

Pesquisa em empreendedorismo (2000-2014) nas seis principais revistas brasileiras de administração: lacunas e direcionamentos

ANTONIO BENEDITO DE OLIVEIRA JUNIOR^{1 2}

CRISTIANE CHAVES GATTAZ³

ROBERTO CARLOS BERNARDES³

EDSON SADAQ IIZUKA³

¹ UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM) / EAD LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES, SÃO PAULO – SP, BRASIL

² FACULDADES METROPOLITANAS UNIDAS (FMU) / EAD LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES, SÃO PAULO – SP, BRASIL

³ CENTRO UNIVERSITÁRIO FEI (FEI), SÃO PAULO – SP, BRASIL

Resumo

Esta pesquisa fez uma revisão sistemática de pesquisas sobre empreendedorismo publicadas nas seis Principais Revistas Brasileiras de Administração (PRBA) – *Revista de Administração de Empresas*, *Revista de Administração*, *Revista de Administração Contemporânea*, *Revista de Administração Pública*, *Brazilian Administration Review* e *Organização & Sociedade*, durante o período 2000-2014, procurando identificar desafios e oportunidades. Os resultados indicam como desafios: (i) poucos artigos de empreendedorismo publicados nas PRAB; (ii) o impacto da produção científica das PRAB é baixo comparativamente às revistas internacionais focadas em empreendedorismo; (iii) prevalência de abordagens metodológicas qualitativas. Como oportunidades: (i) dar preferência a estudos empíricos realizados com metodologias rigorosas (longitudinais, dados secundários e experimentos); (ii) realização de estudos empíricos que estendam a base teórica da literatura existente; (iii) criação de linhas de pesquisa em empreendedorismo no mestrado/doutorado. Este trabalho contribui teoricamente ao indicar lacunas e direcionamentos na área e ao fazer uma análise crítica da pesquisa e prática do empreendedorismo, dando uma perspectiva aos pesquisadores e autores iniciantes para produzirem artigos de alto impacto.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Alto impacto científico. Revisão sistemática. Análise de cocitação.

Entrepreneurship research (2000-2014) in the top six Brazilian journals of administration: gaps and directions

Abstract

This article presents a systematic review of entrepreneurship research published in the Top six Brazilian Journals of Administration (TBJA) – *Revista de Administração de Empresas*, *Revista de Administração*, *Revista de Administração Contemporânea*, *Brazilian Journal of Public Administration*, *Brazilian Administration Review*, and *Organização & Sociedade*, during the period 2000-2014. It aims to identify gaps and directions for Brazilian entrepreneurship research to become a relevant area within the field of Administration. The results highlighted the following gaps: (i) few entrepreneurship publications within the TBJA; (ii) impact of the TBJA production is low compared to international journals focused exclusively on entrepreneurship; (iii) prevalence of qualitative methodological approaches. As directions, the results show: (i) to give preference to empirical studies carried out by rigorous methodologies (longitudinal, secondary data and experimental design); (ii) realization of empirical studies extending the theoretical basis of the existing literature; (iii) establishment of entrepreneurship research lines in Master/Doctoral Programs. This article contributes theoretically by identifying research gaps and directions, and by conducting a critical analysis of the entrepreneurship research and practice to give a perspective to researchers and first time authors to produce high impact papers.

Keywords: Entrepreneurship. Scientific high impact. Systematic review. Co-citation analysis.

Investigación sobre iniciativa empresarial (2000-2014) en las seis principales revistas de administración brasileñas: lagunas y direcciones

Resumen

Esta investigación realizó una revisión sistemática de los estudios sobre iniciativa empresarial publicados en las seis Principales Revistas de Administración Brasileñas (PRAB) – *Revista de Administração de Empresas*, *Revista de Administração*, *Revista de Administração Contemporânea*, *Revista de Administração Pública*, *Brazilian Administration Review* y *Organização & Sociedade* – durante el periodo 2000-2014, para la identificación de desafíos y oportunidades. Entre los desafíos se encuentran: (i) la existencia de pocos artículos científicos sobre el tema “iniciativa empresarial” publicados en las PRAB; (ii) el impacto de la producción científica de las PRAB es bajo en comparación con las revistas internacionales direccionadas al tema “iniciativa empresarial”. (iii) la prevalencia de los enfoques metodológicos cualitativos. Entre las oportunidades se observa: (i) dar preferencia a los estudios empíricos realizados con metodologías rigorosas (datos secundarios, longitudinales y experimentos); (ii) la realización de estudios empíricos que extiendan la base teórica de la literatura existente; (iii) la creación de líneas de investigación sobre iniciativa empresarial en el programa de maestría y doctorado. Este trabajo contribuye teóricamente al indicar las lagunas y direcciones en el área y al hacer un análisis crítico de la investigación y la práctica de la iniciativa empresarial, proporcionando una perspectiva a los investigadores y autores iniciantes para producir artículos de alto impacto.

Palabras clave: Espíritu empresarial. Alto impacto científico. Revisión sistemática. Análisis de cocitación.

Artigo submetido em 10 de abril de 2017 e aceito para publicação em 02 de agosto de 2017.

[Versão traduzida]

DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395167644>

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é amplamente considerado como uma das engrenagens do crescimento econômico (LUMPKIN e DESS, 1996), uma resposta social, política e econômica para uma economia ditada pelo domínio do conhecimento como um fator de produto, e “capital empreendedor” como um fator complementar. O capital empreendedor é aqui definido como a capacidade de criar e engajar em atividades empreendedoras (AUDRETSCH e THURIK, 2004), que é fator crítico para obter vantagem competitiva (BARNEY, 1991), especialmente em ambientes cada vez mais desafiadores. Segundo estudiosos da administração, o empreendedorismo é um campo de pesquisa emergente e vem ganhando importância no cenário internacional, principalmente a partir dos anos 1990 (LANDSTRÖM, HARIRCHI e ÅSTRÖM, 2012).

Uma busca irrestrita no EBSCOhost usando “empreendedorismo” como palavra-chave gerou mais de 97.000 artigos, e pelo Google Academic, mais de 1,5 milhão. Entretanto, revisões e metanálises são raras e estreitamente focadas, seja no nível de análise (individual, regional ou nacional) (SU, ZHAI e LANDSTRÖM, 2015) ou tipo de assunto (modo organizacional, individual e equipe, ambiente e oportunidades) (BUSENITZ, PLUMMER, KLOTZ et al., 2014), o que resulta na fragmentação do campo e, em última análise, dificultando sua consolidação. No entanto, artigos sobre empreendedorismo mostram sinais de legitimidade do campo com publicações em periódicos internacionais de administração: *Academy of Management Journal* (AMJ), *Academy of Management Review* (AMR), *Strategic Management Journal* (SMJ), *Journal of Management* (JOM), *Organization Science* (OS), *Management Science* (MS) e *Administrative Science Quarterly* (ASQ) (BUSENITZ, PLUMMER, KLOTZ et al., 2014).

Pesquisas em empreendedorismo como produção intelectual têm cerca de 30 a 40 anos e se tornaram uma importante área de pesquisa acadêmica (LANDSTRÖM, HARIRCHI e ÅSTRÖM, 2012). No Brasil, área de empreendedorismo é bem mais jovem (a partir da década de 1990), e o cenário é bem diferente, uma vez que a pesquisa sobre empreendedorismo ainda parece inócua e incipiente (INÁCIO JÚNIOR, MACHADO, GIMENEZ et al., 2014). Bertero, Vasconcelos, Binder et al. (2013) reforçam que a produção científica brasileira dos anos 2000 é deficiente e imatura. Assim, a revisão sistemática de artigos de empreendedorismo reforça a necessidade de reflexão em termos do que tem sido feito no campo teórico, bem como de relevância prática, para que os autores publiquem artigos de alto impacto. A revisão sistemática é um método reconhecido para analisar artigos científicos baseados em evidências e é usada como um guia para o desenvolvimento de pesquisas, indicando as principais áreas estudadas e possíveis lacunas para pesquisas futuras (LORZ, MULLER e VOLERY, 2013).

Durante o período de 2000 a 2014, 72 artigos sobre empreendedorismo foram publicados nas principais revistas brasileiras de administração (PRBA): *Revista de Administração de Empresas* (RAE), *Revista de Administração* (RAUSP), *Revista de Administração Contemporânea* (RAC), *Revista de Administração Pública* (RAP), *Brazilian Administration Review* (BAR) e *Organização & Sociedade* (O&S), com o grau mais elevado (A2) entre os periódicos brasileiros de administração, feitos pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), tanto no ano 2012 quanto em 2014. Durante o período 2011-2014, a publicação de artigos de empreendedorismo (37) destacou-se em relação ao período 2000-2010, o que pode indicar que o campo no Brasil está ganhando mais espaço nas PRBA e que uma investigação mais profunda se faz necessária. Um artigo publicado no *International Journal of Entrepreneurship* realizou uma análise de publicações acadêmicas sobre empreendedorismo no período de 1980 a 2010 (INÁCIO JÚNIOR, MACHADO, GIMENEZ et al., 2014). O artigo, no entanto, não considerou as seis PRBA, nem abrangeu o período de 2011 a 2014 e tampouco realizou uma análise crítica dessas produções científicas.

Portanto, existe uma lacuna para a análise crítica sobre empreendedorismo nas PRBA, especialmente se for levada em conta a pressão da Capes e de instituições de ensino superior (IES) para publicação e desempenho mostrando evidências concretas e fornecendo parâmetros unificados para comparação que podem ser úteis a autores e IES. Por exemplo, entre os critérios de avaliação para obtenção da nota das IES em programas de pós-graduação na Capes (2012), no caso de Administração, o maior peso recai sobre publicações, que representam 52,5% da nota total. Se for considerado que as PRBA abrangem tópicos gerais, o *feedback* dos artigos enviados é demorado, a necessidade de publicação torna-se urgente.

O objetivo deste artigo é descrever e analisar criticamente as pesquisas de empreendedorismo nas PRBA durante 15 anos (2000-2014), visando identificar lacunas bem como direcionamentos para que o empreendedorismo se torne uma área relevante dentro da Administração. Para atingir esse objetivo, foi realizada uma análise quantitativa, qualitativa e de citação, utilizando uma revisão sistemática de todos os artigos de empreendedorismo publicados nas PRBA, totalizando 72 artigos analisados. Assim, a pergunta de pesquisa é: quais são as lacunas e possíveis direções futuras para a pesquisa de empreendedorismo durante o período de 2000-2014 nas PRBA?

Este estudo tem duas contribuições principais. Primeira, oferece uma perspectiva quantitativa e qualitativa que reflete o campo de pesquisa. A análise da pesquisa brasileira sobre empreendedorismo ajuda a identificar lacunas e direcionamentos, indicando questões nas quais a pesquisa está em desenvolvimento para consolidar o campo no Brasil, e dar um direcionamento para pesquisas futuras sobre empreendedorismo, para seu crescimento e sua consolidação como uma área relevante dentro da Administração. Em segundo lugar, dá uma nova perspectiva a pesquisadores e autores aspirantes para melhorarem suas pesquisas e o impacto de seu trabalho. Assim, este estudo pode auxiliar pesquisadores exclusivamente ou principalmente focados no empreendedorismo, bem como aqueles que enxergam o empreendedorismo como área de pesquisa secundária e buscam novas oportunidades para ingressar em um novo campo de pesquisa.

EMPREENDEDORISMO: UM CAMPO DE PESQUISA EM CRESCIMENTO

O empreendedorismo como campo intelectual tem uma longa história que remonta ao século XVIII, embora a pesquisa sobre empreendedorismo mais sistemática tenha começado nos anos 1970 e 1980 (LANDSTRÖM e BENNER, 2010). A pesquisa em empreendedorismo pode ser dividida em três abordagens principais: (1) econômica; (2) ciências sociais; e (3) estudos de gestão (LANDSTRÖM e BENNER, 2010).

