



V SINGEP

Simposio Internacional de Gest3o de Projetos, Inova3o e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA: ESTUDO SISTEMÁTICO E AGENDA DE PESQUISA

GUSTAVO HENRIQUE DA SILVA

FAI - Faculdade de Itapiranga
silvagustavoh.gh@gmail.com

NATHALIA BERGER WERLANG

FAI - Faculdade de Itapiranga
nathaliabw@gmail.com



V SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA: ESTUDO SISTEMÁTICO E AGENDA DE PESQUISA

Resumo

O presente artigo se constitui em um estudo descritivo e exploratório, tendo por finalidade apresentar dados e indicadores acerca das publicações científicas sobre Orientação Empreendedora (OE), a partir de pesquisa bibliométrica e mapeamento das publicações acerca da problemática proposta. A análise dos 30 artigos sobre OE publicados e encontrados em busca realizada na base de dados Spell, em fevereiro de 2016, levou aos seguintes achados: a maioria dos estudos utilizou método quantitativo; os artigos, em sua maior parte, foram elaborados por dois ou três autores; a maior parte dos autores possui uma só publicação na área; a Universidade Nove de Julho – UNINOVE é a IES de destaque na produção científica da OE; maior parte dos artigos da amostra foram produzidos no ano de 2015; a Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – REGEPE é o periódico destaque em publicações sobre a matéria; o Empreendedorismo é o construto mais utilizado, relacionado com o tema OE; a grande parte dos artigos da amostra não possuem instrumento de coleta de dados. A partir do estudo presente, conclui-se que, em que pese o estudo da Orientação Empreendedora se mostre recente, já existem diversas publicações na área e um vasto campo de estudo.

Palavras-chave: Orientação Empreendedora; Empreendedorismo; Dimensões da Orientação Empreendedora.

Abstract

This article constitutes a descriptive study, with the purpose to present data and indicators about scientific publications on Entrepreneurial Orientation (EO) from bibliometric research and mapping of publications about the problematic proposal. The analysis of 30 articles published on OE and found in search in the Spell database in February 2016, led to the following findings: most of the studies used quantitative method; Articles, for the most part, were prepared by two or three authors; most authors have one publication in the area; Nove University - UNINOVE is the highlight of HEIs in the scientific production of OE; Most of the sample articles were produced in 2015; the Journal of Entrepreneurship and Small Business Management - REGEPE is the period featured in publications on the subject; Entrepreneurship is the most widely used construct related to the OE theme; a large part of the sample items have data collection instrument. From this study, it is concluded that, despite the study of Entrepreneurial Orientation to show recent, there are already several publications in the area and a wide field of study.

Keywords: Entrepreneurial Orientation; entrepreneurship; Dimensions of Entrepreneurial Orientation.



1 Introdução

O empreendedorismo, em que pese o tema não seja recente, ganha especial importância no atual contexto socioeconômico, ao passo que constitui meio eficiente de manutenção da competitividade do negócio, de desenvolvimento e de busca de melhores condições (SALIM; SILVA, 2010).

Embora vários pesquisadores já se debruçaram sobre o tema, não há uma unanimidade sobre o conceito acerca do empreendedorismo, contudo, não há dúvida que empreender está relacionado às condutas de criar e/ou dinamizar um novo negócio, produto, serviço ou procedimento, é inerente, portanto, ao exercício de inovar, objetivando o desenvolvimento econômico e estrutural (SALIM; SILVA, 2010).

Por sua vez, a necessidade e importância de bem estudar o tema decorre da competitividade do mercado atual, que tem exigido das organizações a busca constante por métodos inovadores, seja através de novos conhecimentos, seja com a utilização de novos recursos (BESSANT; TIDD, 2009).

É nesse contexto que se apresenta a Orientação Empreendedora (OE), como sendo a postura empreendedora de uma organização, podendo ser definida como a administração do processo empreendedor, dos métodos e das práticas relacionadas ao agir de modo empreendedor da organização (LENZI *et al.*, 2012).

No entanto, o nível da Orientação Empreendedora será diferente em cada organização, de acordo com fatores externos e internos, haja vista que a postura empreendedora está relacionada ao ambiente da organização, e nisso se inclui a postura e a personalidade do líder da empresa, mas, em especial, os fatores organizacionais que promovem ou evitam o desenvolvimento da cultura empreendedora na instituição (LUMPKIN; DESS, 1996).

Nesse sentido, ao considerar a Orientação Empreendedora como um construto multidimensional, são dadas cinco dimensões caracterizadoras da Organização Empreendedora, quais sejam: Inovatividade, assunção de risco, proatividade, autonomia, e agressividade competitiva. Tais características constituem o objeto deste trabalho (LUMPKIN; DESS, 1996).

Destarte, o presente trabalho tem como objetivo realizar um mapeamento sobre o tema Orientação Empreendedora na base de dados *Spell*. O que se mostra de relevante importância, em especial pela novidade do tema abordado, porque investiga os principais construtos da Orientação Empreendedora, o que contribuirá para a construção de conhecimento cumulativo e sistematizado acerca do tema, oferecendo aos pesquisadores uma estruturação das publicações, além de servir de base para futuras pesquisas na área.

O presente artigo acadêmico está estruturado em cinco seções: Após esta (seção 1), de caráter introdutório; a seção 2 apresenta um breve marco teórico sobre a Orientação Empreendedora e pesquisas recentes sobre o tema; na seção 3 é apresentada a metodologia empregada na coleta e análise dos dados; a seção 4 apresenta a descrição e análise dos resultados do estudo bibliométrico e do mapeamento das publicações constantes na amostra, mediante exposição de quadros e gráficos; na seção 5 constam as considerações finais sobre os resultados alcançados e as recomendações para pesquisas futuras.

