

PROPENSÃO AO EMPREENDEDORISMO: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA À LUZ DAS COCITAÇÕES

LORENI MARIA DOS SANTOS BRAUM
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ (UNIOESTE)
lorenibraum@hotmail.com

VÂNIA MARIA JORGE NASSIF
UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)
vania.nassif@gmail.com

PROPENSÃO AO EMPREENDEDORISMO: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA À LUZ DAS COCITAÇÕES

1 INTRODUÇÃO

Pesquisas sobre empreendedorismo têm avançado em direção à diferentes áreas de estudos tais como: características psicológicas do empreendedor, estratégias de sucesso e também, causas de insucesso, oportunidades de novos negócios e influência dos fatores ambientais, sociais e econômicos sobre a ação empreendedora. Estas pesquisas podem ser agrupadas em pelo menos cinco categorias: definição da palavra empreendedorismo, características psicológicas dos empreendedores, estratégias de sucesso tanto em novos empreendimentos quanto naqueles já existentes, exploração de oportunidades de novos negócios, e estudo dos efeitos de fatores ambientais sobre as ações empreendedoras (Bull & Willard, 1993). Embora a pesquisa destes autores seja da década de 1990, esta classificação permanece vigente na literatura atual.

Para a melhor compreensão do fenômeno empreendedorismo é necessário considerar o processo de criação de negócios; exigências em relação à dedicação de tempo e esforço necessários para criação e operacionalização de algo novo; as implicações na assunção de riscos (financeiros, psicológicos e sociais); como, também, as recompensas e retornos conquistados (satisfação pessoal, econômica) (Hisrich, 2004). Assim sendo, o empreendedorismo pode ser entendido como “o processo de criar algo novo, com valor dedicando o tempo e os esforços necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal” (Hisrich, 2004, p. 29). Seis elementos são essenciais para a compreensão do empreendedorismo: inovação, reconhecimento de oportunidades, ação, gestão de risco, uso de recursos e valor agregado (Filion, 2011).

Sob a perspectiva de Shane e Venkataraman (2000), o empreendedorismo é o processo de descoberta, evolução e exploração de oportunidades, concretizando-se por meio da inovação e criatividade contínuas. A propensão para a ação é uma predisposição pessoal para agir em suas decisões, refletindo-se no componente que exprime as intenções (Shapiro & Sokol, 1982). Assim, a propensão ao empreendedorismo pode ser definida como sendo “a predisposição favorável de um indivíduo para criação de novos empreendimentos” (Chelariu, Brashear & Zait, 2008, p. 406).

Compreender os fatores humanos que promovem o empreendedorismo de sucesso é um tema relevante para pesquisas científicas (Johnson, Freeman & Staudenmaier, 2015). No entanto, embora sejam identificadas diversas pesquisas tratando das características psicológicas dos empreendedores, tais como: necessidade de realização e o *locus* de controle interno - propensão para correr riscos (Brockhaus, 1982), visão, desejo pela independência, paixão e ação (Shane et al., 2003; Shane e Venkataraman, 2000), criatividade, inovação e, a assunção de riscos (Shane & Venkataraman, 2000; Stewart & Roth, 2001; Moroz & Hindle, 2012), ainda são escassas pesquisas tratando da propensão ao empreendedorismo como uma predisposição do indivíduo para a criação de novos negócios.

Diante desta constatação surge o seguinte questionamento: *Como está estruturada a produção científica que fornece o embasamento teórico para estudos sobre a propensão ao empreendedorismo?* Buscando responder esta questão, o presente estudo teve por objetivo identificar a estrutura da produção científica que fornece a base teórica para estudos sobre a propensão ao empreendedorismo buscando demonstrar a similaridade de conteúdo e a interlocução destas produções no processo de geração de novos conhecimentos.

Para a coleta dos dados foi usada a base de dados *Scopus* em que foram identificadas 367 publicações com o seguinte termo de busca: “((*Entrepreneurial or Entrepreneurship*) and

(*Propensity*)), nas quais foram analisadas as citações das publicações. O Bibexcel foi usado na organização dos dados para a análise bibliométrica e o SPSS realizou a Análise Fatorial Exploratória (AFE) cujo objetivo foi o de verificar o padrão de correlações existentes entre as variáveis e utilizar esses padrões de correlações para agrupar as variáveis em fatores (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2009).

Cabe destacar que neste estudo, a estrutura intelectual da produção científica sobre propensão ao empreendedorismo é entendida como sendo a estrutura visualizada a partir do grau de similaridade de conteúdo (tema de pesquisa), a qual ao ser reunida em agrupamentos (dimensões), evidencia as relações estruturais de conectividade teórico-metodológica do tema, a proximidade e as interconexões deste campo de domínio científico. A propensão para a ação é uma predisposição pessoal para agir em suas decisões, refletindo-se no componente que exprime as intenções (Shapero & Sokol, 1982), desta forma, a propensão ao empreendedorismo pode ser definida como sendo “a predisposição favorável de um indivíduo para criação de novos empreendimentos” (Chelariu, bBrashear & Zait, 2008, p. 406).

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O empreendedorismo pode ser visto como um processo de inovação independente no qual um empreendedor, buscando criar algo novo, combina características pessoais como alta motivação e capacidade de visualizar novas oportunidades com a disposição para ser criativo e correr riscos, mesmo diante de incertezas e mudanças frequentes na economia (Stewart, Watson, Carland & Carland, 1999). Trata-se de um fenômeno complexo composto por um conjunto de ações que envolvem características técnicas, humanas, gerenciais e empresariais, cujo desempenho exige um conjunto diversificado de competências (Filion, 2011).

A natureza do empreendedorismo é norteadada por sete perspectivas: geração de riqueza – empreendedorismo envolve assumir os riscos associados com a atividade produtiva em troca de lucro; criação de empresa - empreendedorismo requer criação de um novo negócio em um local onde não existia antes nenhum desse tipo; geração de inovação - empreendedorismo tem preocupação com combinações, sem igual, de recursos que farão os métodos ou produtos existentes ficarem obsoletos; geração de mudança - empreendedorismo envolve criação de mudanças ajustando, adaptando e modificando o repertório pessoal, abordagens e habilidades, para encontrar oportunidades diferentes disponíveis no ambiente; geração de emprego - empreendedorismo tem preocupação com emprego, administração e desenvolvimento dos fatores de produção, inclusive da força de trabalho; criação de valor - empreendedorismo é um processo de criação de valor para os clientes, utilizando oportunidades não exploradas; e, geração de crescimento - empreendedorismo pode ser definido como uma orientação forte e positiva para o crescimento em vendas, renda, recursos e empregos. (Morris, Lewis & Sexton, 1994, p.p. 21-29).

