



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



A EVOLUÇÃO INTELECTUAL DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR: UMA ANÁLISE DE PAREAMENTO

INTELLECTUAL EVOLUTION OF ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR: A PAIRING ANALYSIS STUDY

STEFANO MALESKI

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

TAINÁ ALVES DOS SANTOS

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

SIMONE GRECCO SANCHES SUEIRO

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 orgão 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



A EVOLUÇÃO INTELECTUAL DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR: UMA ANÁLISE DE PAREAMENTO

Objetivo do estudo

O estudo tem como objetivo verificar quais são as principais relações a respeito do comportamento empreendedor, além de analisar e identificar a evolução do tema no cenário intelectual do comportamento empreendedor.

Relevância/originalidade

A relevância deste estudo está em combinar métodos, como análise de conteúdo que gerou uma amostra resultando em fatores de frequência mostrando a evolução dos estudos e a tendência no campo do comportamento empreendedor.

Metodologia/abordagem

Optou-se pela realização de um estudo bibliométrico por meio da análise de pareamento, além da análise de conteúdo dos resumos dos artigos identificados na base de dados Web of Science.

Principais resultados

Identificamos quatro grupos por meio da análise de conteúdo, que são um grupo de conceitos de frameworks, o segundo grupo de intenção, atitude e autoeficácia, o terceiro elementos que se relacionam com o ambiente e as estratégias e o quarto a relação de estudos com comportamento empreendedor com investimentos financeiros e tecnológicos, riscos, oportunidades, conflitos, financeiros e tipos de investimentos. Foi gerada também a matriz de pareamento identificando as referências mais compartilhadas entre os autores que publicam sobre comportamento empreendedor, além de contribuir na identificação das tendências e dos possíveis caminhos para um campo de pesquisa do comportamento do empreendedor.

Contribuições teóricas/metodológicas

Como contribuição teórica, esse estudo pode auxiliar novos estudos quanto às tendências e caminhos de pesquisa sobre o comportamento empreendedor.

Contribuições sociais/para a gestão

Considera-se que entender melhor como o comportamento do empreendedor pode ser usado para melhorar o desempenho do negócio é uma contribuição que esse estudo traz para a sociedade.

Palavras-chave: comportamento empreendedor, bibliometria, empreendedorismo, pareamento, análise de conteúdo



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 EVOLUTION OF ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR: A PAIRING ANALYSIS STUDY

Study purpose

The study aims to verify what are the main relationships regarding entrepreneurial behavior, besides analyzing and identifying the evolution of the theme in the intellectual scenario of entrepreneurial behavior.

Relevance / originality

The relevance of this study is to combine methods, such as content analysis that generated a sample resulting in frequency factors showing the evolution of the study and the trend in the field of entrepreneurial behavior.

Methodology / approach

We chose to conduct a bibliometric study through the pairing analysis, in addition to the content analysis of the abstracts of the articles identified in the Web of Science database.

Main results

We identified four groups through content analysis, which are a group of concepts of frameworks, the second group of intent, attitude and self-efficacy, the third elements that relate to the environment and strategies and the fourth the relationship of studies with entrepreneurial behavior with financial and technological investments, risks, opportunities, conflicts, financial and types of investments. The pairing matrix was also generated identifying the most shared references among the authors who publish on entrepreneurial behavior, besides contributing to the identification of trends and possible paths to a research field of the behavior of the entrepreneur.

Theoretical / methodological contributions

As a theoretical contribution, this study can help new studies on trends and research pathways on entrepreneurial behavior.

Social / management contributions

It is considered that a better understanding of how the entrepreneur's behavior can be used to improve business performance is a contribution that this study brings to society.

Keywords: entrepreneurial behavior, bibliometric, entrepreneurship, coupling, content analysis



1 Introdução

Durante os últimos anos, o empreendedorismo tornou-se um campo de estudo presente em várias disciplinas das ciências sociais, abordando assuntos transversais à outras áreas de conhecimento. Diversas mudanças econômicas e tecnológicas ajudaram a impulsionar o interesse em estudar o empreendedorismo, desde a inovação de produtos e serviços à necessidade de criação de empregos e crescimento econômico de empresas de todos os portes. Com o tempo, frentes de pesquisas surgiram no intuito de entender quais fatores influenciam o empreendedorismo, particularmente as atividades empresariais baseadas no conhecimento (Raza, Muffatto, & Saeed, 2018) e no comportamento.

