



XVII COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTÃO UNIVERSITÁRIA
Universidade, desenvolvimento e futuro na Sociedade do Conhecimento

Mar del Plata – Argentina
22, 23 e 24 de novembro de 2017
ISBN: 978-85-68618-03-5



INTENÇÃO EMPREENDEDORA E EMPREENDEDORISMO ACADÊMICO: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA NO CONTEXTO DA GESTÃO UNIVERSITÁRIA

LELAYNE DE ARAÚJO DUTRA

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
lelaynedutra@gmail.com

JAMERSON VIEGAS QUEIROZ

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
viegasqueiroz@gmail.com

MARCIANO FURUKAVA

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
furukava@ct.ufrn.br

JOSÉ ALFREDO FERREIRA COSTA

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
jafcosta@gmail.com

CHRISTIAN LUIZ DA SILVA

Universidade Tecnológica Federal do Paraná
christiansilva76@gmail.com

RESUMO

Face as transformações no mundo acadêmico, a universidade passou a incorporar como terceira missão, além das tradicionais ensino e pesquisa, o papel empresarial. Nesse contexto, as intenções empresariais tornaram-se fundamentais para compreender o empreendedorismo, sendo bastante estudada ao longo dos últimos anos. Dessa forma, o presente artigo tem como objetivo analisar a produção acadêmica internacional nos temas intenção empreendedora e empreendedorismo acadêmico, a fim de diagnosticar a sua contribuição e evolução no meio. A metodologia inclui a análise de artigos acerca do assunto do estudo na base de dados Web of Science, em que a partir da revisão dos artigos publicados até Julho de 2017, foram selecionados 103 relevantes para essa pesquisa e com uso de ferramentas de Excel e do Software VOS Viewer tornou-se possível concluir que o campo do conhecimento relacionado a intenção empreendedora tem crescido exponencialmente, especialmente a partir de 2014. Observa-se ainda que o grau de cooperação entre os autores é significativo, entre aqueles que possuem maior destaque encontram-se Linan F e Fayolle A. Quanto ao país com maior número de publicações, a Espanha tem destaque com cerca de 32% do total analisado.

Palavras Chaves: Intenção empreendedora; Empreendedorismo acadêmico; Estudo Bibliométrico.

1. INTRODUÇÃO

Para Welch (2011) " ... O ensino superior é universalmente reconhecido como um pilar chave na construção das novas economias do conhecimento do século XXI". Nesse contexto, a sociedade de hoje conhecida também como a sociedade do conhecimento (ETZKOWITZ, 2013; AUDRETSCH, 2014), tem desafiado cada vez mais as universidades a demonstrarem a sua contribuição junto ao desenvolvimento econômico e social.

Em resposta, ao longo das últimas décadas, a universidade passou a incorporar como terceira missão, além das tradicionais ensino e pesquisa, o papel empresarial (SAM, SIJDE, 2014; ETZKOWITZ, 2003), reconhecendo o poder da educação empreendedora na transformação da sociedade e buscando, portanto, incentivar o desenvolvimento social e econômico dos seus arredores através de treinamento de criação de empreendimentos e desenvolvimento de empreendedorismo (SÁNCHEZ & SAHUQUILLO, 2017).

Schumpeter em 1934 identificou o empreendedorismo como um dos fatores mais importante para o crescimento da sociedade e a geração de emprego, desde então, ele configura-se como um objeto de interesse entre os pesquisadores (ROY, et al., 2017) e como uma maneira de proporcionar alternativa para uma maior quantidade de indivíduos adentrarem ao mercado de trabalho, por intermédio de empresas que geram novos empregos e contribuem para a elevação da arrecadação de tributos (GUERRA; GRAZZIOTIN, 2010) e que se origina na motivação pessoal de um indivíduo (SÁNCHEZ & SAHUQUILLO, 2017). O desafio é saber como promover as competências e habilidades empreendedoras necessárias nos indivíduos, a fim de que eles possam atuar nesse cenário em que passam a ser protagonistas de atividades e ações empreendedoras (SOUZA, 2015).

Nesse contexto, as universidades têm visado cada vez mais reforçar o empreendedorismo do aluno, buscando melhor atendê-los na criação do próprio negócio, facilitando o conhecimento e transferência de tecnologia (KURATKO, 2005). Nos Estados Unidos, a história do Massachusetts Institute of Technology (MIT) oferece inúmeros exemplos de como uma grande instituição acadêmica alcançou significativo impacto empresarial nos seus primeiros 155 anos. Especialmente com a formação do Centro de Empreendedorismo do MIT em 1990, a Universidade tem apresentado crescente ênfase. Naquela época, por exemplo, o MIT ofereceu apenas um curso de empreendedorismo enquanto que no ano letivo de 2014-2015, as ofertas de empreendedorismo incluíram um total de 63 cursos (ROBERTS, et al. 2015).

Nessa vertente, as intenções empresariais são fundamentais para compreender o empreendedorismo (SCHLAEGEL & KOENIG, 2014), pois correspondem ao primeiro passo no processo de descoberta, criando e explorando oportunidades (GARTNER, et al, 1994; KOLVEREID, 2016). Diversas pesquisas tem sido desenvolvidas com foco na intenção empreendedora (LIÑÁN & FAYOLLE, 2015; SOUZA, 2015; SCHLAEGEL & KOENIG, 2014) e vários estudos (LORTIE & CASTOGIOVANNI, 2015; LIÑÁN & FAYOLLE, 2015; MIRANDA, MERA & RUBIO, 2017; entre outros) empregaram e confirmam a utilidade da Teoria do Comportamento Planejado (TPB), desenvolvida por Ajzen (1991), a qual busca prever e explicar o comportamento do indivíduo em contextos específicos.

Diante de tantos estudos realizados acerca da intenção empreendedora e do empreendedorismo acadêmico, torna-se relevante acompanhar a evolução desses temas como objeto de investigação no meio acadêmico. Dessa forma, o presente artigo tem como objetivo analisar a produção acadêmica internacional a fim de compreender o comportamento da produção científica no que diz respeito aos anos, autores e periódicos com maior número de

publicações, além dos artigos mais citados na literatura e ainda a relação entre as palavras mais recorrentes e rede de autores.