Econômica

A era econômica (1870-1940) representa o início da pesquisa em empreendedorismo. Três autores principais representam essa era: (1) visão Knightiana (americana); (2) tradição Schumpeteriana (alemã); e (3) visão Kirzneriana (austríaca). Na tradição Knightiana, o empreendedorismo é caracterizado principalmente pela verdadeira incerteza, ou seja, os empreendedores recebem um retorno ao tomar decisões sob condições de incerteza não segurável (LANDSTRÖM e BENNER, 2010). Schumpeter vê o empreendedorismo como “o fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico” (SCHUMPETER, 1934), um trabalho seminal que foi o ponto de ruptura desse tempo. O pressuposto básico era que o crescimento econômico resultava de inovações ou “novas combinações”. As inovações assumem a forma de novos produtos, métodos de produção e nova estrutura organizacional na indústria.

Essa inovação era implementada por empreendedores com uma personalidade específica impulsionada pelo desejo de encontrar um reino privado (poder), vontade de conquistar (sucesso) pela necessidade de criar (fazer as coisas acontecerem) (SCHUMPETER, 1934). A tradição Kirzneriana vê o empreendedor como uma função que envolve a coordenação de informações, que é baseada na identificação da lacuna entre oferta e demanda, possibilitando ganhar dinheiro com essa diferença. Assim, o empreendedor tenta descobrir oportunidades de lucro e ajudar a restabelecer o equilíbrio no marketing agindo sobre essas oportunidades (LANDSTRÖM e BENNER, 2010).

Ciência social

Depois da era econômica, o empreendedorismo foi impulsionado pela ciência social (1940-1970), especialmente pelas plataformas de conhecimento, influenciadas por duas abordagens principais – sociológica e psicológica. A abordagem psicológica centrou-se em traços e categorias do empreendedor, enquanto a sociológica enfocou na etnicidade, cultura e rede (LANDSTRÖM e BENNER, 2010). Uma contribuição influente para essa era veio do trabalho seminal de McClelland (1961), “The achieving society”, mostrando que os valores que prevalecem em cada sociedade são muito importantes para seu desenvolvimento econômico. Isso é caracterizado por um foco mais baixo nas normas institucionais e maior foco na abertura em relação a outras pessoas que representam nações economicamente melhor desenvolvidas. O empreendedor é a força motriz do crescimento econômico para o desenvolvimento do país.

Empreendedor

No início, a pesquisa sobre empreendedorismo era fortemente dominada pelo interesse no empreendedor como indivíduo (personalidade e traços), caracterizado pela alta necessidade de assumir riscos, locus de controle interno, realização, valores e tolerância à ambiguidade (SANTOS, CAETANO, MITCHELL et al., 2017). Os estudos buscaram identificar a taxonomia de

empreendedores, o estudo das condições socioeconômicas e culturais favoráveis ao surgimento do empreendedor, diferenciando não empreendedores dos empreendedores. No entanto, essa vertente de pesquisa foi fortemente criticada.

Segundo Gartner (1985), o foco na figura do empreendedor, sem dar a devida atenção às diferenças entre os negócios que criam e desenvolvem, poderia se revelar inócuo ou infrutífero. Assim, houve a quebra desse paradigma na pesquisa sobre empreendedorismo, que passou a focar o processo e o comportamento empreendedor, bem como os fatores organizacionais que o impulsionam ou impedem, no final da década de 1980 e início da década de 1990 (SANTOS, CAETANO, MITCHELL et al., 2017).

Uma contribuição influente para essa quebra de paradigma foi o trabalho seminal de Gartner (1988): “Who is an entrepreneur? Is the wrong question”. Gartner imaginou o campo do empreendedorismo como um conjunto de novas estruturas para criação de empreendimentos. Depois de Gartner (1988), um grande número de estudiosos deu atenção ao processo e comportamento empreendedor, que desde o início dos anos 1990 se tornaram partes importantes da pesquisa em empreendedorismo. Além disso, o conceito de empreendedorismo foi ampliado, incluindo atividades e práticas, visando identificar novas oportunidades.

Rede social

Diferentes estruturas de relacionamento e de rede impulsionam a criação de negócios e empresas. Com isso, reduzem-se as barreiras para entrar no mercado, obtendo acesso aos recursos necessários para o crescimento do negócio, identificando possíveis parcerias e alcançando novos clientes e mercados internacionais (GRANOVETTER, 2005). A análise de redes sociais é uma ferramenta que conecta níveis macro e micro da teoria sociológica (GRANOVETTER, 1973).

Uma contribuição muito influente para essa vertente foi o trabalho seminal de Granovetter (1973) “The strength of weak ties”, em que analisa o poder de dois laços: (1) fraco – encontrado em redes sociais mais fragmentadas e porosas, permitindo o acesso a informação assimétrica e capaz de conectar um indivíduo a diferentes realidades; (2) forte – encontrado em redes sociais próximas, unidas e coesas, capazes de gerar confiança e solidariedade. Granovetter (1973) chamou atenção para o fato de que a maioria dos modelos de rede lida apenas com fortes laços, entretanto, a ênfase nos laços fracos é muito importante para os empreendedores. Ele indica que “a experiência pessoal dos indivíduos está intimamente relacionada a aspectos da estrutura social em larga escala, muito além do alcance ou controle de indivíduos particulares” (GRANOVETTER, 1973, p. 1377).

Granovetter (1985) expande suas proposições teóricas, introduzindo o conceito de imersão do comportamento econômico, ao perceber a economia como uma esfera diferenciada na sociedade industrial moderna que é definida pelo cálculo racional do ganho individual. O autor destaca que, para compreender o comportamento de um empreendedor de forma holística, é necessário conhecer suas estruturas de relacionamento pessoal e o modo como esses relacionamentos pessoais se encaixam em uma estrutura mais ampla de relações sociais. Além disso, se tal comportamento é instrumental ou racional, deve-se considerar que os objetivos econômicos não são o principal interesse de empreendedores e empresas, mas também elementos, tais como: poder, *status*, aprovação e sociabilidade (GRANOVETTER, 1985).

Estudos em gestão

A pesquisa em empreendedorismo como um campo científico tem cerca de 50 anos (desde a década de 1970 até os dias de hoje) e se tornou uma importante área de atividade intelectual envolvendo milhares de estudiosos. O trabalho seminal de Shane e Venkataraman (2000), “The promise of entrepreneurship as a field of research”, é uma das obras mais influentes. Eles indicam que o campo apresentava lacunas em termos de estrutura conceitual e era necessário incorporar pontos de vista e informações obtidos de diferentes disciplinas em Ciências Sociais para construir um corpo sistemático de informações sobre empreendedorismo (SHANE e VENKATARAMAN, 2000). A década de 1990 foi a fase de crescimento da pesquisa em empreendedorismo, e o campo foi ampliado com estudos sobre migração, mobilização, orientação policial e ambição para entender o fenômeno de forma holística (LANDSTRÖM e BENNER, 2010).

Shane e Venkataraman (2000, p. 218) definem o campo do empreendedorismo como “o exame acadêmico de como, por quem e com quais efeitos as oportunidades para criar bens e serviços futuros são descobertos, avaliados e explorados”. Ou seja, envolve o estudo de fontes de oportunidades e processos de descoberta, avaliação e exploração de oportunidades. Além disso, abrange o grupo de indivíduos que descobrem, avaliam e exploram essas oportunidades (SHANE e VENKATARAMAN, 2000).

Na opinião de Stevenson e Jarillo (1990), o empreendedorismo significa muito mais do que começar novos negócios. É o processo pelo qual os indivíduos, seja dentro de sua própria organização ou de terceiros, buscam oportunidades sem levar em conta os recursos que controlam atualmente. Miller e Friesen (1982) argumentam que uma organização empreendedora é conceitualmente oposta à empresa conservadora que reluta em inovar. Tanto Stevenson e Jarillo (1990) quanto Miller e Friesen (1982) concordam que a gestão empreendedora deve ser entendida como um modelo de gestão diferente da gestão tradicional. Ao longo dos anos, várias vertentes de pesquisas com foco no empreendedorismo surgiram, tais como: intenção empreendedora, orientação empreendedora, educação empreendedora e empreendedorismo social (SANTOS, CAETANO, MITCHELL et al., 2017).

Intenção empreendedora

Intenções são um estado mental que direciona um pensamento consciente de uma pessoa em direção a um resultado objetivo específico (ou objetivos) e um caminho para alcançar o resultado (meios) (BIRD, 1988). A intenção é precursora da ação empreendedora ou uma correlação entre ação e intenção que é, na maioria dos estudos empíricos, moderada. A Intenção Empreendedora (IE) pode ser considerada como um construto-chave ao comportamento do empreendedor e para o processo de criação de empreendimentos (SANTOS, CAETANO, MITCHELL et al., 2017).

O estudo de Bird (1988) é um dos primeiros nesse assunto. Ela assumiu que o processo de IE se baseava nas diferenças entre os indivíduos que operam por meio de três mecanismos: (a) tensão temporal – envolve conectar o presente (o que existe) ao futuro (pretende alcançar, mas ainda não se manifestou); (b) foco estratégico – tende a ser direcionado para objetivos por meio da diferenciação dos meios e estados finais, embora ambos (meios e fins) possam ser intencionais; e (c) postura intencional – reflete a posição do indivíduo relacionada a suas crenças, suas necessidades, seus valores e seu mundo exterior. A proposta de Bird era bastante estática.

IE, cujos modelos foram validados em muitos contextos e domínios, tornou-se um dos assuntos mais desenvolvidos na pesquisa em empreendedorismo, frequentemente baseada na Teoria do Comportamento Plano (TCP) como principal referencial teórico. O TCP envolve três pilares principais da intenção: (1) atitude individual em relação ao comportamento; (2) valores que as pessoas têm sobre comportamento – forma subjetiva; e (3) controle do comportamento percebido (SANTOS, CAETANO, MITCHELL et al., 2017).

Orientação empreendedora

A Orientação Empreendedora (OE) é definida como um processo estratégico, um domínio conceitual que inclui alguns indicadores de desempenho, preferências gerenciais, comportamentos, valores e crenças expressas pela alta administração (COVIN, GREEN e SLEVIN, 2006). A vertente de pesquisa em OE recebeu extensa atenção conceitual e empírica na pesquisa em empreendedorismo nos últimos 20 anos (OLIVEIRA JUNIOR, BORINI, BERNARDES et al., 2016; SANTOS, CAETANO, MITCHELL et al., 2017). OE representa uma das poucas áreas em que é possível dizer que um corpo cumulativo de conhecimento foi desenvolvido (OLIVEIRA JUNIOR, BORINI, BERNARDES et al., 2016).

A primeira contribuição influente para a literatura de OE é o trabalho seminal de Miller (1983), “The correlates of entrepreneurship in three types of firms”, que se concentra na descoberta dos principais fatores do empreendedorismo. Ele trouxe uma grande contribuição para a literatura ao indicar que o empreendedorismo está relacionado a muitas variáveis, tais como: personalidade do líder, estratégia e estrutura da empresa e ambiente, e as relações variam sistematicamente e dependem do tipo de empresa (simples, planejada ou orgânica) e não apenas sobre o empreendedor. A OE na visão de Miller (1983) é um construto unidimensional com três dimensões (proatividade, inovação e capacidade de assumir riscos), que foi corroborado por Covin e Slevin (1989).