2 Orientação Empreendedora

Embora não estudado no passado como é contemporaneamente, o empreendedorismo sempre existiu na vida das pessoas. Entretanto, a forma como é praticado hoje difere muito daquela que se observava nas décadas passadas, mas a essência é similar. Essa essência, ou



característica, é a busca de desenvolvimento, de melhores condições de vida, a qual existe em qualquer época e independe da condição do sujeito (SALIN; SILVA, 2010).

Ocorre que nos séculos XIX e XX a atividade empreendedora era confundida com a função desempenhada pelos administradores, organizar, dirigir e controlar empresas. Em que pese resista alguma controvérsia quanto ao conceito de empreendedorismo, não mais se justifica o emprego dos termos administrar e empreender como sinônimos, pois o comportamento empreendedor vai muito além da administração da empresa, está focado em procurar soluções inovadoras e em fomentar o desenvolvimento do negócio (DORNELAS, 2008).

Como bem ressaltam Martens, Freitas e Bossin (2010), sendo a primeira responsável por nove trabalhos sobre o tema entre os anos de 2007 a 2015, com amparo nas lições de Joseph Schumpeter e David *McClelland*, muito embora diversos estudiosos já se debruçaram sobre o tema, não há unanimidade quanto a um conceito sobre o empreendedorismo. Isso porque, por exemplo, estudos voltados à economia tendem a ligar o empreendedorismo à inovação, aos atos de criar e recriar técnicas, procedimentos, produtos e serviços mediante a exploração de novos recursos e materiais.

De outra banda, trabalhos voltados ao estudo comportamental tendem a associar o empreendedorismo às características humanas do agente empreendedor, tais como a motivação de realização e/ou o impulso de aprimorar, objetivando decifrar as características que tornam o empreendedor e, em um contexto mais amplo, em uma sociedade, mais ou menos predestinada a inovar (MARTENS; FREITAS; BOSSIN, 2010).

Ocorre que a competitividade do mercado atual exige das instituições a busca incessante por métodos inovadores: o constante aprimoramento dos métodos de produção e do produto ou serviço constituem uma necessidade. A inovação age como um elemento necessário à manutenção da competitividade, bem como, permite que a empresa se desenvolva econômica e estruturalmente, mormente através de novos conhecimentos e a utilização de novos recursos, assim, podendo enfrentar de forma sustentável um mercado cada vez mais globalizado e dinâmico (BESSANT; TIDD, 2009).

Disso decorre a necessidade e importância de estudar a temática trazida à baila, ou seja, deriva a importância do empreendedorismo da necessidade das organizações buscarem constantemente a inovação como forma de manterem-se competitivas e, mais do que isso, progredir econômica e estruturalmente (LENZI *et al.*, 2012).

Deve-se ressaltar, como bem faz Franco e Hashimoto (2014), com amparo nas lições de Ginsberg e Child, que o empreendedorismo caracteriza-se pelo comportamento do agente empreendedor, por estar, em regra, associado à criação de algo novo, tal como uma invenção com um valor reconhecido no mercado. Por sua vez, no âmbito das organizações, o empreendedorismo é entendido como um meio de crescimento e renovação das instituições já existentes, como forma do empreendedorismo corporativo, atualmente denominado como Orientação Empreendedora – OE, referindo-se ao processo empreendedor no nível das empresas. Deste modo, a Orientação Empreendedora surge da perspectiva da escolha estratégica, objetivando a antecipar oportunidades de desenvolvimento.

Nesse contexto, a Orientação Empreendedora (OE) se caracteriza pela postura empreendedora de uma instituição empresarial. As pesquisas têm apontado que empresas com maior nível de Orientação Empreendedora tendem a ter um melhor desempenho na sua área de atuação, maior crescimento e desempenho financeiro, bem como, mais facilidade de perceber novas oportunidades de investimento e aumento do seu grau de competitividade no mercado (MILLER, 1983).

Ocorre que o nível da Orientação Empreendedora de cada organização pode variar de acordo com fatores externos e internos, ou fatores organizacionais e ambientais (LUMPKIN;



DESS, 1996). Nesse sentido, como bem aponta Miller, 1983, a postura empreendedora está inteiramente relacionada ao ambiente da organização, à sua estrutura, à estratégia adotada e, em especial, à personalidade do líder, à sua força e ao seu nível de informação, em suma, são as características derivadas do relacionamento destes fatores, que serão diferentes em cada empresa, que contribuirão para a formação da postura empreendedora de cada organização.

Todavia, em que pese a Orientação Empreendedora possa ser influenciada por fatores externos e internos da organização, mais significativo do que o empreendedor que promove o empreendedorismo na empresa é, certamente, o processo de empreendedorismo em si, ou seja, são os fatores organizacionais que o promovem ou o evitam. Nesse diapasão, somente uma melhor compreensão do processo e da metodologia empreendedora poderá contribuir para a identificação de possíveis aspectos a serem aprimorados pela organização, objetivando o aumento do nível de Orientação Empreendedora (MILLER, 1983).

Nesse sentido, pode ser conceituada a Orientação Empreendedora como sendo o gerenciamento do processo de empreender, consubstanciado na administração dos métodos, das práticas e os estilos de gestão e de tomada de decisão pertinentes ao agir de modo empreendedor. Bem assim, a Orientação Empreendedora é utilizada para caracterizar a postura de determinada instituição empreendedora que, em regra, possui uma postura comportamental direcionada a práticas efetivas de gerenciamento e uma filosofia aberta à inovação (MILLER, 1983; LUMPKIN; DESS, 1996).

