



Abril 2019 - ISSN: 1696-8360



EMPREENDEDORISMO SOB ANÁLISE DA INTENÇÃO EMPREENDEDORA: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA ÚLTIMA DÉCADA

ENTREPRENEURSHIP UNDER ANALYSIS OF ENTREPRENEURSHIP INTENTION: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE LAST DECADE

Denise Adriana Johann

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil
johanndenisee@gmail.com

Andrieli de Fátima Paz Nunes

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil
andrieli.nunes@gmail.com

Nandria Scherer

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil
nandriaschererb@hotmail

Andressa Fernandes Gaier

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil
andressagayer@yahoo.com.br

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Denise Adriana Johann, Andrieli de Fátima Paz Nunes, Nandria Scherer y Andressa Fernandes Gaier (2019): "Empreendedorismo sob análise da intenção empreendedora: uma análise bibliométrica da última década", Revista contribuciones a la Economía (abril-junio 2019).

En línea: <https://eumed.net/ce/2019/2/empreendedorismo-ultima-decada.html>

Resumo

O presente estudo consiste em analisar a produção científica na área do empreendedorismo, no contexto da intenção empreendedora, na base de dados Web of Science. O trabalho é quantitativo, de natureza bibliométrica, no qual foram investigados 1.119 artigos publicados no período de 2008 a julho de 2018, na respectiva base de dados, objetivando ampliar o conhecimento sobre as publicações relacionadas à intenção empreendedora. Inicialmente, foram identificados o número total de publicações, áreas temáticas, tipos de documentos, ano de publicações, autores, agências financiadoras e instituições, países, línguas, bem como o índice h-b e o índice m. Em seguida, o software VOSviewer foi usado para criar mapas textuais e clusters de co-citação. Neste estudo a intenção empreendedora apresenta-se como uma característica pessoal que precede uma atitude, um comportamento e pode ser um estado de espírito em que o indivíduo é direcionado para algo que deseja atingir ou ser formado momentos antes da realização de uma ideia. O presente estudo centra-se no empreendedorismo, devido à sua importância para o progresso econômico e social de uma determinada região ou localidade, onde os empresários desempenham um papel fundamental.

Palavras-chave: Intenção Empreendedora, Bibliometria, Empreendedorismo.

Abstract

The present study consists of analyzing the scientific production in the area of entrepreneurship, in the context of entrepreneurial intention, in the Web of Science database. The work is quantitative, of a bibliometric nature, in which 1,119 articles published in the period from 2008 to July 2018 were

investigated, in the respective database, aiming to broaden the knowledge regarding the publications related to entrepreneurial intention. Initially, the total number of publications, thematic areas, document types, year of publications, authors, funding agencies and institutions, countries, languages, as well as the h-b index and the m index were identified. Next, VOSviewer software was used to create textual maps and co-citation clusters. In this study the entrepreneurial intention presents itself as a personal characteristic that precedes an attitude, a behavior, and can be a state of mind where the individual is directed to something that wishes to reach or be formed moments before the realization of an idea. The present study focuses on entrepreneurship because of its importance for the economic and social progress of a particular region or locality, where entrepreneurs play a fundamental role.

Keywords: entrepreneurial intentions, Bibliometrics, Entrepreneurship.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo elenca diversas formas de atuação do indivíduo no meio em que está inserido, através da criação de uma empresa, produto ou serviço acelerando o processo de crescimento de uma localidade ou região. Dada a importância da atuação destes empreendedores com potencial a gerar desenvolvimento, estudos da temática empreendedorismo tornaram-se frequentes, bem como a importância de conhecer esses empreendedores suas motivações, intenções, atitudes e comportamento.

Para Bird (1988) o estudo das intenções empreendedoras oferece uma maneira de promover a pesquisas e um maior conhecimento sobre empreendedorismo. Para efeitos desta pesquisa, intenção empreendedora compreende um estado de espírito em que a atenção da pessoa está dirigida para uma determinada situação, com vista a alcançar uma meta. Neste caso a concretização da ideia de criar uma nova empresa, um produto ou um serviço é precedida pela intenção, direcionando atenção, experiência e ação para um conceito de negócio (BIRD, 1988).

Deste modo, o empreendedorismo está vinculado a comportamento e atitude empreendedora no sentido de despertar nas pessoas o desejo de criação de novos negócios, produtos ou criação de valor em algo já existente. Nesse sentido, Ferreira et. al. (2016) salientam que há diferentes perspectivas e abordagens que buscam explicar ou demonstrar de que forma o construto intenção empreendedora afeta a atitude de empreender. Isso porque existe uma grande lacuna no campo de estudos, como o que motiva e impulsiona as pessoas a empreenderem.

Diante do exposto, neste artigo se explora a produção científica da temática intenção empreendedora, na base de dados *Web of Science*, inicialmente realizou-se a consulta do termo intenção empreendedora verificando-se mais de mil publicações no período total disposto pela base. Diante disso, definiu-se o período de 2008 a julho de 2018 para esta pesquisa. O principal objetivo é verificar a produtividade dos autores e o grau de concentração na área escolhida, o artigo apresenta uma análise bibliométrica dessa produção com o objetivo de avaliar a produtividade dos pesquisadores e o nível de concentração dessa produção, utilizando para isso técnicas bibliométricas consagradas.

Buscando alcançar o objetivo foi realizado uma pesquisa descritiva, quantitativa, com método dedutivo e aplicação da técnica bibliométrica em artigos da base de dados *Web of Science* disponível na base, 2008 até abril de 2018, mês esse em que foi realizado a busca. Foram localizados 1119 artigos e a partir de ferramentas do Excel e do software VOSviewer tornou-se possível tratar dados e obter as conclusões necessárias. O presente artigo está organizado em seis seções, iniciado por essa abordagem introdutória. Em seguida, a seção 2 apresenta uma revisão da literatura, na qual são estudados o empreendedorismo e a intenção empreendedora. A seção 3, metodologia, aborda os meios de pesquisas empregados durante o atual estudo. Os resultados estão apresentados e discutidos na seção. 4. Posteriormente, na seção 5, encontram-se as considerações finais do estudo, além de sugestões para possíveis trabalhos futuros e, finalmente, na seção 6 são apresentadas as bibliografias utilizadas na pesquisa.

1. INTENÇÃO EMPREENDEDORA: CONCEITOS E PERSPECTIVAS

Segundo Tavares et al. (2013) empreendedorismo denota uma atividade realizada por um indivíduo inovador, que percebe as oportunidades do mercado, atento a demandas reprimidas de negócios, produtos ou serviços. Já, Gerber (2004), afirma que o empreendedor além de ser um indivíduo inerente a mudanças, criativo, transformando assim o caos em harmonia aliado as suas ideias inovadoras neste processo, com características próprias, combinando criatividade e inovação, sempre atento a espaço em novos mercados.

De maneira geral as pessoas com características empreendedoras são vistas como potenciais criadores de novas empresas ou de aperfeiçoamento de empresas já existentes trazendo algo inovador ou suprimindo alguma carência.

De acordo com Ajzen e Fishbein (2000, p. 1), "as atitudes das pessoas seguem espontânea e consistentemente crenças acessíveis na memória e, então, guiam o comportamento correspondente". Para qualquer país ou localidade a criação de novos negócios e geração de oportunidades são fundamentais para a geração de riquezas e criação de empregos e oportunidades impactando de forma social e econômica, podendo desta forma. Neste sentido estudos referentes aos indivíduos empreendedores considerados agentes de desenvolvimento e de mudança estão crescendo ano após ano.

Desta forma, a intenção ao se materializar depende de nossas atitudes. A esse respeito, atitude empreendedora, segundo Souza e Lopez Jr. (2005, p. 4), é definida como a "predisposição aprendida ou não, para atuar de forma inovadora, autônoma, planejada e criativa, estabelecendo redes sociais".

Ainda de acordo com Ajzen (1991) são os fatores motivacionais, representados pela intenção, e os fatores de controle comportamental representados pela oportunidade e recursos que determinam a concretização de um comportamento específico onde os valores tem ligação direta com a atitude influenciando a intenção a empreender, desse forma o autor estuda o comportamento empreendedor através de um modelo que percorre por essas três dimensões: comportamento, atitude e intenção. As crenças antecedem as atitudes, para ele as crenças explicam as atitudes, já a atitude explica a intenção (AJZEN 2001).