Buscando alcançar o objetivo foi realizada uma pesquisa descritiva, quantitativa, com método dedutivo e aplicação da técnica bibliométrica em artigos da base de dados Web of Science no período máximo disponível na base, 1945 até Julho de 2017, mês esse em que foi realizado a busca. Após exclusão dos artigos que estavam fora do escopo estabelecido, foram selecionados 103 trabalhos e a partir de ferramentas do Excel e do software VOS Viewer se tornou 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 obtidos são 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 Referências, são apresentadas as bibliografias utilizadas na pesquisa.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO

A consideração do empreendedorismo como resultado de um processo cognitivo é amplamente compartilhada hoje. Vários pesquisadores apontaram que a decisão de se tornar empreendedor é complexa, e é o resultado de processos mentais embaraçados (LIÑÁN, 2008). Por contribuir para o desenvolvimento social e econômico, o empreendedorismo tem se mostrado um dos assuntos mais discutidos no meio acadêmico.

Conforme Souza et al. (2017), na literatura, encontram-se estudos nos mais diversos âmbitos e datados desde o século XVIII que retratam o caso do empreendedorismo. No âmbito acadêmico, nos anos 1940 foram criadas disciplinas e pesquisas voltadas para o empreendedorismo na Harvard Business School (COOPER, 2005) e, nos anos 1950, fundada a instituição da International Council for Small Business.

O empreendedorismo foi caracterizado como uma nova entrada em mercados competitivos, como fundação de negócios, introdução de novos produtos e globalização (MILLER, 2011). Ainda não há um consenso sobre a definição do termo empreendedorismo, o qual é encontrado na literatura com diferentes aplicações em diversas áreas. No Quadro 1, encontram-se alguns conceitos identificados na revisão bibliográfica.

Autor	Conceito
Drucker (1974)	Empreendedorismo é: prática; visão de mercado; evolução.
Schumpeter (1988)	Empreendedorismo é um processo de “destruição criativa”, através da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novos.
Fillion (1999)	“Empreendedor é uma pessoa que cria, desenvolve e realiza visões”.
Dornelas (2001)	O termo empreendedorismo é derivado do francês <i>entrepeneur</i> e significa aquele que assume riscos e que começa algo novo.
Sarkar (2008)	Empreendedorismo é um fenômeno social que pode gerar transformação, melhoria e crescimento sustentável para organizações, indivíduos e sociedades.

Quadro 1: Conceitos de empreendedorismo. Fonte: A autora

Percebe-se que apesar de distintos, os conceitos de empreendedorismo possuem ponto comum no que se relaciona aos termos criação e transformação.

Há duas abordagens distintas relacionadas a formação do empreendedorismo, uma delas a de Brockhaus & Horwitz (1986) a qual defende que os empreendedores já nascem com essa habilidade, enquanto que Drucker (2006) entende que o empreendedorismo é um processo de aprendizagem, influenciados pelo ambiente, sendo portanto, criado.

Outros autores como Liñán (2008) unificam essas duas visões e entendem que a intenção de se tornar um empreendedor depende da atitude pessoal dos indivíduos, do controle perceptível sobre o comportamento da criação firme e da pressão social percebida para se tornar (ou não) um empresário.

Nesse contexto, (DAVIDSSON & HONIG 2003; LIÑÁN & SANTOS, 2007) argumentaram que os valores sociais e as crenças sobre o empreendedorismo afetarão os antecedentes motivacionais de Intenção). A presente pesquisa irá seguir explorando a intenção empreendedora do indivíduo.

2.2 INTENÇÃO EMPREENDEDORA

Em estudo bibliométrico realizado em literatura internacional entre os anos de 1999 e 2015 acerca da intenção empreendedora, Souza (2015) concluiu que a bibliografia tem evidenciado uma série de modelos para explicar a relação entre as características pessoais do indivíduo e suas intenções empresariais, em que a maioria deles utilizam como base: o Modelo do Evento Empresarial (SHAPER, 1982) e a Teoria do Comportamento Planejado – TPB (AJZEN, 1991). Este, por sua vez, se transformou no modelo dominante das relações atitude-comportamento até os dias de hoje (ARMITAGE & CHRISTIAN, 2003; SCHLAEGEL, KOENIG, 2014).

No contexto do empreendedorismo, tem-se que um novo negócio surge ao longo do tempo e envolve um planejamento considerável e, portanto, o empreendedorismo é exatamente o tipo de comportamento planejado (BIRD, 1988) para o qual os modelos de intenção são adequados (SAEED, et al., 2015).

Liñán e Fayolle (2015) e Lortie e Castogiovanni (2015) em seus respectivos estudos de meta-análises corroboraram com a predominância da Teoria do Comportamento Planejado nos estudos acerca da intenção empreendedora.

Acerca da TPB, Ajzen (1991), destaca que:

“Como na teoria original da ação racional, um fator central na teoria do comportamento planejado é a intenção do indivíduo de realizar um dado comportamento. As intenções são assumidas para capturar os fatores motivacionais que influenciam um comportamento e são indícios de como as pessoas estão dispostas a tentar, de quanto esforço elas estão planejando exercer a fim de realizar o comportamento”.

Com mais ênfase, Bagozzi, Baumgartner e Yi (1989) assumem a intenção empreendedora como o melhor preditor do comportamento planejado, particularmente quando esse comportamento é raro, difícil de observar ou envolve atrasos de tempo imprevisíveis (BIRD 1988; KRUEGER & BRAZEAL, 1994).

Em síntese, no modelo TPB, o comportamento de uma pessoa é imediatamente determinado pela intenção de executar (ou não executar) esse comportamento (MIRANDA, et

al. 2017) o qual, para Ajzen (2002) é guiado por crenças comportamentais, normativas e de controle.

Krueger e Brazeal (1994) e Bird (1988) também argumentam de forma semelhante e mais específica que a intenção empreendedora é formada pela interação entre características pessoais, suas necessidades, percepções, valores, crenças, variáveis sócio demográficas e o ambiente.

Dessa forma, tem-se que a formação de intenção empreendedora (IE) para realizar um comportamento é determinada por três variáveis independentes: a atitude pessoal (AP), as normas subjetivas (NS), e o controle comportamental percebido (CP), em que a relação entre esses três elementos e a intenção crescem proporcionalmente, e que por sua vez, preveem o comportamento (AJZEIN, 1991).