Vale aqui destacar o trabalho desenvolvido por Reis Neto *et al.* (2013) que, por meio de pesquisa quantitativa, examinou a relação dos constructos da Orientação Empreendedora e a competência de *marketing* no desempenho empresarial, em empresas varejistas dos tipos micro ou pequena do Estado de Mato Grosso do Sul, no qual foi constatado a existência de similitude nas práticas da OE e da capacidade de *marketing* entre as empresas de ambos os tipos. Apontando, no entanto, a necessidade dos empreendedores adotarem uma postura mais empreendedora para alcançarem maior desempenho empresarial.

Diante do exposto, duas principais abordagens são percebidas, a primeira, extraída dos ensaios inaugurais sobre a Orientação Empreendedora, é dada por Miller (1983), o qual apontou três dimensões definidoras do comportamento empreendedor de uma organização, a saber: a inovatividade, a assunção de riscos e a proatividade.

A partir desses estudos, Lumpkin e Dess (1996) acrescentam mais duas dimensões à proposta original, quais sejam: a autonomia e a agressividade competitiva. Portanto, para Lumpkin e Dess (1996) as cinco dimensões caracterizadoras da Organização Empreendedora são: a inovatividade, a assunção de risco, a proatividade, a autonomia, e, a agressividade competitiva. Note-se que essa nova abordagem passa a considerar a OE como um construto multidimensional.

Nesse contexto, a **inovatividade** é conceituada como sendo a predisposição de uma empresa em incentivar ideias novas, processos inovadores, experimentos, novidades, objetivando resultados mais eficazes; seja em relação ao aprimoramento de produtos já existentes ou novos produtos, ou relativo a novos métodos produtivos, em suma, a inovatividade está relacionada à busca de resultados positivos (LUMPKIN; DESS, 1996). Para Miller e Friesen (1982) pode-se verificar o nível de inovatividade de uma empresa a partir dos recursos que ela investe em inovações, material humano destinado a atividades de criação, novos produtos ou serviços, variedade das linhas de produtos e/ou serviços.

Já a **autonomia**, na classificação de Miller (1983), está relacionada à personalidade do Líder ou o comportamento da equipe diretora na tomada de decisões, refere-se à liberdade e independência de lançar ideias e/ou visões inovadoras: as empresas mais inovadoras costumam dar mais autonomia ao Líder. No mesmo sentido, segundo Lumpkin e Dess (1996),



a autonomia contribui para o desenvolvimento de valores empreendedores e de uma noção de estratégia voltada para o empreendedorismo.

A dimensão **assunção de risco** corresponde a assumir riscos, investimentos, em regra, é caracterizado como o comportamento do Líder representado pelas condutas da organização. Notadamente, não se trata apenas de assumir riscos, aventurar-se, ou de comprometer em demasia o ativo da organização. De todo o oposto, assumir riscos não corresponde ao mal-administrar, mas, decerto, às ações que objetivam retornos significativos, logrando as vantagens do mercado (LUMPKIN; DESS, 1996).

Por sua vez, a **proatividade** refere-se a uma perspectiva futura, buscando o desenvolvimento de atividades porvindouras e/ou novos negócios, correlaciona-se a uma previsão de oportunidades – isto é, a uma visão antecedente das necessidades que acometeram o mercado e das oportunidades que surgirão (LUMPKIN; DESS, 1996). A proatividade, nesse contexto, está relacionada à capacidade da organização de criar seus próprios produtos ou serviços, técnicas, métodos de produção e outros, possibilitando uma rápida resposta às oportunidades, antecedentes às mudanças de mercado (MILLER, 1983).

Por fim, a **agressividade competitiva** consubstancia-se na capacidade da organização em desafiar seus concorrentes, objetivando marcar sua posição no mercado. A agressividade competitiva é a tendência do mercado atual, as empresas tem de responder agressivamente aos vários concorrentes do segmento, sob pena de perder espaço para concorrentes (LUMPKIN; DESS, 1996). Assim sendo, a base para compreensão da dimensão aqui abordada está no entendimento acerca das formas de condução e busca de aumento de mercado, inibindo a representação dos concorrentes, o que, por vezes, poderá representar algum sacrifício econômico (LUMPKIN; DESS, 1996).

3 Pesquisas Recentes sobre OE

Em que pese seja recente o tema, vários autores vêm pesquisando sobre a Orientação Empreendedora. Nessa senda, a partir de uma pesquisa bibliométrica foram identificados dentre os trabalhos que compõem a base de dados deste artigo alguns estudos interessantes acerca da OE, os quais serão apresentados a seguir.

Nesse contexto, ao analisar a postura empreendedora em 33 empresas do ramo hoteleiro, Sara Gimenez e Fernando Gimenez (2010), verificaram uma associação positiva entre atitude empreendedora e estratégia competitiva, destacando-se as estratégias prospectoras como as mais adotadas entre os hoteleiros com maior nível de orientação empreendedora, enquanto que as organizações de menor porte tendem a adotar estratégias defensivas, relacionadas à atitude empreendedora menos audaciosa.

França *et al.* (2012), ao realizarem pesquisa acerca da percepção da OE pelos funcionários de uma organização de médio porte, verificaram que essa percepção entre os empregados pode variar de acordo com a idade e o tempo de serviço na empresa, sendo que quanto maior a idade e/ou o tempo de trabalho, menor o grau de percepção da OE da organização. Desta forma, indicando que os empregados mais velhos e os mais antigos tendem a ser mais orientados à conduta empreendedora.