Em 1991, Ajzen apresenta a Teoria do Comportamento Planejado (TPB – Theory of Planned Behaviour), visando explicar o comportamento humano em geral diante de uma situação particular. A TPB prevê que o comportamento e a intenção de agir resultam da combinação de três atitudes: (i) atitude individual diante desse comportamento, (ii) da norma subjetiva que lhe é implícita e (iii) da percepção sobre o controle do comportamento em causa. Para Ajzen (1991) o indivíduo avalia sua atitude ou crença de forma positiva ou negativa agindo de forma direta sobre seu comportamento variando desta forma sua intenção sob sua ótica do grau de dificuldade ou facilidade no que deseja realizar ou alcançar, condicionando sua intenção a este nível por ele definido. Através do princípio geral da teoria psicológica do comportamento planejado considera que ao abrir um negócio o indivíduo esta tendo um comportamento planejado, estes comportamentos são intencionais, definindo que há intenção para este comportamento, a intenção é prevista por atitude Ajzen, (1991).

Já para Carter et. Al. (1996) em seu estudo analisou o período de criação correlacionando o tempo de intenção e a ação propriamente dita. Neste estudo os autores descobriram a inspiração como intenção empreendedora confirmando atitude uma ligação intencional e testaram sobre ela a educação com uma influência exógena ontribuindo neste contexto com a Teoria do Comportamento Planejado.

Corroborando Linan e Fayole (2015) salientam ao examinar a literatura sobre EI, surgem duas linhas distintas de pesquisa. O primeiro vem da psicologia social, com vistas a analisar comportamentos em geral e esclarecendo o processo mental que conduz de atitudes e crenças a ação. Duas importantes contribuições da disciplina são especialmente relevantes para o estudo de EI: o de Ajzen e Fishbein (1980) e de Bandura (1997). Um desenvolvimento adicional, a Teoria do Comportamento Planejado (TPB) de Ajzen (1991), tornou-se uma das mais teorias amplamente utilizadas na psicologia social em geral (Ajzen 2012). A segunda vertente é específico para o campo do empreendedorismo (Shapero 1984; Shapero e Sokol 1982; Bird 1988). A convergência dessas duas vertentes da literatura deve muito a alguns contribuições que fizeram um caso muito convincente para a adoção de ferramentas e teorias.

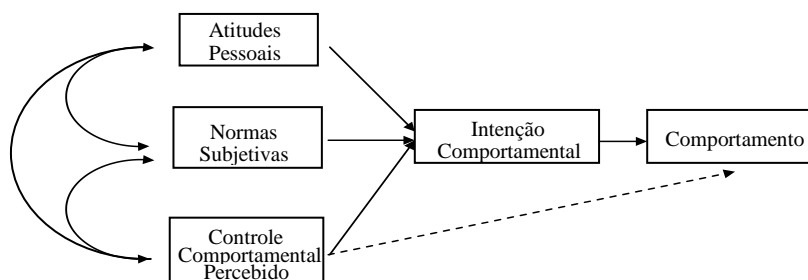
Neste contexto Linan et. A. (2018) enfatizam o incentivo ao desenvolvimento de intenções empreendedoras em estudantes através da educação para o empreendedorismo com o objetivo de estimular o comportamento empreendedor com foco na aprendizagem empreendedora e inspiração serem elementos chaves para Educação empreendedora. Desta forma o processo da educação

empreendedora se dá de duas formas, através da aprendizagem empreendedora elencada ao conhecimento e as habilidades e através da inspiração aliada a motivação direcionando o comportamento com a transformação da mente e do coração a alcançar o que deseja (LINAN et al, 2018).

Em virtude disso torna-se relevante investigar a intenção em empreender bem como os fatores que a influenciam de forma acreditar-se o estudo das intenções empreendedoras oferecer uma maneira de promover a pesquisa sobre empreendedorismo.

Segundo Ajzen (1999) a intenção antecede o comportamento, a qual pode ser influenciada através de atitudes pessoais, normas subjetivas ou ainda pelo controle comportamental percebido, conforme modelo apresentado na figura 1.

Figura 1 – Modelo da Teoria do Planejamento do Comportamento



Fonte: Ajzen, (1999)

Nessa perspectiva Loiola et. Al. (2016) definem a intenção empreendedora como uma projeção pessoal explicada através de dois grandes modelos: de Krueger-Shapero (Krueger, 1993; Shapero & Sokol, 1982) o qual sustenta o empreendedorismo ser consequência da intenção empreendedora baseado no desejo, na análise de oportunidades e a propensão para agir nessa direção e o segundo modelo: da ação planejada. Duas teorias também norteiam o construto intenção empreendedora, a Teoria da ação racional (Fishbein & Ajzen, 1975) onde as atitudes individuais e as normas subjetivas atuam como antecedentes da intenção comportamental e a Teoria da ação planejada (Ajzen, 1985) que acredita o indivíduo ter a percepção e o controle sobre seu comportamento identificando e calculando riscos (LOIOLA ET. AL. 2016).

2.1 Estudos recentes sobre Intenção Empreendedora

Por meio de uma revisão bibliográfica foi possível encontrar estudos que já abordaram a temática intenção empreendedora.

Souitaris et al. (2006) com artigo mais citado da base Web of Science na busca realizada em abril de 2018: Programas de empreendedorismo aumentam intenção empreendedora da ciência em engenharia estudantes? O efeito do aprendizado, inspiração e recursos. Seu estudo testa e posiciona com base na Teoria do Comportamento Planejado o efeito de programas de empreendedorismo em atitudes e intenções empreendedoras dos estudantes de Ciência e Engenharia com o objetivo de investigar se a educação empreendedora aumenta ou não a intenção em abrir um negócio. Os dados foram coletados antes e depois de um programa de empreendedorismo em duas universidades (Londres e Grenoble), de 250 estudantes. Os resultados mostram que os programas aumentam algumas atitudes e toda a intenção empreendedora dado que os alunos do grupo "programa" aumentaram sua norma e intenção subjetivas em direção ao trabalho autônomo, enquanto os estudantes do grupo controle não o fizeram. Assim sendo, o programa elevou atitudes e intenções empreendedoras. Estudos longitudinais são a única maneira de testar link intenção-ação. Conclui-se que enquanto o conhecimento e recursos podem aumentar a probabilidade de sucesso para aqueles que vão iniciar um novo empreendimento, é a inspiração que eleva atitudes e intenções e aumenta a chances de que os alunos vão realmente tentar uma carreira empreendedora em algum momento a vida deles. Portanto, se a meta é aumentar o número

de empreendedores no população estudantil, então a parte inspiradora dos programas tem que ser projetada propositadamente e instrutores devem ser treinados não só para ensinar o empreendedorismo currículo, mas também para mudar "corações e mentes".

Nieuwenhuizen¹ e Swanepoel¹ (2015), buscaram comparar a intenção empreendedora em estudantes de mestrado em desenvolvimento da África do Sul e da Polônia, sendo o objetivo a avaliação sob a ótica de países culturalmente diferentes. Para isso, a metodologia utilizada pelos autores foram duas amostras, uma de cada País. Através de questionário previamente validado e desenvolvido a partir da Teoria de Planejamento de Ajzen. Os resultados foram analisados por fator e foram extraídas novas escalas. Essas escalas refinadas foram utilizadas para avaliar as diferenças entre os dois países. Um total de 182 questionários foram coletados das duas universidades, Universidade de Joanesburgo, em África do Sul e Krakow Business School na Polônia. Através do teste T e encontraram diferenças significativas entre os dois grupos exceto em uma das 10 escalas os estudantes sul africanos obtiveram resultados superiores aos estudantes poloneses. A questão levantada foi o que os dois países com tantas diferenças geográficas, políticas tem comparando em níveis de intenção empreendedora. Números traduzem-se numa séria preocupação com as perspectivas de emprego para a juventude, o desemprego para jovens entre as idades de 15 e 24, o desemprego é de 31,4% na SA (Estatística África do Sul 2013) e 27,8% na Polônia (Polakowski 2012). As taxas de atividade empresarial em fase inicial (TEA) para ambos os países são baixas. O TEA indica a porcentagem da população de 18 a 64 anos que é um empreendedor nascente ou proprietário-gerente de um novo negócio. Com SA em 7% (Turton & Herrington 2013) e Polônia em 9,4%, ambos estão abaixo da taxa média de TEA de 13,1% para as economias orientadas para a eficiência.

