

Do Que Estamos Falando Quando Falamos Sobre Empreendedorismo no Brasil?

Cristiane Marques de Mello

mellcris@gmail.com

Universidade Estadual de Maringá

Hertha Leitão Neves

herthaneves@sercomtel.com.br

Universidade Estadual de Maringá

Juanita Bruneau

juanita.bruneau@gmail.com

Universidade Estadual de Maringá

Kerla Mattiello

m_kerla@yahoo.com.br

Universidade Estadual de Maringá

RESUMO: O Empreendedorismo como campo de estudos tem sido descrito e explicado de modo diferenciado, ainda que aproximadamente três décadas de pesquisas tenham se desenvolvido. No Brasil, as pesquisas sobre Empreendedorismo passaram a ser realizadas de maneira sistemática no final da década de noventa. O objetivo deste estudo é identificar ênfases que foram dadas aos estudos sobre Empreendedorismo no Brasil, para situá-las no contexto de discussões internacionais acerca dos limites (e da ausência deles) sobre o que se considera ou não Empreendedorismo. Analisando 140 artigos dos quatro últimos anos dos Encontros da ANPAD, constatou-se que o tema de maior frequência foi restrito ao comportamento empreendedor. Todavia, no ano de 2006 detectou-se mudanças nas preferências por temas, com a presença de estudos sobre empresas familiares e sobre reconhecimento de oportunidades, aproximando-se mais das interpretações internacionais acerca do tema.

1. INTRODUÇÃO

O interesse pelo Empreendedorismo aumentou nos últimos anos, tendo como uma das justificativas a necessidade de encontrar alternativas para inclusão da força de trabalho, pois as condições de trabalho foram drasticamente alteradas nas últimas décadas. Discutir Empreendedorismo pode aparentemente ser simples, contudo, quando se busca uma compreensão científica acerca do assunto é que a complexidade se manifesta.

Os limites epistemológicos do campo de estudos em Empreendedorismo são apontados em artigos publicados desde a década de 1980. Essa discussão vem sendo universalmente recorrente, sem que um consenso sobre o objeto de estudo tenha sido alcançado. Contudo, como salienta Davidsson (2005), se teorizar e pesquisar fossem tarefas fáceis, não seriam tão divertidas.

Apesar disso, a pesquisa em Empreendedorismo tem sido considerável e significativamente ampliada, mas a compreensão do campo de estudos é, de forma freqüente, debatida entre pesquisadores. Entre as contribuições teóricas que se arriscaram a traçar alguma direção, destacam-se as de Gartner (1985), Gartner (1990), Shane e Venkataraman (2000), Bruyat e Julien (2000) e Davidsson (2005).

No Brasil, pesquisas na área ganham volume a partir da década de 1990, sendo que a divulgação dos trabalhos em Empreendedorismo nos Encontros da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ENANPAD) passou a ser sistematizada a partir de 2000.

Ao procurar situar os estudos sobre Empreendedorismo que vem sendo realizados e publicados no Brasil, valendo-se da premissa que a delimitação do campo é passível de certas indefinições, como já mencionado, realizou-se esta pesquisa com o objetivo de identificar ênfases dadas ao estudo de Empreendedorismo no Brasil, para situá-la no contexto de discussões internacionais acerca dos limites (e da ausência deles) sobre o que se considera ou não Empreendedorismo. Para consecução do objetivo, definiu-se como dados para a análise, artigos publicados nos encontros ENANPAD nos último quatro anos. A escolha do período de tempo (últimos quatro anos) deve-se ao fato que nestes, houve a criação de duas sub áreas temáticas relacionadas ao campo: Empreendedorismo e Comportamento Empreendedor e Empreendedorismo e Negócios Inovadores.

O artigo inicia com uma abordagem sobre o campo de estudos do Empreendedorismo, procurando evidenciar as diferentes interpretações fornecidas por autores, bem como a dificuldade de consenso sobre a definição. Em seguida, aborda-se o método utilizado para realização da análise e, por fim, as interpretações sobre os resultados obtidos.