Os economistas trouxeram avanços significativos para os estudos sobre empreendedorismo. No entanto, a ênfase esteve centrada na função do empreendedor no contexto econômico e diversos questionamentos sobre os comportamentos dos indivíduos empreendedores não foram considerados. McClelland (1961) foi um dos pioneiros no uso de teorias comportamentais para estudar a motivação para empreender, buscando estabelecer uma ligação entre a necessidade de realização e o desenvolvimento econômico de determinadas sociedades. Yasin (1996) resumiu o arcabouço teórico para o desenvolvimento econômico proposto por McClelland como sendo uma sequência de acontecimentos, que se originam no protestantismo e seus valores; passando pelo treinamento das crianças, realizado de forma independente ou controlada pelos pais; desenvolvimento de alta necessidade realização nas crianças; e, por consequência, como decorrência o desenvolvimento do desejo de sucesso, o florescimento do espírito empreendedor na sociedade, culminando com o crescimento econômico da nação. Em seus estudos McClelland (1961) concluiu que nas sociedades onde se

teve alta necessidade de realização houve crescimento econômico, assim, seus estudos são clássicos e têm como enfoque central a associação entre a necessidade de realização e o crescimento econômico.

Na perspectiva de McClelland (1961, p. 65), “um empreendedor é alguém que exerce o controle sobre os meios de produção e produz mais do que ele pode consumir e em decorrência vende (ou troca) essa produção objetivando renda pessoal ou familiar”. O processo empreendedor pode ser resumido em uma sequência de passos em que, diante da existência de uma oportunidade, o indivíduo, em função de suas características e habilidades pessoais e da forma que atua no ambiente, decide explorar esta oportunidade e vai em busca dos recursos necessários, depois de estabelecer a estratégia do empreendimento, organiza o processo e executa (Shane, 2003).

As características pessoais ou traços pessoais são amplamente estudados quando se procura entender a ação de empreender, mas Gartner (1988) considera que elas referem-se apenas a uma parcela no processo de empreendedorismo, uma vez que a ação empreendedora é multifacetada e influenciada por vários fatores. Hisrich e Peters (2004) destacam que o processo de empreender ocorre por meio do esforço e da utilização do tempo que for necessário, para criar algo novo, com valor agregado, sendo que neste processo estão envolvidos os riscos (financeiros, psíquicos e sociais) e recompensas, manifestadas em forma de satisfação e independência (econômica e social).

Entre as contribuições relevantes para o campo do empreendedorismo está a Teoria do Comportamento Planejado, proposta por Ajzen (1991), a qual liga crenças e comportamento, com o objetivo de explicar o comportamento das pessoas. A Figura 1 apresenta o fluxo comportamental proposto nesta teoria.

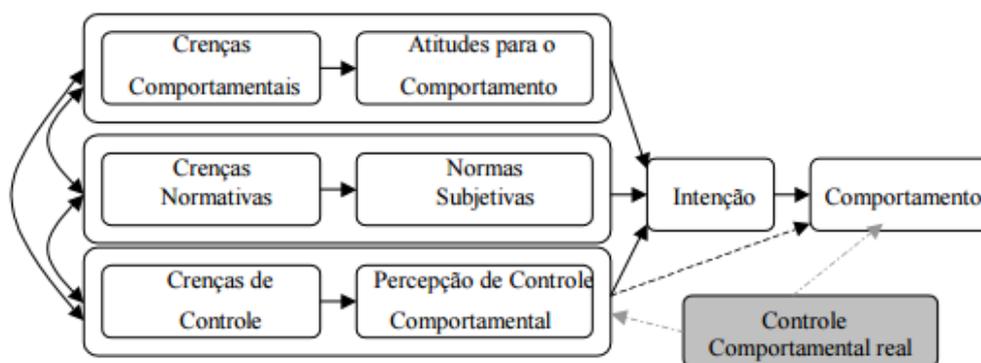


Figura 1 - Teoria do comportamento planejado

Fonte: Ajzen (2002, p. 1 - <http://people.umass.edu/aizen/tpb.html>)

A Teoria do Comportamento Planejado, conforme explica Ajzen (2002), pressupõe que a ação humana é baseada em três tipos de crenças: crenças sobre os prováveis resultados do comportamento (comportamentais), crenças sobre as expectativas de outros e a motivação para atender a essas expectativas (normativas) e, crenças sobre a presença de fatores que podem facilitar ou dificultar o desempenho do comportamento, bem como a percepção da capacidade de desempenhar esse comportamento (controle). A combinação entre atitude para o comportamento, norma subjetiva e percepção de controle comportamental conduzirão à intenção, a qual é uma preditora do comportamento (Ajzen, 2002).

Filion (2011), recorrendo a autores clássicos, ressalta que para uma definição do empreendedor é necessário levar em conta seis componentes principais: inovação, reconhecimento de oportunidade, gestão de riscos, ação, utilização dos recursos e valor agregado. “Um empreendedor é um ator que inova, reconhecendo oportunidades; ele ou ela

toma decisões moderadamente arriscadas que levam a ações que exigem o uso eficiente dos recursos e contribuem com um valor agregado.” (Filion, 2011, p. 8).

Hisrich e Peters (2004) destacam que o processo de empreender ocorre por meio do esforço e da utilização do tempo que for necessário, para criar algo novo, com valor agregado, sendo que neste processo estão envolvidos os riscos (financeiros, psíquicos e sociais) e recompensas, manifestadas em forma de satisfação e independência (econômica e social). “Um empreendedor é um ator que inova, reconhecendo oportunidades; ele ou ela toma decisões moderadamente arriscadas que levam a ações que exigem o uso eficiente dos recursos e contribuem com um valor agregado.” (Filion, 2011, p. 8).

As duas principais perspectivas do empreendedorismo (econômica e comportamental) surgem a partir da inovação, pois empreendedores inovam (Drucker, 1998). O empreendedorismo é um fenômeno complexo caracterizando-se como o processo de descoberta, evolução e exploração de oportunidades (Shane & Venkataraman, 2000), concretizando-se por meio da inovação e criatividade contínuas. Dentre os elementos essenciais estão: inovação, reconhecimento de oportunidades, ação, gestão de risco, uso de recursos e valor agregado (Filion, 2011). Entre as características psicológicas dos empreendedores destacam-se: a necessidade de realização e o *locus* de controle interno: propensão para correr riscos (Brockhaus, 1982), a visão, o desejo pela independência, a paixão e a ação (Shane et al., 2003).

Cabe destacar que pelo próprio propósito da análise de cocitações, neste estudo as referências que serviram de base são mais antigas, pois são elas que fornecem a estrutura da produção científica sobre o tema estudado.

A próxima seção apresenta a metodologia usada neste estudo que buscou identificar a estrutura da produção científica sobre propensão ao empreendedorismo.

3 METODOLOGIA

A seleção dos artigos foi realizada por meio de duas buscas em bases de dados, nos sites *Web of Knowledge e Scopus*, com as palavras chave “((*Entrepreneurial or Entrepreneurship and Propensity*)). A busca na *Web of Science* resultou em 270 artigos e na *Scopus* em 367 artigos. Optou-se pela base do *Scopus* por apresentar maior quantidade de publicações. Ao todo, estas 367 publicações, contém 15.484 citações de outras publicações que incluem livros e artigos publicados em periódicos, sendo estas o objeto desta análise (análise de cocitação - AC).

A cocitação é a citação conjunta de dois artigos em uma literatura posterior (Small, 1973). A premissa da AC é que se dois ou mais documentos ou autores são citados juntos em uma pesquisa posterior, existe uma proximidade temática, conceitual ou metodológica entre os citados, na visão do autor citante (Smiraglia, 2011). Assim, quanto maior o número de vezes que dois documentos ou autores são citados, concomitantemente, maior a probabilidade de que eles sejam relacionados em conteúdo (Bellardo, 1980), evidenciando a base do conhecimento em um campo científico. A proximidade e a interlocução de dois documentos não é determinada pelos seus autores, mas pela comunidade científica que se apropria do conteúdo daqueles documentos e estabelece conexões enquanto está gerando novos conhecimentos.