Já Barreto e Nassif (2014), a partir de uma pesquisa qualitativa realizada em micros e pequenas empresas de prestação de serviços, para análise do comportamento de liderança do empreendedor na contribuição da disseminação das dimensões da Orientação Empreendedora, apontaram que no ambiente empresarial dessas empresas as ações de liderança são tomadas, em regra, pelo proprietário da empresa, o que reflete diretamente na maior ou menor extensão das dimensões da OE. A pesquisa também apontou que nas microempresas, algumas das dimensões da Orientação Empreendedora tendem a ser menos aderentes, tais como a



autonomia, a efetividade, a interação e a propensão ao risco do que se extrai a necessidade de serem incentivadas por seus líderes.

De outra banda, Franco e Hashimoto (2014), ao pesquisarem a liderança empreendedora e práticas de gestão de pessoas, com o objetivo de verificar o que mais influencia a Orientação Empreendedora, se a liderança empreendedora ou as práticas de gestão de pessoas, concluíram os autores que tanto a liderança empreendedora como as práticas de gestão de pessoas exercem influência sobre a OE. Isso porque é a relação entre a liderança e seus funcionários que determina o grau de inserção de práticas de gestão de pessoas no processo de fomentação da Orientação Empreendedora.

Em empresas com fortes lideranças, as práticas de gestão de pessoas buscam estabelecer diretrizes e a formação de líderes, com presença acentuada no desenvolvimento organizacional, enquanto que as práticas de gestão de pessoas contribuem para a formação de uma cultura geral que favoreça o comportamento empreendedor (FRANCO; HASHIMOTO, 2014).

Em arremate, vale destacar a pesquisa realizada por Belfort e Martens (2015) sobre a assunção de riscos e gerenciamento dos riscos de projeto realizados em uma empresa de consultoria na área de tecnologia da informação, na qual constatou-se que a empresa e seus gestores possuem forte inclinação a assunção de riscos, incentivando ideias inovadoras em busca de altos resultados financeiros.

A pesquisa corrobora a tese dos autores no sentido que empresas da área de tecnologia tendem a assumir riscos maiores em relação aos demais segmentos, tendência que é atribuída a maior dinâmica, fazendo com que as empresas dessa área adotem posturas não conservadoras.

Nesse caso a assunção dos riscos dá-se de forma consciente, em que pese por vezes seja difícil prever o resultado do investimento, a intenção dos gestores é aproveitar as oportunidades do mercado a partir de uma postura arrojada (BELFORT; MARTENS, 2015).

Diante do exposto, tendo sido abordado o conceito acerca da Orientação Empreendedora, objeto central que é do presente trabalho, bem como suas dimensões caracterizadoras; não há dúvida quanto a importância do tema às organizações ante a necessidade de se manterem competitivas e de se desenvolverem econômica e estruturalmente em um mercado tão dinâmico como o atual, sendo, para isso, imprescindível que estejam preparadas – e até antecedam – as necessidades e oportunidade que surgem com os movimentos/mudanças de mercado.

4 Método e Procedimentos de Pesquisa

O presente trabalho acadêmico se constitui em um estudo descritivo e exploratório; descritivo por ter como finalidade apresentar dados e indicadores a respeito de publicações científicas acerca da Orientação Empreendedora – OE; e exploratório por perquirir a área da Orientação Empreendedora no atual contexto, com amparo na pesquisa bibliométrica e no mapeamento das publicações da amostra, o que construirá um panorama sobre a área objeto de estudo (OE).

Para a consecução do objetivo pretendido, foram utilizadas como técnicas de pesquisa a bibliometria e a análise de conteúdo. A bibliometria corresponde a uma metodologia proveniente das ciências da informação, consistente em métodos matemáticos e estáticos, utilizada para o estudo de documentos e padronização de publicações (SILVA; MACHADO, CATAPAN, 2014).

O objeto de estudo do presente trabalho tem por base os artigos científicos sobre a Orientação Empreendedora, disponíveis na base de dados do *site Spell*, em busca realizada no



dia 25 de fevereiro de 2016, sendo inserido como chave de busca a expressão “Orientação empreendedora”, encontrando-se 30 artigos, nacionais e alienígenas, compreendidos entre os anos de 2004 a 2015.

Com o intuito de conhecer e expressar alguns dados acerca da Orientação Empreendedora, investigou-se a natureza da pesquisa, a fonte de coleta dos dados, as diversas abordagens sobre o tema objeto do estudo, a metodologia do trabalho, o número e gênero de autores, autores mais prolíficos na área da OE, as instituições em que os pesquisadores estão lotados, obras mais citadas e demais dados.

Na etapa de mapeamento, uma vez agrupados e organizados, os 30 artigos foram submetidos à detalhada análise, sendo que as informações daí extraídas serviram para a formação de uma ficha classificatória dos artigos. A técnica de análise utilizada foi a análise de conteúdo, que trabalha sobre o conteúdo de documentos, visando o reconhecimento de variáveis, por meio de um processo de dedução com base em indicadores reconstruídos a partir de uma amostra de mensagens específicas (DELLAGNELO; SILVA, 2005).

5 Descrição e Análise dos Resultados

Através da análise das publicações, composta pela amostra dos 30 artigos encontrados, foi possível realizar um mapeamento dos dados que serão apresentados nas tabelas, gráficos e demais descrições a seguir. A Tabela 1 apresenta a abordagem metodológica dos artigos, sendo que as pesquisas foram classificadas como Quantitativas, Qualitativas e Revisão Bibliográfica.

Tabela 1. Classificação por Abordagem Metodológica.

