

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO NOTURNO

MATHEUS BESSAS RIBEIRO

TENDÊNCIAS DO EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO: UM ESTUDO
BIBLIOMÉTRICO

UBERLÂNDIA
2021

MATHEUS BESSAS RIBEIRO

TENDÊNCIAS DO EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO: UM ESTUDO
BIBLIOMÉTRICO

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Administração, da Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência parcial para a obtenção do título de Bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Roberto Domingues

UBERLÂNDIA
2021

MATHEUS BESSAS RIBEIRO

TENDÊNCIAS DO EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO: UM ESTUDO
BIBLIOMÉTRICO

Monografia aprovada para a obtenção do título de Bacharel no Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal de Uberlândia (MG) pela banca examinadora formada por:

Uberlândia, 05 de abril de 2021.

Prof. Dr. Carlos Roberto Domingues, UFU/MG

Prof. Dr. Jacqueline Florindo Borges, UFU/MG

Prof. Dr. Janaína Maria Bueno, UFU/MG

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus por me ajudar a conquistar mais esta vitória em minha vida. Por me dar força, persistência, paciência e, principalmente, saúde para conseguir concretizar esse objetivo. Por me proteger de todo o mal durante todos esses anos de dificuldades.

Gostaria de agradecer especialmente a minha querida mãe, Marlene Maria de Bessas Ribeiro, que sempre me ajudou e me aconselhou nos momentos mais difíceis desta jornada e ao meu falecido pai, Antônio Pinto Ribeiro Sobrinho, que, infelizmente, não poderá presenciar seu filho se formar em uma das melhores universidades públicas do país e do mundo. Ele, que não mediu esforços para que eu estudasse em todos os momentos de minha vida, com certeza está muito feliz por essa conquista, pois essa vitória também é dele.

Agradeço a meu irmão, Márcio Antônio Ribeiro, que sempre me apoiou e me ajudou a superar as maiores dificuldades da minha vida. Aos amigos de turma que me ajudaram a enfrentar os obstáculos que toda graduação impõe aos alunos. A todos os amigos que fiz nesta universidade maravilhosa e que vou levar para a vida toda. Eles, sem dúvida, tornaram minha vida mais divertida, alegre, emocionante e cheia de histórias para contar nesta cidade incrível chamada Uberlândia.

Agradeço a Universidade Federal de Uberlândia por toda estrutura, corpo docente, funcionários e a todos os envolvidos responsáveis pela concretização deste sonho. Agradeço, especialmente, aos meus professores que sempre se mostraram dispostos e disponíveis a ensinar.

Muito obrigado UFU.

RESUMO

O empreendedorismo corporativo apresenta-se como uma oportunidade de profissionais inovarem dentro de suas organizações. Neste contexto, as empresas incentivam seus funcionários a inovarem propondo maneiras diferentes de se fazer os processos, produtos e serviços da empresa. Essa busca por inovação gera não só competitividade entre as empresas como também oferece oportunidades para seus funcionários implementarem ideias próprias dentro da empresa. Para entender esse cenário de inovação, o objetivo com este artigo é identificar e analisar a produção acadêmica sobre o tema “Empreendedorismo corporativo” nos últimos 20 anos, disponível na biblioteca eletrônica da Anpad – a SPELL, com o intuito de entender o interesse pelo tema empreendedorismo corporativo pela academia brasileira. Para isso, o método de pesquisa utilizado foi a pesquisa bibliométrica. Foram aplicadas as leis empíricas de três autores, sendo elas: a lei de produtividade de autores proposta por Lotka (1926), seguida pela lei de dispersão de periódicos de Bradford (1934) e pela lei de frequência das palavras de Zipf (1949). O intuito foi obter um banco de dados sobre o que está sendo produzido no país e categorizar os trabalhos por títulos, ano de publicação, autores, citações, instituições de ensino, abordagens, tipos de pesquisa, palavras-chave, objetivos gerais, periódicos, procedimentos técnicos, temas e subtemas e obras utilizadas na produção dos mesmos. Assim, na presente pesquisa destaca-se os seguintes achados: os três autores que mais publicam são também os mais citados confirmando a lei de Lotka, a evolução do termo “empreendedorismo corporativo” para “intraempreendedorismo” e o interesse por publicações sobre intraempreendedorismo em órgãos públicos.