A variável atitude face ao comportamento permite determinar o momento favorável ou não favorável para um determinado comportamento, já a variável normas subjetivas refere-se à própria percepção que um indivíduo tem sobre a comunidade que o rodeia, determinando o seu comportamento, enquanto que a CP reflete o grau de percepção de controle individual, levando o indivíduo a ter também um determinado comportamento (SOUZA, 2015). O modelo da Teoria do Comportamento Planejado é apresentado na Figura 1 e posteriormente são contextualizadas as variáveis explicativas da intenção empreendedora.

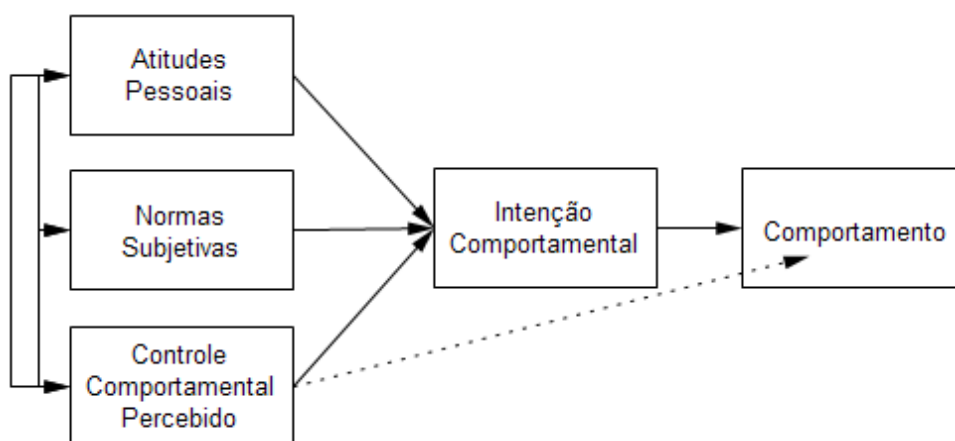


Figura 1 - Modelo da Teoria do Comportamento Planejado.
Fonte: Adaptado do modelo Ajzen (1991)

2.1.1. A influência da Atitude Pessoal na Intenção empreendedora

Entende-se por atitude pessoal, o grau em que o indivíduo detém uma avaliação pessoal positiva ou negativa sobre empreender, incluindo não apenas considerações afetivas, mas também avaliativas Liñán e Chen (2009), em síntese refere-se à impressão que o indivíduo tem sobre ser um empreendedor.

Para Schlaegel e Koenig (2014), um aumento dessa atitude deve ter uma influência positiva sobre o desejo do indivíduo de realizar os comportamentos relacionados à fundação da própria empresa e alcançar o objetivo de se tornar um empreendedor. As pessoas destinam esforço e tempo ao empreendedorismo se perceberem que essa atividade é positiva e profissionalmente estimulante, ou se possuem consciência do potencial de comercialização de suas pesquisas (GOETHNER et al., 2012). Além de ter o potencial de proporcionar benefícios comerciais às suas pesquisas.

Logo, atitudes mais favoráveis justificam percepções mais favoráveis da conveniência dos comportamentos relacionados ao objetivo de se tornar empresário (SCHLAEGEL & KOENIG, 2014). Conclui-se portanto, que as atitudes positivas em relação ao empreendedorismo afetarão positivamente a atratividade pessoal de iniciar o próprio negócio, e alguns estudos têm concluído que as atitudes desempenham o papel mais importante na explicação das intenções (PAÇO et al., 2011).

2.1.2. A influência do controle do comportamento percebido na Intenção empreendedora

O controle comportamental percebido (CP) é visto como a percepção da facilidade ou dificuldade de iniciar um novo negócio e sua capacidade em empreender (SAEED, et al. 2015; LIÑÁN & CHEN, 2009; AJZEN 2002), semelhante aos conceitos de viabilidade percebida (SHAPERO & SOKOL, 1982) e de auto-eficácia de Bandura (1997), na medida em que estão preocupados com a capacidade percebida de realizar um comportamento (AJZEN, 2002).

Como atitude e a norma subjetiva, o controle comportamental percebido pode ser medido a partir perguntas diretas acerca da capacidade de realizar um comportamento ou indiretamente com base em crenças sobre a capacidade de lidar com fatores específicos de inibição ou facilitação (AJZEN, 2002).

É importante ressaltar ainda a influência direta do controle comportamental percebido na variável do comportamento como um preditor, em que Ajzen (1991, 2002) fundamentou-se na ideia de que ao manter a intenção constante, um maior controle percebido irá aumentar a probabilidade de que se desempenhe diretamente o comportamento com sucesso.

Em geral, a literatura tende a concordar que as percepções de controle são positivamente relacionadas com a intenção de se tornar um empreendedor (SCHLAEGEL & KOENIG, 2014).

2.1.3. A influência das Normas subjetivas na Intenção empreendedora

Tem-se que variável norma subjetiva refere-se a pressão social exercida sobre o indivíduo para tornar-se ou não um empreendedor, proveniente do círculo social em que vive. Os valores e normas mantidos por esses indivíduos e essa pressão social influenciam diretamente a intenção de um indivíduo em realizar um dado comportamento (AJZEIN, 1991).

Para (SCHLAEGEL & KOENIG, 2014), a norma subjetiva inclui as expectativas percebidas de pessoas relevantes que influenciam o indivíduo na realização do comportamento alvo (pressão social, desejos familiares e desejos dos amigos). A percepção de um indivíduo sobre as expectativas positivas acerca do início de um empreendimento próprio irá encorajá-lo a formar percepções favoráveis em relação aos comportamentos necessários para alcançar o objetivo de se tornar empreendedor e conseqüentemente as expectativas negativas criarão percepções desfavoráveis da conveniência desses comportamentos.

Outros estudos no âmbito do empreendedorismo acadêmico também consideraram que o ambiente social exerce influência na intenção empreendedora do indivíduo (OBSCHONKA et al., 2015; BERCOVITZ & FELDMAN, 2008 ; DING & STUART, 2006).