Método	Quant. De Publicações	%
Artigos Quantitativos	15	50,00
Artigos Qualitativos	12	40,00
Artigos Revisão Bibliográfica	03	10,00
Total	30	100

Fonte: Dados Da Pesquisa

Verifica-se na Tabela 1 que o método de pesquisa mais utilizado foi o quantitativo, representado pela metade das publicações, 15 artigos. De forma similar, foram encontrados 12 artigos que utilizaram o método qualitativo. Deste modo, visto que não há um método que se sobressai de modo relevante em relação ao outro e que os autores utilizam ambos com frequência não é possível identificar a prevalência de um método em relação ao outro.

O método de pesquisa Revisão Bibliográfica foi encontrado em apenas 03 dos 30 artigos pesquisados com apenas uma incidência nos últimos 05 anos da pesquisa. As publicações com dois, três, quatro ou mais autores é apresentada na Tabela 2.

Tabela 2. Comparativo do Número de Autores por Artigo.

Quant. De autores	Quant. De publicações	%
02 autores	10	33,33
03 autores	08	26,67
04 autores	07	23,34
05 autores	03	10,00
06 autores	01	3,33
01 autor	01	3,33
Total	30	100

Fonte: Dados da pesquisa



Conforme apresentado na Tabela 2, 96,67% dos artigos foram publicados compartilhadamente, isso significa que 29 artigos foram produzidos por dois ou mais autores. Verifica-se que o maior número de artigos foram desenvolvidos por dois, três e quatro autores, apresentando um equilíbrio de publicações. O menor percentual de publicações se dá por seis e um autor. Este fato diverge de estudos na área de Capital Intelectual, de Gallon *et al.* (2008), onde as publicações em periódicos de um autor ocorre de forma mais frequente. O único artigo produzido por apenas um autor é do último ano de publicações, 2015. Na Tabela 3, estão listados os 08 autores mais prolíficos da amostra, sendo encontrado o total de 94 autores.

Tabela 3. Publicações por Autor.

Autor	Quant. De Publicações	%
MARTENS, Cristina Dai Prá	09	9,57
FREITAS, Henrique Mello Rodrigues de	06	6,38
BOISSIN, Jean – Pierre	03	3,19
HASHIMOTO, Marcos	03	3,19
BELFORT, Ana Claudia	02	2,13
LACERDA, Fabrício Martins	02	2,13
GIMENEZ, Fernando Antonio Prado	02	2,13
SALVI, Eloni Jose	02	2,13
Demais Autores (01)	65	69,15
Total	94	100

Fonte: Dados da pesquisa

A Tabela 3 evidencia que o maior número de publicações acerca da OE é de Martens, com 9 artigos publicados, equivalendo 9,57%, seguido por Freitas com 6,38%. Vale destacar que 69,15% dos autores possuem apenas uma publicação sobre o tema. O gênero predominante é o masculino, com o percentual de 67,12%. Constata-se que os dois autores mais prolíficos tem vínculo com as IES UNINOVE – Universidade Nove de Julho e UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, respectivamente.

Cristina Dai Prá Martens é professora do Programa de Pós Graduação em Administração PPGA-UNINOVE. O projeto pedagógico é focado no campo temático da Estratégia em Organizações com linhas de pesquisa em Estratégia, Organizações, Inovação e Marketing, surge daí a hipótese de resposta pelo grande número de publicações da autora sobre a temática da OE. Henrique Mello Rodrigues de Freitas, também é professor de um programa de Pós Graduação em Administração, PPGA – UFRGS. A hipótese criada para Martens, pelo grande número de publicações, também confere ao segundo autor mais prolífico.

A seguir, na Tabela 4 é apresentado o *ranking* de IES com maior número de publicações, sendo que no total, 33 instituições de ensino foram identificadas.

**Tabela 4. Quantidade de Publicação por Instituição de Ensino.**

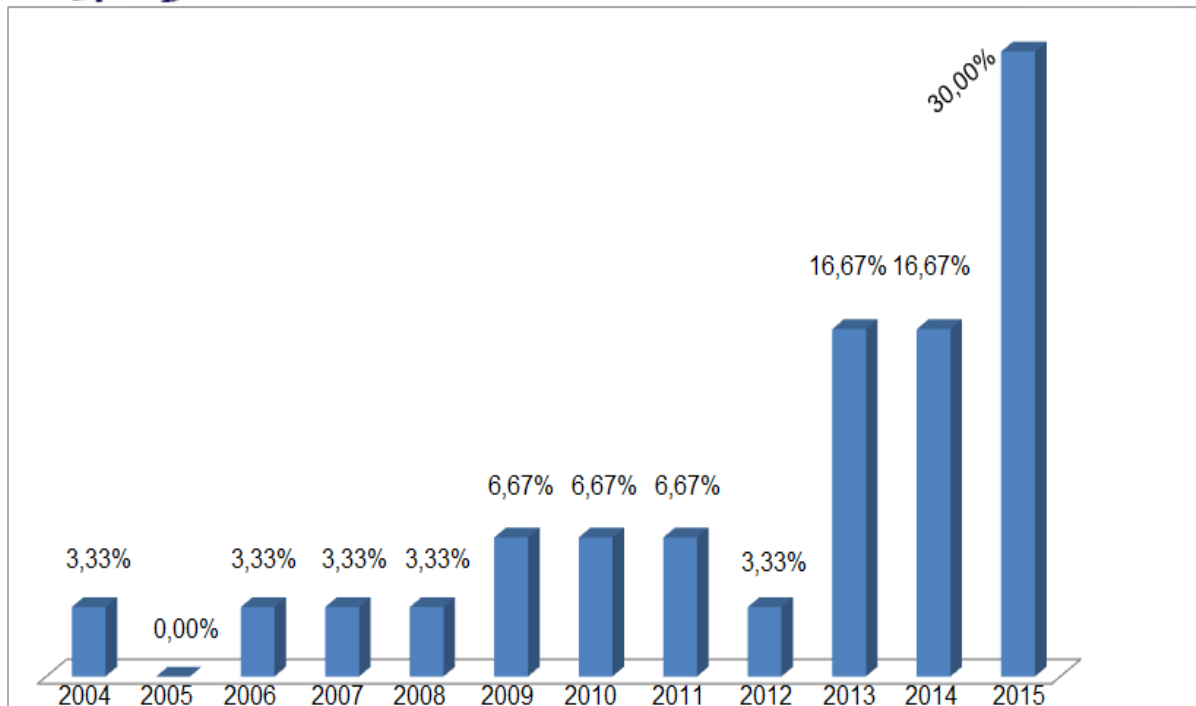
Instituições De Ensino	Quant. De Publicações	%
Universidade Nove De Julho – UNINOVE.	08	13,33
Universidade Federal Do Rio Grande Do Sul – UFRGS.	07	11,67
Faculdade Campo Limpo Paulista – FACCAMP.	04	6,67
Universidade Integrada Vale Do Taquari De Ensino Superior – UNIVATES.	04	6,67
Universidade De São Paulo – USP	04	6,67
Université Pierre Mendès France UPMF/França	03	5,00
Pontifícia Universidade Católica Do Paraná – PUC – PR	02	3,33
Universidade Federal De Pernambuco – UFPE	02	3,33
Universidade Do Vale Do Itajaí – UNIVALI.	02	3,33
Demais IES (1)	24	40,00
Total	60	100