Palavras-chave: Empreendedorismo corporativo. Intraempreendedorismo. Inovação. Cultura organizacional. Ação empreendedora.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Ano de publicação.....	14
Gráfico 2 - Publicações por autor.....	15
Gráfico 3 - Autores mais profícuos.....	16
Gráfico 4 - Autores mais citados.....	16
Gráfico 5 - Instituições mais profícuas.....	17
Gráfico 6 - Abordagem Metodológica.....	17
Gráfico 7 - Tipo de Estudo.....	18
Gráfico 8 - Tipo de coleta de dados.....	18

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
1.1 Objetivo Geral.....	9
1.2 Objetivos Específicos.....	9
1.3 Justificativa.....	9
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	10
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	12
4 ANÁLISE DOS DADOS.....	14
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	20
REFERÊNCIAS.....	21
APÊNDICE A - Artigos por ano de publicação.....	24
APÊNDICE B – Nuvem de palavras-chave.....	26
APÊNDICE C - Objetivos gerais por ano de publicação.....	27

1 INTRODUÇÃO

Recentemente tem-se observado que as mudanças nas organizações estão sendo movidas pelo ritmo de evolução do mercado. Tanto no âmbito global quanto no âmbito nacional, as empresas estão tendo que se reinventar constantemente. Nesse contexto, (CARLAND; CARLAND, 1984; SILVA et al, 2018) apontam que para se criar uma cultura empreendedora nas organizações é elevar o nível da gestão das empresas de modo a incentivar que o funcionário desenvolva um comportamento empreendedor e possa transformar desafios em oportunidades.

Nos últimos anos, as organizações estão passando por um processo de reestruturação organizacional onde buscam aprimorar seus processos, produtos e serviços caso contrário é visível as dificuldades que encontrarão para se manterem em um mercado cada vez mais competitivo. A grande responsável por essa mudança é a tecnologia. Em um ambiente em constante evolução, com clientes cada vez mais exigentes e concorrentes mais preparados, as empresas precisam não só se reinventar como também aperfeiçoar suas tecnologias e métodos de gerenciamento. Assim, se faz necessário não só criar novas soluções para problemas já conhecidos, mas também utilizar conceitos inovadores em seus produtos e serviços. Mcrcraw (2012), sustenta que o maior desafio de profissionais que empreendem é encontrar e utilizar novas ideias que solucionem problemas e possam gerar retornos positivos para a sociedade.

Diante disso, o conceito de intraempreendedorismo é visto como uma forma de tornar as empresas mais inovadoras. De acordo com Antoncic e Hisrich (2001), o empreendedorismo corporativo ou intraempreendedorismo pode ser resumidamente conceituado como o empreendedorismo que acontece dentro das empresas.

Nesse contexto, este estudo busca analisar o que tem sido produzido nos últimos 20 anos, a respeito do tema “Empreendedorismo corporativo”. A pesquisa tem o intuito de analisar o que tem sido produzido e publicado na área acadêmica a respeito do tema.

O estudo utiliza uma abordagem quantitativa e seu objetivo é exploratório. Para o levantamento bibliográfico foram pesquisados trabalhos acadêmicos, exclusivamente artigos, nos periódicos da Anpad (Portal Spell) sobre o tema Empreendedorismo Corporativo.

Nesta pesquisa foram coletados 35 artigos acadêmicos da base Spell. Eles foram selecionados com base nas palavras-chave, anos de publicação e maior número de downloads.

Além disso, eles foram publicados entre 2000 e 2020 visando considerar artigos mais recentes e menos atuais.