2.1.4. A influência das Normas subjetivas na Atitude pessoal e no Controle do comportamento percebido

Poucos estudos que analisam a correlação entre as normas subjetivas com as atitudes e entre as normas com o controle comportamental percebido são encontrados na literatura. Os destaques são para os Liñán (2008) e Liñán & Chen (2009) os quais são utilizados como referência no modelo aplicado no presente artigo.

Liñán e Chen (2009) obtiveram entre os resultados do seu estudo que a principal influência das normas subjetivas foram exercidas através de seus efeitos na atitude pessoal e no controle do comportamento percebido, obtendo caminhos significativos para as respectivas hipóteses testadas. Podendo haver razões, portanto, para considerar que as normas subjetivas possuem efeito tanto na atitude pessoal quanto no controle comportamental percebido.

Quando os indivíduos percebem que as pessoas as quais consideram relevantes aprovariam sua decisão de se tornarem empreendedores, elas seriam mais atraídas por essa opção e se sentiriam mais capazes de realizá-la de forma satisfatória

3. METODOLOGIA

A presente pesquisa é caracterizada como descritiva com abordagem quantitativa e aplicação da técnica bibliométrica, a qual conforme Oliveira et al. (2013) se constitui como um recurso precípua para transmissão da produção científica, em que sua finalidade é alcançada mediante a aplicação de uma técnica capaz de medir a influência dos pesquisadores ou periódicos, permitindo traçar o perfil e suas tendências, além de evidenciar áreas temáticas.

Araújo (2006), de opinião semelhante, afirma que a bibliometria configura-se como uma técnica quantitativa e estatística de medição dos índices de produção e disseminação do conhecimento científico, que promove o controle bibliográfico com o objetivo de conhecer o tamanho e as características dos acervos.

A técnica bibliométrica, permite portanto, sistematizar a contribuição de um determinado tema para a literatura, com foco na quantidade de conteúdo, permitindo maior transparência e organização, além de contribuir para melhores resultados e tomada de decisões por aqueles que estudam o assunto.

A fim de realizar o levantamento de artigos necessário à presente pesquisa bibliométrica, utilizou-se a base de dados Web of Science devido a sua credibilidade e quantidade de publicações disponíveis, com a busca direcionada para as palavras-chave "Entrepreneurial Intention" e "Entrepreneurial Intent" com recurso booleano "or" entre essas duas, combinado com o recurso "e" para a palavra-chave "Academic Entrepreneurship". O período selecionado para a pesquisa se constituiu de todos os anos existentes na base de principal coleção do web os Science, limitado ao mês de Julho de 2017, por ser o mês em que a busca foi executada. Apenas artigos de revista foram considerados, por serem reconhecidos como um conhecimento validado (PODSAKOFF et. al., 2005).

Foram obtidos na pesquisa um total de 181 artigos, e após a leitura dos resumos, permaneceram aqueles trabalhos que possuem o escopo alinhado com os temas intenção empreendedora e empreendedorismo acadêmico, totalizando 103. Posteriormente, esses artigos foram quantificados por meio da utilização de planilha Excel, da ferramenta NodeXL e do software de análise bibliométrica VOS Viewer, em que foram desenvolvidos tabelas, gráficos, rede de palavras e grafo dos autores. Os resultados são apresentados de forma descritiva na próxima sessão.

4. RESULTADOS

A pesquisa realizada na base de dados Web of Science com as palavras-chave "Entrepreneurial Intention" (or) "Entrepreneurial Intent" (and) "Academic Entrepreneurship" gerou um total inicial de 181 artigos. Buscando adequação com os interesses da presente pesquisa, foi realizada leitura dos resumos de cada trabalho, e conseqüentemente excluídos um total de 78 artigos, restando portanto 103 trabalho. Esses artigos selecionados foram então tratados a partir de planilha Excel, em que tornou-se possível tratar os dados e realizar as análises que seguem.

4.1 PUBLICAÇÕES POR ANO

Apesar da busca ter incorporado o período de 1945 a Julho de 2017, apenas identificou-se publicação a partir do ano 2006. O Gráfico 1 abaixo apresenta a evolução das publicações ao longo dos anos, em que é perceptível o crescimento dos temas na literatura, especialmente a partir de 2014. Em 2016 foi observado o maior número, totalizando 29 publicações e há uma tendência de crescimento em 2017 que até o mês de Julho consta com 19 artigos.



Gráfico 1 – Distribuição anual dos artigos.
Fonte: A autora

4.2 DISTRIBUIÇÕES DOS ARTIGOS POR PERIÓDICOS

Das revistas que publicaram as pesquisas, a que possui maior destaque é a International Entrepreneurship and Management Journal com 10 artigos, seguida pela revista Journal Of Small Business Management e Education and Training, com 5 publicações cada, e Journal Of Small Business and Enterprise Development e Intangible capital com 4 artigos cada uma. Essas cinco revistas em conjunto representam 27% do total de trabalhos na temática "Entrepreneurial Intention" (or) "Entrepreneurial Intent" (and) "Academic Entrepreneurship". Percebe-se que há uma considerável distribuição dos temas pelas diversas revistas existentes. O Quadro 2 apresenta os 16 primeiros periódicos por ordem de publicações.

REVISTA	Total de Publicações
INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP AND MANAGEMENT JOURNAL	10
JOURNAL OF SMALL BUSINESS MANAGEMENT	5
EDUCATION AND TRAINING	5
JOURNAL OF SMALL BUSINESS AND ENTERPRISE DEVELOPMENT	4
INTANGIBLE CAPITAL	4

SMALL BUSINESS ECONOMICS	3
INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTREPRENEURIAL BEHAVIOUR RESEARCH	3
AMFITEATRU ECONOMIC	3
SOUTHERN AFRICAN BUSINESS REVIEW	2
SOCIAL BEHAVIOR AND PERSONALITY	2
REVISTA DE PSICOLOGIA SOCIAL	2
PROFESIONAL DE LA INFORMACION	2
POLISH JOURNAL OF MANAGEMENT STUDIES	2
JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH	2
INTERNATIONAL JOURNAL OF GENDER AND ENTREPRENEURSHIP	2
ACADEMIA REVISTA LATINOAMERICANA DE ADMINISTRACION	2

Quadro 2 – Revistas com maior número de publicações.