Fonte: Dados da pesquisa

Conforme a Tabela 4, as Universidades Nove de Julho – UNINOVE e Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, obtêm as primeiras colocações das IES com maior número/percentual de publicações da amostra. Verifica-se uma semelhança em relação à Tabela anterior, referente ao *ranking* de publicações por autor, onde os dois autores mais prolíficos, Martens e Freitas, representam, justamente, as IES com maior número de publicações, sendo a UNINOVE e a UFRGS.

Sabe-se que a UNINOVE possui Programa de Pós Graduação em Administração, PPGA – UNINOVE, o qual, contempla linhas de pesquisas voltadas à Organizações. Esta é uma possibilidade que surge quando observamos o grande número de publicações da instituição. Sabe-se, ainda, que a UFRGS também mantém Programa de Pós Graduação em Administração, PPGA – UFRGS, porém, não se sabe quais são suas linhas de pesquisa.

Outro dado importante é a evolução do número de publicações no decorrer do tempo, apresentada no Gráfico 1.



Fonte: Dados da pesquisa

Gráfico1. Classificação por Ano de Publicação

Embora existam conceitos sobre Empreendedorismo desde os séculos XIX e XX, observa-se que os estudos na área de Orientação Empreendedora ainda são muito recentes e ainda, entre os anos de 2004 e 2008 não houve crescimento dos estudos acerca da temática.

A análise dos dados apresentados no Gráfico 01 indica que o maior número de publicações ocorreu nos últimos três anos, ou seja, de 2013 a 2015, sendo que as publicações no ano de 2015 correspondem a 30% do total das publicações, seguido do ano 2013 e 2014, ambos com 16,67% cada. Os dados confirmam a importância cada vez maior que os estudiosos têm dado ao tema, considerando sua relevância no cotidiano das pessoas e organizações.

Os periódicos com maior número de publicações a respeito do tema e amostra são apresentados na Tabela 5, a seguir disposta.

Tabela 5. Quantidade de Publicação por Periódicos

Periódico	Quant. De Publicações	%
Revista De Empreendedorismo e Gestão De Pequenas Empresas - REGEPE.	04	13,33
Revista De Administração - R. Adm.	03	10,00
Revista De Administração De Empresas FGV-EAESP.	02	6,67
Demais Periódicos (1)	21	70,00
Total	30	100

Fonte: Dados da pesquisa

A Tabela 5 evidencia que o maior percentual da amostra, 13,33%, foi publicado pela Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – REGEPE. Em seguida, têm-se a Revista de Administração – Radm com 03 publicações, após, a Revista de Administração



de Empresas FGV – EAESP com duas. Entretanto, vale destacar que 70% das publicações foram realizadas por periódicos com apenas uma publicação sobre o tema OE.

Percebe-se um equilíbrio em relação aos três periódicos destaques, pois nenhum deles se sobressai com relevância em relação ao outro. Assemelha-se, ainda, o fato dos três periódicos serem voltados exclusivamente à Administração, sendo que o primeiro deles, REGEPE, é uma revista de Empreendedorismo, tema originário da Orientação Empreendedora, temática do presente estudo.

As Tabelas 6 e 7 apresentam os construtos mais citados relacionados com o tema do estudo e os autores dos modelos mais utilizados nas pesquisas. No total, foram identificados 28 construtos e 38 autores de modelos diferentes. Ocorre que alguns foram utilizados em mais que um artigo, conforme Tabelas a seguir dispostas.

Tabela 6. Ranking dos Construtos Mais Citados Relacionados com o Tema OE.

Construto	Quant. De Publicações	%
Empreendedorismo	14	31,10
Liderança	02	4,45
Inovação	02	4,45
Marketing	02	4,45
Aprendizagem	02	4,45
Desempenho Empresarial	02	4,45
Demais Construtos (01)	21	46,65
Total	45	100,00

Fonte: Dados da pesquisa

A Tabela 6 apresenta o Empreendedorismo como sendo o constructo mais utilizado, correspondendo a 31,10%. Os dados permitem verificar uma disparidade acentuada quando comparado o Empreendedorismo com os demais constructos alvos, pois, Liderança, Inovação, Marketing, Aprendizagem e Desempenho Empresarial aparecem na segunda colocação do ranking com apenas 4,45%. O fato se deve pela temática em estudo, Orientação Empreendedora, ser originária do Empreendedorismo.