De acordo com a literatura de empreendedorismo, o comportamento empreendedor é definido como uma ação humana em busca da geração de valor, através da criação e expansão da atividade econômica, ou através da identificação e exploração de oportunidades de mercado. Olhando para o *status quo* da pesquisa, é evidente que a literatura existente sobre o comportamento empreendedor oferece insights fundamentais sobre o fenômeno. No entanto, também é evidente que há um grande volume de estudos publicados no tema sob diversas perspectivas, sendo necessário o desenvolvimento de uma visão geral do campo para entendimento dos caminhos, lacunas e tendências de estudo.

Dado que não foram identificados estudos bibliométricos recentes neste tema, nem uma análise sobre a estrutura e as tendências de pesquisa no campo de pesquisa do comportamento empreendedor, uma lacuna foi identificada. Assim, foi definida a seguinte questão de pesquisa para este artigo: Como o tema comportamento empreendedor está sendo discutido nas pesquisas em administração e quais são as tendências de estudos futuros? Portanto, este artigo teve como objetivo identificar a evolução do tema no cenário intelectual da pesquisa.

Para responder à questão de pesquisa proposta, usamos métodos bibliométricos para abordar a necessidade percebida de tal visão geral do tema. A bibliometria compreende a vários métodos quantitativos que podem ser usados para analisar determinadas áreas da ciência, temas, periódicos, estudos e autores, além de verificar como estes se relacionam entre si para criar representações gráficas destes resultados (Zupic & Čater, 2015). A maior parte dos estudos bibliométricos publicados anteriormente utilizam análise de co-citação, sendo que o objetivo é analisar a similaridade entre diferentes documentos quando estes são citados em conjuntos de modo a obter uma imagem do campo no passado (Zupic & Čater, 2015). No entanto, neste artigo utilizamos a análise de pareamento que, diferentemente da co-citação, busca identificar trabalhos que compartilham uma mesma citação. Buscou-se analisar os estudos sobre comportamento empreendedor publicados durante o período de 1975 à parte de 2019 e avaliar a evolução desse período.

Além desta introdução este trabalho também é composto de uma seção de referencial teórico, visando a apresentação de alguns fundamentos básicos do tema. A seção de metodologia foi apresentada na sequência, seguida da análise dos dados. Posteriormente, a seção de discussão aprofundou o entendimento sobre os achados da pesquisa, sendo que as limitações e oportunidades de novos estudos foram explanadas nas considerações finais.

2 Referencial Teórico

De acordo com Feuerschütte *et al.* (2012), o empreendedorismo ganhou destaque dadas as transformações na economia, como mudanças nos postos de trabalho e atividades ofertadas. Claro que não somente por conta do empreendedor, mas adventos como tecnologia e globalização fazem parte desta mudança.



O termo, geralmente é associado à inovação, afinal deriva do indivíduo, ou grupo que toma ação ao se depara com oportunidades (Mair, 2001). Esta é uma abordagem amplamente estudada na literatura sobre o tema que de certa maneira sempre converge para a definição daquele indivíduo que diante de determinada situação, toma a ação.

Por esta razão, uma das principais definições encontradas vem de Schumpeter (1988), relaciona o empreendedorismo à organizações que buscam oportunidades inesperadas e com base nelas o empreendedor se dedica a criar e traz resultados a partir de seu próprio esforço. Já Mair (2001), traz o ponto de vista da sociologia, que traz o prisma do ambiente que permite, ou auxilia nas condições para que surja o empreendedorismo. Neste prisma, Gartner (1985) elucida que o indivíduo empreendedor é desenvolvido de acordo com respostas à estímulos do ambiente em que está inserido. E claro, do ponto de vista da psicologia, tem-se a noção das características específicas de determinado indivíduo, ou grupo (Versiani *et al.*, 2004).

Desta maneira, Feuerschütte *et al.* (2012) menciona que o empreendedor é o sujeito que toma a ação empreendedora, sendo esta relacionada à incertezas, riscos, assim podendo expressar a competência do indivíduo que dá origem ao empreendedorismo. Assim, ao falarmos de competência, estamos lidando com um termo que traz conceitos de diversas áreas relacionadas à ciências humanas e sociais, assim sendo, têm os mais variados prismas.