Linán e Fayolle (2015) desenvolveram recentemente uma revisão de literatura de intenções empresariais publicadas no período de 2004 a 2013, num total de 409 artigos, os autores salientam que na revisão da literatura surgem duas vertentes distintas: da psicologia social com os estudos de de Ajzen e Fishbein (1980) e de Bandura (1997) e a Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991) (TPB), que tornou-se uma das mais teorias amplamente utilizadas na psicologia social em geral (Ajzen 2012). A segunda vertente no campo do empreendedorismo ((Shapero 1984; Shapero e Sokol 1982; Bird 1988). A teoria do evento empreendedor através do Modelo de Bird (1988) e converge com o modelo de TPB. A revisão foi feita a partir das publicações mais citadas do conjunto de dados de 409 artigos logo após feita análise de citações cruzadas entre os 409 artigos em nossa amostra, um total de 24 documentos influentes foram identificados, estes receberam o maior número de citações e foram classificados em clusters de tópicos com base em semelhanças de conteúdo. Estes 24 documentos foram divididos em 5 categorias: - modelo central, questões metodológicas e teóricas com 5 documentos, onde são analisados documentos centrais do modelo com abordagem de aspectos teóricos ou problemas metodológicos que afetam esse modelo medindo a influência de variáveis que afetam a intenção; - modelo que estuda a influência de variáveis de nível pessoal com 9 documentos encontrados, as variáveis podem ser psicológicas, demográficas e com experiências em intenção empreendedora, o modelo com maior número de artigos; - modelo Educação e intenções em empreendedorismo, onde são estudos os estudantes e sua relação com a intenção em empreender com 4 artigos, com variáveis que afetam a intenção de empreender, como o empreendedorismo já existente na família, bem como prévia exposição empresarial; - modelo que compara amostra de países diferentes fazendo comparações num contexto a nível institucional com 4 artigos; - modelo com foco no processo empresarial vinculado a intenção empreendedora com 2 artigos. Os autores caracterizam o construto atitude empreendedora a nível metodológico os trabalhos empíricos utilizam metodologias positivistas oferecendo a este campo de pesquisa oferecendo pouco alcance para abordagens humanísticas que poderiam ser eficazes para pesquisas qualitativas de maior abrangência com finalidade de uma maior compreensão da complexidade do mecanismo psicológico.

Loiola et. Al. (2016) analisaram através de seu estudo o efeito de variáveis de percepção de contexto do ambiente universitário e familiar e também da variáveis motivacionais e atitudinais na intenção empreendedora de jovens universitários. A amostra utilizou 2.999 estudantes de diversos cursos de uma universidade pública do Brasil. Utilizou-se o instrumento original do Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS pesquisa internacional que, em 2013/2014, alcançou 34 países, incluindo o Brasil com objetivo de acompanhar indicadores de variáveis de nível individual e contextual do ambiente universitário relacionados ao empreendedorismo entre estudantes de nível superior.) com 12 blocos de questões. Os resultados indicam que a motivação para o poder, seguida pela aprendizagem empreendedora e a menor percepção de risco são melhores preditores da intenção

empreendedora, evidenciando de forma positiva as teorias da ação racional e da ação planejada, ressaltando o papel fundamental da atitude na intenção de escolha do empreendedorismo. Com as análises de regressão o estudo concluiu como preditores da intenção empreendedora a aprendizagem empreendedora e o poder como motivação.

Ferreira, Loiola e Gondim (2017) recentemente publicaram um estudo onde através de revisão de literatura identificaram em estudos empíricos os principais preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora (IE), onde os individuais assemelham-se com traços pessoais, motivações de realização pessoal, atitude positiva e criatividade; já os preditores contextuais são as famílias e redes de amigos que operam como modelos a ser seguidos dando suporte ao desenvolvimento do negócio. Foram analisados 60 artigos no período de 2004 a 2015, os resultados indicam que os estudos sobre intenção empreendedora tiveram um aumento de 41% nos estudos entre 2004 e 2015 em vários países e continentes, com uma crescente no interesse pelo assunto. No entanto, Brasil, é quase inexistente essa pesquisa. Os resultados mostraram que os principais preditores individuais são: traços pessoais, desejo de realização pessoal, atitude positiva, auto-eficácia, controle percebido, locus interno de controle, barreiras percebidas, e criatividade. Já os principais preditores contextuais proximais são a família e os amigos. Os resultados ainda revelaram que os jovens decidem lançar um negócio motivados por aspirações pessoais e não sociais. Os autores concluíram com o estudo que as barreiras recorrentes a atitude empreendedora variam entre países mais ou menos desenvolvidos, apesar de se apresentarem com intenções semelhantes os grupos gerados por economias distintas.

Schaefer et.al 2017 em seu estudo através da adaptação de modelo cognitivo de tomada de decisão proposto e testado nos Estados Unidos contribuíram para a validação empírica de instrumentos que medem valores, atitude e intenção empreendedora, e pode ser uma alternativa efetiva para prever intenções em seguir uma carreira empreendedora em universitários. O estudo foi realizado através de uma pesquisa quantitativa e descritiva, a população foram 204 estudantes de graduação em Administração de duas instituições de ensino brasileiras, no Rio Grande do Sul, uma universidade pública e outra privada. A metodologia utilizada no trabalho para validar e testar as hipóteses do modelo foi a modelagem de equações estruturais. Os resultados mostraram que os valores pessoais influenciaram positivamente a atitude empreendedora ($R=0,152$) e a atitude empreendedora impactou fortemente na intenção empreendedora ($R=0,773$) dos estudantes investigados.

Linan et.al. (2018) com objetivo entender como a experiência universitária influencia nas intenções empreendedoras através de uma pesquisa longitudinal com 49 estudantes de negócios em uma universidade britânica investigaram baseados na teoria da educação para o empreendedorismo (EE). O artigo examina o papel da aprendizagem e inspiração no desenvolvimento das intenções empreendedoras dos alunos no primeiro ano do ensino superior. Os autores identificam quatro cenários relacionados à participação / não participação na EE e subsequente aumento ou diminuição das intenções empreendedoras. Os resultados sugerem que a influência da EE é variável, em alguns casos levando a uma diminuição das intenções empreendedoras. Os resultados contribuem para teorias de EE e intenções nas fases iniciais do ensino superior. Além disso, verificou-se que alunos com diferentes prioridades de valores podem interpretar o empreendedorismo de formas diferentes. Estas constatações demonstram que o reforço da segurança e da conformidade receiam a incerteza inerente ao empreendedorismo, considerando que os alunos enfatizando auto-direção e estimulação irá apreciá-lo e sentir-se mais inclinado ao empreendedorismo. Através de análise estatística sugere-se que a participação no programa de EE tem importantes benefícios. Os participantes do programa de EE, em média, demonstram maior aprendizagem e inspiração, em comparação com as suas contrapartes não EE. No entanto, a média mudança nas intenções empreendedoras desde o início até o final do ano não é significativamente diferente entre os participantes EE e não EE.

Yan et al.(2018) analisaram como a personalidade, a autoeficácia e as cognições antecipatórias de potenciais empreendedores moldam suas intenções empreendedoras com um olhar ampliado da viabilidade empreendedora, os autores levantaram a hipótese de um modelo no qual as intenções empreendedoras são fomentadas pela personalidade proativa e pela competitividade de características. O estudo expande o conceito de viabilidade empresarial para incluir o pensamento antecipatório e uma visão generativa da auto eficácia empreendedora, considerando formas mais amplas de auto eficácia que pessoas proativas e competitivas possam desenvolver auto eficácia criativa e auto aprendizagem. Os resultados do estudo indicam que as crenças de auto eficácia múltipla são responsáveis pelas cognições empreendedoras antecipadas e que a relação entre a auto eficácia empreendedora e as intenções empreendedoras é totalmente mediada por essas cognições.

A partir dos estudos acerca da intenção empreendedora, verificou-se que os fatores que impulsionam o indivíduo a empreender não incluem somente contribuições para o desenvolvimento sob um olhar econômico, vai também de encontro a um conjunto de características e comportamentos que levam o indivíduo a torna-se também um colaborador de cunho social ao meio em que está inserido Neste contexto com esta pesquisa pode-se observar a importância de fomentar as atitudes e intenções de jovens de séries iniciais até sua formação, estabelecendo condições propícias a este desenvolvimento, neste contexto percebe-se a necessidade de contemplar esta educação ao empreendedorismo com um olhar das instituições de ensino e das organizações governamentais para esta temática.

Em virtude disso, percebe-se um crescimento em pesquisas comportamentais voltadas as intenções e atitudes do comportamento humano.