Nesta análise não foi considerado como constructo “Dimensões da Orientação Empreendedora”, uma vez que tal temática é assunto que integra o tema central deste estudo. Examinando os dados da Tabela, percebemos que Inovação, ocupa a segunda posição da Tabela com 4,45%, juntamente com outros constructos, no entanto, adverte-se que Inovação pode ser estudada de forma isolada, não somente como uma Dimensão Empreendedora.

A Tabela 7 apresenta os autores dos modelos mais utilizados nas pesquisas que compõe a amostra.

Tabela 7. Classificação por Autor dos Modelos Utilizados nas Pesquisas.

Autor	Quant. De publicações	%
Covin e Slevin (1989)	03	6,80
Miller e Friesen (1982)	02	4,55
Carland <i>et al.</i> (1992)	02	4,55
Naman e Slevin (1993)	02	4,55
Fernandes e Santos (2008)	02	4,55
Demais Autores (01)	33	75,00
Total	44	100

Fonte: Dados da pesquisa

A Tabela 7 revela uma diversidade de fontes utilizadas pelos autores das obras que compõem a amostra, ao passo que 75% dos modelos utilizados na construção dos trabalhos foram citados uma única vez. No entanto, entre os modelos que se repetiram, destacam-se as



clássicas, a exemplo de Covin e Slevin (1989), que representam 6,80% das citações e ocupam a primeira posição do *ranking*. Não é possível identificar semelhança na utilização deste modelo, pois foi utilizado em artigos com pesquisa do tipo quantitativo e qualitativo por 10 diferentes autores e coautores em três artigos.

O modelo proposto por Miller e Friesen (1982), foi utilizado duas vezes, por diferentes autores em um artigo quantitativo e outro qualitativo. Carland *et al.* (1992), também foi utilizado em duas obras, este possui um instrumento que faz a categorização da Orientação Empreendedora sobre os indivíduos.

Os modelos de Naman e Slevin (1993) e Fernandes e Santos (2008), também ocupam a segunda posição, ambos com duas citações. O primeiro deles foi utilizado em dois artigos por seis autores e coautores, ambos quantitativos. As escalas e variáveis de Fernandes e Santos (2008), foram utilizados para a produção de duas obras, ambas do método quantitativo. Por fim, será apresentada a Tabela que contempla a quantidade de artigos com e sem instrumento de coleta de dados.

Tabela 8. Artigos com e sem Instrumento de Coleta de Dados.

Artigos	Quant. De Publicações	%
Artigos Com Instrumento De Coleta De Dados	04	13,33
Artigos Sem Instrumento De Coleta De Dados	26	86,67
Total	30	100

Fonte: Dados da pesquisa

Na Tabela 8, verifica-se que apenas 13,33% dos artigos possuem instrumento de coleta de dados. Mesmo com a predominância de artigos quantitativos, em que, geralmente, é utilizado questionários, seguido de artigos qualitativos, por vezes, com roteiros que norteiam as pesquisas o índice de publicações com instrumento de coleta de dados não é significativo, apresentando uma grande disparidade entre artigos com e sem instrumento de coleta.

6 Considerações Finais

A presente pesquisa objetivou apresentar um estudo reflexivo acerca da produção científica em OE, por meio de um estudo bibliométrico e de um mapeamento das publicações disponíveis na base de dados do *site Spell*, em busca realizada em 25 de fevereiro de 2016, reunindo 30 publicações nacionais e estrangeiras, referente à problemática proposta.

A interpretação das informações geradas se referem aos resultados advindos do estudo bibliométrico e do mapeamento apresentado, à luz do referencial teórico que norteia este trabalho. Esta postura se justifica a partir das considerações precisas a respeito de cada item investigado e que foram apresentadas no item anterior.

No que toca ao referencial teórico do artigo, se destaca a compreensão pacífica da importância da Orientação Empreendedora e da influência desta para um melhor desempenho financeiro e estrutural, aumentando o grau de competitividade das organizações (MILLER, 1983).

Quanto aos dados da pesquisa bibliométrica, merecem destaque a diversidade de autores e estudos sobre o tema, uma vez que o estudo da Orientação Empreendedora se mostra recente no contexto nacional. Isso ressalta a importância do tema e a compreensão de que a OE se faz indispensável ao desenvolvimento de qualquer organização no atual contexto econômico.



Na fase de Mapeamento, seguiu-se as seguintes etapas de pesquisa: Método de pesquisa; comparativo do número de autores por artigo; Instituição de ensino destaque; classificação por ano de pesquisa; periódico com maior número de publicações; constructos mais utilizados pelos autores; classificação por autor de modelos utilizados nas pesquisas e por fim, a quantidade de artigos com e sem instrumento de coleta de dados.

Do total dos artigos que constituem a base da pesquisa, percebe-se a predominância dos métodos quantitativo e qualitativo, utilizando-se o primeiro em 50% dos estudos. Cerca de 1/3 dos artigos pesquisados foram produzidos por dois autores, sendo que esses, em sua maior parte, aproximadamente 69,15%, possui uma só publicação na área. A Universidade Nove de Julho – UNINOVE é a IES destaque na produção científica da OE, estando vinculada a 08 artigos, o que representa 13,33% do total pesquisado, a Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS surge logo após com 07 artigos, representando 11, 67%.

A maior parte dos artigos da amostra foram produzidos no ano de 2015, cerca de 30%, percebendo-se, também, um forte crescimento nos anos de 2013 e 2014, quando houve um crescimento de 16% em ambos os períodos. Esses índices revelam, de um lado, a novidade do tema e, de outro, a importância da pesquisa; ao passo que embora recente proliferaram-se publicações na área da OE. Por sua vez, a Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – REGEPE é o periódico com maior número de publicações sobre a matéria, cerca de 13,33%.