Para a análise dos dados, foram utilizados os anos de publicação dos trabalhos, títulos, autores, instituições de ensino, objetivos, palavras-chave, periódicos, tipos de pesquisa, objetivos (exploratório, descritivo ou explicativo), procedimentos técnicos, citações e obras utilizadas na produção. Estes pontos foram tabulados com a ajuda do software Microsoft Excel e analisados através de uma tabela dinâmica.

Este trabalho está organizado da seguinte forma. Na próxima seção é apresentada a base teórica sobre empreendedorismo corporativo. Em seguida, são apresentados os procedimentos metodológicos para condução da pesquisa. Posteriormente, na seção quatro, são apresentados e discutidos os resultados deste estudo. Por fim, na seção cinco são apresentadas as considerações finais do trabalho.

1.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste trabalho é identificar e analisar a produção acadêmica sobre o tema “empreendedorismo corporativo” dos últimos 20 anos, nos periódicos da Anpad.

1.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos, que buscam auxiliar o atendimento do objetivo geral, são:

- Levantar a produção acadêmica dos últimos 20 anos nos periódicos da Anpad a respeito do tema “empreendedorismo corporativo”;
- Categorizar as publicações encontradas separando-as por títulos, ano de publicação, autoria, citações, instituições de ensino, abordagens, tipos de pesquisa, palavras-chave, objetivos gerais, periódicos e procedimentos técnicos;
- Analisar os dados coletados e apresentar os resultados

1.3 Justificativa

Esta pesquisa foi realizada devido a necessidade e importância de se acompanhar o desenvolvimento do conceito e da aplicabilidade do “empreendedorismo corporativo” no decorrer do tempo visto que esse é um interesse não só de empresas privadas como também de órgãos públicos e meio acadêmico. Desse modo, os artigos dos últimos 20 anos retratam com exatidão como esse tema vem sendo estudado, pois um período maior poderia comprometer a

pesquisa com termos desconhecidos pela atualidade. Por outro lado, se fosse utilizado um período menor, a pesquisa poderia deixar de utilizar trabalhos relevantes sobre o tema.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nos últimos anos, nota-se que o empreendedorismo tem sido um fator de mudança no contexto pessoal e empresarial. No âmbito pessoal, o empreendedorismo passa a ser visto como uma alternativa para a falta de postos de trabalho. Quanto ao âmbito empresarial, nota-se o estímulo das empresas em promover um ambiente mais inovador e dinâmico.

Há, na literatura, diferentes definições para o termo empreendedorismo. Segundo o entendimento de Hisrich e Peters (2004, p. 29), o empreendedorismo é a criação de “algo novo com valor dedicando o tempo e os esforços necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal”.

Por outro lado, Schumpeter (1988) argumenta que o empreendedorismo é um processo de “destruição criativa”. Os produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novos produtos de tal maneira que novos conceitos e ideias permitam uma melhor utilização dos recursos disponíveis.

Segundo Kaufmann (1990), a habilidade empreendedora está na capacidade de inovar, de se expor a riscos calculados e de se adaptar às rápidas mudanças do ambiente de forma eficiente. De modo semelhante, Dornelas (2008) diz que o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados.

Seguindo nesta linha de raciocínio, Dolabela (1999) acredita que o empreendedor é a pessoa que se dedica à geração de riqueza, transforma conhecimento em produto ou serviço, gera seu próprio conhecimento e inova em áreas específicas. Assim, ele pode atuar tanto na área de negócios como na área de pesquisa.

Percebe-se que o empreendedorismo está presente não só no ambiente pessoal como também no ambiente organizacional. Quando se refere ao empreendedorismo dentro das empresas, esse movimento é conhecido como empreendedorismo corporativo. Na literatura

acadêmica, os termos mais conhecidos são empreendedorismo corporativo, empreendedorismo interno ou intraempreendedorismo.

Para Cornwall e Perlman (1990), o empreendedor corporativo pode estar em todos os níveis de uma empresa. Ele pode empreender e gerar valor trabalhando no chão de fábrica, como cientista de pesquisa e desenvolvimento, como líder de equipe nos níveis mais baixos ou como gerente de alto nível.