3.PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

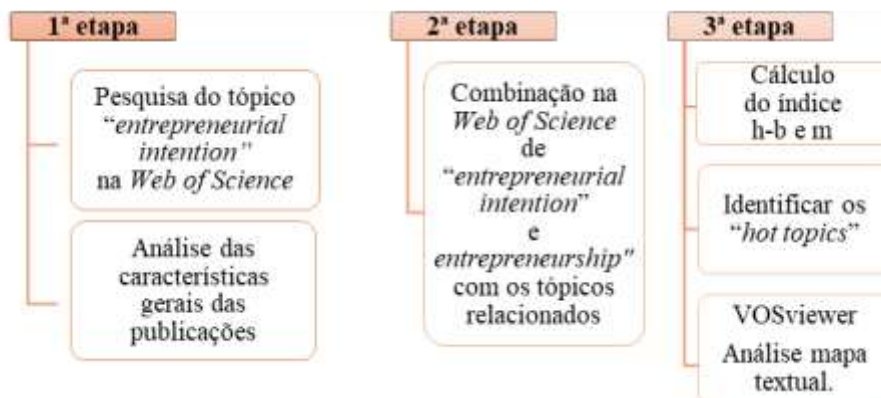
3.1 Tipo de pesquisa

A presente pesquisa é caracterizada como descritiva com abordagem quantitativa e aplicação da técnica bibliométrica. Segundo Oliveira et al. (2013) a pesquisa bibliométrica se caracteriza por medir a influência dos periódicos e pesquisadores, com capacidade de evidenciar o perfil e tendência dos mesmos, objetivando ampliar o conhecimento referente às publicações relacionadas a intenção empreendedora (*entrepreneurial intentions*), na base de dados *Web of Science*, no período de 2008 a 2018. No estudo procurou-se identificar quais tópicos relacionados com a temática estão sendo estudados e quais são os temas mais relevantes (*hot topics*).

3.2 Coleta de dados

A realização da pesquisa dividiu-se em três etapas (Figura 2). Inicialmente foram utilizadas as palavras *entrepreneurial intention* no campo de pesquisa da *Web of Science*, no período de 2008 a 2018. Dessa forma, foram levantadas as informações: número total de publicações, áreas temáticas, tipo de documentos, ano das publicações, autores, título das fontes, instituições, agências financiadoras, países e idiomas. Na segunda etapa foram identificados os tópicos a serem combinados com os tópicos *entrepreneurial intention* e *entrepreneurship*. A partir de uma breve análise das publicações encontradas na primeira etapa foram enumerados vinte tópicos a serem combinados com o termo *entrepreneurial intention* e *entrepreneurship*. Na terceira etapa, ocorreu a segunda busca ao sistema, combinando cada um dos tópicos relacionados com o termo *entrepreneurial intentions* no mesmo período de dez anos (2008 a 2018). E por fim, na quarta etapa, realizou-se a classificação das publicações, foram identificados os "*hot topics*" por meio do cálculo do índice h-b e m, por fim foi realizada uma análise por meio de mapa textual gerado a partir do Software VOSviewer.

Figura 2– Etapas da Pesquisa



Fonte: elaborado pelos autores.

De acordo com as etapas evidenciadas na Figura 2 foi realizada a análise bibliométrica do respectivo estudo, apresentada a seguir.

4. CARACTERÍSTICAS GERAIS DAS PUBLICAÇÕES SOBRE INTENÇÃO EMPREENDEDORA NA *WEB OF SCIENCE*

Na primeira fase do estudo realizou-se a pesquisa do termo “*entrepreneurial intention*”, verificou-se mais de duas mil produções. Diante disso selecionou-se o período de uma década para o presente estudo (2008-2018), foram então encontradas 1.119 publicações. A seguir são apresentadas as características gerais dessas publicações.

4.1 Áreas temáticas das publicações

Na Tabela 3 apresentam-se às 10 principais áreas temáticas relacionadas ao tema, de acordo com o número de publicações. As áreas selecionadas apresentam evidências da heterogeneidade da temática.

Tabela 3 Áreas temáticas no estudo sobre intenção empreendedora

Área temática	Nº de Publicações
1º <i>Business</i> (Empresarial)	536
2º <i>Management</i>	450
3º <i>Economics</i>	156
4º <i>Education Educational Research</i>	128
5º <i>Social Sciences Interdisciplinary</i>	44
6º <i>Psychology Applied</i>	39
7º <i>Planning Development</i>	36
8º <i>Psychology Multidisciplinary</i>	30
9º <i>Operation Research Management Science</i>	22
10º <i>Education Scientific Disciplines</i>	21

Fonte: *Web of Science* (2018).

As principais áreas temáticas relativas às publicações sobre intenção empreendedora estão relacionadas à negócios e gestão.

4.2 Tipos de documentos

A Tabela 4 apresenta os tipos de documentos referentes às publicações encontradas.

Tabela 4 – Classificação das publicações quanto ao tipo*

Tipos de publicação	Frequência
<i>Article</i>	749
<i>Proceedings Paper</i>	340
<i>Review</i>	23
<i>Meeting Abstract</i>	6
<i>Editorial Material</i>	4

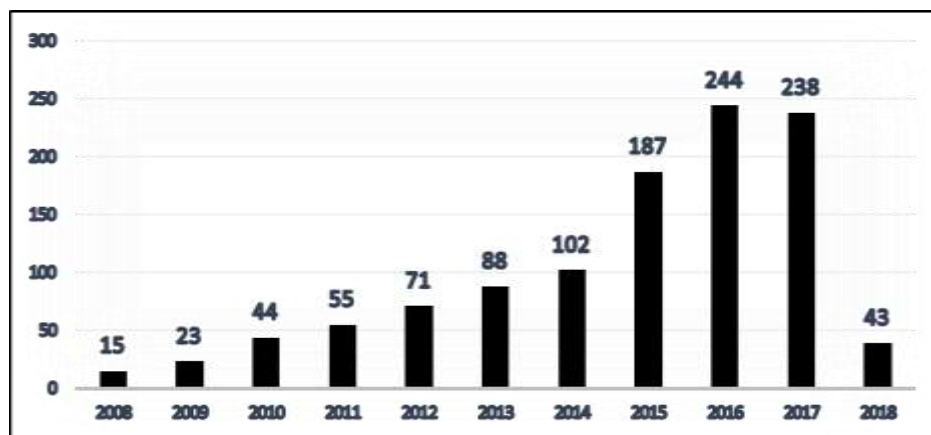
Fonte: *Web of Science* (2018).

A maioria das publicações encontradas são artigos, seguido dos trabalhos publicados em congressos ou similares. Em menor quantidade constam as revisões e material editorial.

4.3 Publicações por ano

No período compreendido entre 2008 e 2018 constatou-se que o número de publicações aumentou gradativamente o crescimento do tem ao longo dos dez anos analisados. O gráfico abaixo apresenta a evolução o longo dos anos. Em 2016 foi observado o maior número de publicações, totalizando 244 excetuando-se os anos de 2013 e 2017, em que houveram quedas, especialmente acentuada no último ano. Na Figura 3 apresenta-se a quantidade de publicações por ano.

Figura 3– Publicações por ano



Fonte: *Web of Science* (2018).

É possível observar um aumento significativo na quantidade de artigos publicados sobre intenção empreendedora no período compreendido entre 2008 a 2015, no ano de 2016 foi o ano com o maior número de publicações, já em 2017 houve uma pequena queda no número de publicações em comparação ao ano anterior. Entre os anos de 2014 a 2016 é possível observar um salto na quantidade de artigos publicados, passando de 102 para 244, e em 2016 houve a máxima de publicações de todo período analisado, com um total de 244 publicações. No entanto, no ano de 2017 constatou-se uma queda, com 238 artigos publicados durante o ano.

4.4 Principais autores

Na Tabela 5 constam os dez autores que mais publicaram no período analisado.

Tabela 5 – Quantidade de artigos publicados por autor

Autores	Artigos publicados	País
1º Linan F.	15	Espanha
2º Pihie Zal	14	Malásia
3º Bagheri A.	12	Irã
4º Kautonen T.	8	Finlândia
5º Obschonka M.	8	Austrália
6º Fayolle A.	7	Grécia
7º Shirokova G.	7	Rússia
8º Urrbano D.	7	Estados Unidos
9º Dimove D.	6	Inglaterra
10 Knockaert M.	6	Bélgica

Fonte: *Web of Science* (2018).

Os principais autores são de inúmeras instituições de ensino e destacam-se nas diversas áreas de gestão. Francisco Linan é professor em empreendedorismo e inovação Na Universidade de Sevilla na Espanha e na Anglia Ruskin University.

Em segundo lugar Zaidatol Akmaliah Lope Pihie é professora titular na Faculdade de Estudos Educacionais, na Universiti Putra Malaysia na Malásia, as áreas de interesse são educação

empreendedora, liderança e gestão educacional, bem como metodologia de ensino. Já em terceiro lugar consta a professora assistente Afsaneh Bagheri, ela é a principal co-autora de Pihie, e trabalha no Departamento de Desenvolvimento de Empreendedorismo, Faculdade de Empreendimento. As áreas de interesse de Bagheri são empreendedorismo tecnológico acadêmico, universidade empreendedora e cooperação universidade-empresa.