Por esta razão, podemos citar alguns autores como Cheetham e Chivers (1998), que trazem três abordagens mais relevantes sobre o assunto. Sendo que uma trata de elementos comportamentais (americana), outra trata mais das funcionalidades (inglesa) e outra de forma mais construtivista (francesa) sendo a competência um processo dinâmico que se percebe quando do resultado de uma ação.

Para os autores Omorede, Thorgren e Wicent (2014) 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 ou decisões de risco. Omorede, Thorgren e Wicent (2014) afirmam que o comportamento do empreendedor está associado nos aspectos psicológicos, como a personalidade, cognição, emoção, atitude e self. Deluiz (2004) traz uma crítica a visão do indivíduo que se ressalta ao ter suas características relacionadas à uma organização, mencionando que elas estão voltadas totalmente ao mercado, limitando o indivíduo "à caixa" do cumprimento de suas atividades estipuladas pela organização.

Já sobre a abordagem funcional (inglesa), o autor traz que também falta quando não considera todos os atributos relacionados ao contexto do trabalho, pois sendo este muito complexo, não podem ser apenas alguns fatores isolados, sem levar todos em consideração. Assim sendo Deluiz (2004), propõe que competência deve ser analisada sob uma dimensão mais holística. Assim os autores trazem que competência não pode ser minimizada à uma pequena gama de aprendizados ou ao cumprimento de funções determinadas pela organização.

Um ponto muito importante sobre a competência trazido por Le Boterf (2003), é que ela em geral está atrelada à motivação, já que ela sempre parte do sujeito, logo o profissional vai se valer de suas competências a fim de fazer acontecer um projeto que para ele tem algum significado. Desta maneira, Feuerschütte *et al.* (2012) traz que empreendedorismo e competência são temas convergentes, já que a competência é expressa pelo indivíduo empreendedor.

Cada vez mais o processo de tomada de decisão é estudado a fim de entender o empreendedor e sua forma de pensar. Em um mercado global e cada vez mais competitivo se faz cada vez mais essencial entender tudo o que permeia este processo, por esta razão cada vez mais se fala em intuição (Oliveira & Simoneti 2010). Por esta razão, Drucker (2002) traz que desenvolver seus talentos se faz primordial para as organizações, afinal a economia está embasada em conhecimento e é através dele que se pode atingir o sucesso.



Nesta perspectiva, Leal (2007) menciona a importância de se trabalhar nos aspectos subjetivos sem se esquecer do conhecimento objetivo. Pois de acordo com o autor, essa conexão entre ambos é a chave para o sucesso das empresas. E para quem se pergunta do que se trata este conhecimento subjetivo, o autor informa que ele é uma somatória de intuição, de percepções, de imaginações e do que se traz com as experiências vivenciadas.

Conforme Simões e Tiedermann (1985), Wilhelm Wundt trouxe a luz do conhecimento a psicologia científica e em 1879 passou a estudar a percepção humana, claro que desde então o estudo foi muito aprofundado. Ao ponto de que conforme Pillotto (2006), intuição e percepção fazem parte do conhecimento, já que se relaciona às percepções e interpretações, sendo assim parte do chamado conhecimento sensível que é fundamental para a formação do ser.

Kahneman (2003) trouxe um entendimento da intuição se embasando nos dois Sistemas Cognitivos de Sloman (2002), nesse modelo ele trata do julgamento e da tomada de decisão, entendendo que estes julgamentos em geral são intuitivos e portanto baseados nas percepções do indivíduo, desta maneira, a intuição vem para auxiliar na formação de opiniões de maneira involuntária. Portanto, conforme Miller e Ireland (2005), a intuição, mais do que se pensava anteriormente, é um fator primordial no processo decisório, uma vez que, ele é uma parte do conhecimento do indivíduo que permeia tudo o que ele traz de consciente e inconsciente, sendo então elemento chave nas decisões estratégicas.

3 Metodologia

Técnicas bibliométricas levam em conta de forma abrangente a extensa literatura de um campo de pesquisa e fornecem uma maneira objetiva de descrever, classificar e monitorar pesquisas publicadas (Zupic & Cater, 2013).

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, foi realizada a análise de pareamento, 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, Iramuteq 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 co-citação. Assim, criou-se o mapa de rede de co-citações 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 co-citações dos autores que se citam e se correlacionam formando um fator que pode determinar um campo de estudo.