Fonte: A autora

4.3 PAÍSES COM MAIOR PRODUTIVIDADE DE ARTIGOS

Ao analisar os países com maior produtividade nas temáticas estudadas nessa pesquisa, percebe-se que a Espanha se destaca entre os outros, apresentando um valor expressivo de 33 artigos publicados, o que representa 32% do total de trabalhos que fizeram parte dessa revisão. Seguido pela Alemanha com 8 publicações, Estados Unidos, Romênia e França com 7 trabalhos cada. Esses 5 países geram 60% das publicações. O Gráfico 2 apresenta o mapeamento de 24 nações por total de artigos publicados.

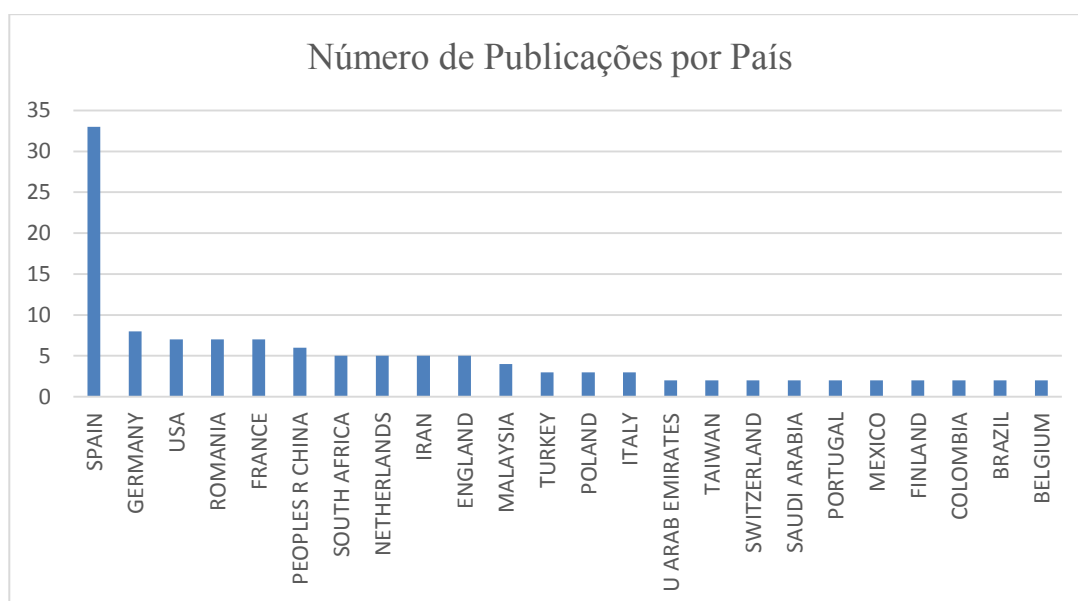


Gráfico 2- Publicações por países.

Fonte: A autora

4.4 AUTORES COM MAIS PUBLICAÇÕES

Verificando os pesquisadores que mais publicam sobre o assunto, tem-se que a maior produtividade é do autor Linan F. com seis publicações, seguido por Fayolle A. com quatro. No Gráfico 3, pode-se visualizar os 19 investigadores que mais tem publicado sobre o assunto, com base no Web Of Science.

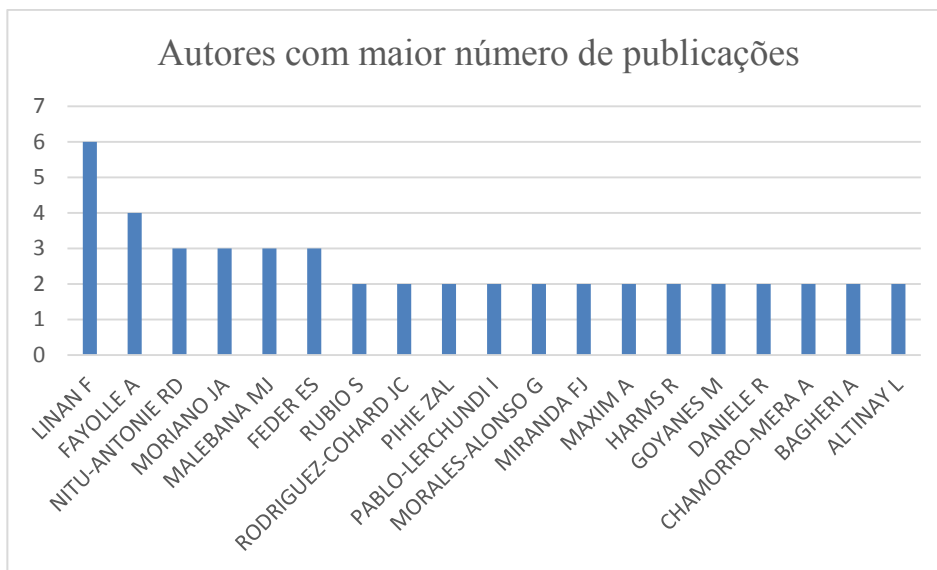


Gráfico 3 – Publicações por autores.
Fonte: A autora

4.5 REDE DE AUTORES

A fim de organizar os artigos selecionados, foi criada uma nova tabela no Excel com os dados dos autores, ano de publicação e título do trabalho, e a partir de então foram exportadas as referências utilizadas em cada trabalho. Posteriormente, por meio de fórmulas do Excel e auxílio da ferramenta Node XL tornou-se possível criar o grafo que envolve todas essas citações. A Figura 2 apresenta como essas citações se relacionam por meio da numeração dos artigos, a qual segue a ordem do ano de publicação mais antigo ao mais recente. A lista completa de artigos não foi incluída devido a restrições de espaço, mas está disponível mediante solicitação aos autores.