2. O EMPREENDEDORISMO COMO CAMPO DE ESTUDOS

Uma visão processual do Empreendedorismo é mencionada por alguns autores, entre eles Hernandez (1999), que menciona o processo a partir da identificação da oportunidade de negócio, da acumulação de recursos e da comercialização de produtos e serviços.

Em outra perspectiva, Gartner (1985) menciona a criação de produtos, a construção de uma organização e o fornecimento de respostas ao governo e à sociedade. Para esse autor a força do ambiente, ou seja, a influência de fatores externos intervenientes, tais como: a disponibilidade de capital, a existência de empreendedores experientes no mesmo mercado, a disponibilidade de mão-de-obra qualificada, de consumidores e mercados, além da atitude da população local, de serviços de suporte, da presença de fornecedores são variáveis intervenientes no Empreendedorismo.

Entretanto, não é nessa esfera que se encontra a dificuldade em delimitar a área de estudos, mas sim na melhor compreensão do que representa o ato empreendedor. Até onde o ato de criar o seu próprio negócio ou de criar uma unidade de negócios em organizações que já operam no mercado são similares ou não? Ou ainda, como avaliar o caráter inovador da criação?

Gartner (1990) realizou uma pesquisa com estudiosos e empreendedores, com o propósito de explorar os significados do Empreendedorismo, e ainda esboçar alguns temas que caracterizam os assuntos principais que o consolidam como um campo de estudo. De acordo com dados da pesquisa, o autor destacou alguns elementos que foram mencionados para expressar o significado investigado:

- **Empreendedor**, abrangendo a idéia de indivíduos com características únicas de personalidade e habilidades;
- **Inovação**: fazer algo novo como uma idéia, produto, serviço, mercado ou tecnologia em uma organização nova ou já estabelecida;
- **Criação de organizações**;
- **Criação de valor**.

Enquanto a inovação, a criação de valor e de novas organizações são ressaltadas por Gartner (1990), para Davidsson (2005) a pesquisa de Empreendedorismo não deve apenas estudar o surgimento de novas organizações, mas também de novos mercados (bens e serviços) por diferentes modos de exploração, tanto inovadores como imitativos. Para este último autor, sempre que houver reação no mercado é possível configurar a atitude empreendedora.

Sobre esta falta de consenso ao definir empreendedorismo, Baron e Shane (2007, p.6) consideram que:

definições são sempre traiçoeiras, e para uma área nova como o empreendedorismo, a tarefa é ainda mais complexa. Não é de surpreender, então, que não exista atualmente um consenso sobre a definição de empreendedorismo como uma área de estudos dos negócios ou como uma atividade em que as pessoas se envolvem. Dito isso, devemos observar que uma definição apresentada recentemente por Shane e Venkataraman tem recebido aceitação crescente.

Shane e Venkataraman (2000) propõem que o Empreendedorismo seja compreendido nas seguintes perspectivas: por que alguns indivíduos e não outros exploram oportunidades, como as oportunidades são exploradas, quando e quem as explora. Eles propõem que a investigação neste campo estude as fontes de oportunidades, o processo de descoberta, a avaliação e exploração das oportunidades e os indivíduos que enveredam pela criação de empresas. Ainda, a investigação em Empreendedorismo precisa ter como embasamento quatro pressupostos:

1. A investigação neste campo deve adotar sempre uma abordagem de desequilíbrio, ou até de ruptura dos equilíbrios nos mercados;
2. Empreendedorismo não implica, mas pode incluir a criação de uma nova organização, tanto quanto ocorrer dentro de uma organização existente;
3. Este enquadramento complementa a investigação realizada por sociólogos e economistas, objetivando examinar os fatores populacionais que influenciam a criação de empresas;
4. O mesmo se passa em relação à investigação sobre o processo de criação de empresas, que focaliza a mobilização de recursos, na organização da empresa e na entrada no mercado.