Nos anos que se seguiram, houve muitos desenvolvimentos conceituais para o construto OE, especialmente devido ao trabalho seminal de Lumpkin e Dess (1996), em que incluíram mais duas dimensões no construto OE (autonomia e competitividade agressiva) e, o mais importante, eles consideraram OE como um conceito multidimensional baseado em cinco dimensões (proatividade, inovação e capacidade de assumir riscos, autonomia e competitividade agressiva). A OE deve ser medida por meio de um modelo reflexivo, que existe como uma variável contínua ou como um conjunto de variáveis representadas por cinco dimensões (LUMPKIN e DESS, 1996; COVIN e LUMPKIN, 2011).

Desde a década de 1990, um grande número de estudos sobre OE foi desenvolvido. Esses estudos mostram uma homogeneidade robusta, que a maioria dos estudos utiliza abordagem quantitativa e usa modelos de mensuração similares. Entretanto, após

a década de 1990, esse campo mostrou comparativamente pouco desenvolvimento conceitual, embora a pesquisa tenha apresentado heterogeneidade relacionada ao contexto de condução (por exemplo, diferentes tipos de setores e organizações – pequeno, médio e grande; utilizando um grande número de variáveis dependentes e independentes e fatores moderadores e mediadores). Além disso, na última década, vários estudos e metanálises de última geração foram desenvolvidos para construir um denso corpo cumulativo de conhecimento dentro da área (RAUCH, WIKLUND, LUMPKIN et al., 2009; SANTOS, CAETANO, MITCHELL et al., 2017).

Educação empreendedora

A corrente de pesquisa em Educação Empreendedora (EE) tem mostrado grande crescimento dentro das universidades americanas e europeias desde o início da década de 1990, embora ainda haja um intenso debate sobre essa educação (SANTOS, CAETANO, MITCHELL et al., 2017). A revisão sistemática dos métodos utilizados na EE feita por Lorz, Muller e Volery (2013) mostra que existem deficiências metodológicas e questionam o impacto predominantemente positivo da EE, indicando que “mais pesquisas são necessárias para entender melhor a potencial influência dos programas de empreendedorismo nas intenções, conhecimentos e ações dos participantes” (LORZ, MULLER e VOLERY, 2013, p. 145). Eles sugerem que é importante utilizar metodologias de outros campos (por exemplo, psicologia e pedagogia) por meio de um quase-experimento para demonstrar a causalidade; e os métodos de treinamento e ensino podem ser ótimas oportunidades para melhorar os resultados dos programas de empreendedorismo (LORZ, MULLER e VOLERY, 2013). Entretanto, é necessário ter uma base teórica mais forte para as abordagens pedagógicas no empreendedorismo (SANTOS, CAETANO, MITCHELL et al., 2017).

Um dos pioneiros no estudo sobre EE foi Gibb (1987). Ele definiu o termo “cultura empresarial”, abordando a relação entre os conceitos de empreendedorismo, empreendedorismo e pequenas empresas e se o empreendedorismo pode ser socialmente engajado por meio de treinamento e educação.

Empreendedorismo social

Por fim, outra vertente de pesquisa que está começando a receber grande interesse dentro do empreendedorismo é o Empreendedorismo Social (ES). Entretanto, diferentemente de outras linhas de pesquisa dentro do campo, o ES não possui um corpo cumulativo de conhecimento ou modelos teóricos. Dees (1998) é um dos pioneiros no estudo sobre ES.

O ES emerge dos problemas e desafios que surgem na sociedade, tais como: fome, pobreza, falta de água potável e eletricidade, analfabetismo, entre outros. O ES é organizado, em geral, por aspectos coletivos, seja em sua concepção, construção, condução ou alcance de resultados. Nesse tipo de empreendedorismo, há uma combinação de mecanismos de mercado e lógica social da ação. Assim, a prática dialógica entre empreendedores sociais, membros da sociedade civil, governos e até empresas privadas parece ser algo inerente para esse tipo de empreendedorismo (AUSTIN, STEVESON e WEI-SKILLERN, 2012; DEES, 1998; GODÓI-DE-SOUSA e FISCHER, 2012).

Revisão sistemática no empreendedorismo

A revisão sistemática de pesquisa em empreendedorismo tem cerca de 30 a 40 anos e se tornou uma importante área de atividade intelectual envolvendo milhares de estudiosos. No caso do Brasil, o campo de empreendedorismo é muito mais jovem, a partir dos anos 1990. Assim, é hora de olhar para trás, analisar o que foi publicado nas PRBA e tentar identificar as principais oportunidades e os desafios para pesquisadores da área no Brasil. É benéfico refletir periodicamente sobre os conhecimentos adquiridos, a fim de estabelecer uma base para o desenvolvimento futuro do empreendedorismo como campo de pesquisa (LANDSTRÖM, HARIRCHI e ÅSTRÖM, 2012).

Dado o crescente interesse no futuro da pesquisa em empreendedorismo como campo, alguns estudos recentes investigaram sua estrutura científica. Por exemplo, Busenitz, Plummer, Klotz et al. (2014) examinaram a pesquisa em empreendedorismo que foi publicada nos principais periódicos de administração, utilizando a técnica de bibliometria. Eles descobriram que há uma crescente convergência em torno de vários domínios (modo de organização, indivíduos e equipes, ambientes e oportunidades) que compõem a maioria das pesquisas de empreendedorismo. Landström, Harirchi e Åström (2012) utilizaram a análise bibliométrica para identificar os “produtores de conhecimento” que moldaram o campo do empreendedorismo ao longo do tempo e sua pesquisa principal. Descobriram que o empreendedorismo é um campo de pesquisa variável, vinculado a disciplinas como Estudos Gerenciais e Economia, mas com o passar do tempo o campo tornou-se formalizado com seu próprio

conhecimento central, pesquisas específicas e um número crescente de “trabalhos internos”. No entanto, ainda é baseado em alguns fundamentos teóricos antigos importados de disciplinas tradicionais e, no período de 2000-2010, foi possível ver o surgimento de uma série de novas teorias e conceitos específicos de campo.

Su, Zhai e Landström (2015) compararam pesquisas em empreendedorismo na China com EUA e Europa usando a metodologia bibliometria baseada em publicações do Social Science Citation Index nos últimos 10 anos e mostraram que, por um lado, a pesquisa em empreendedorismo na China tem muito em comum com a dos EUA e da Europa. Entretanto, eles descobriram que a pesquisa no empreendedorismo chinês tem sua própria singularidade. Alguns tópicos específicos ao contexto atraem a atenção acadêmica na China, tais como: internacionalização e contextualização, que são duas áreas que contribuem para a similaridade e a singularidade, respectivamente. Landström, Harirchi e Åström (2012) e Busenitz, Plummer, Klotz et al. (2014) argumentam que, para desenvolver com sucesso a pesquisa em empreendedorismo no futuro, é necessário relacionar novas oportunidades de pesquisa ao conhecimento prévio dentro do campo, o que requer um enfoque mais “baseado no conhecimento”. Assim, uma análise mais aprofundada dos artigos publicados nas PRBA pode fornecer informações importantes sobre o estado atual desses estudos no Brasil.

Método

A revisão sistemática requer uma definição clara da estratégia de busca, estabelecendo critérios para inclusão e exclusão de artigos e uma análise crítica da qualidade dos artigos (PETTICREW e ROBERTS, 2006). Embora não haja consenso sobre como desenvolver uma revisão sistemática ou análise bibliométrica, existem alguns passos a seguir (BREI, VIEIRA e MATOS, 2014). Assim, uma diretriz foi desenvolvida com base no que foi feito no contexto da revisão sistemática brasileira. O primeiro passo foi selecionar o banco de dados para empreendedorismo e os periódicos a serem incluídos na pesquisa. Foram utilizados os seguintes critérios: (1) incluir apenas as PRBA com o maior fator de impacto no Brasil (Qualis A2), utilizando o sistema Capes tanto em 2012 quanto em 2014; (2) selecionar apenas os periódicos com diretrizes editoriais gerais em todas as áreas de administração; (3) escolher um período para análise, que neste estudo foi de 2000 a 2014, para analisar a evolução das publicações no campo. Os periódicos *Brazilian Business Review* e *Gestão & Produção* não foram consideradas devido ao fato de que em 2014 eles foram rebaixados de A2 para B1 (CAPES, 2015).

Seguindo esses critérios, as PRBA selecionadas foram RAC, RAE, RAUSP, RAP, BAR e O&S. Todos os artigos analisados estavam disponíveis nos respectivos sites dos periódicos. Os artigos foram selecionados por meio de uma pesquisa sistemática e abrangente com palavras-chave, utilizando os seguintes termos: empreendedorismo (*entrepreneurship*), empreendedor (*entrepreneur*), orientação empreendedora (*entrepreneurial orientation*). Para garantir o escopo dos artigos, foi realizada uma busca no banco de dados SciELO (www.scielo.org), considerando o mesmo período, periódicos e palavras-chave, confirmando os dados obtidos diretamente nos sites das revistas, que representaram um total de 72 artigos de empreendedorismo. A coleta de dados foi realizada em 2015 e analisada durante 2015 e 2016. Para desenvolver uma boa descrição e análise confiável, foi utilizado o software Mendley, que é uma combinação de solicitação de desktop e website, permitindo gerar estatísticas sobre os artigos selecionados (YAMAKAWA, KUBOTA, BEUREN et al., 2014).

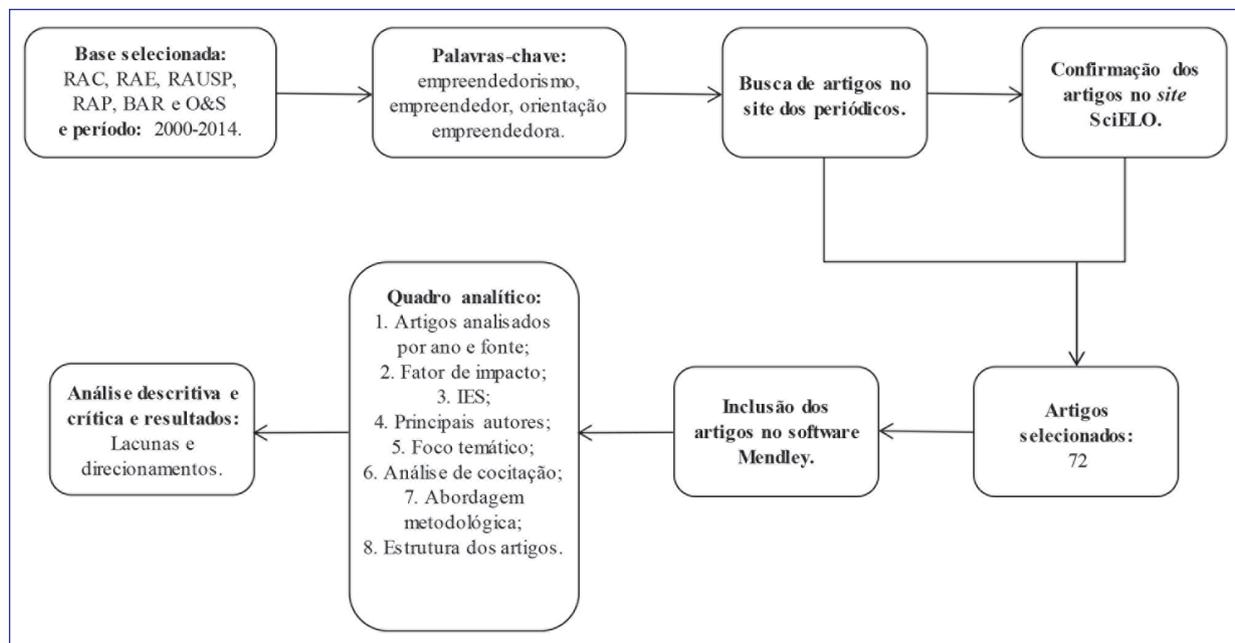
Foi desenvolvido um quadro analítico que incluiu informações e categorias importantes por item, que podem ser classificadas em oito grupos (Figura 1):