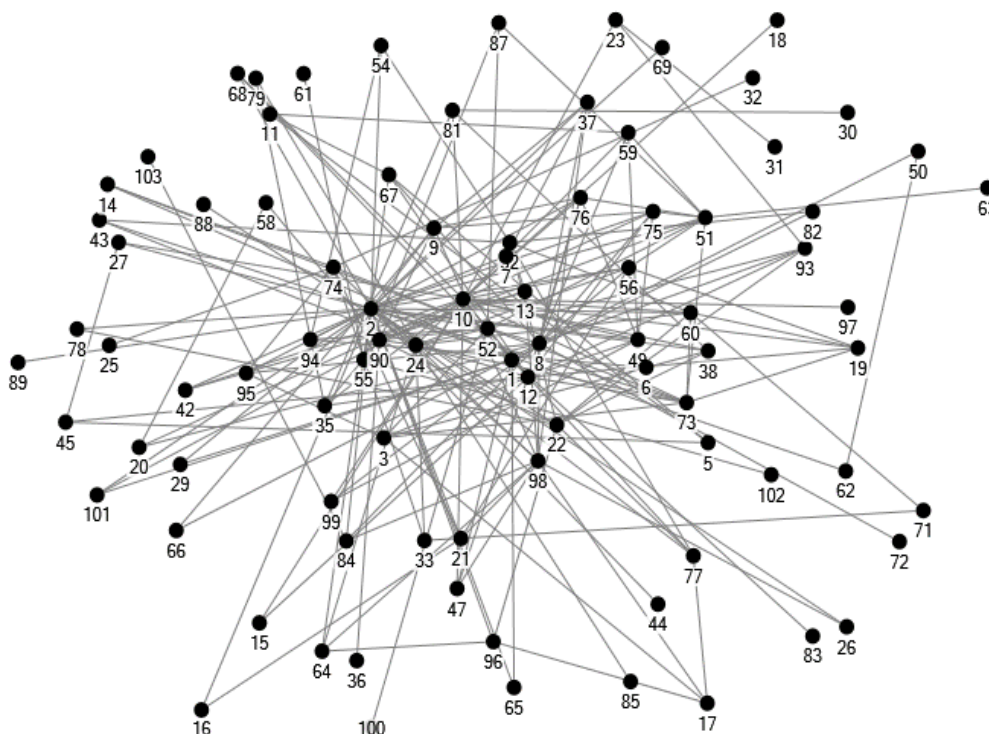


Figura 2 - Rede de autores.
Fonte: A autora

Tem-se que as citações refletem a interconexão entre os pesquisadores e as conjunções entre as diferentes concepções científicas (KRAUS et. al., 2014), portanto, a sua análise revela os nomes centrais que demonstram reconhecimento no meio acadêmico. Para Xi et al. (2013), a frequência das citações é uma indicação da sua importância e do valor qualitativo do documento, logo é fundamental ao pesquisador conhecer os nomes que são referência no assunto de interesse. O Quadro 3 apresenta os autores mais centrais da rede, no qual é possível perceber semelhança com os autores que compõe Gráfico 3, com maior número de publicação na área.

Número	Autores
1	Hmieleski, KM; Corbett, AC
2	Souitaris, V; Zerbinati, S; Al-Laham, A
7	Romero, I; Petrescu, RM; Balalia, AE
8	Linan, F; Rodriguez-Cohard, JC; Rueda-Cantuche, JM
10	Linan, F; Urbano, D; Guerrero, M
12	Moriano, JA; Gorgievski, M; Laguna, M; Stephan, U; Zarafshani, K
13	Diaz-Casero, JC; Ferreira, JJM; Mogollon, RH; Raposo, MLB
24	Fayolle, A; Linan, F
52	Linan, F; Fayolle, A
90	Teixeira, AAC; Forte, RP

Quadro 3 - Autores centrais da rede de citações.

Fonte: A autora

4.6 ARTIGOS MAIS CITADOS

A partir da seleção dos 103 artigos, foi possível obter por meio do relatório de citações da base de dados Web of Science, os artigos mais relevantes em termos de citações que o trabalho recebeu. O Quadro 4 apresenta os 10 artigos mais citados da revisão bibliográfica, em que percebe-se que o trabalho mais citado ao longo dos anos foi publicado em 2017, e foi citado expressivamente 295 vezes, com título “Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources”.

Ranking	Artigo	Ano de Publicação	Total de citações
1	Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources	2017	295
2	Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain	2011	82
3	Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions	2006	82
4	Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education	2011	58
5	The future of research on entrepreneurial intentions	2014	53
6	A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention	2012	53
7	The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and	2015	37

	Persistence		
8	Tourism Students' Entrepreneurial Intentions	2010	35
9	The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention	2014	25
10	University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation	2011	25

Quadro 4- Artigos mais citados.

Fonte: A autora

4.7 REDE DE PALAVRAS

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 12 ocorrências. A partir de então, o software identificou um total de 31 palavras, as quais foram selecionadas e agrupadas em 3 clusters. A Tabela 1 demonstra as dez palavras mais referenciadas nos textos avaliados e em seguida, na Figura 3 é possível verificar a rede das 31 palavras selecionadas, a relação entre elas é possível identificar na medida em que estão mais próximas, com destaque mais nítido para aquelas com maior recorrência, que conforme VAN ECK e WALTMAN (2010), quanto mais importante um item, tanto maior será a sua escrita e o seu círculo representativo.

Palavra	Ocorrência
Entrepreneurial Intention	100
Paper	44
Theory	42
Attitude	42
Factor	37
Analysis	32
Purpose	31
Impact	29
Entrepreneurshio Education	25
Survey	25

Tabela 1- Número de ocorrências por palavra.