De acordo com Shane e Venkataraman (2000), as oportunidades empreendedoras caracterizam-se como aquelas situações nas quais novos produtos, serviços, matérias primas e/ou métodos organizacionais podem ser introduzidos a preços superiores aos seus custos. Após identificar uma nova oportunidade, o empreendedor precisa então decidir explorá-la. Esta decisão seria uma função da junção das características da oportunidade e da natureza do indivíduo. Isto porque a exploração de uma oportunidade empreendedora depende do empreendedor acreditar que o valor esperado de lucro será grande

o suficiente para compensar e superar o custo da oportunidade, investimento de capital. Tempo e lucro seriam o prêmio pelo risco da incerteza assumida. Para estes autores, uma oportunidade consiste em uma situação em que se pode vender a um preço superior ao custo, logo, se trata de um fenômeno objetivo, todavia, sua identificação é subjetiva. As oportunidades para a criação de novas atividades econômicas exigem descoberta de novas relações, não são otimizáveis e podem residir nos mercados ou nos fatores.

De maneira diferenciada, Bruyat e Julien (2000) consideram que o empreendedor é individualmente responsável pelo processo de criar novo valor (uma inovação ou uma organização) – sem o indivíduo o novo valor não será criado. Assim sendo, o indivíduo constrói e gerencia uma empresa ou uma inovação e, ao mesmo tempo, é obrigado a mudar pelo objeto construído, em uma relação dialética, que pode ser representada pela figura 1.

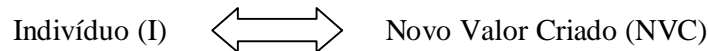


Figura 1: Relação dialética entre projeto e indivíduo
 Fonte: Bruyat e Julien, 2000

Para os autores, esse é um processo sistêmico que interage com o ambiente. O objeto de estudo no campo do empreendedorismo - o diálogo do Indivíduo (I) com o Novo Valor Criado (NVC) é representado no tempo e no espaço na figura 2.

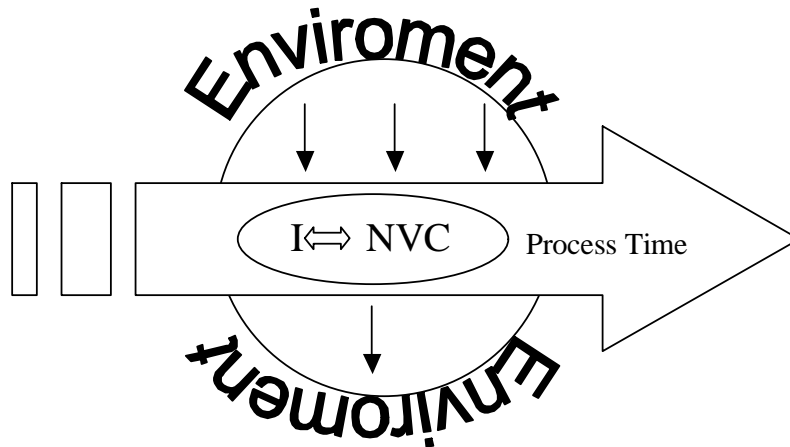


Figura 2 – O processo empreendedor situado no tempo e no espaço
 Fonte: (BRUYAT E JULIEN, 2000)

Nesse processo surgem duas dificuldades: uma com relação a noção de sujeito e a outra sobre a noção de valor criado. Nessa perspectiva, o empreendedorismo é considerado primeiramente como um processo de mudança que emerge, cria novo valor, além transformar o indivíduo. A figura 3 ilustra a relação entre os dois elementos do processo: o indivíduo e o valor criado.