1. artigos: analisados por ano (2000-2014) e fonte (PRBA) de publicação.
2. fator de impacto: classificação dos periódicos brasileiros de empreendedorismo, segundo a classificação do SCImago Journal Rank (SJR, 2015). A escolha da SJR foi devido ao fato de ser o maior, mais conhecido e o primeiro serviço a oferecer uma fonte alternativa de acesso aberto de indicadores ao tradicional Journal Citation Reports (JCR), que agora pertence à Thomson Reuters e requer uma assinatura para acessar os dados (JACSÓ, 2013). Enquanto o JCR contém mais de 8.000 periódicos de banco de dados em 171 categorias e nas ciências sociais abrange mais de 2.900 periódicos em 55 tipos de assuntos (MUTHAMILARASAN e PRASAD, 2014), o SJR contém cerca de 20.000 periódicos e outros periódicos da Elsevier para o banco de dados Scopus (JACSÓ, 2013).
3. instituições de ensino superior (IES): verificação do número de artigos publicados por cada IES e se as IES com mais de dois artigos publicados no período (2000-2014) possuíam um centro de empreendedorismo.
4. autores principais: autoria ordenada por número de publicações e IES afiliada (considerando apenas a primeira instituição afiliada). Posteriormente, verificou-se se esses autores consideram o empreendedorismo como uma das principais áreas de pesquisa e se publicam algum artigo em periódicos internacionais de empreendedorismo selecionados

- no passo (2), por meio da análise do currículo dos principais pesquisadores brasileiros de empreendedorismo que publicaram pelo menos dois artigos nas PRBA entre 2000-2014.
5. foco temático: cada artigo foi alocado de acordo com a abordagem principal utilizada. Quando houve dúvidas sobre o tema principal, selecionou-se aquele com referencial teórico com maior peso para o estudo.
 6. análise de cocitação: refere-se à frequência de cocitação definida como o número de vezes que dois documentos foram citados em conjunto nos artigos. Além disso, uma rotina de agrupamento foi utilizada para examinar todos os documentos citados, procurando autores que sejam de interesse e relevância para os pesquisadores brasileiros (SU, ZHAI e LANDSTRÖM, 2015).
 7. abordagem metodológica: os métodos de pesquisa utilizados nos artigos foram organizados em quatro categorias principais:
 - a. tipos de estudo: classificado como teórico (sem coleta e/ou análise de dados) e empírico (com coleta e/ou análise de dados).
 - b. tipos de análises: qualitativa, quantitativa ou mista (qualitativa e quantitativa).
 - c. tipos de dados: primário, secundário ou misto (primário e secundário).
 - d. técnicas de análises: classificada de acordo com as informações fornecidas nos artigos.
 8. estrutura dos artigos: os artigos foram lidos, e as principais estruturas (introdução, metodologia, discussão e conclusão etc.), analisadas.

Figura 1

Etapas da revisão sistemática



Fonte: Elaborada pelos autores.

RESULTADOS, ANÁLISES E DISCUSSÕES

Artigos analisados

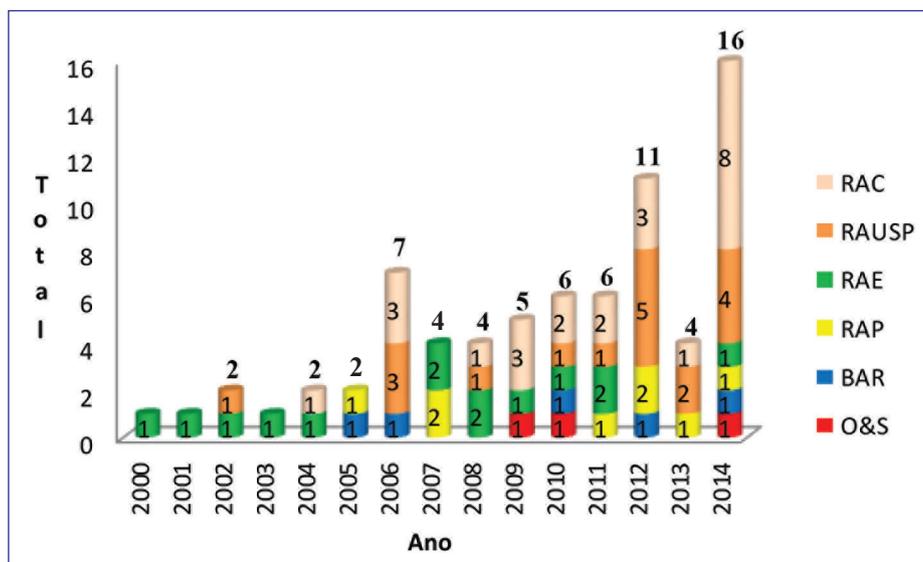
Analisando a fonte dos artigos (Figura 2), constatou-se que até 2005 a pesquisa em empreendedorismo no Brasil era incipiente. O número total de publicações foi de apenas nove artigos, em que a RAE surgiu como o principal periódico. As publicações cresceram 367% no período 2000-2005. De 2006 a 2009 observou-se um período produtivo, no qual houve uma evolução quantitativa dos artigos de empreendedorismo, com uma publicação média de cinco artigos por ano. Nesse período, a RAC,

com sete artigos, começou a emergir e ultrapassar a RAE (cinco artigos) como a principal fonte de publicações. A partir de 2010, a produção média do período anterior aumentou para aproximadamente nove artigos por ano. Em 2014, a produção atingiu um número sem precedentes de 16 artigos, superando o recorde anterior de 11 artigos em 2012.

Durante o período 2010-2014, RAC (16 artigos) foi o principal periódico para publicação de artigos de empreendedorismo, e RAUSP (13 artigos) emergiu como vice-campeã. Considerando todo o período de 2000 a 2014, RAC representou 33,3%; RAUSP, 25%; RAE, 19,4%; RAP, 11,1%; BAR, 6,9%; e O&S, 4,2% da produção científica brasileira em empreendedorismo. Uma indicação importante da qualidade e legitimidade da pesquisa para todas as disciplinas são suas publicações em importantes periódicos acadêmicos. Quando a presença de uma área em periódicos tradicionais é limitada, questões relativas a precisão, limites conceituais e aceitação como tema acadêmico parecem se tornar questões importantes (BUSENITZ, PLUMMER, KLOTZ et al., 2014).

Figura 2

Número de artigos analisados por ano e fonte



Fonte: Elaborada pelos autores.

Esse cenário é mais crítico no Brasil devido à falta de periódicos acadêmicos de alta qualidade dedicados exclusivamente ao empreendedorismo. No entanto, deve-se considerar que a área de empreendedorismo é relativamente nova e as revistas especializadas em empreendedorismo são recentes. Embora a área apresente vários desafios, ela pode ser um campo interessante de pesquisa para desenvolvimento devido às muitas oportunidades que oferece. Pesquisa de Busenitz, Plummer, Klotz et al. (2014) indicou que, hoje em dia, os artigos de empreendedorismo têm uma presença significativa nos principais jornais internacionais de Administração, mostrando sinais de crescente legitimidade do empreendedorismo como foco de estudo. No Brasil, talvez uma forma de aumentar o impacto do empreendedorismo na área seja a criação de chamadas para trabalhos com temas especiais sobre empreendedorismo.

Comparativo entre os fatores de impacto dos periódicos nacionais e internacionais

Para verificar o impacto das publicações nas PRBA, foram utilizados os critérios adotados pelo SJR (2016), que incluem: SJR, H *index* e citações por documento, para classificar os periódicos pelo fator de impacto. Além disso, verificou-se o impacto de periódicos internacionais focados exclusivamente no empreendedorismo para comparação com as PRBA utilizando os mesmos critérios. A Tabela 1 apresenta os fatores de impacto em periódicos brasileiros, classificando-os de acordo com o SJR. Entre as PRBA, RAE ficou em primeiro lugar (SJR = 0,207) e BAR (SJR = 0,188) em terceiro. A Revista *Gestão & Produção* (SJR = 0,193), periódico B1 da Capes, em 2014, ficou em segundo lugar.

Esses indicadores mostram que o impacto da produção brasileira ainda é baixo internacionalmente, considerando que alguns periódicos com menor classificação segundo a Capes (Qualis B1) possuem fator de impacto no mesmo nível das PRBA, e os demais periódicos aqui pesquisados (RAC, RAUSP, RAP e O&S) não estão listados no SJR. Isso significa que muito ainda precisa ser feito na academia brasileira para que a produção científica tenha um impacto efetivo tanto a nível nacional quanto internacional.

Tabela 1
Fator de impacto das revistas brasileiras de administração

Classificação	Revistas Brasileiras de Administração	Fator de Impacto 2015		
		SJR	H Index	Citaç./Doc. (2 anos)
1	Revista de Administração de Empresas	0,207	6	0,46
2	Gestão & Produção	0,193	9	0,30
3	Brazilian Administration Review	0,188	6	0,21
4	Revista Brasileira de Orientação Profissional	0,168	3	0,04
5	Revista Brasileira de Gestão de Negócios	0,150	4	0,16

Fonte: SCImago Journal & Country Rank (SJR, 2017).

No âmbito internacional, observa-se que os periódicos com foco em empreendedorismo (ver Tabela 2) que melhor se posicionam em termos de índice (considerando a classificação SJR) estariam muito bem posicionados no Brasil (considerando a classificação da Capes). Os primeiros 16 periódicos têm fatores de impactos que variam de 4,24 a 0,237, que são superiores à PRBA. Em termos de influência das publicações, a RAE (classificada em primeiro lugar entre os nacionais) ficaria em 17º lugar entre os 18 periódicos internacionais de empreendedorismo, e BAR estaria em 18º lugar.

Portanto, o impacto das PRBA ainda é limitado, mesmo quando comparado a uma área específica (empreendedorismo). Embora haja mais concorrência para a publicação de artigos em periódicos internacionais, existe uma janela de oportunidades para pesquisadores brasileiros publicarem seus trabalhos em periódicos internacionais de empreendedorismo.

Talvez, com o impacto de suas publicações internacionais, as PRBA possam dar mais oportunidades ao tema empreendedorismo e, assim, legitimar e consolidar-se como um promissor campo de pesquisa. Entretanto, para que isso aconteça, os pesquisadores brasileiros precisam realizar estudos interessantes e com metodologias fortes.

Tabela 2
Fator de impacto dos periódicos internacionais de administração

Classificação	Periódicos Internacionais de Administração	Fator de Impacto 2015			
		SJR	H Index	Citac./Doc (2 anos)	País
1	<i>Entrepreneurship Theory and Practice</i>	4,240	80	4,133	EUA
2	<i>Strategic Entrepreneurship Journal</i>	3,377	12	2,919	EUA
3	<i>Entrepreneurship and Regional Development</i>	1,397	56	2,586	GBR
4	<i>Foundations and Trends in Entrepreneurship</i>	1,200	19	2,857	EUA
5	<i>International Journal of Gender and Entrepreneurship</i>	0,638	6	1,543	GBR
6	<i>Journal of International Entrepreneurship</i>	0,549	23	1,438	HOL
7	<i>International Entrepreneurship and Management Journal</i>	0,489	27	1,120	EUA
8	<i>Journal of Social Entrepreneurship</i>	0,446	10	1,500	GBR
9	<i>Journal of Entrepreneurship Education</i>	0,322	6	0,244	EUA
10	<i>International Journal of Entrepreneurship and Small Business</i>	0,294	16	0,770	GBR
11	<i>International Journal of Entrepreneurship and Innovation</i>	0,287	4	0,786	GBR
12	<i>World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development</i>	0,280	8	0,492	GBR
13	<i>Journal of Developmental Entrepreneurship</i>	0,271	13	0,727	SIN
14	<i>Journal of Entrepreneurship</i>	0,253	8	0,429	IND
15	<i>International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management</i>	0,238	15	0,255	GBR
16	<i>Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship</i>	0,237	2	0,158	GBR
17	<i>International Journal of Entrepreneurship</i>	0,167	5	0,188	EUA
18	<i>Academy of Entrepreneurship Journal</i>	0,165	5	0,007	EUA

Fonte: SCImago Journal Rank (SJR, 2017a).