4.5 Principais Instituições e Agências Financiadoras

Quanto às Instituições e Agências Financiadoras as que aparecem após a primeira e segunda colocada foi identificado uma heterogeneidade entre as mesmas, demonstrando r não existe uma única Instituição e/ou Agência Financiadora dominante, das 1.119 publicações foram identificadas mais de 100 Agências Financiadoras, da mesma forma foram identificadas mais de 100 instituições, na Tabela 6 é possível verificar as instituições e agências em destaque.

Tabela 6 – Principais agencias de financiamento

Agências de financiamento	Registros
1º National Natural Science Foundation Of China	7
2º Russian Science Foundation	4
3º Academy Of Finland	3
4º Ministry Of Science And Innovation Of Spain	3
5º Aristeia Action Emo Entre Program Of The Operational Programme Education And Life Long Learning	2
6º European Regional Development Fund	2
7º European Social Fund Through Sectorial Operational Programme Human Resoeces Development	2
8º Extremadura Government	2
9º Feder Fund IEuropean Development Fund	2
10º Moe Education In China Project Of Humanties And Social Sciences	2

Fonte: *Web of Science* (2018).

As agências de financiamento que mais apoiaram as pesquisas foram: National Natural Science Foundation of China; Russian Science Foundation e Academy of Finland.

Os países que mais publicam sobre o tema educação empreendedora são apresentados na Tabela 7.

Tabela 7 – Principais países

Países	Nº de artigos
1º Estados Unidos da América	117
2º Espanha	153
3º Inglaterra	90
4º China	88
5º Alemanha	85
6º Malásia	71
7º Romênia	47
8º Austrália	42
9º Itália	42
10 França	38

Fonte: *Web of Science* (2018).

Quanto ao número de publicações por países (Tabela 7), os Estados Unidos da América lidera o ranking de publicações, seguido pela Espanha, Inglaterra, China e Alemanha.

Na Tabela 8 evidenciam-se os principais idiomas em que os trabalhos são publicados.

Tabela 8 – Principais idiomas

Idioma	Nº de publicações	%
1º Inglês	1077	96.247 %
2º Espanhol	31	2.770 %
3º Russo	3	0.268 %
4º Chinês	2	0.179 %
5º Polonês	2	0.179 %
6º Francês	1	0.089 %
7º Alemão	1	0.089 %
8º Português	1	0.089 %
9º Turco	1	0.089 %

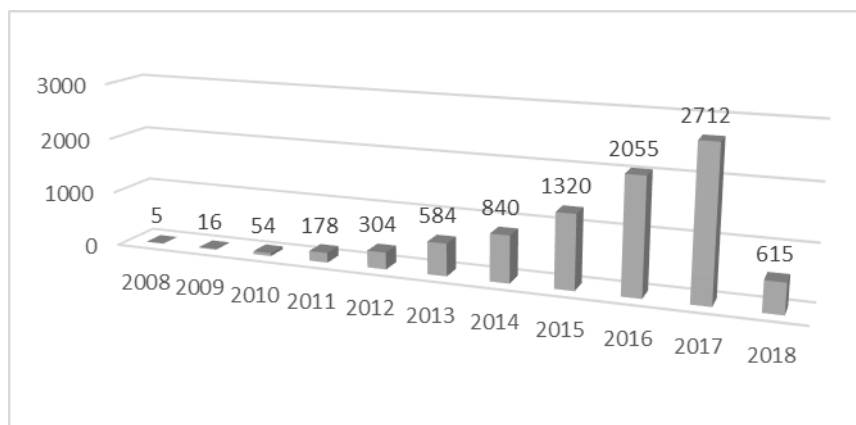
Fonte: *Web of Science* (2018).

O idioma de destaque é a língua inglesa, que possui maior representatividade, 96,2%. Outras línguas com menor representatividade são o espanhol, russo e chinês.

4.6 Relatório de citações

Conforme Araújo (2006) análise de citações é a área mais importante, pois com os dados retirados das citações descobre-se itens relevantes ao estudo. O relatório de citações nos informa o h (o número de artigos publicados e a frequência com que esses artigos são citados). Na Figura 4 consta o número de citações por ano.

Figura 4 – Total de citações por ano



Fonte: *Web of Science* (2018).

O período apurado totalizou 8.683 citações, destas, 4.941 são citações sem autocitações. Mais de 4 mil artigos fizeram citação. A média de citações por item é de 7,76 e o h-index é de 49. Um índice de *h* significa que há publicações *H* que foram citados pelo menos *h* vezes.

Por meio da análise de citações identificou-se os trabalhos mais citados sobre intenção empreendedora. Estes trabalhos são detalhados no Quadro 1.

Tabela 9 – Publicações mais citadas

DESCRIÇÃO	ANO DA PUBLICAÇÃO	CITAÇÕES
<p>Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions Por: Linan, Francisco; Chen, Yi-Wen ENTREPRENEURSHIP THEORY AND PRACTICE_ Volume: 33 Edição: 3 Páginas: 593-617</p>	2009	304
<p>The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review Por: Zhao, Hao; Seibert, Scott E.; Lumpkin, G. T. JOURNAL OF MANAGEMENT Volume: 36 Edição: 2 Páginas: 381-404</p>	2010	240
<p>The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation Por: Oosterbeek, Hessel; van Praag, Mirjam; Ijsselstein, Auke EUROPEAN ECONOMIC REVIEW Volume: 54 Edição: 3 Páginas: 442-454</p>	2010	217
<p>Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure Por: McGee, Jeffrey E.; Peterson, Mark; Mueller, Stephen L.; et al. ENTREPRENEURSHIP THEORY AND PRACTICE Volume: 33 Edição: 4 Páginas: 965-988</p>	2009	190
<p>The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur Por: Gupta, Vishal K.; Turban, Daniel B.; Wasti, S. Arzu; et al. ENTREPRENEURSHIP THEORY AND PRACTICE Volume: 33 Edição: 2 Páginas: 397-417</p>	2009	175
<p>Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know? Por: Carsrud, Alan; Braennback, Malin JOURNAL OF SMALL BUSINESS MANAGEMENT Volume: 49 Edição: 1 Edição especial: SI Páginas: 9-26</p>	2011	143
<p>Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions Por: Fitzsimmons, Jason R.; Douglas, Evan J. JOURNAL OF BUSINESS VENTURING Volume: 26 Edição: 4 Páginas: 431-440</p>	2011	129
<p>Nascent Entrepreneurs and Venture Emergence: Opportunity Confidence, Human Capital, and Early Planning Por: Dimov, Dimo JOURNAL OF MANAGEMENT STUDIES_ Volume: 47 Edição: 6 Páginas: 1123-1153</p>	2010	129
<p>The effects of entrepreneurship education Por: von Graevenitz, Georg; Harhoff, Dietmar; Weber, Richard JOURNAL OF ECONOMIC BEHAVIOR & ORGANIZATION Volume: 76 Edição: 1 Edição especial: SI Páginas: 90-112</p>	2010	127

Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain Por: Linan, Francisco; Urbano, David; Guerrero, Maribel ENTREPRENEURSHIP AND REGIONAL DEVELOPMENT Volume: 23 Edição: 3-4 Páginas: 187-215	2011	123
---	------	-----

Fonte: *Web of Science* (2018).

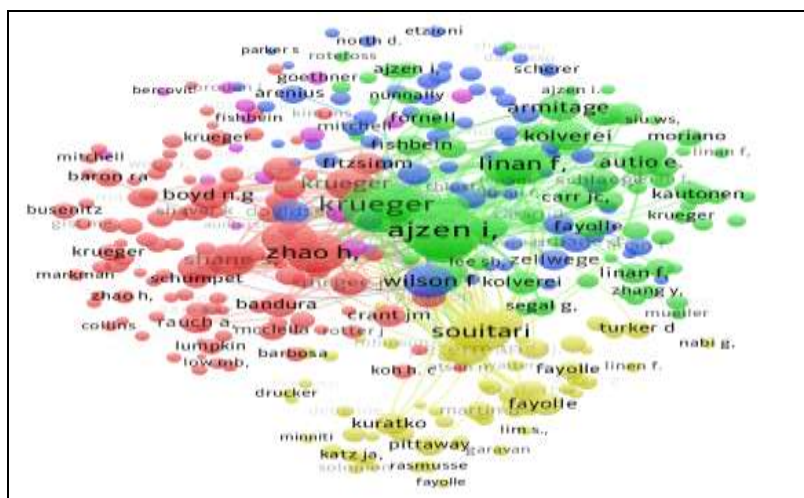
Dentre as publicações mais citadas constam autores que mais publicam sobre a temática como, por exemplo, Linan. Seu artigo Desenvolvimento e aplicação transcultural de um instrumento específico para medir as intenções empreendedoras foi o mais citado, num total de 304 vezes no período da sua data de publicação ano de 2009 até o presente momento. O autor em seu trabalho utiliza a teoria do comportamento planejado de Ajzen para construção de um questionário de intenção Empreendedora e analisa suas propriedades psicométricas em uma amostra de 519 indivíduos em 2 países com culturas diferentes, a Espanha e Tailândia identificando através da diferença cultural a forma como cada indivíduo percebe o empreendedorismo.