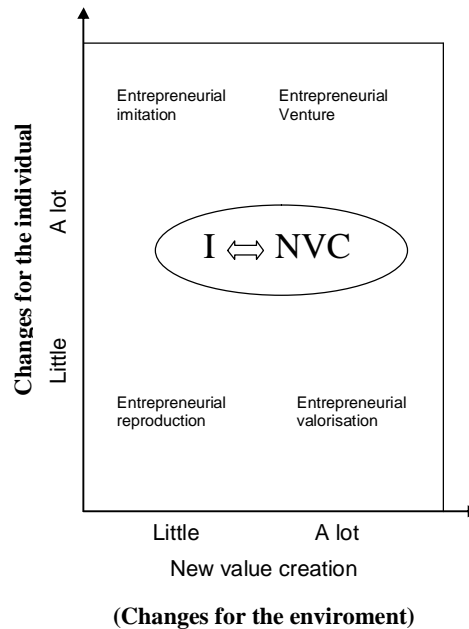


Figura 3: Empreendedorismo: Um campo heterogêneo
 Fonte: Bruyat; Julien, 2000.

O Diagrama apresentado na figura 3 ilustra a relação entre o Indivíduo (I) e a criação de valor (NVC), enfatizando assim a heterogeneidade do fenômeno, que pode ser analisado sob quatro diferentes ângulos:

- a) Reprodução Empreendedora: pouco valor de criação, normalmente nenhuma inovação - pouco muda o indivíduo;
- b) Imitação Empreendedora: não há novo valor significativo na criação - o indivíduo muda seu *know-how*;
- c) Valorização Empresarial: há inovação e criação de novo valor significativo - valorização das qualidades específicas do empreendedor;
- d) Empreendimento Empresarial: Quando eles mudam de forma radical o ambiente com a criação de um novo valor significativo, normalmente uma inovação que muda um setor econômico.

Interpretação análoga pode ser obtida em Davidsson (2005), que salienta que o mercado direciona o empreendedorismo, sendo que ele pode se caracterizar nos seguintes modos:

- Proporcionar aos consumidores novas escolhas alternativas, dando aos clientes mais valor pelo seu dinheiro.
- Estimular os atores encarregados a melhorar as ofertas de seus mercados a sua volta.
- Entrar em conflito com outros novos entrantes ao mercado, aumentando assim pressões competitivas para melhorar eficiência e efetividade.

Para Davidsson (2005) as definições sobre Empreendedorismo referem-se a duas realidades sociais relativamente distintas. A primeira realidade é o fenômeno em que algumas pessoas, que trabalham para outros (empregados) cancelam o contrato de emprego e tornam-se autônomos ou gerentes-proprietários de um negócio independente. Quando o conceito de "empreendedorismo" é usado para esta realidade social, tópicos como emprego-próprio, administração de pequena empresa, modelos de desenvolvimento, e assuntos empresariais familiares vinculam-se ao Empreendedorismo. A segunda realidade social que emerge é que o desenvolvimento e renovação de qualquer sociedade, economia ou organização requerem que atores de micro-nível tenham a iniciativa e persistência para fazer as mudanças acontecerem e aí se incluem os novos entrantes e os criadores de valor.

Shane e Venkataraman (2000) acreditam que é improvável que o empreendedorismo possa ser explicado somente pelas características pessoais, mas que há influência das situações e do ambiente em que elas se encontram. Shane (2003) sugere um modelo de processo empreendedor, englobando:

- a) características dos indivíduos: fatores psicológicos e demográficos;
- b) ambiente: macro e micro econômico;
- c) oportunidades empreendedoras;
- d) descoberta de oportunidades;
- e) exploração de oportunidades;
- f) execução do empreendimento: reunião de recursos, desenho organizacional e estratégia.

É possível visualizar que diferentes interpretações vêm sendo dadas ao fenômeno, e que a complexidade e dinamismo do Empreendedorismo são descritas sob diferentes ângulos, ora enfatizando o mercado e suas transformações, ora enfatizando o empreendedor e seu comportamento. Sendo assim, as compreensões aceitas sobre o Empreendedorismo são as que se inserem nesse amplo espectro. Todavia, Davidsson (2005) chama a atenção para a importância da utilização de um referencial teórico como alicerce para realização de estudos sobre o fenômeno, a fim de não tornar as análises superficiais.

2.1 A interdisciplinaridade do fenômeno

De acordo com Davidsson (2005), utilizar as ferramentas teóricas já desenvolvidas na Psicologia, Sociologia, Economia entre outras, precisaria ser a orientação principal para os investigadores de empreendedorismo.