Instituições de ensino superior envolvidas em pesquisa

O total de instituições envolvidas em pesquisa de empreendedorismo (131) está bem acima dos 72 artigos publicados. Isso pode ser um bom indicador do crescente interesse em relação à realização de pesquisas na área. A grande maioria dos artigos foi escrita por dois ou três autores (59,7%) de diferentes IES, o que sugere o uso de complementaridades ou sinergias entre esses autores e IES. Na classificação das IES, FGV-SP ocupa o primeiro lugar no número de artigos (10 ou 7,7%). Juntas, as 12 IES representam 47,3% de todos os artigos publicados o que indica alguma concentração, e isso é evidência de um potencial crescente de pesquisa e publicações no caso de outras IES aumentarem seus esforços de pesquisa (ver Tabela 3).

A partir dos resultados da Tabela 3, as IES com pelo menos três artigos publicados durante o período de 2000-2014 foram verificadas para ver quais tinham um centro de empreendedorismo (CE). Segundo pesquisa de Hashimoto (2012), no Brasil existem 33 CE, sendo 22 na região Sudeste (66,7%) e 15 no estado de São Paulo (45,5%). Entre as seis melhores do *ranking*, PUC-MG, UFLA e UEM não possuem CE, mas PUC-MG possui uma linha de pesquisa focada no empreendedorismo e nas redes corporativas, justificando o segundo lugar da PUC-MG.

Tabela 3

Número de artigos publicados por instituições

Classificação	Instituições de Ensino Superior	Nº de Artigos
1	Fundação Getulio Vargas (FGV-SP)	10
2	Pontifícia Universidade Católica (PUC-MG)	9
3	Universidade de São Paulo (USP)	8
4	Universidade Nove de Julho (Uninove)	6
5	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	5
6	Pontifícia Universidade Católica (PUC-SP)	4
	Universidade Estadual de Maringá (UEM)	4
	Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)	4
7	Centro Universitário FEI (FEI)	3
	Universidade Federal de Lavras (UFLA)	3
	Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)	3
	HEC Montreal (CAN)	3
8	Outros (2 artigos ou menos)	69
Total		131

Fonte: Elaborada pelos autores.

Nota. * Nos casos em que o autor estava afiliado em duas ou mais instituições quando publicou o artigo, considerou-se a primeira IES.

Embora autores e CE não trabalhem necessariamente juntos de forma eficaz, levando a uma produção científica eficaz, a experiência internacional dos CE mostra que há uma correlação entre pesquisa e publicação dos trabalhos realizados pelos CE. Portanto, a criação de CE no Brasil, que é relativamente nova (média de 5 anos) (HASHIMOTO, 2012), juntamente com a experiência da PUC-MG com a criação de linhas de pesquisas focadas no empreendedorismo, pode ser uma forma de impulsionar o impacto da produção científica brasileira.

Principais autores

A proporção do número de autores por artigo foi mais frequente para dois (47,2%). Cerca de um terço dos artigos foram escritos por três autores. Em relação aos principais pesquisadores (ver Tabela 4), Vale, da PUC-MG, está no topo com nove artigos, principalmente relacionados ao subtema redes (ou alianças). Em segundo lugar, com quatro publicações, está Machado, da UEM, (subtema: empreendedorismo), seguido de Nassif (subtema: comportamento empreendedor), que publicou três artigos

pela Mackenzie e Uninove. Dez autores de diferentes IES dividem o quarto lugar com dois artigos cada. É importante notar que a grande maioria dos autores do empreendedorismo (76,2%) publicou apenas um artigo nos últimos 15 anos (2000-2014). Isso sugere que muitos dos autores não consideram o empreendedorismo como sua área central de pesquisa ou que ainda há pouco espaço para esses pesquisadores nas PRBA.

Tabela 4

Principais autores de empreendedorismo

Classif.	Autor	Instituição	Freq.	%	*Produção Internacional	Pesquisa principal empreendedorismo?
1	Vale, Gláucia M. V.	PUC-MG	9	6,0%	0	Sim
2	Machado, Hilka P. V.	UEM	4	2,6%	0	Sim
3	Nassif, Vânia M. J.	Mackenzie/ Uninove	3	2,0%	0	Sim
4	Alves, Mário A.	FGV-SP	2	1,3%	0	Não
	Amâncio, Robson	UFLA	2	1,3%	0	Não
	Borini, Felipe M.	ESPM	2	1,3%	1	Não
	Corrêa, Victor S.	PUC-MG	2	1,3%	0	Sim
	Freitas, Henrique	UFRS	2	1,3%	0	Não
	Hashimoto, Marcos	FACCAMP	2	1,3%	1	Sim
	Martens, Cristina D. P.	Uninove	2	1,3%	0	Sim
	Martes, Ana C. B.	FGV-SP	2	1,3%	0	Não
	Melo, Pedro L. R.	PUC-SP	2	1,3%	0	Não
	Mendonça, Patrícia M. E.	FEI	2	1,3%	0	Não
5	Outros (1 publicação)		115	76,2%		
	Total		151	100%		

Fonte: Elaborada pelos autores.

Nota. * Foram considerados como produção internacional em empreendedorismo somente os periódicos listados em SJR da Tabela 2.

Por fim, foi realizada uma análise para verificar se os autores brasileiros que mais publicaram sobre empreendedorismo consideram esse tema como seu principal campo de pesquisa. Além disso, a análise procurou identificar se esses autores possuem alguma publicação em revistas internacionais de empreendedorismo listadas na Tabela 2. O currículo dos quatro melhores autores publicados (13 no total) classificados até 2014 foram analisados. Os resultados indicam (ver Tabela 4) que apenas dois autores, Borini (um artigo na *International Entrepreneurship and Management Journal*) e Hashimoto (um artigo no *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*), publicaram em revistas internacionais de empreendedorismo. Além disso, 53,8% dos 13 autores listados não consideram o empreendedorismo como seu campo principal de pesquisa.

Isso levanta a questão: por que esses (53,8%) autores não consideram o empreendedorismo como seu foco de pesquisa principal? Por que os autores restantes não estão considerando o cenário internacional? É verdade que não existe uma fonte de dados secundários brasileira para o empreendedorismo e é difícil contatar a alta gerência das empresas. Como um campo recente, não seria um pouco mais fácil encontrar perguntas de pesquisa interessantes para publicação? É claro que, para o cenário internacional, é mais complicado, mas com muitos periódicos internacionais há também uma ampla gama de oportunidades. Nesse sentido, para um artigo ser considerado interessante, a pesquisa precisa desafiar as suposições atuais sobre o fenômeno em questão, opor-se ao conhecimento comum, desafiar a teoria bem trabalhada, métodos, bom ajuste de dados e teoria.

Foco temático

Entre os 33 diferentes assuntos que mais despertaram o interesse dos autores pela literatura sobre empreendedorismo no Brasil, o tópico “empreendedor” lidera, respondendo por 12,5% das publicações no período de 2000-2014. Em seguida vem: empreendedorismo social (11,1%), redes (8,3%), orientação empreendedora e empreendedorismo feminino (6,9%). Os tópicos com menor interesse de pesquisa foram: dinâmica, base de recursos, capital de risco, *effectuation/causation*, empreendedorismo corporativo, estratificação social e mobilidade, governança, incubadoras, inovação, organização industrial, risco empresarial, sobrevivência de empresas, teoria da probabilidade adaptativa, empreendedorismo criativo, empresa familiar e jovem empreendedor, conforme mostra a Tabela 5.

Tabela 5
Classificação dos artigos publicados

Classificação	Tema de pesquisa	Freq.	%	% Acum
1	Empreendedor	9	12,5%	12,5%
2	Empreendedorismo social	8	11,1%	23,6%
3	Redes	6	8,3%	31,9%
4	Orientação empreendedora	5	6,9%	38,9%
	Empreendedorismo feminino	5	6,9%	45,8%
5	Capital social	3	4,2%	50,0%
	Educação empreendedora	3	4,2%	54,2%
	Teoria institucional	3	4,2%	58,3%
6	Comportamento empreendedor	2	2,8%	61,1%
	Ética no empreendedorismo	2	2,8%	63,9%
	Franquias	2	2,8%	66,7%
	Internacionalização	2	2,8%	69,4%
	Teoria econômica	2	2,8%	72,2%
7	Outros: dinâmica, base de recursos, capital de risco, <i>effectuation/causation</i> , empreendedorismo corporativo, estratificação social e mobilidade, governança, incubadoras, inovação, organização industrial, risco empresarial, sobrevivência de empresas, teoria da probabilidade adaptativa, empreendedorismo criativo, empresa familiar e jovem empreendedor.	20	27,8%	100%
Total		72	100%	

Fonte: Elaborada pelos autores.

Houve uma fragmentação de tópicos dentro do empreendedorismo no Brasil, com 45,8% de temas diferentes na academia brasileira. Talvez, essa fragmentação reflita um novo campo de pesquisa. A maioria dos autores que publicam nas PRBA não considera o empreendedorismo como principal linha de pesquisa. Alternativamente, pode-se argumentar que a pesquisa brasileira de empreendedorismo tem sua própria singularidade ou, como Landström, Harirchi e Åström (2012) disseram, ser um campo mutável vinculado a disciplinas como estudos de gestão.

Este estudo identificou potenciais áreas de pesquisa, alinhadas ao contexto internacional e brasileiro, a serem exploradas. Por exemplo, orientação empreendedora é uma das poucas áreas em que o corpo cumulativo de conhecimento foi desenvolvido (RAUCH, WIKLUND, LUMPKIN et al., 2009) e, no Brasil, é uma questão estudada por apenas 6,9% dos artigos. Outros tópicos mais recentes, como educação empreendedora e empreendedorismo internacional, oferecem possibilidades crescentes para o desenvolvimento de pesquisas. Finalmente, de acordo com a pesquisa bibliométrica de Busenitz, Plummer, Klotz et al. (2014), com 219 artigos, no período de 2000-2009, nos principais periódicos internacionais de administração (AMJ, AMR, SMJ, JOM, OS, MS e ASQ), 37% estavam relacionados ao modo organizacional; 17%, a indivíduos e equipes, 14% ao meio ambiente e 12% para oportunidades. Assim, questões relacionadas a alianças, redes, arranjos organizacionais, indústria e outros temas estratégicos dentro do modo organizacional continuam sendo áreas importantes para pesquisa. A integração da pesquisa de

empreendedorismo com outras disciplinas mais estabelecidas, como estratégia, economia e comportamento organizacional, ainda tem uma forte presença em: AMJ, AMR, SMJ, JOM, OS, MS e ASQ.

Comparando a pesquisa brasileira com o estágio inicial da pesquisa global em empreendedorismo, uma semelhança a ser destacada é a fragmentação dentro do campo. Como os estudiosos do empreendedorismo brasileiro buscam ideias amplas e tópicos de escopo que tenham algumas ligações com o campo multidisciplinar, o desafio será descobrir maneiras de conectar essa multiplicidade de esforços. O desejo é que todos os pesquisadores de empreendedorismo considerem oferecer maneiras de se conectar à rede mais ampla de acadêmicos de empreendedorismo em geral, enquanto esses acadêmicos podem falar com os especialistas de sua comunidade (GARTNER, 2014).