Essa visão de intraempreendedorismo é compartilhada por Dornelas (2009, p. 38), quando ele diz que esse fenômeno representa “um processo pelo qual um indivíduo ou grupo de indivíduos, associados a uma organização existente, criam uma nova organização ou instigam a renovação ou inovação dentro da organização existente”.

O empreendedorismo interno é visto como uma forma de inovar dentro de uma empresa. Desse modo, é preciso assegurar que indivíduos com boas ideias tenham oportunidade de desenvolvê-las sem ter de deixar a empresa. Mudar o pensamento e o foco organizacional requer a articulação de uma nova visão. (TIDD; BESSANT; PAVITT, 1997).

Já para Hitt, Ireland e Hoskisson (2008), o empreendedorismo corporativo é um processo em que o indivíduo ou um grupo de pessoas de uma empresa cria um novo empreendimento ou desenvolve uma inovação. Seguindo nesse entendimento, Pinchot (1987), diz que os intraempreendedores arregaçam as mangas e fazem o que é preciso ser feito. Independentemente de estarem trabalhando com uma ideia própria ou de outra pessoa, eles são os “sonhadores que agem”.

Na visão de Hashimoto (2006), ao incentivar o intra-empreendedorismo, as empresas estariam aproveitando o melhor dos dois mundos: canalizar o espírito empreendedor dos funcionários para a empresa em troca de estrutura para os empreendedores tocarem os projetos pessoais que estejam alinhados com os objetivos estratégicos da organização.

Para Mirshawka e Mirshawka Júnior (2003) existem diferentes formas de se promover o empreendedorismo corporativo. Uma delas seria o intraempreendimento, com a promoção de equipes que possam funcionar como centros independentes de serviços e lucros. Outra seria o estímulo à cultura empreendedora instigando o espírito empreendedor entre os colaboradores.

Pinchot III (1989) definiu o intraempreendedor como o indivíduo que empreende dentro da organização com liberdade e recebendo incentivos para transformar ideias em projetos. Ressalta ainda que essa prática não é somente uma forma de aumentar o nível de inovação e de

produtividade das organizações, mas também uma forma de permitir que o indivíduo contribua à empresa e à sociedade.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este artigo tem como principal finalidade realizar uma pesquisa bibliométrica. Essa técnica se caracteriza por ter uma abordagem estatística e quantitativa de modo que seu objetivo é apresentar índices de produção e de disseminação do conhecimento científico (ARAUJO, 2006). Por sua vez, significa a aplicação de modelos da matemática e métodos estatísticos para se analisar o desenvolvimento científico de determinada área do conhecimento.

Para Wolfram (2017) a pesquisa bibliométrica iniciou-se com a finalidade de avaliar e entender o desempenho das atividades de produção científica acadêmica, utilizando uma determinada quantidade de dados, referentes ao período pesquisado, para a extração das informações necessárias. Além disso, a utilização de métodos estatísticos e matemáticos tornam o processo avaliativo da produtividade científica mais objetivo.

De acordo com Araujo e Alvarenga (2011), a bibliometria, como área de pesquisa, tem papel importante na avaliação da produção científica mundial. Desse modo, seus indicadores podem retratar o comportamento e a evolução de um campo de conhecimento em determinada região e espaço de tempo.

Segundo Vanti (2002), os principais objetivos da pesquisa bibliométrica são: (1) Identificar as tendências e o crescimento do conhecimento em uma área; (2) Identificar as revistas do núcleo de uma disciplina; (3) Mensurar a cobertura das revistas secundárias; (4) Identificar os usuários de uma disciplina; (5) Prever as tendências de publicação; (6) Estudar a dispersão e a obsolescência da literatura científica; (7) Prever a produtividade de autores individuais, organizações e países; (8) Medir o grau e padrões de colaboração entre autores; (9) Analisar os processos de citação e co-citação; (10) Determinar o desempenho dos sistemas de recuperação da informação; (11) Avaliar os aspectos estatísticos da linguagem, das palavras e das frases; (12) Avaliar a circulação e uso de documentos em um centro de documentação; e, por fim, (13) Medir o crescimento de determinadas áreas e o surgimento de novos temas.