Assim, aos economistas interessa, segundo Shane e Venkataraman (2000), a distribuição do talento empreendedor entre atividades produtivas e não produtivas. Por outro lado, os investigadores da área da gestão e os comportamentalistas interessam-se mais pelo comportamento empreendedor. Reynolds (1991) explica as interfaces entre a Sociologia e o Empreendedorismo, por exemplo, no que tange ao papel social ou às formas de agrupamentos sociais, tais como redes e grupos étnicos.

Para Shane (2003) uma abordagem interdisciplinar, que utilize os campos da Psicologia, Economia, Teoria Organizacional, Finanças, Estratégia, Tecnologia Gerencial e políticas públicas são interessantes para criar um esquema conceitual para compreender o Empreendedorismo.

De qualquer modo, a investigação centrada na existência, descoberta e exploração de oportunidades e a influência que os atributos dos indivíduos e as características das oportunidades exercem sobre a decisão de concretizar a criação da nova empresa, tal como

propõem Shane e Venkataraman, configura-se como uma forma de integração entre diferentes áreas do conhecimento.

3. METODOLOGIA

Para identificar ênfases nas publicações sobre Empreendedorismo no Brasil, recorreu-se à base de dados constituída pelos artigos publicados nos Encontros da ANPAD, em razão da ausência de periódicos especializados no assunto no Brasil. Considerou-se também a conceituação máxima do evento junto ao sistema de avaliação nacional de eventos (QUALIS).

A escolha do período (de 2003 a 2006) deve-se ao fato que nestes, aparecem duas sub áreas temáticas, sendo uma na divisão acadêmica de Estratégia em Organizações (ESO) intitulada Empreendedorismo e Comportamento empreendedor (ESO – C) e outra na divisão acadêmica de Gestão de Ciência, Tecnologia e Inovação (GCT) intitulada Empreendedorismo e Negócios Inovadores (GTC – C).

No total, foram identificados 140 artigos, sendo no ano de 2003 considerados 37 artigos, em 2004 um número de 33, em 2005 um total de 34 e em 2006 foram verificados 36 artigos. Em primeira análise, foram identificados os principais temas abordados nos estudos, sendo eles:

1. Empresas familiares e processo de sucessão
2. Redes e *clusters*
3. Perfil empreendedor
4. Comportamento empreendedor
5. Reconhecimento de oportunidade
6. Ensino de empreendedorismo
7. Empreendedorismo social
8. Criação de novos negócios
9. Pequenas e médias empresas
10. Franquias
11. Incubadoras
12. Tecnologia e inovação
13. Captação de recursos
14. Outros (artigos que não se encaixavam em nenhuma das outras áreas anteriormente referenciadas)

Na seqüência, os artigos foram lidos e concomitantemente, foi montado um banco de dados em planilha do Microsoft Excel com as seguintes informações: Código/área do artigo, ano de publicação no EnANPAD, título do artigo, tema (dentre os 14 identificados anteriormente), tipo de estudo (empírico ou teórico) e autores utilizados (na construção do referencial teórico do artigo).

Para análise de uma possível tendência nos estudos, de acordo com o tema indicado, foi utilizado o coeficiente de correlação não paramétrico de *Spearman* entre os diferentes anos, para verificar se existia correlação entre os temas das publicações. A correlação de *Spearman* foi computada por meio do software SAS (SAS INSTITUTE, 1996) utilizando o procedimento PROC CORR.

Adicionalmente, realizou-se uma análise gráfica entre as publicações por ano para confirmar a tendência conceitual, conforme apresentado nos resultados.

4. RESULTADOS

Analisando os artigos publicados verificou-se a tendência de acordo com os temas que se apresentam na Tabela 1.

Com relação aos principais temas abordados nos estudos, constatou-se que no conjunto dos quatorze temas definidos, existe uma linha que se destaca e se mantém constante entre as abordagens, que corresponde ao “Comportamento Empreendedor”, com um total de 40 artigos, equivalentes a 29% do total de publicações. A média anual correspondeu aproximadamente a 12 temas com publicações.