Já, na Figura 5 é demonstrado o mapa de citações dos autores. A partir da análise de citação é possível analisar a estrutura intelectual entre os autores, ou seja, na análise de citação dos autores, quanto mais dois autores são citados juntos, mais próxima é a relação entre eles, ou seja, as citações em conjunto desses autores, as citações entre os autores que trabalham juntos com o tema intenção empreendedora. Dessa forma, a análise de citação permite analisar os *clusters* existentes e os autores que pertencem a eles, bem prospectar grupos ou pares de autores citados em conjunto em um mesmo estudo e ainda identificar grupos de autores ou teorias em comum. (Ruiz-Navarro & Ramos-Rodríguez 2004).

Foram selecionados autores citados pelo menos 20 vezes, verificando os possíveis grupos ou pares de artigos que são citados em conjunto com outro artigo. No presente estudo utilizou-se o software VOSviewer com o objetivo de identificar os possíveis clusters de autores e suas relações, bem como criação de mapas de relacionamentos e clusters e mapa de palavras chaves que aparecem com frequência no texto.

Na análise de citações o objetivo é mostrar a frequência em que os autores são citados em conjunto em um mesmo artigo (Serra et al., 2012). De acordo com Hair (1998) os clusters formados possuem características em comum. A Figura 4 representa o Mapa de citações.

Figura 5 - Mapa de citação



Fonte: elaborado pelos autores por meio do VOSViewer.

Das 32.240 referências citada 329 foram citados mais de 20 vezes. Como pode-se observar na figura 6 Ajzen (1991) aparece com 513 citações e Krueger (2000) com 457 citações são os autores mais citados. Sendo assim dos 1119 artigos utilizados para análise, o trabalho de Ajzen (1991) em 513 desses artigos.

O maior dentre todos os cinco cluster é o cluster 2 - verde, os autores pertencentes a este grupo dialogam sobre a teoria o comportamento planejado Ajzen (1991), que também é o autor mais citado da nossa pesquisa, temos também neste cluster o trabalho de Fayolle & Linan (2013)2 com seu trabalho "The future of research on entrepreneurial intentions" onde os autores chama por estudiosos com base em uma série de lacunas de conhecimento na literatura, propondo direções futuras para pesquisas. Um número crescente de estudos tem utilizado intenção como um poderoso arcabouço teórico, em seu artigo o autor propoem direções futuras para pesquisas, compondo também este cluster Krueger (2000), em seu estudo faz uma comparação de dois modelos de intenção empreendedora baseados em intenção em termos de sua capacidade de prever intenções empreendedoras: a teoria do comportamento planejado (TPB) de Ajzen e o modelo do evento empresarial de Shapero (SEE).

Por sua vez, o cluster verde que faz fronteira com o segundo maior cluster 1, o vermelho, o qual concentra os autores como Zhao (2005) que estuda a auto-eficácia como mediadora no desenvolvimento das intenções empreendedoras no desenvolvimento de as intenções dos alunos de se tornarem empreendedores, também no cluster Bandura, (1986) que em seu livro uma Teoria Social Cognitiva fala dos Fundamentos sociais do pensamento e da ação e Baron & Shane (2004) explicando a teoria geral do empreendedorismo, com seu trabalho " A perspectiva do processo de empreendedorismo" esses são alguns autores que estudam sobre empreendedorismo que encontram-se no cluster vermelho. Outro cluster que faz fronteira com o verde é o amarelo, neste grupo de autores co-citados entre eles Souitaris (2007), Katz (2003) e Druker (1985) escrevendo diversos trabalhos com a temática inovação.

Figura 6: Referências citadas e número de citações

Cited reference	Citations
ajzen i, 1991, organ behav hum dec, v50, p179, doi 10.1016/0749-59...	513
krueger nf, 2000, j bus venturing, v15, p411, doi 10.1016/s0883-9026...	457
souitaris v, 2007, j bus venturing, v22, p566, doi 10.1016/j.jbusvent.2...	245
zhao h, 2005, j appl psychol, v90, p1265, doi 10.1037/0021-9010.90.6...	263
linan f, 2009, entrep theory pract, v33, p593, doi 10.1111/j.1540-652...	237
shapero a., 1982, ency entrepreneurshi, p72	235
bird b, 1988, acad manage rev, v13, p442, doi 10.2307/258091	217
chen cc, 1998, j bus venturing, v13, p295, doi 10.1016/s0883-9026(97...	213
kolvereid l, 1996, entrep theory pract, v21, p47	157
wilson f, 2007, entrep theory pract, v31, p387, doi 10.1111/j.1540-65...	186
krueger jr n. f., 1993, entrep theory pract, v18, p5	166
shane s, 2000, acad manage rev, v25, p217, doi 10.5465/amr.2000.27...	188
peterman ne, 2003, entrep theory pract, v28, p129, doi 10.1046/j.154...	150
kolvereid l, 2006, j bus venturing, v21, p866, doi 10.1016/j.jbusvent....	126
autio e., 2001, enterprise innovatio, v2, p145, doi 10.1080/14632440...	109
bandura a., 1997, self efficacy exerci	135

Fonte: software Vosviewer

Na tabela 10 os autores mais citados com seus respectivos trabalhos e número de co-citações.

Tabela 10– Clusters de autores da pesquisa

Cluster	Referências Citadas (329)	Alguns autores do Cluster
1- vermelho	109	Bandura (1977/1986/1997/2007), Carter(1996/2003), Chen (1988), Zhao (2005/2006/2010), Shane (2000/2003/2009), Gartner (1985/1988/1989), Low (1988), Busenitz (1997), Scherer (1989)
2- verde	78	Thompson (2009), Lee (2004), Krueger (1993/2000/2009/2011), Ajzen (1985/198/1987/1988/1991/2001/2002), Schwartz (2009), Katz (1988), Fayolle (2014)
3- azul	68	Scherer (1991), Davidsson (1997/2003), Arenius (2005), Urbano (2009), Marlow (2005), Linan (2007/2008/2011), Mueller (2001/2004)
4- amarelo	59	Drucker (1985), Etzkowitz (2000), Cape (2005), Ketz (2003), Fayolle (2006/2008/2015), Souitaris (2007), Politis (2005), Henry (2005), Robinson (1994), Pittaway (2007), Sanchez (2011/2013), Wong (2005)
5 – rosa	15	Hair (2010), Kruger (2007), Lee (2011), Sequeira (2007), Shane (2004), Fishben (2010), Audretsch (2007), Fishbein (2010), Lee(2011)

Fonte: Elaborado pelos autores

A partir da Figura 5 notam-se 5 diferentes cores, o que configura os 5 *clusters* mencionados anteriormente. O maior *cluster* corresponde a cor vermelha, composto por referências como Bandura com a Teoria Social Cognitiva e Gartner totalizando 109 itens. Em segundo lugar está o *cluster* verde, com 78 itens, dentre estes menciona-se os autores Ajzen, Schwartz, Fayolle e Krueger. Em terceira posição encontra-se o *cluster* em azul, composto por Linan, Marlow, Davidsson e Urbano, totalizando 68 itens. Logo após o quarto cluster em amarelo com 59 itens formado por referências como Drucker, Politis, Souitaires e Fayolle. Por fim o menor cluster consta em rosa e possui 15 itens, sendo o principal Lee.

4.7 Os *Hot Topics* relacionados com Intenção Empreendedora

Existem dados sobre as publicações que permitem verificar se o tema possui elevada relação e afinidade teórica. Conforme se aprofunda o arcabouço teórico relativo ao tema desta pesquisa, é possível compreender o contexto em que ele está inserido e a possível relação que possui com temas que abordam teorias congêneres. Por intermédio do cálculo dos índices h e m é possível aferir o resultado da combinação de temas, com base principalmente no número de citações (KELLY; JENNIONS, 2006). Com base em uma análise prévia das publicações encontradas na *Web of Science*, foram selecionados 20 tópicos relacionados à temática.