Fonte A autora

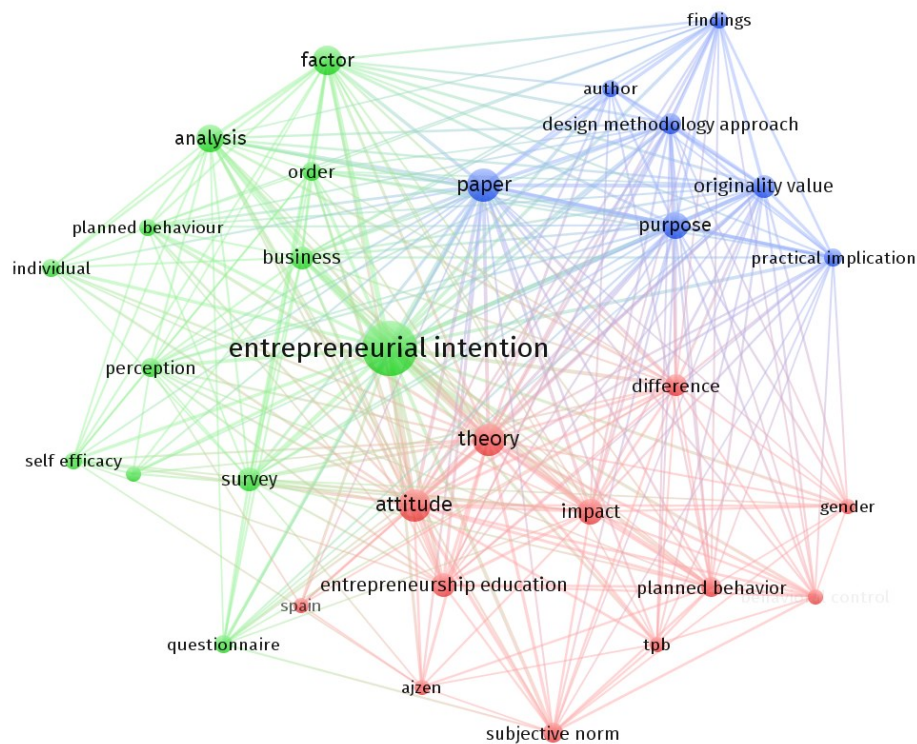


Figura 3 – Rede de Palavras.
Fonte: A autora

A Figura 3, apresenta a conexão entre os termos, proporcionando a divisão em grupos denominados clusters. Na pesquisa, foram identificados três 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.

Ao analisar os dados, verifica-se as palavras citadas na Tabela 1, são as mais representadas na Figura 3, confirmando o alinhamento. Avaliando os clusters, percebe-se que o agrupamento em vermelho é formado por palavras relacionadas com as variáveis que contribuem para a formação da intenção empreendedora conforme a Teoria do comportamento planejado do de Ajzen. O agrupamento verde consiste em termos relacionados a intenção empreendedora em si. O agrupamento do cluster azul não foi identificado.

5. CONCLUSÃO

A intenção empresarial e o empreendedorismo acadêmico de forma geral se constituem de duas áreas que tem apresentado crescimento na literatura acadêmica, e apesar da evolução ainda não expressam sinais de saturação na área do conhecimento, sendo a pesquisa necessária para o avanço da compreensão nesta área.

Com base em 103 publicações da Web of Science, o presente estudo bibliométrico fornece uma visão geral do campo de pesquisa da combinação dos temas "Entrepreneurial Intention" (or) "Entrepreneurial Intent" (and) "Academic Entrepreneurship", além de identificar pontos significativos durante todo o período investigado. A abordagem de pesquisa foi implementada utilizando a ferramenta de análise VOS Viewer, a Node XL além de planilhas de Excel de modo a analisar estatisticamente a literatura.

A partir dos resultados gerados por essas ferramentas, foi possível verificar os anos com maior número de publicações, com destaque para 2016 com 29 publicações; as

distribuições dos artigos por periódicos, em que a revista *International Entrepreneurship and Management Journal* se apresenta com o melhor ranking; os países com maior produtividade de artigos, sendo a Espanha o país com maior desenvolvimento de trabalhos na área e os autores com mais publicações, em que Liñan F. surge em primeiro lugar.

Quanto à forma como os autores se relacionam entre si, conclui-se que, há uma conexão intensa entre os mais experientes na área, formando uma rede pouco dispersa com novos autores, em que percebe-se uma tendência de poucos pesquisadores como referências mundiais. Nos 10 artigos mais centrais da rede de autores, apresentados no Quadro 3, tem-se a presença de Liñan F. em quatro deles, coerente com o número de publicações que este autor apresenta frente aos demais.

O artigo mais citado corresponde a um dos mais antigos da pesquisa, intitulado como “Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resource”, nesse campo é relevante destacar que, conforme Acedo & Casillas (2007), a publicação citada regularmente deve ser considerada como um conhecimento científico importante que é usado como base para uma maior elaboração.

Por fim, foi gerada a rede de palavras que obtiveram maior recorrência a partir dos títulos e resumos dos artigos revisados, com destaque para a intenção empreendedora, a qual é o tema central dessa pesquisa.

Conclui-se dessa forma, que os resultados deste estudo oferecem oportunidades para futuras pesquisas, na medida em que sintetiza diversas informações úteis ao pesquisador, especialmente aqueles que estão iniciando o contato com os temas estudados, e que a intenção empreendedora entre os estudantes universitários se constitui em duas áreas que, tem apresentado crescimento no âmbito acadêmico, apesar de no Brasil ainda não ser tão explorado.

Além disso, observa-se um potencial para que a pesquisa da intenção empreendedora alinhada ao empreendedorismo acadêmico contribua para o desenvolvimento de iniciativas educativas mais eficazes e direcionadas para o desenvolvimento e exploração das habilidades dos universitários, e consequentemente da sociedade.

Quanto a sugestões de trabalhos futuros, observa-se a possibilidade de utilizar outras bases de dados de forma a ampliar a visão da literatura, além de acrescentar outros documentos como capítulos de livros na análise. Além de uma investigação mais detalhada em estudos comparativos entre os trabalhos que consideram a análise de citações e as metanálises.

REFERÊNCIAS

- AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational behavior and human decision processes**, v. 50, n. 2, p. 179 -211, 1991.
- ARAÚJO, Carlos Alberto. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em Questão**, v.12, n.1, p. 11-32, 2006.
- AUDRETSCH, D. B. From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. **The Journal of Technology Transfer**, v. 39, n. 3, p. 313–321. 2014.
- BAGOZZI, R. P.; BAUMGARTNER, J.; YI, Y. An Investigation into the Role of Intentions as Mediators of the Attitude-Behavior Relationship. **Journal of Economic Psychology**, v. 10, n. 1, p. 35–62, 1989.

BERCOVITZ, J.; FELDMAN, M. Academic entrepreneurs: Organizational change at the individual level. **Organization Science**, v.19, n. 1, p. 69–89, 2008.

BIRD, B. Implementing entrepreneurial ideas: the case for intentions. *Academy of Management Review*, v. 13, n. 3, p. 442-454, 1988.