Os temas Perfil Empreendedor, Tecnologia e Inovação, Incubadoras, e Comportamento Empreendedor foram os que apresentaram número mais significativo em 2003 (totalizando 23 artigos de um total de 37, equivalente a 62% no referido ano), sendo que os três primeiros temas obtiveram decréscimo nos anos seguintes (2004 e 2005). Convém ressaltar que o número de artigos totais publicados se manteve relativamente constante nos quatro anos estudados.

Temas	2003	2004	2005	2006	TOTAL
Empresas Familiares e processo de sucessão	0	0	0	2	2
Redes e clusters	3	3	3	1	10
Perfil empreendedor	7	2	1	6	16
Comportamento empreendedor	5	12	11	12	40
Reconhecimento de oportunidade	0	0	0	1	1
Ensino de empreendedorismo	2	1	1	2	6
Empreendedorismo social	2	0	2	2	6
Criação de novos negócios	1	1	1	1	4
Pequenas e médias empresas	1	3	3	1	8
Franquias	2	1	0	1	4
Incubadoras	5	3	4	2	14
Tecnologia e inovação	6	3	4	0	13
Captação de recursos	2	0	1	3	6
Outros	1	4	3	2	10
Total	37	33	34	36	140

Tabela 1 – Temas abordados nos artigos analisados.

O Gráfico 1 complementa as análises da Tabela 1 e é apresentado a seguir:

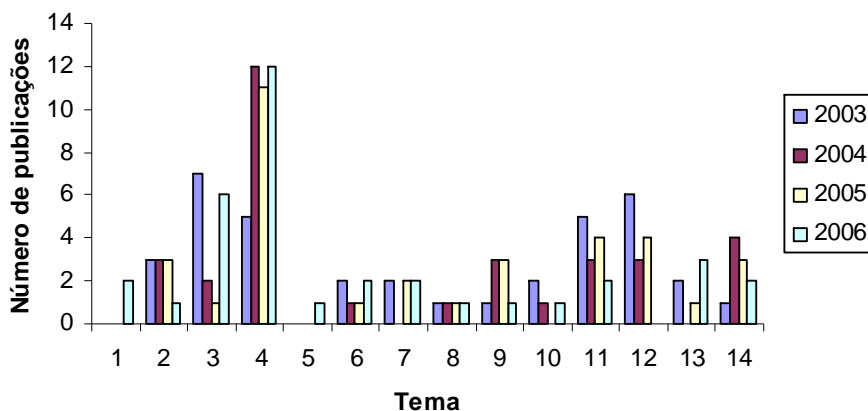


Gráfico 1: Variações nas publicações na área de Empreendedorismo em Encontros da ANPAD

No gráfico 1 e na tabela 1 verificou-se que nos anos 2003, 2004 e 2005 os temas empresas familiares e reconhecimento de oportunidades não tiveram publicações, o que aconteceu somente em 2006. Em média, dos 14 temas definidos pela pesquisa, temos 11,5 temas por ano, ou seja, há uma constante nos temas estudados, o que sugere a presença da correlação entre os temas estudados de 2003 a 2006. O tema “Comportamento empreendedor” tem sido o tema de maior relevância no período, somando um total de 40 artigos no período estudado.

Ainda, a maioria dos estudos caracterizou-se como estudos empíricos (com dados secundários, entrevistas, estudo de caso e estudo de casos múltiplos), totalizando 129 estudos ou 91%, e tendo apenas 11 estudos teóricos ou 9%.

A tabela 2 demonstra os resultados da correlação de *Spearman*:

	Ano			
	2003	2004	2005	2006
2003	---	0,46	0,56	0,26
2004		---	0,82	0,03
2005			---	0,09
2006				---
Significância				
2003	---	0,0953	0,0378	0,3782
2004		---	0,0004	0,9297
2005			---	0,7675
2006				---

Tabela 2 - Coeficientes de correlação no paramétrico de *Spearman* calculados entre os distintos períodos. Inclui-se a significância de cada valor de correlação.