O Bibexcel foi utilizado na organização dos dados para a análise bibliométrica e o *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* para realizar a AFE, a qual tem por objetivo analisar o padrão de correlações existentes entre as variáveis e utilizar esses padrões de correlações para agrupar suas variáveis em um número menor de dimensões (Hair et al., 2009). Para as análises foram selecionadas as 41 publicações mais citadas, as quais foram usadas para geração da matriz de cocitação e posterior análise fatorial exploratória no SPSS.

Para a AFE os dados foram agrupados em 8 dimensões e seguiu-se os procedimentos recomendados por Hair et al. (2009) avaliando: KMO geral (acima de 0,6), teste de Esfericidade de Bartlett (<0,05), KMO de cada variável na matriz anti-imagem (acima de 0,5) e, em seguida

ajustando o modelo com a exclusão de variáveis com comunalidade abaixo de 0,5, bem como das variáveis com cargas cruzadas (acima de 0,5 em mais de um fator) e, na matriz rotativa, analisou-se as cargas fatoriais, visando excluir aquelas que apresentassem carga negativa. O método de rotação ortogonal dos fatores foi o Varimax, um dos métodos mais utilizados, o qual é considerado por Hair et al. (2009) com sendo superior a outros métodos de rotação fatorial ortogonal quando se pretende conseguir uma estrutura fatorial simplificada.

Das 41 variáveis deste estudo, 16 foram excluídas por apresentarem KMO individual inferior ao mínimo recomendado, restando 25 variáveis que compõem a estrutura da produção científica na área de empreendedorismo. Cabe destacar, que somente uma variável era excluída por vez. Assim, a AFE foi executada diversas vezes para que as variáveis ficassem ajustadas. Após a exclusão das variáveis com KMO individual inferiores a 0,50, foi analisada a matriz rotativa gerada no SPSS e a variável Lumpkin_Dess_1996 foi excluída por apresentar carga negativa no fator. No resultado final da AFE o KMO geral foi de 0,625, a variância total explicada de 68,34% e o teste de Esfericidade de Bartlett de 0,000.

4 RESULTADOS

O tema propensão ao empreendedorismo vem sendo mais estudado nas últimas décadas e sua evolução ao longo do tempo pode ser visualizada na Figura 2, sendo possível observar que 61% das publicações ocorreram a partir do ano de 2010, demonstrando a atualidade do tema.

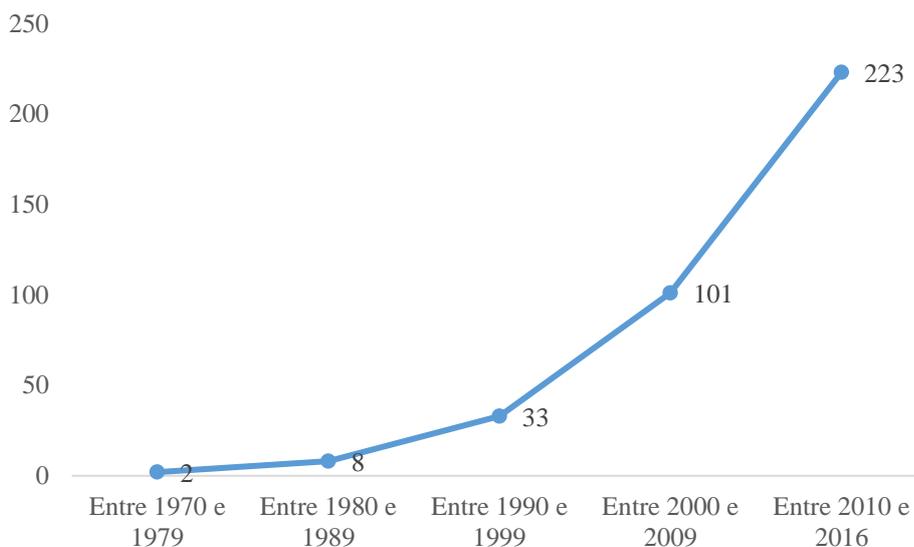


Figura 2 – Evolução das publicações de 1970 a 2016

Fonte: elaborado pelos autores

Para identificar a estrutura da produção científica sobre propensão ao empreendedorismo foram analisadas as citações que evidenciam a relação entre dois artigos com base no número de publicações em que eles aparecem citados juntos. A obra “The Achieving Society” - McClelland (1961) foi a mais citada com 113 ocorrências. Na Tabela 1 são apresentadas as 40 publicações mais citadas nos 367 artigos, onde é possível observar que em 113 publicações (30,79%) o artigo de McClelland (1961) é citado.

Tabela 1 - Artigos e livros mais citados nos artigos sobre propensão ao empreendedorismo

Autor/ano	Título	Citações	%
Mcclelland_1961	The Achieving Society	113	30,79%
Lumpkin_Dess_1996	Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct And Linking It To Performance	77	20,98%
Schumpeter_1934	The Theory Of Economic Development	76	20,71%
Reynolds_Bygrave_Autio_2003	Global Entrepreneurship Monitor: 2003 Global Report	67	18,26%
Ajzen_1991	The Theory Of Planned Behavior	54	14,71%
Knight_1921	Risk, Uncertainty And Profit	53	14,44%
Gartner_1988	Who Is An Entrepreneur? Is The Wrong Question	51	13,90%
Shane_Venkataraman_2000	The Promise Of Entrepreneurship As A Field Of Research	51	13,90%
Shapero_Sokol_1982	Social Dimensions Of Entrepreneurship	51	13,90%
Rotter_1966	Generalized Expectations For Internal Versus External Control Of Reinforcement	46	12,53%
Brockhaus_1980	Risk Taking Propensity Of Entrepreneurs	44	11,99%
Drucker_1985	Innovation And Entrepreneurship	43	11,72%
Schumpeter_1936	The Theory Of Economic Development: An Inquiry Into Profits	43	11,72%
Covin_Slevin_1991	A Conceptual Model Of Entrepreneurship As Firm Behavior	41	11,17%
Penrose_1959	The Theory Of Growth Of The Firm	39	10,63%
Robinson_etal_1991	An Attitude Approach To The Prediction Of Entrepreneurship	38	10,35%
Shaver_Scott_1991	Person, Process, Choice: The Psychology Of New Venture Creation	37	10,08%
Storey_1994	Understanding The Small Business Sector	37	10,08%
Shane_2003	A General Theory Of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus	36	9,81%
Krueger_Reilly_Carsrud_2000	Competing Models Of Entrepreneurial Intentions	35	9,54%
Brockhaus_1982	The Psychology Of The Entrepreneur	34	9,26%
Kirzner_1973	Competition And Entrepreneurship	34	9,26%
Koh_1996	Testing Hypotheses Of Entrepreneurial Characteristics: A Study Of Hong Kong Mba Students	34	9,26%
Covin_Slevin_1989	Strategic Management Of Small Firms In Hostile And Benign Environments	33	8,99%
Busenitz_Barney_1997	Differences Between Entrepreneurs And Managers In Large Organizations: Biases And Heuristics In Strategic Decision-Making	32	8,72%
Davidsson_Honig-2003	The Role Of Social And Human Capital Among Nascent Entrepreneurs	32	8,72%
Evans_Leighton_1989	Some Empirical Aspects Of Entrepreneurship	32	8,72%
Mueller_Thomas_2001	Culture And Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study Of Locus Of Control And Innovativeness	32	8,72%
Sitkin_Pablo_1992	Reconceptualizing The Determinants Of Risk Behavior	31	8,45%
Stewart_Roth_2001	Risk Propensity Differences Between Entrepreneurs And Managers: A Meta-Analytic Review	31	8,45%
Krueger_1993	The Impact Of Prior Entrepreneurial Exposure On Perceptions Of New Venture Feasibility And Desirability	30	8,17%
Simon_Houghton_Aquino_1999	Cognitive Biases, Risk Perception, And Venture Formation: How Individuals Decide To Start Companies	30	8,17%
Hornaday_Aboud_1971	Characteristics Of Successful Entrepreneurs	29	7,90%
Kirzner_1979	Perception, Opportunity, And The Profit: Studies In The Theory Of Entrepreneurship	29	7,90%
Timmons_1994	New Venture Creation	29	7,90%
Hamilton_2000	Does Entrepreneurship Pay? An Empirical Analysis Of The Returns To Self-Employment	28	7,63%
Bird_1988	Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case For Intention	27	7,36%
Low_Macmillan_1988	Entrepreneurship: Past Research And Future Challenges	27	7%
Miller_1983	The Correlates Of Entrepreneurship In Three Types Of Firms	27	7,36%
Evans_Jovanovic_1989	An Estimated Model Of Entrepreneurial Choice Under Liquidity Constraints	27	7,36%