Embasado no estudo de Hirsch (2005), que utiliza o índice-h (h-index) para caracterizar produções científicas, Banks (2006), propôs o índice h-b uma extensão do h-index, que é obtido por meio do número de citações de um tópico. O cálculo do índice m é obtido por meio da divisão do índice h-b pelo período de anos que se deseja obter informações, e o índice h-b é baseado em publicações classificadas em ordem decrescente pelo número de citações que essas receberam, um número de citações igual ou maior a sua posição no ranking (BANKS 2010).

Diante disso, na Tabela 11 estão demonstrados os resultados obtidos das combinações dos vinte temas com o tópico educação empreendedora, bem como os resultados relativos aos índices.

Tabela 11 - Hot topics no estudo sobre *entrepreneurial intention*

Área temática	nºde publicações	Índice h-b	Índice m
1º <i>Entrepreneurship</i> (Empreendedorismo)	894	48	4,8
2º Business (Negócio)	596	46	4,6
3º <i>Entrepreneurial research</i> (Pesquisa Empresarial)	644	44	3,2
4º Entrepreneurial behavior (Comportamento empreendedor)	571	42	4,2
5º <i>Self-efficacy</i> (auto-eficácia)	378	39	3,9
6º <i>Planned behavior</i> (Comportamento planejado)	356	33	3,3
7º <i>Education</i> (Educação)	492	29	2,9
8º <i>Entrepreneurial attitude</i> (Atitude empreendedora)	317	27	2,7
9º Development (Desenvolvimento)	347	27	2,7
10º <i>Business performance</i> (<i>Performance empresarial</i>)	145	26	2,6
11º Social Entrepreneurship (empreendedorismo social)	276	25	2,5
12º Motivation (motivação)	172	24	2,4
13º <i>Education for entrepreneurship</i> (educação para o empreendedorismo)	330	24	2,4
14º Knowledge (conhecimento)	219	23	2,3
15º Entrepreneurial characteristics (características empreendedoras)	146	21	2,1
16º <i>Entrepreneurial University</i> (Universidade empreendedora)	438	21	2,1
17º Management (Gestão)	180	20	2,0
18º <i>Entrepreneurial activity</i> (Atividade empresarial)	259	19	1,9
19º <i>Innovation</i> (inovação)	194	18	1,8
20º Business Management (administração de empresas)	100	17	1,7

Fonte: *Web of Science* (2018).

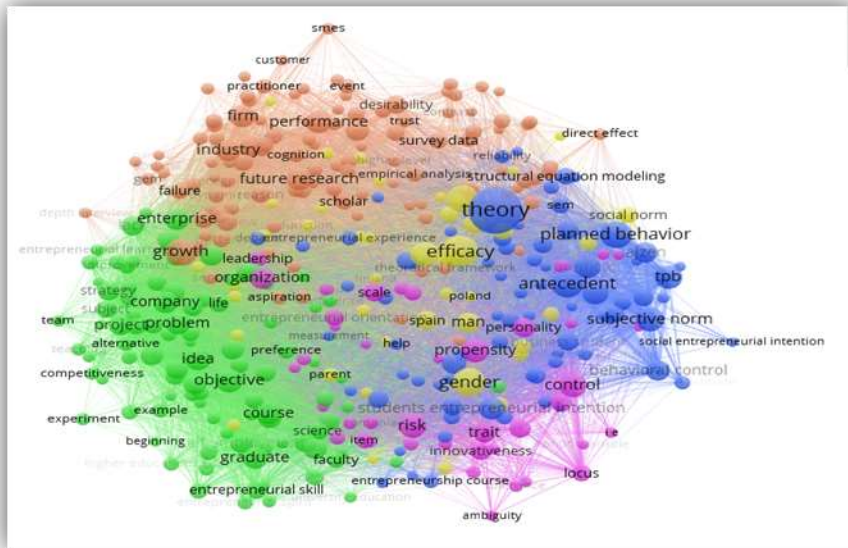
Orientando-se pelas considerações de Banks (2010) pode-se classificar como “hot topics” ou tópicos quentes as combinações de *entrepreneurship intention* (Intenção Empreendedora) com os termos que obtiveram índice m superior a 2, ou seja, 16 termos. Dentre estes destaca-se os tópicos: Empreendedorismo, Negócio e Pesquisa Empresarial. Já os demais termos obtiveram m entre 1, 7 e 2, o que significa que apresentam grande potencial de se tornarem um tópico quente. A partir desta análise é possível afirmar que a temática educação empreendedora é um *hot topic* (BANKS, 2010).

4.8 Mapa Textual

Por meio da análise das palavras-chaves dos 1119 artigos, 84 palavras foram utilizadas com maior frequência. Na Figura 6 elaborou-se uma rede com as palavras-chaves mais adotadas. Na rede verificam-se seis *clusters* predominantes, o principal corresponde às palavras elencadas no grupo Empreendedorismo (em vermelho), em seguida Educação (em verde) e por conseguinte Educação Empreendedora (em azul), neste último o termo educação empreendedora é coberto pelo termo empreendedorismo. As ligações totalizam 2.386 links. Além destes, foram elencados mais três clusters, sendo amarelo, rosa e azul claro, que apresentam menor quantidade de itens.

As análises de palavras mais citadas nos artigos foram realizadas utilizando o software VOS Viewer, nos campos de título e resumo. Inicialmente, foram selecionadas os termos com mais de 10 ocorrências. A partir de então, o software identificou um total de 376 palavras chaves, as quais foram selecionadas e agrupadas em 5 clusters que conforme VAN ECK e WALTMAN (2010), quanto mais importante um item, tanto maior será a sua escrita e o seu círculo representativo. A figura 7 apresenta 376 palavras chaves com mais de 10 ocorrências de um total de 16.687 link, temos 627 palavras que ocorreram mais de 10 vezes, destas 376 são relevantes para o nosso estudo, pois o restante das palavras aparecem mais que 10 vezes, mas estão totalmente desconectadas da rede não tendo relação como nosso estudo.

Figura 7 – Rede de palavras



Fonte: Elaborado pelos autores

Observa-se o *cluster* com a palavra teoria (em azul) como o principal expoente com comportamento planejado e antecedente, outro com a palavra eficácia em amarelo. Do cluster surge um novo cluster com a palavra inovação onde nele estão contidos os termos educação superior, conhecimento, universidade empreendedora e empreendedorismo acadêmico.

A Figura 7 apresenta a conexão entre os termos, proporcionando a divisão em grupos denominados clusters. Na pesquisa, foram identificados cinco clusters, cada um representado por uma cor, e agregando todos os itens considerados semelhantes. Essa análise fornece suporte às pesquisas para selecionar os termos adequados na busca.

abrangendo ainda, eventos acadêmicos nacionais e internacionais, periódicos acadêmicos e outras importantes bases de dados científicos.

Para finalizar, destaca-se por meio dos artigos mais citados que a intenção empreendedora tem sido tema de pesquisa e estudo nos últimos anos relatando nos que para tornar-se empreendedor é necessário um comportamento intencional, dessa forma é importante entender os fatores que geram esse intenção bem como a mesma tornar-se de fato uma ação.

6. REFERÊNCIAS

AJZEN, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. In J. Kuhl & J. Beckman (Eds.), *Action-control: From cognition to behavior* p. 11-39.

AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**. v. 50. 1991. p. 179–211.

AJZEN, I. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, 179-211. University of Massachusetts at Amherst, 1991 A systematic literature review on Entrepreneurial Intentions: Citation, Thematic Analyses, and Research Agenda Article *in* *International Entrepreneurship and Management Journal* · December 2015

ARAÚJO, C. A (2006). Bibliometria evolução histórica e questões atuais. *Em questão*, 12(1), 11-32.

BAKAR, R.; ISLAM, M. A.; LEE, J. Entrepreneurship Education: experiences in selected countries. **International Education Studies**, 8(1), 88-99. 2015.

BANKS, M. G. An extension of the hirsch index: indexing scientific topics and compounds. 2010.

BIRD, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intentions. *Academy of Management Review*, 13 (3), 442-454.

CARTER, N.M., Gartner, W.B., Reynolds, P.D., (1996). Exploring start-up event sequences. *Journal of Business Venturing* 11 (3), 151–166.

COMISSÃO EUROPEIA (2012) Rethinking education: investing in skills for better socio-economic outcomes.

DE OLIVEIRA, A. G. M.; MELO, M. C. de O. L.; DE MUYLDER, C. F. Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior. *RAD*. Vol.18, n.1, Jan/Fev/Mar/Abr, p.29-56, 2016.

DOLABELA, F. C. O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios. Ed. 30, Rev. Atual. São Paulo: de Cultura, 2006.