Para o desenvolvimento dessa metodologia, foram aplicadas as leis empíricas de três autores desta linha de pesquisa. O primeiro foi a lei de produtividade de autores proposta por Lotka (1926), seguido pela lei de dispersão de periódicos de Bradford (1934) e, por fim, pela lei de frequência das palavras formulada por Zipf (1949).

A lei do quadrado inverso de Lotka (1926) se refere à produtividade de autores. Nesta lei enfatiza-se que, para produções acadêmicas, muitos autores produzem pouco material científico, por outro lado poucos autores produzem muitos trabalhos em determinada área do conhecimento.

Quanto a lei de Bradford (1934), ela se caracteriza pela a dispersão de autores em diferentes periódicos científicos. Seu objetivo é determinar qual é o periódico que mais se concentra artigos sobre o assunto que está sendo pesquisado.

Por fim, a lei de Zipf (1949) se refere a frequência de palavras em determinado texto. Seu intuito é quantificar quantas vezes uma palavra é utilizada em uma publicação. A partir daí foi formulado o princípio do mínimo esforço, ou seja, determinar que a palavra será utilizada diversas vezes para enfatizar o assunto no documento.

Partindo desses conceitos, esta pesquisa se caracteriza como básica pois seu objetivo é criar conhecimento sem previsão de aplicação prática (GIL, 1991). Esta pesquisa possui abordagem quantitativa visto que se pretende colher informações, transformá-los em números para posterior classificação e análise.

Desse modo, a pesquisa possui caráter exploratório, uma vez que as pesquisas exploratórias têm o objetivo de desenvolver conceitos e ideias específicas para serem estudadas posteriormente (GIL, 1991). Dentre os procedimentos técnicos utilizados, destaca-se o levantamento bibliográfico de artigos científicos sendo aplicado os conceitos do método dedutivo.

Por meio de um levantamento bibliográfico, o objetivo deste artigo foi analisar o que tem se produzido a respeito do tema “Empreendedorismo Corporativo”. Para isso, foram selecionados 35 trabalhos acadêmicos na biblioteca eletrônica da Anpad – a SPELL publicados nos últimos 20 anos. Os artigos foram selecionados de acordo com as palavras-chave e objetivos que estão diretamente relacionados o tema.

Os termos utilizados nas bases de dados foram estratégia organizacional, liderança corporativa, empreendedorismo, gestão cooperativa, liderança empresarial, estratégia em

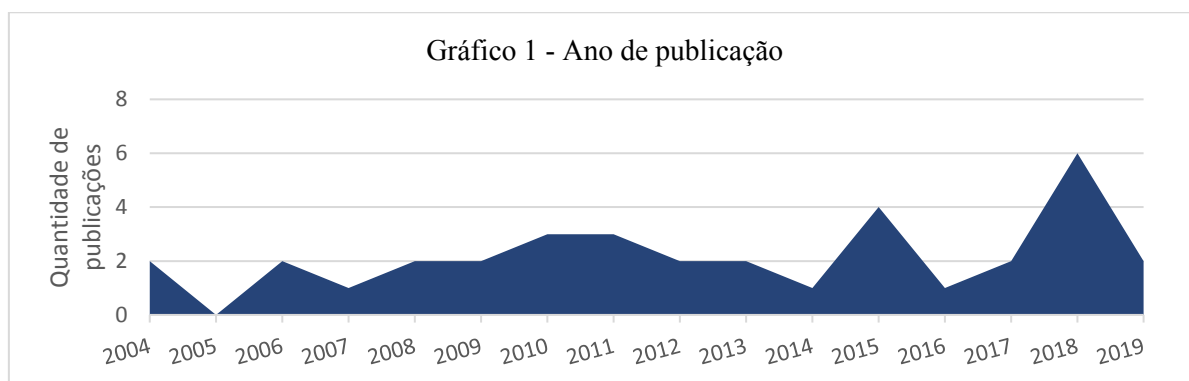
organizações e gestão empreendedora. E como palavras chaves foram usados os termos empreendedorismo corporativo, empreendedorismo interno, inovação, intraempreendedorismo, estratégia organizacional, gestão estratégica e gestão organizacional.