Fonte: elaborado pelos autores

A matriz das 40 publicações mais citadas foi utilizada para execução da análise fatorial exploratória. Com a AFE foi possível avaliar os padrões existentes entre as publicações citadas pelos 367 artigos sobre propensão ao empreendedorismo. No SPSS, cada publicação foi tratada como uma variável. Nesta análise o primeiro teste executado foi o de Kayser-Meyer Olkin (KMO), que varia entre 0 e 1. O teste de KMO indica se a amostra pode ser tratada pelo método de análise fatorial (Williams, Onsmann, & Brown, 2010). Para ajustar o modelo, o valor do teste

KMO de cada variável foi analisado. O valor mínimo indicado para do teste KMO para cada variável deveria ser 0,5. Assim, se o valor do KMO individual de uma variável era menor que 0,5, a variável era excluída e análise fatorial executada novamente. Depois de ajustar o KMO individual, analisou-se a comunalidade de cada variável, sendo que todas ficaram superiores a 0,50, se o valor da comunalidade é próximo de zero, isto indica que a variável tem baixa correlação com o fator (Fávero, Belfiore, Silva, & Chan, 2009). O método de rotação ortogonal dos fatores foi o Varimax, um dos métodos mais utilizados, considerado por Hair et al. (2009) com sendo superior a outros métodos de rotação fatorial ortogonal para conseguir uma estrutura fatorial simplificada. Das 40 variáveis deste estudo, 16 foram excluídas por apresentarem KMO individual inferior a 0,50 (Brockhaus_1982; Kirzner_1979; Mcclelland_1961; Storey_1994; Knight_1921; Evans_Leighton_1989; Evans_Jovanovic_1989; Sitkin_Pablo_1992; Timmons_1994; Low_Macmillan_1988; Reynolds_Bygrave_Autio_2003; Davidsson_Honig_2003; Ajzen_1991; Shane_Venkataraman_2000; Schumpeter_1934), restando, portanto, 24 variáveis que compõe a estrutura da produção científica na área de empreendedorismo. Cabe destacar, que somente uma variável era excluída por vez. Assim, a AFE foi executada diversas vezes para que o modelo ficasse ajustado.

Após a exclusão das variáveis com KMO inferiores a 0,50, foi analisada a matriz rotativa gerada no SPSS e a variável Lumpkin_Dess_1996 foi excluída por apresentar carga negativa no fator, depois de sua exclusão as comunalidades das demais variáveis ficaram superiores a 0,50. O resultado final da AFE gerou um KMO geral de 0,625, a variância total explicada com oito dimensões foi de 68,34% e o teste de Esfericidade de Bartlett manteve-se em 0,000, demonstrando que há correlação entre as variáveis.

As análises evidenciaram que a estrutura da produção científica sobre propensão ao empreendedorismo é explicada em 68,34% por 24 autores, demonstrando o grau de associação entre pares de documentos, de acordo com a compreensão da comunidade de autores citantes, ou seja, conforme são reconhecidos pelos citantes (Small, 1973). Após a execução da análise fatorial exploratória, os artigos foram agrupados em fatores (dimensões). A partir deste agrupamento, os resumos de cada publicação foram analisados qualitativamente a fim de identificar os padrões apresentados pelas publicações e, em seguida, foram atribuídos nomes para cada dimensão, conforme se apresenta a seguir.

Dimensão 1 – Empreendedorismo como processo organizacional

Covin e Slevin (1989) relatam os resultados de um estudo destinado a investigar as respostas estratégicas eficazes frente à hostilidade ambiental entre as pequenas empresas industriais. Neste estudo foram analisados a estrutura organizacional, postura estratégica, táticas competitivas e desempenho financeiro. Observaram ainda que o desempenho das pequenas empresas em ambientes hostis está positivamente relacionado a uma estrutura orgânica, uma postura estratégica empresarial e um perfil competitivo caracterizado por uma orientação de longo prazo, altos preços dos produtos e uma preocupação em prever as tendências da indústria. Por outro lado, em ambientes benignos, o desempenho foi positivamente relacionado a uma estrutura mecanicista, uma postura estratégica conservadora e um perfil competitivo caracterizado por uma gestão financeira conservadora e uma orientação financeira de curto prazo.

Miller (1983) buscou em sua pesquisa descobrir os principais determinantes do empreendedorismo. Essa pesquisa explica que alguns autores argumentaram que a personalidade do líder determina o empreendedorismo, destacam o papel desempenhado pela estrutura da organização, enquanto outros têm apontado para a importância da tomada de decisão estratégica. Diante disso, Miller (1983) considera que a extensão empresarial é influenciada por todos estes fatores que, em grande parte, dependem da natureza da organização. Tendo como base os estudos de um número de autores, fez uma derivação das

empresas em dois tipos: empresas simples (são pequenas e seu poder é centralizado na parte superior) e empresas orgânicas (se esforçam para ser adaptável ao seu ambiente, enfatizando a gestão baseada em experiência e comunicações abertas). Constatou que nas empresas simples, o empreendedorismo é determinado pelas características do líder, o planejamento destas empresas é facilitado por estratégias de produto-mercado explícitas e bem integradas, enquanto nas empresas orgânicas o empreendedorismo é uma função do ambiente e da estrutura.