Dos constructos relacionados à Orientação Empreendedora, verificou-se que o Empreendedorismo é o mais utilizado, constando em 31,10% dos estudos, revelando uma disparidade em relação aos demais constructos, tais como: Liderança, Inovação, Marketing, Aprendizagem e Desempenho Empresarial que aparecem na segunda colocação do *ranking* com apenas 4,45%. Ainda, constatou-se uma grande variedade em relação aos autores dos modelos de pesquisa, sendo que os mais lembrados, Colvin e Slevin (1989), constam em apenas 6,80% dos artigos, enquanto que 75% deles utilizam autores adotados uma única vez.

Por fim, pode-se extrair da pesquisa que a maior parte dos artigos da amostra, cerca de 86,67%, não possuem instrumentos de coleta de dados. Assim, percebe-se que mesmo com a predominância de artigos quantitativos, geralmente instrumentalizado por questionários, o índice de publicações com instrumento de coleta de dados não é significativo, representando apenas 13,33% dos artigos.

Deve-se advertir que o presente estudo apresentou algumas limitações, quais sejam: realizar cruzamento com publicações de outros eventos e periódicos; analisar somente artigos na base de dados *Spell*. Entretanto, mesmo diante de tais limitações, considera-se que o método utilizado é suficiente para alcançar o objetivo da pesquisa.

Com base nos dados alcançados, entende-se que os resultados dessa pesquisa representam importante contribuição acadêmica, podendo servir de referência a futuras pesquisas relacionadas à Orientação Empreendedora. Em arremate, ressalta-se a necessidade de expansão do estudo ora apresentado, em especial no que se refere a verificação de publicações nos demais sites de busca.



7 Referências

- BARRETO, João Carlos; NASSIF, Vânia Maria Jorge. O Empreendedor Líder e a Disseminação da Orientação Empreendedora. **Revista Brasileira de Gestão de Negócio**, São Paulo, v. 16, p. 180-198, abr./jun. 2014.
- BELFORT, Ana Cláudia; MARTENS, Cristina Dai Prá. Assunção de Riscos e Gerenciamento dos Riscos dos Projetos: um Estudo em uma Consultoria na área de TI. **Organizações em Contexto**, São Bernardo do Campo, v. 16, n. 22, jul./dez. 2015.
- BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- DELLAGNELO, Eloise Helena Livramento; SILVA, Rosimeri Carvalho. Análise de conteúdo e sua aplicação em pesquisa na administração. In. **Pesquisa qualitativa em administração: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FRANÇA, Aurimar; SARAIVA, Jeferson; HASHIMOTO, Marcos. Orientação empreendedora como indicador do grau de empreendedorismo corporativo: fatores que caracterizam os intraempreendedores e influenciam sua percepção. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**. v. 16, n. 3. 2012.
- FRANCO, Maria Sílvia; HASHIMOTO, Marcos. Liderança empreendedora e prática de gestão de pessoas: um estudo sobre a eficácia na promoção do empreendedorismo corporativo. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 104-128, 2014.
- LENZI, Fernando César; SANTOS, Silvio Aparecido dos; CASADO, Tânia; RODRIGUES, Leonel Cesar. **Talentos inovadores da empresa: como identificar e desenvolver empreendedores corporativo**. Curitiba: Intersaberes, 2012. Disponível em: <<http://faifaculdades.bv3.digitalpages.com.br/users/publications>>. Acesso em: 25 abr. 2016.
- LUMPKIN, G. T.; DESS, G. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. **Academy of Management Review**, v. 21, n. 1, p. 135-172, 1996.
- GALLON, Alessandra Vasconcellos; SOUZA, Flávia Cruz de; ROVER, Suliani; ENSSLIN, Sandra Rolim. Um estudo reflexivo da produção científica em capital intelectual. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 9, n. 4, p. 142-172, 2008.
- GIMENEZ, Sara Culti; GIMENEZ, Fernando Antônio. Atitude empreendedora e estratégia em pequenos e médios hotéis. **Revista Turismo Visão e Ação**, v. 12, n. 1, p. 49-72, jan./abr. 2010.



V SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade

International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

MARTENS, Cristina Dai Prá; FREITAS, Henrique Mello Rodrigues; BOSSIN, Jean-Pierre. Orientação empreendedora: revisitando conceitos e aproximando com a internacionalização das organizações. **Revista Eletrônica de Gestão Organização**, set./dez. 2010.

MILLER, Danny. The correlates of entrepreneurship in three types of firms. **Management Science**, v. 29, p. 770-791, 1983.

MILLER, D.; FRIESEN, P. H. Innovation in conservative and entrepreneurial firms: two models of strategic momentum. **Strategic Management Journal**, v. 3, n. 1, p. 1-25, abr. 1982.

REIS NETO, José Francisco dos; MOÑÓZ-GALLEGO, Pablo Antônio; SOUZA, Celso Correia de; RODRIGUES, Wesley Osvaldo Pradella. As conexões entre orientação empreendedora, capacidade de marketing e a percepção do desempenho empresarial: evidências empíricas das micro e pequenas empresas varejistas. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 14, n. 3, mai./jun. 2013.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SILVA, Andreza Lopes da; Machado, Andréia de Bem; CATAPAN, Araci Hack. Contribuição da Comunicação Digital na Educação a Distância: um mapeamento bibliométrico. In. **Interatividade nas TICs: abordagens sobre mídias digitais e aprendizagem**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014.