Na terceira etapa foram gerados os indicadores de atividade de publicação a partir da técnica bibliométrica de pareamento. Neste sentido, foi criada a matriz de pareamento que também foi analisada por meio da análise fatorial exploratória. O objetivo foi identificar as frentes de pesquisa em andamento e os campos de estudo emergentes. Após a realização das três etapas, foi feita a interpretação e discussão dos dados a partir dos fatores extraídos tanto da análise de co-citação quanto de pareamento.

4 Análise dos resultados

Antes de realizar a análise dos indicadores relacionais, foi feita uma análise de conteúdo dos resumos dos 2.296 artigos selecionados usando o software (open source) Iramuteq. Esta análise foi feita considerando o conceito da Lei de Zipf, que relaciona a frequência de palavras e o significado das mesmas para a área de pesquisa. Essa lei segue o mesmo raciocínio lógico das leis anteriores, uma pequena quantidade de palavras é utilizada em grande frequência e uma grande quantidade de palavras é utilizada com pouco frequência, possibilitando a identificação de nomenclaturas para fenômenos ou variáveis (Quevedo-Silva *et al.*, 2016).

Os resultados da análise foram apresentados na Figura 1. O tamanho das palavras está relacionado com a frequência com que o termo foi indicado nos resumos, e a proximidade entre termos é uma medida do quanto aparecem conjuntamente. A análise demonstra que os estudos de comportamento empreendedor se concentram em quatro grupos, sendo que dois deles se sobrepõem devido a semelhança e proximidade dos termos.



semelhança, mas baseia-se na frequência que dois documentos da amostra compartilham pelo menos uma referência comum. Neste sentido, os documentos de uma amostra são agrupados de acordo com a sobreposição de suas bibliografias (Vogel, & Güttel, 2013; Zupic, & Čater, 2015).

Esta matriz foi feita usando o Bibexcel e considerou, inicialmente, todas as referências mencionadas nos artigos extraídos da ISI Web of Science. Contudo, o alto volume de correlações inviabilizaria qualquer tipo de análise bibliométrica que pudesse responder aos objetivos deste estudo. Por isso, foi feita a definição de um critério de corte para que fosse possível focar a análise dos artigos mais relevantes como um meio de identificar os caminhos de pesquisa no tema. Após a análise de frequência das correlações entre os artigos citados, optou-se pela exclusão de artigos com frequência menor que 30. Com este corte foi gerada a matriz de pareamento com 42 artigos correlacionados. A partir desta matriz, criou-se o mapa de rede de pareamento no software Ucinet (Figura 2) e a análise fatorial exploratória no software SPSS.

A análise de pareamento permitiu identificar as referências mais compartilhadas entre os autores que publicam sobre comportamento empreendedor. Esta análise é útil para detectar tendências e possíveis caminhos para um campo, e está relacionado à publicação, indicando a frente de pesquisa em um campo (Zupic, & Čater, 2015).