Covin e Slevin (1991) desenvolveram um modelo conceitual de comportamento empresarial em nível organizacional. Esses autores assumem que o empreendedorismo é uma dimensão de postura estratégica, assim, para eles, todo tipo de organização pode se comportar de forma empreendedora. Quanto à postura estratégica, Covin e Slevin (1991), acreditam que engloba a propensão de assumir riscos, apresentar capacidade de ser competitivamente agressiva, desenvolver maneiras proativas, além de proporem inovação de produto. Do modelo que desenvolveram são derivadas quarenta e quatro proposições. Concluem que as empresas devem ser vistas como entidades empreendedoras e este comportamento empresarial é muitas vezes parte integrante da gestão da empresa.

Gartner (1988) ressalta que mesmo com inúmeras tentativas dos pesquisadores em definir o empreendedor, tendo como foco especialmente a abordagem de traços, ainda não existe nenhuma definição comum, pois as características mencionadas pelos estudiosos de empreendedorismo não são suficientes para diferenciar quem é e quem não é empreendedor. O autor oferece como alternativa para este impasse uma abordagem comportamental, sugerindo que uma vez que o empreendedorismo é a criação de organizações, a pesquisa deve se concentrar no que o empreendedor faz, e não em quem é o empreendedor. Em seu estudo as duas abordagens são apresentadas e contrastadas: a abordagem de traços assume que o empreendedor é um tipo de personalidade particular, um estado fixo de ser (uma vez um empreendedor, sempre um empreendedor) e a abordagem comportamental centra-se principalmente na organização, e vê o indivíduo em termos de atividades (comportamento), ou um papel desempenhado para permitir o funcionamento da organização.

Dimensão 2 – Características do empreendedor

Kirzner (1973) no livro “*Competition And Entrepreneurship*” buscou estabelecer uma teoria do mercado e do sistema de preços com abordagem diferente da teoria dos preços vigentes na época, trazendo uma abordagem mais contemporânea. Ele via a teoria dos preços tradicional como explicando a configuração de preços e quantidades que satisfazem as condições de equilíbrio. Esse autor considera que tanto a concorrência e o empreendedorismo se preocupam com o funcionamento da economia de mercado e que a redescoberta do empreendedor deve emergir como um passo de grande relevância. Quanto à definição Kirzner (1973) considera que o empreendedor é alguém que cria um equilíbrio em um ambiente de turbulência, identificando oportunidades. Ao tratar da obra de Kirzner (1973), Shane (2003) explica que a oportunidade decorre do equilíbrio e não requer novas informações, sendo comum e também menos inovativa, com pouca abrangência quanto a novas descobertas.

Hornaday e Aboud (1971) realizaram uma pesquisa com a finalidade de desenvolver testes objetivos que fossem válidos e com formato que facilitasse tanto a aplicação quanto a interpretação. Em quatro estudos realizados buscaram verificar se uma série de características pessoais diferenciam empreendedores de homens em geral e se essas características podem ser medidas por testes objetivos e padronizados (por exemplo: os empreendedores tem pontuações maiores na *Edwards' Personal Preference Scale* - EPPS que mede a necessidade de realização, necessidade de autonomia e necessidade de agressão). O estudo revela ainda que devido à natureza da pontuação da escala Occupational Interest Survey - OIS, as pontuações dos empreendedores não poderia ser comparada com as demais pessoas, pois teriam características que os diferenciava das pessoas em geral. Concluíram que as características do empreendedor

são: necessidade de realização, autonomia/independência, histórico familiar, agressividade, poder, reconhecimento, inovação, independência.

Brockhaus (1980) realizou um estudo para examinar se havia diferenças na propensão ao risco entre gerentes recém-contratados ou promovidos e fundadores de novos empreendimentos nos Estados Unidos. Os dados revelaram que, diferentemente de outros estudos que validavam de forma positiva a associação do risco à atividade empreendedora, a propensão ao risco não distingue, de maneira significativa, empreendedores e não empreendedores, ou seja, a propensão para a “tomada de risco” não ser diferente entre empreendedores, gestores e população em geral. Em sua investigação, baseada nas características empreendedoras, Brockhaus (1980) considera que as pessoas não nascem empreendedoras, mas podem vir a ser.

Koh (1996) argumenta que existe pouco consenso sobre o que é o empreendedorismo e o que faz um empreendedor. Em nesta pesquisa investiga se a inclinação para o empreendedorismo está associada às seguintes características psicológicas: necessidade de realização, *locus* de controle, propensão a assumir riscos, tolerância à ambiguidade, autoconfiança e inovação. Os resultados indicaram que aqueles que têm inclinação para o empreendedorismo têm maior capacidade de inovação, mais tolerância à ambiguidade e maior propensão a assumir riscos em comparação com aqueles que não tem inclinação para o empreendedorismo. Assim, as estatísticas descritivas sugerem que aqueles com maior inclinação para o empreendedorismo também possuem maior necessidade de realização, maior *locus* de controle (interno) e mais autoconfiança.

Dimensão 3 – Atitude e comportamento empreendedor

Robinson et al. (1991) acreditam que a atitude, em comparação com características pessoais (traços de personalidade) e características demográficas, é uma abordagem mais útil para descrever empreendedores. A escala Entrepreneurial Attitude Orientation Scale - EOA, desenvolvida e validada por estes autores, tem como objetivo mensurar a orientação para a atitude empreendedora e se baseia na mensuração das seguintes características fortemente associadas ao comportamento empreendedor: inovação, *l*ocus de controle, autoestima e realização. Na escala EOA o conceito de atitude é composto por três dimensões: afetiva, cognitiva e comportamental (Robinson et al., 1991). A atitude empreendedora, é entendida como a predisposição cognitiva, afetiva ou comportamental para atuar de forma inovadora, com autocontrole, autoestima e necessidade de realização. De forma geral, este instrumento busca diferenciar empreendedores de não empreendedores.

Drucker (1985) no livro “Innovation And Entrepreneurship”, considerado como um clássico no campo da inovação e do empreendedorismo, apresenta a inovação e o empreendedorismo como uma disciplina proposital e sistemática que explica e analisa os desafios e oportunidades da nova economia empresarial dos Estados Unidos. Quanto ao empreendedorismo, este autor, centra-se nas oportunidades, pois considera que o empreendedor está buscando constantemente a mudança, reagindo e explorando-a como uma oportunidade. Em relação à inovação, uma vez que cria algo novo, diferente, modifica ou transforma valores, não limita suas ações às instituições exclusivamente econômicas, mas consegue conviver com os riscos e incertezas presentes nas decisões que irá tomar. Qualquer pessoa pode aprender e se comportar de forma empreendedora (Drucker, 1985).

Shaver e Scott (1991) destacam que as pesquisas enfatizando fatores relacionados com a personalidade e características demográficas têm como deficiência a tendência de negligenciarem a natureza intencional da atividade empreendedora. No entendimento destes autores, o comportamento é influenciado pela forma como o mundo exterior é representado na mente, bem como pelo exercício de escolha do indivíduo. Nesta pesquisa examinam a possibilidade de que os atributos permanentes de um indivíduo possam afetar a atividade

empreendedora, descrevem os processos cognitivos propostos na construção de representações do ambiente externo e elencam variáveis motivacionais que influenciam as escolhas comportamentais. A identificação do potencial empreendedor requer uma infraestrutura cognitiva apropriada (Shaver & Scott, 1991).