Pode-se verificar que nos anos de 2003, 2004 e 2005 se observou o enfoque em temas como Tecnologia e Inovação, Incubadoras e Redes e *Clusters* e a ausência de outros temas, o que ratifica os coeficientes de correlação estimados. Essas correlações variaram de 0,03 (não significativa) referente à comparação entre os anos 2004 e 2006 e 0,82 (altamente significativa), indicando a melhor correlação de temas nos anos de 2004 e 2005. Uma correlação próxima de 1 indicaria que existe uma perfeita relação entre ambos os anos, enquanto que a próxima a zero, ou não significativa, implicaria que os temas foram divergentes entre os distintos períodos, ou que não existe uma correlação (associação) entre os anos. Tomando como base de análise o ano de 2006, pode-se perceber que não houve alta significância com relação aos anos anteriores ($p > 0,05$), indicando uma mudança nas preferências de pesquisa publicadas neste ano, embora o comportamento empreendedor tenha continuado como tema de principal preferência. O ano 2005 se correlaciona significativamente com os anos 2003 e 2004, evidenciando valores de correlação de *Spearman* de 0,56 e 0,82 respectivamente.

Em relação aos autores utilizados no referencial das pesquisas, a Tabela 3 mostra a disposição em ordem decrescente, levando em conta a quantidade de artigos que referenciaram:

Autores	Número de citações	%^(*)
FILION, L. J.	47	33.3
SCHUMPETER, J. A.	46	32.6
DRUCKER, P.	31	22.0
DOLABELA, F.	31	22.0
DORNELAS, J. C.	31	22.0
MCCLELLAND, D. C.	24	17.0
DEGEN, RONALD	19	13.5
GARTNER, W. B. A;	15	10.6
GIMENEZ, F.	11	7.8
CORDEIRO	9	6.4
PAIVA JR.	9	6.4
WEBER	8	5.7
BIRLEY, S.	7	5.0
CARLAND	7	5.0
TIMMONS	7	5.0
DEES, GREGORY	6	4.3
KETS DE VRIES, M. .	4	2.8
SAY, J. B.	3	2.1

Tabela 3 – Autores mais citados nos artigos analisados – (*) Porcentagem em relação aos 140 artigos relacionados.

Os autores mais citados foram Filion e Schumpeter. Na seqüência, Drucker e os autores nacionais Dolabela e Dornelas, e em seguida Mcclelland, Degen, Gartner e Gimenez. Ainda que alguns autores sejam estrangeiros, é importante salientar que a maioria das citações refere-se a textos traduzidos para o português, evidenciando a pouca utilização de literatura original nos idiomas inglês ou francês. Importante salientar que, no caso do autor do autor mais citado, Filion, quase a totalidade das citações faziam referências a textos publicados em língua portuguesa.

No conjunto, os dados indicam uma tendência diferenciada para 2006, e possivelmente novos rumos sejam definidos a partir desse ano na pesquisa sobre Empreendedorismo no Brasil.

Analisando os dois primeiros temas mais citados: Comportamento Empreendedor, Perfil Empreendedor (que totalizam 56 artigos, o equivalente a 40% do total de artigos), e comparando com as interpretações sobre o processo empreendedor ou sobre o empreendedorismo em uma visão processual, como apresentado no item 2, verifica-se que os estudos sobre empreendedorismo no Brasil estão estruturados em uma dinâmica diferenciada, porque não estão centrados primeiramente na exploração de oportunidades ou na criação de valores de mercado. Os principais temas relacionados a este assunto mantiveram-se estáveis ou tiveram ligeira queda com o passar dos anos.