Como campo de elevada multidisciplinaridade, é de grande importância entender o contexto e as suposições nas quais essas teorias são baseadas e as raízes, envolvidas. Entretanto, se os pesquisadores brasileiros não conseguirem fazê-lo, isso pode conduzir os estudiosos brasileiros a aplicar de maneira errada e interpretar mal as teorias utilizadas (LOHRKE e LANDSTRÖM, 2010). Conforme Fayolle (2014, p. 1) indicou, “uma visão mais sutil do empreendedorismo também está se desenvolvendo na área, dando alguma importância à cognição, intuição, emoção, fracasso, aprendizado e especialização, e se tornou mais orientada pela teoria”. Pesquisadores identificaram a ação empreendedora, suas teorias e mecanismos, por exemplo: *effectuation/causation*, improvisação e bricolagem (FAYOLLE, 2014).

Cocitações

A Figura 3 apresenta um mapa das cocitações das obras mais citadas nos artigos brasileiros de empreendedorismo nas PRBA de 2000-2014. Embora os estudiosos de empreendedorismo brasileiro estejam centrados relativamente nas mesmas referências, eles podem ser divididos em quatro domínios de pesquisa. A pesquisa brasileira usa como referência os artigos clássicos de empreendedorismo. As cocitações no Brasil têm algumas semelhanças principalmente com EUA (*clusters 1 e 2*), um pouco menos com Europa (*cluster 2*) e China (*cluster 1*) em comparação aos resultados de Su, Zhai e Landström (2015). Ao contrário da China, o Brasil não possui contextualização própria. A “contextualização brasileira” poderia ser interessante para o desenvolvimento do empreendedorismo no país.

Cluster 1: grupo de estudos focados em estrutura social e redes. Os artigos centrais desse grupo são: “Strength and weak ties” (GRANOVETTER, 1973 – quarto artigo mais citado), “Economic action and social structure” (GRANOVETTER, 1985 – terceiro artigo mais citado) e “Structural hole” (BURT, 1992 – sexto mais citado). Esses artigos, que destacam a inserção social do comportamento empreendedor, abordam como as redes podem influenciar o reconhecimento de oportunidades, a aquisição de recursos e o desempenho de novos empreendimentos.

Cluster 2: grupo de estudos baseados na teoria clássica de economia e gestão. O artigo de Schumpeter (1934) é considerado um dos estudos pioneiros e inovadores, que chamou atenção do campo de empreendedorismo, distinguindo-o da economia tradicional baseada em escala e enfatizando o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico. Schumpeter (1934) foi o artigo mais citado pelos pesquisadores brasileiro. O estudo seminal de Shane e Venkataraman (2000), segundo artigo mais citado, que estimulou um intenso debate entre os acadêmicos sobre a promessa do empreendedorismo como campo de pesquisa, também é central para esse grupo.

Cluster 3: grupo relacionado ao empreendedor e à criação de novos empreendimentos. A pesquisa de McClelland (1972), que analisa as características psicológicas que predisõem um indivíduo ao empreendedorismo, e de Gartner (1988), “Who is the entrepreneur?”, são os principais artigos desse grupo. A nova estrutura de criação de empreendimentos é formada por quatro grandes perspectivas: indivíduos, organizações, ambiente e processo de criação de empreendimentos (GARTNER, 1985).

Cluster 4: foca no estudo da orientação empreendedora de dois autores principais: Lumpkin e Dess (1996), quinto artigo mais citado, que criaram um constructo multidimensional com cinco variáveis: autonomia, inovação, capacidade de assumir riscos, proatividade e competitividade agressiva; e Miller (1983), cuja orientação empreendedora tem três variáveis (unidimensional): inovação, capacidade de assumir riscos e proatividade. Grande atenção foi dada a metodologias de pesquisa qualitativa, tal como análise de conteúdo.

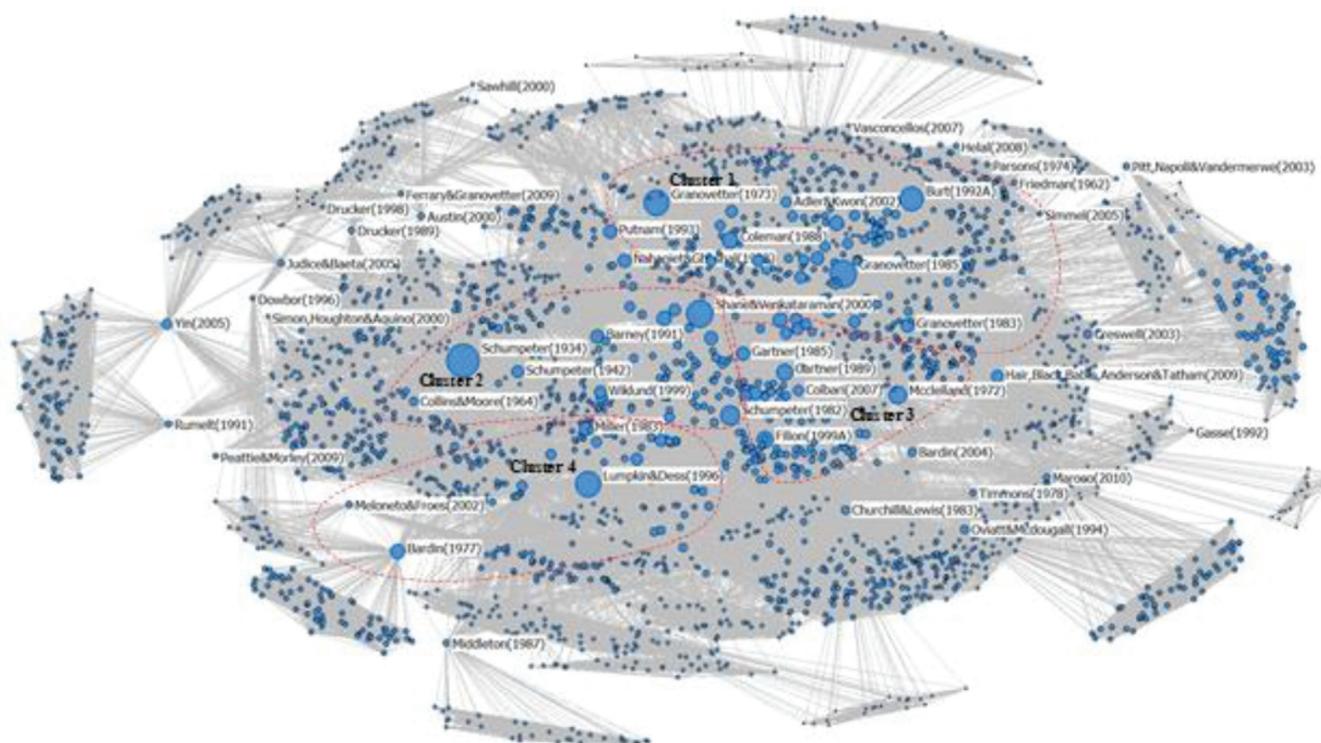
ABORDAGEM METODOLÓGICA

A Tabela 6 mostra que 75% dos estudos foram empíricos e 25% de artigos, teóricos. Os estudos empíricos foram classificados de acordo com a fonte de dados e o objetivo do estudo. Os resultados indicam que a grande maioria são de dados primários (coletados em campo), com 79,6%, seguidos por dados secundários (11,1%) e dados mistos (9,3%, coletados em campo e dados secundários). Em relação ao objetivo do estudo, mais da metade dos artigos utilizaram abordagem qualitativa (51,9%), seguida

por abordagem quantitativa (37%). Entre as pesquisas quantitativas utilizando levantamento (20 de 54), as principais técnicas de análise de dados foram: análise fatorial (21,9%), regressão (18,8%), análise percentual (15,6%) e descritiva (12,5%). Estudos utilizando abordagens qualitativa e quantitativa em conjunto foram a minoria, com apenas 11,1%, indicando oportunidades para realizar mais pesquisas usando abordagens mistas.

Figura 3

Mapa de cocitação dos trabalhos mais citados por pesquisas brasileiras nas PRBA



Fonte: Elaborada pelos autores.

Como as hipóteses testadas em estratégia de negócios e empreendedorismo são complexas e a relação entre estrutura da indústria, posição competitiva e desempenho é dinâmica, seria interessante usar abordagens qualitativas e quantitativas juntas (HARRIGAN, 1983). Os benefícios da combinação de metodologias qualitativas e quantitativas para formar um quadro mais completo de um fenômeno superam em muito os custos de tempo e esforço. A implementação dessa estratégia metodológica mais completa, entretanto, requer que os pesquisadores se familiarizem e se sintam mais confortáveis com os fundamentos ontológicos, epistemológicos e metodológicos das pesquisas qualitativa e quantitativa (SHAH e CORLEY, 2006).

Quanto à abordagem qualitativa (28 de 54), 60,7% dos estudos realizaram entrevistas, sendo que 52,9% realizaram 13 ou mais entrevistas, mostrando um cenário relativamente bom. Embora não haja um número definido pela literatura, geralmente é seguro assumir uma entrevista mínima exigida entre 8 e 10, mas recomenda-se o princípio de “saturação teórica” para definir o número apropriado de entrevistas (FISCHER, CASTILHOS e FONSECA, 2014). Nesse sentido, deve-se atentar para o número de poucas entrevistas (até 6) realizadas em sete estudos, representando 41,2% do total de entrevistas.

Os estudos de caso representaram 39,3%, sendo que 36,4% foram de casos únicos e apenas 27,3%, de casos múltiplos. Esses dados indicam oportunidades para desenvolver estudos de caso mais robustos para o desenvolvimento teórico. Teorias desenvolvidas por meio de estudos de casos são importantes pela novidade, testabilidade e validação empírica, intimamente relacionadas com os dados coletados principalmente para pesquisas em novas áreas nas quais as teorias existentes são inadequadas. A metodologia do estudo de caso é considerada robusta se apresentar teorias interessantes ou implementação de teorias que passam em testes de confiabilidade (EISENHARDT, 1989). Entretanto, como apontado por Yin (2010), essas teorias podem se restringir ao caso específico estudado, não sendo muito apropriado generalizar devido ao “rigor científico”

do método utilizado. Uma maneira de minimizar a limitação do uso de estudo de caso seria a triangulação com teorias e replicação, além da revisão do trabalho por informantes-chave no estudo de caso.

A pesquisa qualitativa nas PRBA poderia contribuir para a sociedade ao se utilizar de uma metodologia de pesquisa “*engaged scholarship*” (estudo engajado) no empreendedorismo para suprir uma lacuna entre teoria e prática. Van de Ven e Johnson (2006, p. 803) definem *engaged scholarship* como “uma forma colaborativa de investigação na qual acadêmicos e profissionais alavancam suas diferentes perspectivas e competências para co-desenvolverem conhecimentos sobre um problema ou fenômeno complexo que existe sob condições de incerteza encontradas no mundo”. Como seu estudo afeta seu engajamento? Além do rigor metodológico, quais são os seus critérios para avaliar a pesquisa em empreendedorismo? As respostas a essas questões poderiam ser obtidas por meio de: (1) excelência científica e/ou tecnológica (relevante e legítima para o tema abordado); (2) a qualidade da pesquisa; (3) impacto do estudo, engajamento, compartilhar seu conhecimento com a sociedade ao publicar artigos ou matérias em jornais ou blogs para se aproximar do grande público. Esse tipo de pesquisa pode ser muito interessante e pode ser uma maneira de exercitar o empreendedorismo na prática. No entanto, para ser publicado em periódicos de ponta, é necessário seguir o rigor e trazer contribuições à literatura.