Dimensão 4 – Antecedentes da intenção empreendedora

Krueger (1993) testou o impacto da exposição prévia ao empreendedorismo usando como base a Teoria da Intenção Empreendedora, cujos precursores foram Shapero e Sokol (1982) os quais consideram que duas etapas interativas são fundamentais: a desejabilidade e a viabilidade. Assim, se um indivíduo acredita que existe viabilidade para iniciar um novo negócio, a desejabilidade cresce na mesma proporção, entretanto, se ele não está motivado para iniciar um novo negócio, sequer considerará a sua viabilidade. Krueger (1993) pressupõe que a intenção de iniciar um novo negócio tem como antecedentes a desejabilidade percebida, a viabilidade e a propensão do indivíduo a agir em função das oportunidades. A intenção empreendedora é o compromisso de iniciar um novo negócio, ou seja, uma predisposição de um indivíduo para criar uma atividade empreendedora.

Bird (1988) acredita que a intenção de colocar em prática um determinado comportamento pode ser influenciada por vários fatores, tais como: necessidades, valores, desejos, hábitos e crenças. Sem intenção, a ação é improvável, por isso, ressalta que o estudo das intenções empreendedoras fornece suporte para a pesquisa sobre empreendedorismo, uma vez que elas são fundamentais para o entendimento de todo o processo empreendedor. A intenção pode ser entendida como um estado de espírito que direciona a atenção da pessoa, a experiência e a ação para uma determinada situação, com o objetivo fundar um novo negócio (Bird, 1988). O autor ressalta que a intenção de empreender é influenciada por fatores internos e externos que propulsionam o indivíduo a vislumbrar um campo de atuação existente ou criar um ambiente novo possibilitando o desenvolvimento de suas motivações e capacidades empreendedoras.

Krueger, Reilly e Carsrud (2000) entendem que novos negócios surgem ao longo do tempo e envolve planejamento. Assim, o empreendedorismo é o tipo de comportamento planejado para o qual os modelos de intenção são ideais. Neste estudo os autores compararam dois modelos baseados em intenção empreendedora em termos de sua capacidade de prever as intenções empresariais: a Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (as intenções em geral dependem da percepção de atratividade pessoal, normas sociais e de viabilidade) e o modelo do Evento Empresarial de Shapero (as intenções empresariais dependem de percepções de conveniência pessoal, viabilidade e propensão para agir). Krueger, Reilly e Carsrud (2000) tratam o empreendedorismo como uma maneira de pensar que enfatiza oportunidades e ameaças identificadas pelo indivíduo que tem a intenção de empreender. Estes autores consideram o processo de identificação de oportunidade como sendo claramente intencional, oferecendo, portanto, um meio para explicar e prever o empreendedorismo.

Dimensão 5 – Locus de controle e efeitos da cultura no empreendedorismo

Mueller e Thomas (2001, p. 62) analisaram os efeitos da cultura no empreendedorismo e os resultados apoiaram a proposição de que algumas culturas são mais propícias para o empreendedorismo do que outras. “Indivíduos com *locus* de controle interno e orientação inovadora deveriam aparecer mais frequentemente em culturas altamente individualistas com elementos de comportamento empreendedor fortemente independente e perseverante e ao mesmo tempo mantendo criatividade e inovatividade na resolução de problemas para lidar com um mundo incerto e ambíguo” (Mueller & Thomas, 2000, p. 62). A cultura pode condicionar o potencial para o empreendedorismo, gerando diferenças entre as fronteiras nacionais e

regionais, pois dependendo do momento possibilita a atribuição de significados e valores que conduzem e orientam escolhas e comportamentos das pessoas (Mueller & Thomas, 2001).

Hamilton (2000) questiona a importância dos retornos monetários quando se pensa em abrir um novo negócio. Destaca que em um quadro teórico microeconômico, os empreendedores não buscam maximizar seus rendimentos monetários, mas sim a sua utilidade geral, que pode ser expressa de diversas formas, pois os resultados do estudo de Hamilton (2000) sugerem que os benefícios não pecuniários do emprego por conta própria são mais substantivos. O autor constatou que, na média, a atividade empreendedora não fornece os melhores resultados em termos de rendimentos monetários para os indivíduos, mas os empreendedores engajam-se em atividades com retornos não pecuniários (por exemplo: status social, o controle sobre sua própria rotina e a satisfação pessoal em ter o próprio negócio) relevantes e permanece na mesma ocupação, mesmo tendo alternativas ocupacionais que trariam maiores retornos tanto iniciais quanto no longo prazo.

Rotter (1966) foi um dos precursores no estudo do *locus* de controle no campo da Teoria da Aprendizagem Social e desenvolveu a *IE Scale* (escala de *locus* de controle interno-externo) para mensurar a internalidade ou a externalidade de *locus* de controle. O *locus* de controle refere-se a uma característica psicológica que demonstra o grau em que o indivíduo percebe que o que acontece na sua vida, no dia a dia como consequência das suas ações e, por ser consequência, ele pode controlar estes acontecimentos (controle interno) ou, como não tendo relação com o seu comportamento e, por isso, estão fora do seu controle (controle externo). Coleta (1979) explica que o constructo de *locus* de controle, busca explicar a percepção das pessoas a respeito da fonte de controle, se própria do sujeito (interna) ou pertencente a algum elemento fora de si próprio (externa), sendo importante tanto na predição, quanto no controle e modificação do comportamento humano.

Stewart e Roth (2001) estudaram a propensão dos indivíduos a assumir riscos e consideram que ela tem uma interconexão com a exploração das oportunidades, uma vez que assumir riscos é uma parte fundamental da atividade empresarial. A conclusão da meta-análise é de que os empreendedores têm uma propensão ao risco mais elevada do que os gestores e, que esta propensão, é particularmente pronunciada entre aqueles que são orientados para o crescimento. Estes autores vêem a assunção de riscos como uma variável-chave para a teorização futura sobre o processo de empreendedorismo. Posteriormente, Miner e Raju (2004) realizaram outra meta-análise sobre o mesmo tema, adicionando 14 artigos que não foram incluídos na análise anterior e refutaram os resultados de Stewart e Roth (2001), concluindo que deve ser mantida uma visão conservadora, mantendo a posição de que o papel da propensão ao risco no empreendedorismo permanece não resolvido.

Dimensão 6 – Processos cognitivos e identificação de oportunidades

Simon, Houghton e Aquino (2000) estudaram os processos cognitivos seguidos pelos empreendedores, isto é, como os indivíduos lidam com os riscos inerentes às suas decisões. Nesta pesquisa investigaram os três vieses cognitivos (tipos comuns de atalhos mentais usados para fazer julgamentos) que em pesquisas anteriores foi sugerido que poderiam diminuir a percepção de risco: o excesso de confiança (à falta de conhecimento dos limites do próprio conhecimento); a ilusão de controle (os indivíduos acreditam que eles podem controlar eventos em grande parte incontroláveis, eles também pensam que podem prever com precisão o resultado dos eventos); e a crença na lei de números pequenos (quando um indivíduo usa um número limitado de insumos informativos - uma pequena amostra de informações) para tirar conclusões fortes. As conclusões do estudo sugerem que os indivíduos iniciam empreendimentos porque não percebem os riscos envolvidos, e não porque eles conscientemente aceitam altos níveis de riscos (Simon, Houghton, & Aquino, 2000). Além disso, a crença na lei de números pequenos reduziu as percepções de um indivíduo sobre o risco

de uma empresa, sugerindo que alguns indivíduos tiram grandes conclusões a partir de um conjunto pequeno de informações e, uma ilusão de controle também diminuiu a percepção de risco, levando a crer que os empreendedores iniciantes podem não reconhecer que certas tarefas, importantes para o sucesso do empreendimento, estão além de seu controle.