Quando se observam os resultados encontrados por Grégoire et. al. (2006), que analisaram as publicações no *Frontiers of Entrepreneurship Research*, de 1981 a 2004, constata-se que as discussões nos cinco primeiros anos daquele importante fórum de pesquisas sobre Empreendedorismo tiveram foco no empreendedor (na pessoa) e no período de 1987 a 1992 os autores observaram a emergência de novos tópicos. Também a partir de 1999 (e até 2004) eles identificaram “um novo começo” marcado, sobretudo, pelas conceituações de Shane e Venkataraman (2000).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Empreendedorismo é um fenômeno multidisciplinar e complexo, como apontam os estudos mencionados. Apesar desse caráter multidisciplinar, para consolidar-se como campo científico é necessário que conceituações próprias sejam desenvolvidas para consolidação epistemológica do campo.

No caso dos estudos do Enanpad, apesar do pouco tempo analisado, pelo fato da série ser restrita (quatro anos), observou-se uma tendência sistemática nos três primeiros anos, com o predomínio de estudos sobre Comportamento Empreendedor, e, possivelmente novos rumos, que parecem refletir uma ampliação na visão, descrição e interpretação do fenômeno, a partir de 2006. Outro aspecto relevante refere-se a pouca utilização de textos de autores internacionais, mostrando a maior utilização de autores brasileiros ou textos traduzidos, o que pode ser reflexo do tema de interesse diferenciado, e que não estão centrados na exploração de oportunidades ou na criação de valores de mercado, tema dos autores internacionais.

Uma das dificuldades encontradas foi o fato dos estudos anteriores a 2003 estarem divididos em áreas distintas, o que impediu que a análise abrangesse um período maior de tempo.

O objetivo do trabalho foi alcançado ao expor aspectos da pesquisa no Brasil e servir como ponto de partida para reflexões sobre os rumos da pesquisa de empreendedorismo. Os resultados deste estudo, configurando-se as tendências no estudo do tema no Brasil, são fatores que indicam uma possível consolidação como área de estudos, em direção aos resultados e ênfases atribuídas internacionalmente nas discussões acerca do tema.

6. REFERÊNCIAS

ANPAD –Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. XXVII Encontro do ENANPAD. **Anais**. Atibaia, 2003.

ANPAD –Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. XXVIII Encontro do ENANPAD. **Anais**. Curitiba, 2004.

ANPAD –Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. XXIX Encontro do ENANPAD. **Anais**. Atibaia, 2005.

ANPAD –Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. XXX Encontro do ENANPAD. **Anais**. Salvador, 2006.

BARON, R. ; SHANE, S. **Empreendedorismo. Uma visão do processo**. São Paulo: Thomson, 2007.

BRUYAT, Christian, JULIEN, Pierre-André. Defining the field of research in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing** v. 16, p. 165-180, Elsevier Science Inc. New York. 2000.

DAVIDSSON, P. **Researching Entrepreneurship**. NJ: Springer, 2005.

GARTNER, William B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. **Academy of Management Review**, v. 10, n. 4, p. 696-706, 1985.

GARTNER, William B. What are we talking about entrepreneurship? **Journal of Business Venturing**, v. 5, p. 15-28, 1990. Elsevier Science Publishing Co., Inc. 655 New York. 1990.

GRÉGOIRE, D.A., N»OEL, M.X., DÉRY, R., BÉCHARD, J-P. Is There Conceptual convergence in Entrepreneurship Research? A Co-Citation Analysis of Frontiers of Entrepreneurship Research, 1981-2004. **Entrepreneurship Theory and Practice**. May 2006, p.333-373.

HERNANDEZ, É.M. **Le processus Entrepreneurial. Vers umn modèle stratégique d' entrepreneuriat**. Paris: L' Harmattan, 1999.

REYNOLDS, P. Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, Winter, 1991, p. 47-69.

SHANE, S. **A General Theory of Entrepreneurship – The individual-Opportunity Nexus**. North Hanpton: Edward Elgar, 2003.

SHANE, Scott e VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field ofresearch. **Academy of Management Review**. Vol.25, Issue 1, p.217-226, 9p. Jan 2000.

VENKATARAMAN, S. The distinctive domain of Entrepreneurship Research: An editors perspective. In J. KATZ, R. BROCKHAUS, R. (Eds.) **Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth**. V. 3:119-138. Greenwich, CT. 1997