BIRD, B. The operation of intentions in time: The emergence of the new venture. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v.17, n.1, p. 11-20, 1992.

DING, W.; STUART, T. When do scientists become entrepreneurs? The social structural antecedents of commercial activity in the academic life sciences. **American Journal of Sociology**, v. 112, n. 1, p. 97–144, 2006.

ETZKOWITZ, H. Anatomy of the entrepreneurial university. **Social Science Information**, v. 52, n. 3, p. 486–511. 2013.

ETZKOWITZ, H. Innovation in innovation: the triple helix of university-industry-government relations. **Social Science Information**, v. 42, n. 3, p. 293–337, 2003.

ETZKOWITZ, H.; RANGA, M. Triple Helix systems: an analytical framework for innovation policy and practice in the knowledge society. **Industry and Higher Education**. v. 27, n.3, p. 237–262, 2013.

FARIAS, S. A. de; SANTOS, R. da C. Modelagem de equações estruturais e satisfação do consumidor: uma investigação teórica e prática. **Revista Administração Contemporânea**. Curitiba, v. 4, n. 3, p. 107-132, 2000.

GEM 2015 – Global Entrepreneurship Monitor. Relatório Executivo - Empreendedorismo no Brasil 2015. Curitiba: IBPQ, 2015. 178p. 22ed.

GOETHNER, M. OBSCHONKA, M. SILBEREISEN, R.K. Cantner, U. Scientists’ transition to academic entrepreneurship: Economic and psychological determinants. **Journal of Economic Psychology**, v.33, n.3, p. 628–641, 2012.

GUERRA, M.J.; GRAZZIOTIN, Z.J.. Educação empreendedora nas universidades brasileiras. In: LOPES, R.M. A. (Orga.). Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Cap. 4. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

IBGE - Instituto Brasileiro De Geografia e Estatística, Indicadores IBGE - Contas Nacionais Trimestrais: Indicadores de Volume e Valores Correntes, 1º tri/2017.

KOLVEREID, L. Preference for self-employment prediction of new business start-up intentions and efforts. **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, v. 17, n. 2, p. 100–109, 2016.

KRAUS, S., FILSER, M., O’DWYER, M., & Shaw, E. (2014). Social entrepreneurship: an exploratory citation analysis. **Review of Managerial Science**, v.8, n.2, p. 275–292.

KRUEGER, N.; BRAZEAL, D. Entrepreneurial Potential and potential entrepreneurs. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, V. 18, n. 3, 91-104, 1994.

KURATKO, D. The emergence of entrepreneurship education: development, trends, and challenges. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 29, n.5, p. 577–597, 2005.

LEHER, R.; VITTORIA, P.; MOTTA, V. Educação e Mercantilização em Meio à Tormenta Político - Econômica do Brasil. **Germinal: Marxismo e Educação em Debate**. Salvador v. 9, n. 1, p.14-24, 2017.

LIÑÁN, F.; CHEN, Y. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 3, p. 593-617, 2009.

LIÑÁN, F.; FAYOLLE, A. A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v.11, n.4, p. 907-933, 2015.

LINAN, Francisco. Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions? **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 4, n. 3, p. 257-272, 2008.

LORTIE, J.; CASTOGIOVANNI, G. The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 11, n. 4, p. 935-957, 2015.

MIRANDA, F. J.; MERA, A. C.; RUBIO, S. Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. **European Research on Management and Business Economics**, V. 23, n. 2, p. 113-122, 2017.

MORAES, Romildo de Oliveira; et al. Gestão Estratégica de Custos: Investigação da Produção Científica no Período de 2008 a 2012. In: Congresso Brasileiro De Custos, Uberlândia. Anais. São Leopoldo: Associação Brasileira de Custos, 2013.

OBSCHONKA, M.; SILBEREISEN, R.K.; CANTNER, U.; GOETHNER, M. Entrepreneurial self-identity: Predictors and effects within the theory of planned behavior framework. **Journal of Business and Psychology**, v. 30, n. 4, p. 773-794, 2015.

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.

PAÇO, A.; FERREIRA, J.; RAPOSO, M.; RODRIGUES, R.; DINIS, A. Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students. **Journal of International Entrepreneurship**, v.9, p. 20 – 38, 2011.

PENAROLA, F.; PISTILLI, L. From College to Consulting Through the Main Door: when IT Skills Make a Difference for Junior Enterprise Students. **Thirty Seventh International Conference on Information Systems**, Dublin 2016.

PODSAKOFF, P.; MACKENZIE, S.; BACHRACH, D.; PODSAKOFF, N. The influence of management journals in the 1980s and 1990s. **Strategic Management Journal**, v. 26, p. 473-488, 2005.

ROBERTS, E. B.; MURRAY, F.; KIM, J. D. Entrepreneurship and Innovation at MIT: Continuing Global Growth and Impact. Cambridge MA: Massachusetts Institute of Technology, December 2015. Disponível em SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2772695>

SAM, C.; SIJDE, P. V. D. Understanding the concept of the entrepreneurial university from the perspective of higher education models. **Higher Education**, v. 68, n. 6, p. 891 - 908, 2014.

SÁNCHEZ, V. B.; SAHUQUILLO, C. A. Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. **European Research on Management and Business Economics**, v.22, n.2, p. 63-122, 2017.

SCHLAEGEL, C.; KOENIG, M. Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 38, n. 2, p. 291 - 332, 2014.

SHAPERO, A.; SOKOL, L. Social dimensions of entrepreneurship. In Kent, C.A., Sexton, D.L. e Vesper, K.H. (eds.): **Encyclopedia of entrepreneurship**. Prentice Hall, Englewood Cliffs (NJ), 1982.

SOUZA, R. dos. S. Intenção Empreendedora: Validação De Modelo Em Universidades Federais De Mato Grosso Do Sul, Brasil. São Paulo, 2015. Tese (Doutorado em Administração) - Pós Graduação em Administração, Universidade Nove de Julho, 2015.

VAN ECK, N. J., WALTMAN, L. Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. **Scientometrics**, v. 84, p. 523-538, 2010.

WELCH, M. The evolution of the employee engagement concept: communication implications. **Corporate Communications: An International Journal**, v.16, n.4, p. 328-346, 2011.