Penrose (1959) no livro *“The Theory Of Growth Of The Firm”*, considerado um dos trabalhos pioneiros na área de empreendedorismo, busca respostas para questões como: Por que algumas empresas obtêm melhores resultados do que outras? O que permite que uma empresa cresça e aproveite suas oportunidades? A autora analisa atividades gerenciais e decisões, rotinas organizacionais e criação de conhecimento dentro da empresa e argumenta que elas são críticas para a capacidade de uma empresa crescer. Em sua pesquisa, concluiu que a teoria da firma existente naquela época era insuficiente para explicar o porquê e como as firmas crescem. A firma é definida como uma "coleção de recursos produtivos cuja disposição entre diferentes usos e ao longo do tempo é determinada por razões administrativas" (Penrose, 1959, p.24). Quanto ao empreendedorismo, o livro busca compreender as funções gerenciais e empreendedoras na habilidade da empresa no uso de seus recursos e, considera algumas características que o empreendedor precisa ter para o sucesso do seu empreendimento, as quais são: versatilidade (relacionada com a capacidade de imaginação e visão pessoal), ambição e capacidade de julgamento.

Shane (2003) no livro *“A General Theory Of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus”* toma por base uma variedade de literatura sobre empreendedorismo e desenvolve uma teoria mais abrangente para este campo, que vai desde a descoberta de atividades empreendedoras até as diferenças da atividade empresarial na indústria para o processo organizacional. Ao ampliar a análise do empreendedorismo, Shane (2003) oferece uma estrutura conceitual abrangente que explica as diferentes partes do processo empreendedor: oportunidades, pessoas que as perseguem, habilidades e estratégias usadas tanto para organizar quanto para explorar as oportunidades e as condições ambientais favoráveis a elas de forma coerente. Além disso, considera que o empreendedorismo não deveria ser associado, exclusivamente, à abertura de novas empresas, mas à exploração de oportunidades de forma inovadora e à proposição de novas combinações meio-fim, cujo valor comercial dependeria do uso de mecanismos de mercado, como por exemplo, patentes ou licenças.

Dimensão 7 – Ação empreendedora

Schumpeter (1936) no livro *“The Theory Of Economic Development: An Inquiry Into Profits”*, considerado um clássico na análise da sociedade capitalista, enfatiza como dimensão fundamental da ação empreendedora a resistência e o conflito institucional. Martes (2010, p. 255) destaca quatro pontos fundamentais referentes às relações entre ação empreendedora e economia presentes na obra de Schumpeter (1936). Primeiro, “quanto à metodologia, define o indivíduo (empreendedor) como unidade básica de análise, mas o empresário é também concebido como um tipo ideal e ente portador de interesses, vontade e intencionalidade”. Segundo, quanto à inovação, é considerada como “elemento dinâmico da economia, conseqüentemente, o papel do empreendedor é fundamental na promoção do desenvolvimento econômico”. Terceiro, quanto ao empresário inovador “é um tipo específico de agente, diferente do mero capitalista, pois ele decide racionalmente com base em valores (inovação), mas que também é guiado pela paixão (desejos e conquistas) e é, necessariamente, um líder”. E, quarto ponto, referente ao aspecto institucional, o qual é considerado “fundamental: seja pelo apoio, seja pela oposição.”. Neste último ponto, Martes (2010, p. 255) explica que as instituições de crédito, as instituições políticas e econômicas, oferecem a base de sustentação à ação empreendedora e ajudam a alavancar um novo ciclo de crescimento, no entanto, é justamente das instituições que advém um forte movimento de oposição à ação empreendedora.

Shapero e Sokol (1982) estudaram a dimensão social do empreendedorismo e desenvolveram um modelo para mensurar a intenção empreendedora denominado ‘*Entrepreneurial Event (SEE)*’. O evento empreendedor (nascimento de um empreendedor) foi entendido como a unidade de interesse especialmente em razão dos problemas referentes à definição do que é ou não é um empreendedor em comparação com outros indivíduos. Shapero e Sokol (1982) sugeriram que o evento empreendedor compreende cinco características: iniciativa, consolidação de recursos, gestão da organização, autonomia relativa e assunção de risco. Assim, nesta abordagem, o evento empreendedor poderia referir-se à formação de um novo negócio. Shapero e Sokol (1982) consideram que a ação que provoca o evento empreendedor depende de dois fatores: a desejabilidade e a viabilidade. A desejabilidade percebida foi definida por estes autores como sendo a atratividade pessoal de iniciar um negócio, incluindo os impactos intrapessoais e extrapessoais e, a viabilidade percebida como o grau em que alguém se sente pessoalmente capaz de iniciar um negócio, as quais combinadas com a propensão para a ação, refletem na intenção para agir diante de determinada alternativa.

Dimensão 8 – Tomada de decisão

Busenitz e Barney (1997) acreditam que os empreendedores tendem a utilizar mais frequentemente, as heurísticas no processo de decisão, além disso, apresentam um nível de otimismo mais elevado na valorização de potenciais oportunidades, mesmo sem dados objetivos para esse julgamento. Estes autores investigaram as diferenças nos processos de tomada de decisão usados por gerentes de grandes organizações e empreendedores, e tais diferenças foram examinadas em relação às heurísticas da representatividade (tendência de super generalização) e o viés do excesso de confiança (superestimação da probabilidade de ser correto). Os resultados revelaram que havia diferenças comportamentais substanciais entre gestores de grandes organizações e empresários, sendo evidenciada a presença da heurística da representatividade (acompanhada de insensibilidade a *base-rates*) e do viés do excesso de confiança em julgamentos e decisões de gestores em grandes organizações e empreendedores, ou seja, os empreendedores são propensos a serem superconfiantes e inclinados à generalizações exageradas diante das oportunidades a eles apresentadas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve por objetivo identificar a estrutura da produção científica que fornece a base teórica para estudos sobre a propensão ao empreendedorismo buscando demonstrar a similaridade de conteúdo e a interlocução destas produções no processo de geração de novos conhecimentos.

Foram empregados métodos bibliométricos para analisar as publicações, identificando as produções mais citadas e demonstrando a relação entre estas publicações. Das 367 publicações sobre propensão ao empreendedorismo, a primeira ocorreu no ano de 1972, intitulada “*Choice in a changing world*” escrita por Ernest R. Alexander, motivada pelo fato de que este autor considerava que os modelos de decisão que aspiravam à generalidade (racional normativos e incrementalismo) eram fracos, pois estavam divorciados de qualquer ambiente societal ou assumiam a universalidade para uma forma de sociedade. Nas duas décadas seguintes o interesse pelo tema se manteve baixo (década 1980 – 8 publicações, década de 1990 – 33 publicações), mas a partir do ano de 2000 ocorreu um aumento significativo (década de 2000 – 101 publicações) e, entre 2010 e 2016 já foram publicados 223 trabalhos envolvendo o tema propensão ao empreendedorismo. Os periódicos com maior número de publicações foram, respectivamente: *Journal of Business Venturing* (32), *Small Business Economics* (20), *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* (11), *International Entrepreneurship and Management Journal* (10) e *Entrepreneurship: Theory and Practice* (8).