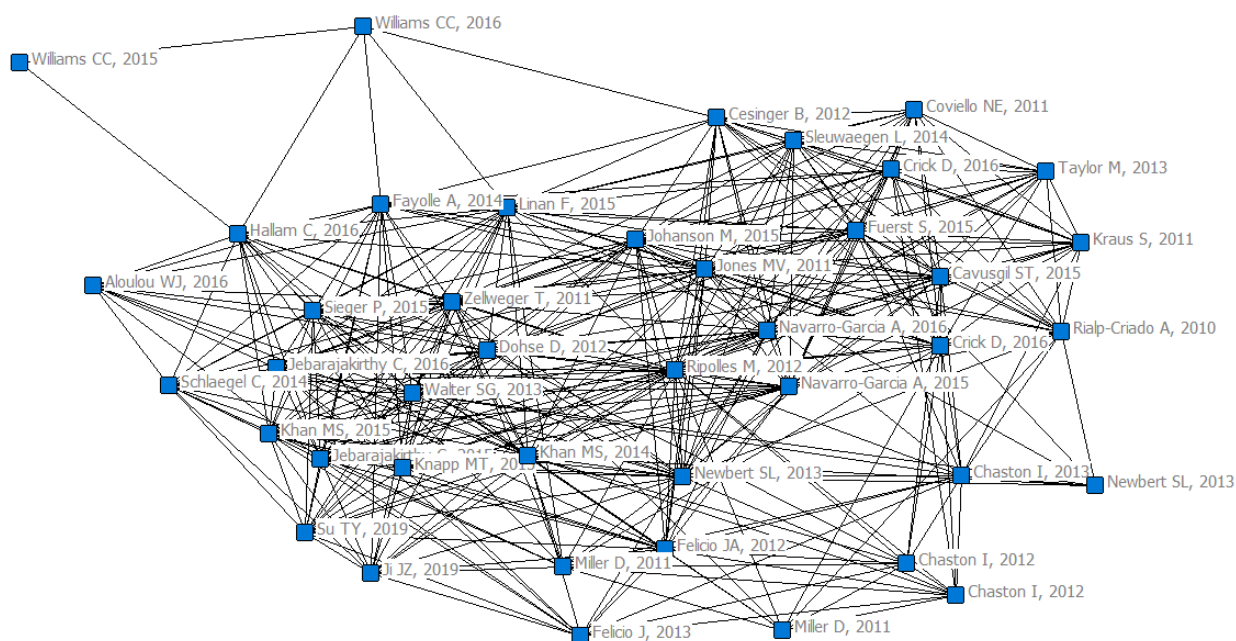


Figura 2. Mapa de rede de pareamento.

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

Estas são as 15 referências mais citadas entre os 2.296 itens de amostra, listadas em ordem de decrescente de volume de citações (Fonte: autores, com base nos dados da pesquisa):

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432.



- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- Schumpeter, J. (1934). The theory of economic development. Harvard University Press. Cambridge, MA.
- Linan, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and practice*, 21(1), 47-58.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic management journal*, 10(1), 75-87.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.
- 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.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 18(3), 301-331.

Ao realizar a análise da matriz de pareamento, percebe-se que quanto maior o número de referências compartilhadas por dois documentos em uma amostra, maior a semelhança entre eles. Esta semelhança aproxima os itens da amostra, gerando um fator que pode determinar um caminho que o campo de estudo está tomando. Para a identificação destes fatores, optamos pela realização da análise fatorial exploratória, seguindo os procedimentos recomendados por Hair *et al.* (2005).

Assim como foi feito com a análise de cocitação, seguimos o procedimento para a realização desta análise com a avaliação do 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, exclusão 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 refeito nesta ordem de análise, sempre considerando o método de componentes principais e rotação Varimax.

Foram necessárias 19 extrações para chegar ao resultado final. Ao final das extrações foram identificados 4 fatores que corresponderam a 76,95 por cento da Variância Explicada, resultado acima dos 60 por cento recomendado por Hair *et al.* (2005). Ao final, foi feita a avaliação da medida de confiabilidade interna de cada fator (Alpha de Cronbach), aceitando apenas 2 fatores que apresentaram os valores superiores a 0,6.



Autor, Ano	Fator 1 Internacionalização e Nascidas Globais	Fator 2 Modelos e Mensuração de Comportamento	Fator 3 -	Fator 4 -
Sleuwaegen e Onkelinx (2014)	.938			
Fuerst e Zettinig (2015)	.937			
Kraus (2011)	.935			
Coviello <i>et al.</i> (2011)	.935			
Taylor e Jack (2013)	.932			
Cavusgil e Knight (2013)	.930			
Rialp-Criado <i>et al.</i> (2010)	.926			
Cesinger <i>et al.</i> (2012)	.910			
Johanson e Martin (2015)	.906			
Ripolles (2012)	.877			
Jones <i>et al.</i> (2011)	.728			
Aloulou (2016)		.911		
Hallam <i>et al.</i> (2016)		.899		
Fayolle e Linan (2014)		.879		
Sieger e Monsen (2015)		.853		
Schlaegel e Koenig (2014)		.838		
Zellweger <i>et al.</i> (2011)		.835		
Linan e Fayolle (2015)		.790		
Walter <i>et al.</i> (2013)		.690		
Jebarajakirthy e Thaichon (2015)			-.734	
Jebarajakirthy e Thaichon (2016)			.709	
Felicio <i>et al.</i> (2012)				.738
Felicio <i>et al.</i> (2013)				-.703
Autovalores	9.32	5.96	1.05	1.04
% Variância	40.51	25.89	4.58	4.52
% Variância Acumulada	40.51	66.39	70.98	75.5
Alpha de Cronbach	.970	.938	-.099	-.082

Tabela 1. Análise fatorial exploratória (mostrado apenas cargas de 0.4 ou superior).