Tabela 6

Indicadores metodológicos dos artigos publicados

Características	Frequência	% artigos
Total	72	100%
Teóricos	18	25.0%
Empíricos	54	75.0%
Tipo de dados	54	
Primários (coletados em campo)	43	79.6%
Secundários	6	11.1%
Primários e secundários	5	9.3%
Tipos de abordagens	54	
Qualitativa e quantitativa (mista)	6	11.1%
Quantitativa	20	37.0%
Técnica de análise	32	
Análise fatorial	7	21.9%
Regressão	6	18.8%
Análise percentual	5	15.6%
Descritiva	4	12.5%
Modelagem de equações estruturais	3	9.4%
Teste t	3	9.4%
ANOVA	1	3.1%
Longitudinal	1	3.1%
Média	1	3.1%
Teste qui-quadrado	1	3.1%
Qualitativa	28	51.9%
Entrevistas	17	60.7%
1 entrevista	1	5.9%
2 entrevistas	2	11.8%
3 entrevistas	2	11.8%
4 entrevistas	1	5.9%
6 entrevistas	1	5.9%
9 entrevistas	1	5.9%
13 entrevistas ou mais	9	52.9%
Estudo de caso	11	39.3%
Simples	4	36.4%
Duplos	4	36.4%
Múltiplos	3	27.3%

Fonte: Elaborada pelos autores.

Estrutura dos artigos

Ao ler e analisar os artigos de empreendedorismo brasileiro, o maior problema estava relacionado à discussão/conclusão, que geralmente é uma das partes mais relevantes de um artigo. Os artigos apresentaram meras descrições dos principais resultados, fazendo uma conexão com a literatura. No entanto, a maioria dos autores não iniciou essa seção reafirmando o objetivo do estudo, não mencionou as contribuições teóricas, implicações práticas, e muitos deles não indicaram as limitações da pesquisa, e as sugestões para futuras pesquisas foram gerais, com pouca contribuição para o desenvolvimento de teoria e estudos posteriores.

Entretanto, o que mais impressiona quando se comparam artigos nacionais e internacionais é que os artigos brasileiros não explicam as implicações do estudo. Mais da metade dos artigos não relatou explicitamente ou claramente as contribuições teóricas, e poucos transmitiram práticas explícitas ou implicações gerenciais. Em relação à introdução, os artigos brasileiros não expõem as contribuições, o que é uma prática comum em artigos internacionais. A questão de pesquisa não apareceu na maioria dos artigos brasileiros. Embora a relevância prática para a academia não seja tão importante, especialmente na discussão de rigor *versus* relevância, alguns artigos brasileiros apresentam fragilidades metodológicas.

A escrita de um artigo é um passo crucial na publicação de pesquisas. A estrutura do artigo é importante para torná-lo uma publicação de alto impacto, especialmente porque é um esqueleto, atuando como um guia, oferecendo uma base tanto para o leitor quanto para o revisor. Embora uma boa estrutura não garanta um bom artigo, artigos de alto impacto tendem a ter uma estrutura diferente. A ênfase de artigos com alto impacto recai em: (1) revisão teórica (literatura), que define o contexto no qual o problema está inserido; e (2) conclusão e/ou discussão, que exploram a contribuição teórica e a implicação prática do estudo e como traz uma contribuição nova para a teoria ou estende a literatura em relação ao conhecimento existente. Embora as outras seções do artigo sejam relevantes, há uma tendência lamentável para alguns autores de colocar muita ênfase nelas (SUN e LINTON, 2014). Os três pilares principais para a publicação de artigos de alto impacto são os fundamentos: macro, meso e micro (FAYOLLE e WRIGHT, 2014):

(1) Macro: autor como indivíduo (formação, valores, aspirações) e pesquisador (tese tradicional *versus* tese baseada em artigos).
(2) Meso: dividido em três subitens – (a) a questão da pesquisa deve ser interessante, profunda (perspicaz), nova e original, além de estar alinhada à literatura da área de investigação (estado da arte, lacunas, desafios, etc.); (b) desenho da pesquisa com referencial teórico alinhando a métodos e dados, mostrando grande nível de coerência dentro da pesquisa. Deve haver coerência entre a questão de pesquisa e seu *design*; (c) a escrita (essência da pesquisa) como forma de obter inspiração dos melhores periódicos da área, aprendendo, levando em consideração múltiplas experiências ao tentar usar colegas e membros da rede. (3) Micro: (a) o(s) artigo(s) deve(m) ser crucialmente posicionado(s) e mostrar contribuição teórica; (b) seja político: leia os periódicos, cite artigos sobre o tópico, já que o autor pode ser um revisor; (c) preste atenção à estrutura do artigo; (d) justifique a teoria concentrando-se na revisão de literatura sobre questões a serem abordadas; (e) se aplicável, apresente um diagrama do modelo; (f) a hipótese deve seguir a teoria, e não estudos empíricos anteriores; (g) evite hipóteses e replicações desinteressantes; (h) explicação abrangente, justifique os dados, conectando-os a métodos teóricos e “padrão da indústria” (quantitativos), além de mostra as limitações do estudo.

CONCLUSÃO

Este estudo analisou pesquisas de empreendedorismo nas PRBA durante o período de 2000-2014. Identificou lacunas na pesquisa de empreendedorismo brasileiro e direcionamentos para o empreendedorismo obter reconhecimento e legitimidade nas PRBA, e desenvolvimento econômico e social no Brasil, por meio de uma revisão sistemática de 72 artigos de empreendedorismo. Segundo Judge, Cable, Colbert et al. (2007), o impacto de um texto acadêmico depende, em parte, do prestígio da revista, resultando na necessidade de os pesquisadores entenderem o que está ocorrendo no empreendedorismo brasileiro para publicação em periódicos tradicionais. Dada a dificuldade de publicação nos principais periódicos, a maioria dos pesquisadores iniciantes será seriamente prejudicada por sistemas que enfatizam a classificação de um periódico em relação a um artigo de alta qualidade.

No Brasil, a produção acadêmica sobre empreendedorismo tem sido marcada pelos desafios inerentes a um campo relativamente novo e em mutação, na busca por uma voz ativa dentro da academia, que precisa ser objeto de reflexão crítica.

Por exemplo, dentro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), o campo não possui área própria, sendo alocado como uma subárea dentro de estratégia, que é bem diferente do Academy of Management Meeting, em que o empreendedorismo tem seu próprio espaço. Além disso, as revistas brasileiras voltadas ao empreendedorismo não possuem o mesmo prestígio que as PRBA.

Esta pesquisa identificou algumas lacunas principais: (1) dar preferência a estudos empíricos realizados por metodologias rigorosas, especialmente com dados longitudinais, secundários e por experimentos; (2) realização de estudos que possam gerar teorização ou análise crítica; (3) realização de revisões sistemáticas (qualitativas e/ou quantitativas) ou metanálise da literatura; (4) realização de estudos empíricos que ampliam claramente a base teórica da literatura existente, utilizando delineamentos longitudinais em pesquisa empírica; (5) estabelecer linhas de pesquisa em cursos de pós-graduação (mestrado e doutorado) das IES, focadas exclusivamente no empreendedorismo; por fim, (6) os resultados reforçam a ideia de que vale a pena os autores dominarem os fundamentos da autoria científica: geração de ideias, construção de teorias e redação clara.

No entanto, este artigo revelou alguns desafios importantes: (1) poucos artigos de empreendedorismo publicados nas PRBA em comparação com outros campos de pesquisa no Brasil; (2) o impacto da produção científica das PRBA ainda é baixo em comparação com os periódicos internacionais focados exclusivamente no empreendedorismo; (3) prevalência de abordagens metodológicas qualitativas, em que grande parte da pesquisa se limita a poucas entrevistas e estudos de caso exploratórios (simples ou duplos); (4) conclusões caracterizadas pelo raciocínio dedutivo, sem apresentação clara de alguns pontos importantes, como retomada do objetivo da pesquisa, falta de posicionamento explícito da contribuição do estudo para a teoria, ausência de implicações práticas, limitações genéricas da pesquisa e, finalmente, sugestões para pesquisas futuras também genéricas.

Comparando alguns dos desafios apresentados neste estudo com a pesquisa de Busenitz, Plummer, Klotz et al. (2014), observa-se algumas semelhanças com os resultados da análise dos 13 artigos seminais de empreendedorismo no período de 2000-2010, que foram compostos por uma combinação de abordagens de pesquisa. Cinco dos artigos eram teóricos, os outros cinco eram estudos empíricos baseados em dados secundários e três eram pesquisas indutivas com um número limitado de estudos de caso. Menos de 40% dos artigos eram empíricos. Além disso, Busenitz, Plummer, Klotz et al. (2014) indicaram que os artigos de alto impacto estavam dentro do mesmo domínio conceitual e muitos deles tiveram implicações importantes para muitas disciplinas.

As análises de oportunidades e desafios encontrados neste estudo não são tão diferentes de outros campos de pesquisa no Brasil. Um caminho para a área de empreendedorismo no Brasil ter mais espaço e legitimidade poderia ser publicar em bons periódicos internacionais, ou seja, de fora para dentro. Além disso, alguns dos artigos mais influentes e melhores foram escritos no início da pesquisa em empreendedorismo. Muitas dessas contribuições iniciais são realizações intelectuais de alta qualidade (LOHRKE e LANDSTRÖM, 2010). No caso do Brasil, é importante ter uma relação próxima com os verdadeiros empreendedores, com o meio ambiente e com a sociedade. Assim, conhecendo a experiência, o conhecimento e as evidências empíricas dos empreendedores, é possível fornecer uma compreensão detalhada do fenômeno. Por meio dessa compreensão profunda, é possível fornecer uma visão efetiva para construção teórica, para melhorar o poder, a validade e a sofisticação dos modelos teóricos a serem desenvolvidos (LOHRKE e LANDSTRÖM, 2010).

Contribuições teóricas e práticas

Em termos teóricos, este estudo fornece uma descrição quantitativa e qualitativa, fazendo uma análise crítica da pesquisa em empreendedorismo, identificando os principais desafios e as oportunidades para o desenvolvimento de pesquisas futuras, visando auxiliar na consolidação e legitimação do empreendedorismo como um campo importante e necessário para o desenvolvimento econômico e social do Brasil. Em segundo lugar, em termos práticos, oferece uma perspectiva a pesquisadores e autores iniciantes para produzir artigos de alto impacto, ajudando tanto os pesquisadores que veem o empreendedorismo como um campo secundário à procura de novas oportunidades para se unirem definitivamente no campo quanto àqueles que já estão focados no empreendedorismo.

Implicações do estudo

Esta pesquisa tem pelo menos duas implicações principais. Primeiro, em termos de rigor científico, é necessário um esforço maior para reduzir a lacuna histórica de inserção internacional dos principais autores do empreendedorismo no Brasil. Um dos principais desafios é em termos de mudanças na orientação metodológica para o cenário internacional. Por exemplo, pesquisas baseadas em abordagens qualitativas ou levantamentos precisam aproximar-se do nível de rigor metodológico dos

principais periódicos internacionais. Para superar esse desafio, sugere-se aqui a utilização de metodologias menos utilizadas no empreendedorismo, como dados secundários, *engaged scholarship* e experimentos que estão amplamente difundidos no marketing, adotando técnicas de pesquisa já consolidadas em outras áreas para o empreendedorismo. Também seria importante usar análises técnicas mais avançadas, como modelagem de equações estruturais e estudos longitudinais. Assim, acredita-se que, ao estabelecer programas de mestrado e doutorado com linhas de pesquisa em empreendedorismo, as IES poderiam contribuir para um maior impacto da pesquisa brasileira na área, preparando pesquisadores para que possam desenvolver trabalhos sobre empreendedorismo.