Na análise de cocitação contida nos 367 artigos foi possível identificar a base do conhecimento deste campo científico e observar o grau de associação entre os documentos, de acordo com a compreensão da comunidade de autores. As publicações agruparam-se em oito dimensões: empreendedorismo como processo organizacional; características do empreendedor; atitude e comportamento empreendedor; antecedentes da intenção empreendedora; *locus* de controle e efeitos da cultura no empreendedorismo; processos cognitivos e identificação de oportunidades; ação empreendedora; e, tomada de decisão.

A publicação mais citada pela comunidade científica que trata de propensão ao empreendedorismo foi “*The Achieving Society*”, com 113 ocorrências, escrita por McClelland (1961), o qual considera que o desenvolvimento econômico ocorre por meio de uma sequência de acontecimentos, em decorrência do desejo de sucesso e, assim, o florescimento do espírito empreendedor na sociedade.

A principal contribuição propiciada por este artigo apresentando a estrutura da produção científica sobre propensão ao empreendedorismo, por meio da análise de cocitações, foi que nele se demonstra a relevância do tema e reforça a necessidade de continuidade destas investigações, visando a busca de um núcleo para entender o importante papel do empreendedor na sociedade. Embora os aspectos econômicos, sociais e ambientais, dentro e fora de organizações, amplamente citados nos artigos em pauta, tenham significados ímpares, há de se considerar que a presença, a relevância e o papel do empreendedor, dotados de características afetivas e cognitivas distintas de outros agentes, fazem a diferença frente aos negócios. Assim, este artigo abre perspectivas para novos estudos, em outras bases de artigos científicos que podem, de certa forma, ampliar o conhecimento da área.

REFERÊNCIAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2002). *Constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations*. Recuperado em 15 de janeiro de 2017. http://chuang.epage.au.edu.tw/ezfiles/168/1168/attach/20/pta_41176_7688352_57138.pdf.
- Alexander, E. R. (1972). Choice in a changing world. *Policy Sciences*, 3(3), 325-337.
- Bellardo, T. (1980). The use of co-citations to study science. *Library Research*, 2(3), 231-237.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453.
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Brockhaus, R. H. (1982). The psychology of the entrepreneur. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 39-57.
- Brockhaus, R. H. (1987). Entrepreneurial folklore. *Journal of Small Business Management*, 25(3), 1-6.
- Bull, I., & Willard, G. E. (1993). Towards a theory of entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 8(3), 183-195.
- Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of business venturing*, 12(1), 9-30.
- Chelariu, C., Brashear, T. G., Osmonbekov, T., & Zait, A. (2008). Entrepreneurial propensity in a transition economy: exploring micro-level and meso-level cultural antecedents. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23(6), 405-415.
- Coleta, J. A. D. (1979). A escala de *locus* de controle interno-externo de Rotter: um estudo exploratório. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 31(4), 167-181.

- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(1), 7-25.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic management journal*, 10(1), 75-87.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship practices and principles*. Amacon.
- Drucker, P. F. (1998). The discipline of innovation. *Harvard Business Review*, 76(6), 149-157.
- Fávero, L. P., Belfiore, P., Silva, F. L., & Chan, B. L. (2009). Análise de Dados: modelagem multivariada para tomada de decisões. Rio de Janeiro, Brazil: Elsevier.
- Filion, L. J. (2011). Defining the entrepreneur. In: *World Encyclopedia of Entrepreneurship*, pp. 41-52.
- Gartner, W. B. (1988). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. (Adonai Schlup Sant'Anna, Trad.). Porto Alegre: Bookman Editora.
- Hamilton, B. H. (2000). Does entrepreneurship pay? An empirical analysis of the returns to self-employment. *Journal of Political economy*, 108(3), 604-631.
- Hisrich, R. D. & Peters, M. P. E. (2004). *Empreendedorismo*. (Lene Belon Ribeiro, Trad). Porto Alegre: Bookman Editora.
- Hornaday, J. A., Aboud, J. (1971) Characteristics of successful entrepreneurs. *Personnel Psychology*, 24, 141-153.
- Kirzner Israel, M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. The University of Chicago Press.
- Koh, C. H. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology*, 11(3), 12-25.
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship: Theory and practice*, 18(1), 5-22.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432.
- Martes, A. C. B. (2010). Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor. *Revista de Economia Política*, 30(2), 254-270.
- McCain, K. W. (1991). Mapping economics through the journal literature: An experiment in journal cocitation analysis. *Journal of the American Society for Information Science*, 42(4), 290-296.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: D. Van Norstrand Company. Inc., 1961.
- Morris, M. H., Lewis, P. S., & Sexton, D. L. (1994). Reconceptualizing entrepreneurship: an input-output perspective. *SAM Advanced Management Journal*, 59(1), 21.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.
- Miner, J. B., & Raju, N. S. (2004). Risk propensity differences between managers and entrepreneurs and between low-and high-growth entrepreneurs: a reply in a more conservative vein. *Journal of Applied Psychology*, 89(1).
- Moroz, P. W., & Hindle, K. (2012). Entrepreneurship as a process: Toward harmonizing multiple perspectives. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 781-818.
- Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of business venturing*, 16(1), 51-75.
- Penrose, E. T. (1995). The theory of the growth of the firm, 1959. *Cambridge, MA*.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 15(4), 13-31.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological monographs: General and applied*, 80(1), 1.

- Schumpeter, J. A. (1936). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle* (Vol. 55). Transaction publishers.
- Shane, S. A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), pp. 217-226.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In *Encyclopedia of Entrepreneurship*, pp. 72-90.
- Shaver, K. G., & Scott, L. R. (1991). Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 23-45.
- Simon, M., Houghton, S. M., & Aquino, K. (2000). Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies. *Journal of Business Venturing*, 15(2), 113-134.
- Small, H. (1973). Co-citation in the scientific literature: A new measure of the relationship between two documents. *Journal of the American Society for Information Science*, 24(4), 265-269.
- Smiraglia, R. P. (2011). ISKO 11's diverse bookshelf: An editorial. *Knowledge Organization*, 38(3), 179-186.
- Stewart Jr, W. H., & Roth, P. L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: a meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 145.
- Stewart, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C., & Carland, J. W. (1999). A proclivity for entrepreneurship: A comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. *Journal of Business Venturing*, 14(2), 189-214.
- Vanz, S. A. S. & Stumpf, I. R. C. (2010). Procedimentos e ferramentas aplicados aos estudos bibliométricos. *Informação & Sociedade*, 20(2).
- Williams, B., Onsmann, A., Brown, T. (2010). Exploratory factor analysis: A five-step guide for novices. *Australasian Journal of Paramedicine*, 8(3), 1-13.
- White, H. D., & Griffith, B. C. (1981). Author cocitation: A literature measure of intellectual structure. *Journal of the American Society for Information Science*, 32(3), 163-171.
- Yasin, M. (1996). Entrepreneurial effectiveness and achievement in Arab culture: New evidence to rekindle interest in an old predictor. *Journal of Business Research*, 35(1), 69-77.