Fonte: Dados da pesquisa – Matriz de pareamento.

Foram analisados os artigos referentes aos 2 fatores cujos autores e cargas fatoriais estão apresentando confiabilidade na

Tabela 1 (fatores 1 e 2) **Erro! Fonte de referência não encontrada.** Os fatores foram nomeados de acordo com os temas tratados nos artigos que os compõem. O primeiro fator diz respeito às empresas nascidas globais (*born global*) e os aspectos ligados à entrada em mercados internacionais, dando continuidade aos estudos interessados em explorar a questão da internacionalização das pequenas e médias empresas e a identificação das capacidades (*capabilities*) de inovação. O segundo fator volta-se para os modelos e formas de mensuração de comportamento empreendedor como meios de entender melhor os seus efeitos nos resultados das empresas. Neste fator, a teoria do comportamento planejado continua aparecendo como base teórica que suporta os estudos mais recentes.

Conforme é possível auferir pelos autores citados acima, o tema “comportamento empreendedor” sempre teve importância, pois o empreendedor desempenha fundamental papel



na economia e na evolução da sociedade como um todo. Porém vem ganhando notoriedade principalmente com as recentes evoluções do mercado. A inovação, vem alterando toda esta estrutura facilitando a atuação do empreendedor e colocando o empreendedor como ator principal cada vez em maior destaque. Sendo que a inovação tecnológica possibilita que cada vez mais seja possível inovar e divulgar por todo o mundo sem que necessariamente ele necessite de grandes quantidades financeiras, ou do financiamento de players poderosos.

De acordo com a pesquisa realizada pode-se notar que estudos relacionados ao tema vêm sendo cada vez mais explorados pela academia, seguindo a tendência do mercado e da sociedade como um todo visando entender cada vez mais essas mudanças e a importância de entender características psicológicas que regem o comportamento do empreendedor.

Desta maneira, a pesquisa nos trouxe grandes grupos de pesquisa sobre o assunto, sendo um abordando temas como intenção, atitude e autoeficácia; outro sobre ambiente e as estratégias como a orientação e estratégia para o mercado, capacidades (*capabilities*) para a inovação e industrialização, e atividades voltadas para a internacionalização e desempenho. O estudo também possibilitou, através da análise de pareamento, permitiu identificar as referências mais compartilhadas entre os autores que publicam sobre o tema, em que foi possível encontrar as principais referências sobre o tema.

Por fim, esta análise trouxe a luz do conhecimento de que quanto maior o número de referências compartilhadas por dois documentos em uma amostra, maior a semelhança entre eles, possibilitando que fosse identificado rumos que o tema está tomando. Sendo que ao final, dois fatores principais ficaram evidentes, o primeiro retratando empresas que nascem globais, visando entender sua entrada no mercado global e suas principais capacidades (*capabilities*). O segundo fator visando o aspecto de buscar formas de mensurar o comportamento empreendedor e entender o impacto causado nas empresas.

5 Considerações Finais

O método bibliométrico é adequado em situações que o objetivo é analisar um determinado tema, além de verificar como estão se relacionando. (Zupic & Cater, 2015), desta forma optamos por esse método para responder nossa questão de pesquisa, e assim analisamos e identificamos trabalhos que compartilham uma mesma citação. Sendo assim, neste artigo identificamos a evolução do tema no cenário intelectual da pesquisa. Identificamos 2.296 artigos por meio da análise de conteúdo usando o Iramuteq.

Analisamos a frequência com que o termo foi indicado nos resumos, a análise demonstra que os estudos de comportamento empreendedor se concentram em quatro grupos. O primeiro grupo indica o estudo de como os conceitos e frameworks voltados para o comportamento empreendedor trazem implicações e contribuições para a prática, seja em âmbito social, econômico ou organizacional. O segundo grupo encontrado no agrupamento aponta o estudo da intenção, atitude e autoeficácia, além dos seus respectivos métodos de pesquisa para medir estes constructos. O terceiro agrupamento apresentou termos que remetem aos elementos relacionados com o ambiente e as estratégias das pequenas e médias empresas, como a orientação e estratégia para o mercado, capacidades (*capabilities*) para a inovação e industrialização, além das atividades voltadas para a internacionalização e seu respectivo desempenho. Por último o quarto agrupamento trouxe termos sobre os estudos do comportamento empreendedor e sua relação com os investimentos financeiros e tecnológicos, bem como seus riscos, oportunidades, conflitos, financiamentos e tipos de investidores (empresas e pessoas).