DOLABELA, F. C. Oficina do empreendedor: a metodologia do ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DOLABELA, F.; FILION, L. J. Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 2, 2013.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**: Prática e princípios. 6. ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

EUROPEAN COMMISSION ENTERPRISE AND INDUSTRY DIRECTORATE-GENERAL. Entrepreneurship in higher education, especially in non-business studies: final report of the expert group. European Commission, 2008.

- FAYOLLE, A.; GAILLY, B. The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence. **Journal of small business management**, V. 53, 1, 2015.
- FILION, L. J. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas - RAE**, São Paulo, v.39, n. 4, p. 6-20, out./dez. 1999.
- FULLER, B; LIU, Y; BAJABA, S; et al. PERSONALIDADE E DIFERENÇAS INDIVIDUAIS : Examinando como a personalidade, a autoeficácia e as cognições antecipatórias de potenciais empreendedores moldam suas intenções empreendedoras.v.125, p. 120-125, abril.2018
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil, Relatório Executivo, 2012. <http://www.gemconsortium.org/report/48545.pdf>. Acesso em 10 de fevereiro de 2018.
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil, Relatório Executivo, 2015.
- GERBER, M. E. **Empreender: fazendo a diferença**. São Paulo: Fundamento Educacional, 2004.
- GOMES, D. C.; SILVA, L. A. F. Educação empreendedora no ensino profissional: desafios e experiências numa instituição de ensino. **HOLOS**, Ano 34, Vol. 01, 2018.
- HAIR, J. F. & TATHAM, R. L. & ANDERSON, R. E. & BLACKI, W. (1998). *Análise multivariada de dados*. 5. ed. (Tradução Adonai Schlup Sant'Anna e Anselmo Chaves Neto) Porto Alegre: Bookman.
- HIRSCH, J.E. An index to quantify an individual's scientific research output. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 102(46):16569-16572, 2005.
- HIRSCH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- HIRSCH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- KELLY, C. D.; JENNIONS, M. D. The h index and career assessment by numbers. *Trends in Ecology and Evolution*, v.21, n.4, p.167-170, 2006.
- KATZ, J. A. The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876-1999. **Journal of Business Venturing**, New York, 18(2), 283, 2003.
- KLEIN, P.; BULLOCK, J. B. Can Entrepreneurship Be Taught? **Journal of Agricultural and Applied Economics**, 38, issue 02, 2006.
- KRAKAUER, P. V. C.; PORTO, M. C. G.; OLIVEIRA, C. S. M. O.; ALMEIDA, M. I. R. Ensino de Empreendedorismo: Utilização do Business Model Generation. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 12, n.1, p.07--23, jan./mar. 2015
- LIMA, E., LOPES, R. M. A., NASSIF, V. M. J.; SILVA, D. Ser seu próprio patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, 19(4), 419-439, 2015b.
- LIMA, E., LOPES, R. M. A., NASSIF, V., SILVA, D. Intenções e Atividades Empreendedoras dos Estudantes Universitários – Relatório do Estudo GUESS Brasil 2011. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PMDA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, n. 2011-01. São Paulo: UNINOVE. 2011.
- LIMA, E.; LOPES, R. M. A.; NASSIF, V. M. J.; SILVA, D. Opportunities to improve entrepreneurship education: contributions considering Brazilian Challenges. **Journal of Small Business Management**, v.53, n. 4, p. 1033–105, 2015a.
- LIMA, E.; NASSIF, V. M. J.; LOPES, R. M. A.; SILVA, D. Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes – Relatório do Estudo GUESS Brasil 2013-2014. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, n. 3. São Paulo: Grupo APOE. 2014b.
- LOIOLA, Elisabeth et al . Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: analisando preditores e mediadores. **Rev. Psicol., Organ. Trab.**, Brasília , v. 16, n. 1, p. 22-35, mar. 2016.

- LOPES, C. L. J. Educação Empreendedora: Um estudo do projeto de empreendedorismo 10.0 aplicado aos alunos do curso técnico em informática. **Revista de Empreendedorismo, inovação e tecnologia**, 1(1)39-44, 2014.
- MCCLELLAND, D. C. Characteristics of Successful Entrepreneurs. **The Journal or Creative Behavior**, v. 21, n. 3. p. 219-233, 1987.
- MCCLELLAND, D. C. *A sociedade competitiva: realização & progresso social*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.
- MITCHEL, R.K.; SMITH, J.B; MORSE, E.A.; SEAWRIGHT, K.W.; PEREDO, A.M. & MCKENZIE, B. (2002). 'Are entrepreneurial cognitions universal? Assessing entrepreneurial cognitions across cultures', *Entrepreneurship: Theory and Practice* 26(4), 9–32.
- MOREIRA, H. S. A.; MOREIRA, M. A.; SILVA, W. A. C. Dez anos de pesquisa em empreendedorismo apresentados nos enanpads de 2003 a 2012: análise dos autores engajados na área. **REGEPE**. v. 3, n. 1, 2014.
- MORETTI, S. L. A.; CAMPANÁRIO, M. A. A produção intelectual brasileira em responsabilidade social empresarial – rse sob a ótica da bibliometria. **Revista de administração contemporânea**, v. 13, nº 8. 2009
- NIEUWENHUIZEN, C. & SWANEPOEL, E., 2015, 'Comparison of the entrepreneurial intent of master's business students in developing countries: South Africa and Poland', *Acta Commercii* 15(1), Art. #270, 10 pages. <http://dx.doi.org/10.4102/ac.v15i1.270>
- OLIVEIRA, J. M. de; RIBEIRO, F. de S. A Empresa Júnior e a Formação De Empreendedores. Anais do XXIII Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas, Recife; ANPROTEC, 2013.
- PORTELA, J.; HESPANHA, P.; NOGUEIRA, C.; TEIXEIRA, M.; BAPTISTA, A. Empreendedorismo um conceito plural, in *Microempreendedorismo em Portugal: Experiências e Perspectivas*. Lisboa: INSCOOP, 18-49, 2008.
- RAMOS-RODRIGUEZ, A. R. & RUIZ-NAVARRO, J. (2004). Changes in the intellectual structure of strategic management research: a bibliometric study of the strategic management journal1980-2000. *Strategic Management Journal*, 25, 981-1004.
- SCHUMPETER, J. A. **O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico**. In: *A Teoria do Desenvolvimento Econômico*. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.
- SERRA, F. R. & FERREIRA, M. P. & ALMEIDA, M. I. R. & Vanz, S. A. S. (2012). A pesquisa em administração estratégica nos primeiros anos do século XXI: um estudo bibliométrico de citação e co-citação no strategic management journal entre 2001 e 2007. *Revista eletrônica de estratégia e negócios*, 5(2), 257-274.
- SILVA, J. F.; PENA, M. P. R. O. Bê-á-bá do Ensino em Empreendedorismo: Uma Revisão da Literatura sobre os Métodos e Práticas da Educação Empreendedora. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**. v. 6, n. 2 , p. 372-401, Mai/Ago. 2017.
- SOUZA, E. C. L.; SOUZA, C. C. L.; ASSIS, S. A. G.; ZERBINI, T. Métodos e Técnicas de Ensino e Recursos Didáticos para o Ensino do Empreendedorismo em IES Brasileiras. In: SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. (Orgs.) *Empreendedorismo além do plano de negócio*. São Paulo: Atlas: 2006.
- SOUTARIS, V, A.; ZERBINATI, B.; LAHAM, AI, A. Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources 2 ano 2006 V. Souitaris et al. / *Journal of Business Venturing* 22 (2007) 566–591
- TAVARES, C. M., DE MOURA, G. L.; ALVES, J. N. Educação empreendedora e a geração de novos negócios. **Observatorio de la Economía Latinoamericana**, Número 188, 2013.

UNCTAD Secretariat. Division on Investment and Enterprise: Results and Impact – Report 2015, United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Geneva. http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/diae2015d1_en.pdf. Acessado em: 20 de fevereiro de 2017.

VAN, E. N. J. & Waltman, L. (2014). *Manual for VOSviewer version 1.5.7*.

VEIGA, C. **Espírito Santo Empreendedor**. Vitória: Sebrae, Findes, 2006.

VIEIRA, S. F. A., MELATTI, G. A., NEGREIROS, L. F., & FERRI, C. M. A visão dos estudantes universitários de Administração sobre empreendedorismo: comparações entre o Estudo Guess Brasil 2011 com o levantamento realizado na Universidade Estadual de Londrina- PR. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, 3(3), 77-103, 2014.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W. Competências e aprendizagem empreendedora em MPE's educacionais. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**. v. 8, n. 3, 2014.