A segunda implicação está relacionada à direção em que o empreendedorismo pretende seguir para se tornar uma área relevante dentro da Administração e para o desenvolvimento econômico e social do Brasil. Os resultados indicam que a produção brasileira de empreendedorismo ainda é incipiente, com pouco impacto no país. Assim, é necessário um grande esforço de autores brasileiros para desenvolver pesquisas interessantes, especialmente para as IES, formando uma massa crítica focada no empreendedorismo.

Limitações e estudos futuros

Algumas limitações do estudo devem ser mencionadas. Primeiramente, este estudo acessou os artigos com base no que foi publicado nas PRBA, o que significa que discussões importantes sobre o assunto durante o processo de revisão não foram capturadas. Em segundo lugar, ao se concentrar exclusivamente nas PRBA, este estudo pode ter perdido parte do cenário real da pesquisa em empreendedorismo no Brasil. Entretanto, esse enfoque é importante para entender o estado atual dessa pesquisa e seu impacto (BUSENITZ, PLUMMER, KLOTZ et al., 2014). Com base nessas observações, a primeira sugestão para pesquisas futuras é (i) a implementação de revisões sistemáticas ou análises bibliométricas em periódicos especializados em empreendedorismo no Brasil, bem como periódicos de menor impacto do que as PRBA.

Segundo, uma pesquisa qualitativa com os principais autores de empreendedorismo no Brasil não foi desenvolvida. Assim, para uma melhor compreensão da visão dos autores principais, seria interessante (ii) realizar entrevistas com os especialistas no assunto, levantando a segunda sugestão para pesquisas futuras. Em terceiro lugar, por limitações de espaço, não foi possível incluir todos os 72 artigos de empreendedorismo usados neste estudo. Por fim, sugestões para pesquisas futuras incluem uma análise da rede de autores brasileiros dentro das PRBA.

REFERÊNCIAS

- AUDRETSCH, D.; THYRIK, R. A model of the entrepreneurial economy. **International Journal of Entrepreneurship Education**, v. 2, n. 2, p. 143-166, 2004.
- AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? **Revista de Administração**, v. 47, n. 3, p. 370-384, 2012.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARNEY, J. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**, v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.
- BERTERO, C. O. et al. Produção científica brasileira em administração na década de 2000. **Revista de Administração de Empresas**, v. 53, n. 1, p. 12-20, 2013.
- BREI, V. A.; VIEIRA, V. A.; MATOS, C. A. Meta-análise em marketing. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 2, p. 84-97, 2014.
- BIRD, B. Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. **Academy of Management Review**, v. 13, n. 3, p. 442-453, 1988.
- BURT, R. S. **Structural holes: the social structure of competition**. Cambridge: Harvard University Press, 1992.
- BUSENITZ, L. W. et al. Entrepreneurship research (1985–2009) and the emergence of opportunities. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 38, n. 5, p. 981-1000, 2014.
- COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR – CAPES. **Avaliação da pós-graduação**. 2012. Disponível em: <<http://www.capes.gov.br/avaliacao/avaliacao-da-pos-graduacao>>. Acesso em: 28 mar. 2012.
- COVIN, J. G.; GREEN, K. M.; SLEVIN, D. P. Strategic process effects on the entrepreneurial orientation-sales growth rate relationship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 30, n. 1, p. 57-81, 2006.
- COVIN, J. G.; LUMPKIN, G. T. Entrepreneurial orientation theory and research: reflections on a needed construct. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 35, n. 5, p. 855-872, 2011.
- COVIN, J. G.; SLEVIN, D. P. Strategic management of small firms in hostile and benign environments. **Strategic Management Journal**, v. 10, n. 1, p. 75-87, 1989.
- DEES, J. G. **The meaning of “Social entrepreneurship”**. Durham: Fuqua, 1998. Disponível em: <<http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/>>. Acesso em: 16 set. 2018.
- EISENHARDT, K. M. Building theories from case study research. **Academy of Management Review**, v. 14, n. 4, p. 532-550, 1989.
- FISCHER, E.; CASTILHOS, R. B.; FONSECA, M. J. Entrevista qualitativa na pesquisa de marketing e do consumidor: abordagens pragmáticas e orientações. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 4, p. 67-79, 2014.
- FAYOLLE, A. **Handbook of research on entrepreneurship: what we know and what we need to know**. Cheltenham: Edward Elgar, 2014.
- FAYOLLE, A.; WRIGHT, M. **How to get published in the best entrepreneurship journals: a guide to steer your academic career**. Cheltenham: Edward Elgar, 2014.
- GARTNER, W. B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. **The Academy of Management Review**, v. 10, n. 4, p. 696-706, 1985.
- GARTNER, W. B. Who is an entrepreneur? Is the wrong question. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 14, n. 1, p. 47-68, 1988.
- GARTNER, W. B. Organizing entrepreneurship (research). In: FAYOLLE, A. **Handbook of research on entrepreneurship: what we know and what we need to know**. Cheltenham: Edward Elgar, 2014.
- GRANOVETTER, M. S. The strength of weak ties. **American Journal of Sociology**, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973.
- GRANOVETTER, M. S. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.
- GRANOVETTER, M. S. The impact of social structure on economic outcomes. **Journal of Economic Perspectives**, v. 19, n. 1, p. 33-50, 2005.
- GODÓI-DE-SOUZA, E.; FISCHER, R. M. The succession process at social enterprises in Brazil. **Revista de Administração**, v. 47, n. 3, p. 473-488, 2012.
- HARRIGAN, K. R. Methodologies for contingency approaches to business strategy. **The Academy of Management Review**, v. 8, n. 3, p. 398-405, 1983.
- HASHIMOTO, M. **Centros de empreendedorismo acadêmicos no Brasil: uma análise contextualizada**. São Paulo: SEBRAE-SP, 2012.
- INÁCIO JÚNIOR, E. et al. From 1980 to 2010: an overview about the Brazilian scientific production in entrepreneurship. **International Journal of Entrepreneurship**, v. 18, n. 1, p. 129-141, 2014.
- JACSÓ, P. The need for end-user customization of the journal sets of the subject categories in the SCImago journal ranking database for more appropriate league lists. A case study for the library & information science field. **El Profesional de la Información**, v. 22, n. 5, p. 459-473, 2013.
- JUDGE, T. A. et al. What causes a management article to be cited: article, author or journal? **Academy of Management Journal**, v. 50, n. 3, p. 491-506, 2007.
- LANDSTRÖM, H.; BENNER, M. Entrepreneurship research: a history of scholar migration. In: LANDSTRÖM, H.; LOHRKE, F. **Historical foundations of entrepreneurship research**. Cheltenham: Edward Elgar, 2010.
- LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ÅSTRÖM, F. Entrepreneurship: exploring the knowledge base. **Research Policy**, v. 41, n. 7, p. 1154-1181, 2012.
- LOHRKE, F.; LANDSTRÖM, H. History matters in entrepreneurship research. In: LANDSTRÖM, H.; LOHRKE, F. **Historical foundations of entrepreneurship research**. Cheltenham: Edward Elgar, 2010.
- LORZ, M.; MULLER, S.; VOLERY, T. Entrepreneurship education: a systematic review of the methods in impact studies. **Journal of Enterprising Culture**, v. 21, n. 2, p. 123-151, 2013.
- LUMPKIN, G. T.; DESS, G. G. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. **Academy of Management Review**, v. 21, n. 1, p. 135-172, 1996.
- MCCLELLAND, D. C. **The achieving society**. Princeton: van Nostrand, 1961.

- McCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.
- MILLER, D. The correlates of entrepreneurship in three types of firms. **Management Science**, v. 29, n. 7, p. 770-791, 1983.
- MILLER, D.; FRIESEN, P. Innovation in conservative and entrepreneurial firms: two models of strategic momentum. **Strategic Management Journal**, v. 3, n. 1, p. 1-25, 1982.
- MUTHAMILARASAN, M.; PRASAD, M. Impact of impact factor in quantifying the quality of scientific research. **Current Science**, v. 107, n. 8, p. 1233-1234, 2014.
- OLIVEIRA JUNIOR, A. B. et al. Impact of entrepreneurial orientation on strategic alliances and the role of top management. **Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 3, p. 315-329, 2016.
- PETTICREW, M.; ROBERTS, H. **Systematic reviews in the social sciences: a practical guide**. Oxford: Blackwell, 2006.
- RAUCH, A. et al. Entrepreneurial orientation and business performance: an assessment of past research and suggestions for the future. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 3, p. 761-787, 2009.
- SANTOS, S. C. et al. **The emergence of entrepreneurial behaviour: intention, education and orientation**. Cheltenham: Edward Elgar, 2017.
- SCIMAGO JOURNAL RANK – SJR. From **SCImago Journal Rank website**. 2017. Disponível em: <<http://www.scimagojr.com/journalrank.php?area=1400&country=BR&year=2015>>. Acesso em: 04 abr. 2017.
- SCIMAGO JOURNAL RANK – SJR. From **SCImago Journal Rank website**. 2017a. Disponível em: <<http://www.scimagojr.com/journalsearch.php?q=entrepreneurship>>. Acesso em: 04 abr. 2017.
- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.
- SHAH, S. K.; CORLEY, K. G. Building better theory by bridging the quantitative-qualitative divide. **Journal of Management Studies**, v. 43, n. 8, p. 1821-1835, 2006.
- SCHUMPETER, J. A. **The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle**. New Brunswick: Transaction, 1934.
- STEVENSON, H. H.; JARILLO, J. C. A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. **Strategic Management Journal**, v. 11, n. 4, p. 17-27, 1990.
- SU, J.; ZHAI, Q.; LANDSTRÖM, H. Entrepreneurship research in China: internationalization or contextualization? **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 27, n. 1-2, p. 1-32, 2015.
- SUN, H.; LINTON, J. D. Structuring papers for success: making your paper more like a high impact publication than a desk reject. **Technovation**, v. 34, n. 10, p. 571-573, 2014.
- VAN DE VEN, A. H.; JOHNSON, P. E. Knowledge for theory and practice. **Academy of Management Review**, v. 31, n. 4, p. 802-821, 2006.
- YAMAKAWA, E. K. et al. Comparativo dos softwares de gerenciamento de referências bibliográficas: Mendeley, EndNote e Zotero. **TransInformação**, v. 26, n. 2, p. 167-176, 2014.
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Antonio Benedito de Oliveira Junior

Doutor em Administração de Empresas pelo Centro Universitário FEI (FEI), com período sanduíche pela Arizona State University (ASU); Coordenador dos Cursos de Graduação pelo Ensino a Distância (EaD) da Universidade Anhembi Morumbi (UAM) e coordenador dos Cursos de Pós-Graduação pelo EaD das Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU), ambas da Rede Laureate International Universities, São Paulo – SP, Brasil. Professor Assistente da UAM e FMU ambas do EaD Laureate International Universities, São Paulo – SP, Brasil. E-mail: abojunior@hotmail.com

Cristiane Chaves Gattaz

Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade de São Paulo; Pós-doutorado em Administração de Empresas pelo Centro Universitário FEI (FEI), São Paulo – SP, Brasil. E-mail: cristiane.gattaz@gmail.com

Roberto Carlos Bernardes

Doutor em Sociologia pela Universidade de São Paulo (USP); Professor do Programa de Pós-graduação em Administração do Centro Universitário FEI (FEI), São Paulo – SP, Brasil. E-mail: bernardes@fei.edu.br

Edson Sadao Iizuka

Doutor em Administração Pública e Governo pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV EAESP); Professor do Programa de Pós-graduação em Administração do Centro Universitário FEI (FEI), São Paulo – SP, Brasil. E-mail: esadao@fei.edu.br