Foi gerada também a matriz de pareamento e identificamos dois documentos da amostra que compartilham pelo menos uma referência comum, nestes documentos de uma amostra são



agrupados de acordo com a sobreposição de suas bibliografias (Vogel, & Güttel, 2013; Zupic, & Čater, 2015), após a decisão do corte, foi gerada a matriz de pareamento com 42 artigos correlacionados, que nos permitiu identificar as referências mais compartilhadas entre os autores que publicam sobre comportamento empreendedor, além de contribuir na identificação das tendências e dos possíveis caminhos para um campo de pesquisa do comportamento do empreendedor.

Como limitação, destaca-se que a pesquisa foi realizada com foco nas publicações relacionadas apenas às especialidades de *business* e *management*, no banco de dados da Web of Science. Sugere-se que o estudo seja ampliado para abranger estudos que tenham sido atrelados à outras áreas. Espera-se que a efetiva contribuição do nosso estudo a respeito do tema norteie a utilização em pesquisas científicas. Além disso, a análise realizada pode favorecer o estado da arte no período pesquisado nas diversas áreas do conhecimento.

Referências

- 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.
- 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.
- 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.
- Raza, A., Muffatto, M., & Saeed, S. (2018). The influence of formal institutions on the relationship between entrepreneurial readiness and entrepreneurial behaviour. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. doi:10.1108/jsbed-01-2018-0014
- 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.
- Sultana, R., Im, I., & Im, K. S. (2018). Do IT freelancers increase their entrepreneurial behavior and performance by using IT self-efficacy and social capital? Evidence from Bangladesh. *Information & Management*. doi:10.1016/j.im.2018.12.001
- 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.
- Cheetham, G.; Chivers, G. The reflective (and competent) practitioner: a model of professional competente which seeks to harmonise the reflective practitioner and competente-based approaches. *Journal of European Industrial Training*, 22(7), 267-276, 1998.
- Deluiz, N. O modelo das competências profissionais no mundo do trabalho e na educação: implicações para o currículo. Disponível em: <<http://www.senac.br/informativo/BTS/273/boltec273b.htm>>. Acesso em: 08 set. 2004.
- Drucker, Peter F. Fator humano e desempenho: o melhor de Peter Drucker sobre administração. 2ª edição. São Paulo: Pioneira, 2002.
- Gartner, W. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *The Academy of Management Review*, 10(4), 696-706, October, 1985.
- Kahneman, D. A perspective on judgment and choice: mapping bounded rationality. *American Psychologist*, v. 58, nº 9, p. 697-720, 2003.
- Le Boterf, G. Desenvolvendo a competência dos profissionais 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2003a.
- Leal, Raimundo S., Objetividade e subjetividade na análise organizacional: a mediação necessária. Enanpad. Rio de Janeiro, 2007.
- Mair, J. Entrepreneurial behavior in a large traditional organization: exploring nature, drivers, and performance implications. Dissertation, Pós-Doctor in Management, INSEAD, Fontainebleau, France, 2001.
- Miller, Chet E Ireland, Duane. O poder da intuição. *Revista de Administração de Empresas*, v. 4. nº 3, 2005.
- Oliveira, S. R. M., & Simonetti, V. M. M. (2010). Intuição e percepção no processo decisório de microempresa. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 4(1), 52-66.
- Pillotto, Silvia Sell Duarte. Gestão e conhecimento sensível na contemporaneidade. Santa Catarina: Univille, 2006.
- Schumpeter, J. Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo, SP: Nova Cultural, 1988.
- Simões, E. A. Q., & Tiedemann, K. B. (1985). Psicologia da percepção. EPU.
- Versiani, Â. Guimarães, L. A construção da carreira do “empreendedor”: delineando as bases do aprendizado e conhecimento na criação de empresas. [Versão Eletrônica], Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração. Curitiba, PR, Brasil, 28, 2004.