Nesta pesquisa, os dados retirados para análise foram o ano de publicação, periódico, título, autores, instituição de ensino, objetivo, palavras-chaves, tema, citações, abordagem, tipo de pesquisa, objetivos (exploratória, descritiva ou explicativa) e procedimentos técnicos. Ao fim da coleta de dados, eles foram transferidos para planilhas do Microsoft Excel. Desse modo, com uma melhor visualização e organização, eles foram analisados com a ajuda de uma tabela dinâmica.

4 ANÁLISE DOS DADOS

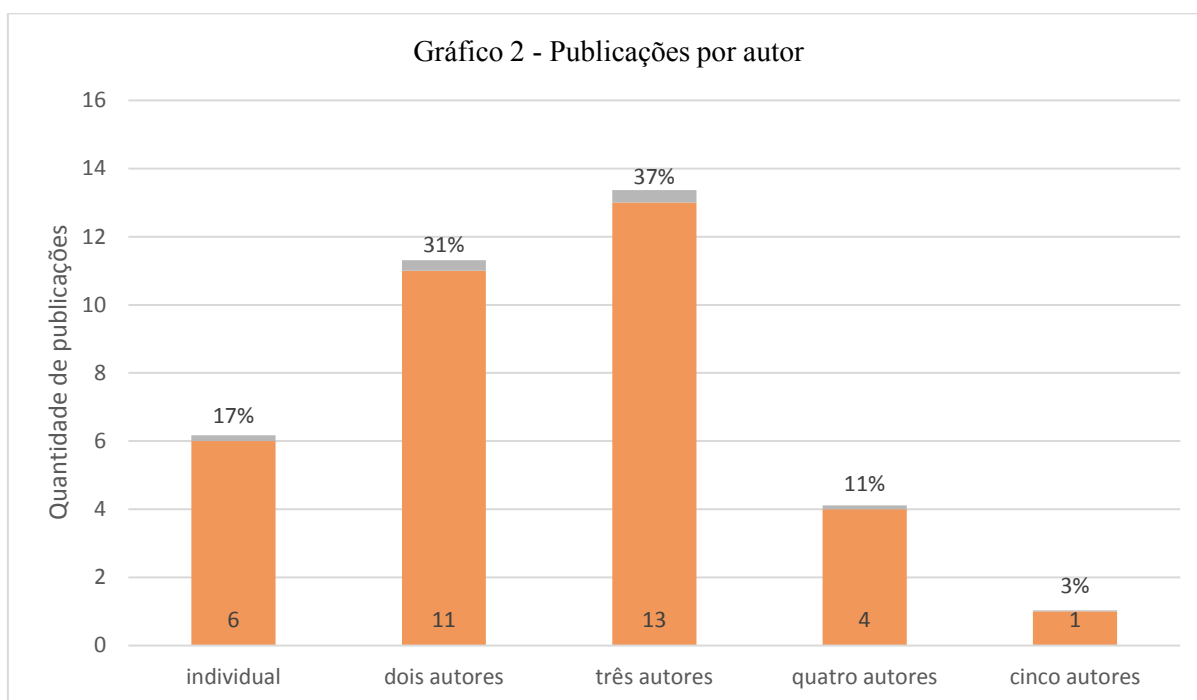
No Apêndice A, é apresentado os artigos que foram utilizados nesta pesquisa, ordenados por ano de publicação. Nota-se que, até o ano de 2010, o termo “empreendedorismo corporativo” é utilizado na maioria dos trabalhos e que, a partir de 2011, utiliza-se o termo “intraempreendedorismo” para se referenciar ao assunto. Nota-se a evolução do termo com o passar do tempo.

Já no Gráfico 1, observa-se que a distribuição das publicações referentes ao tema pesquisado é constante. Destaca-se o período de 2015 e 2018, sendo os anos com maior número de publicações o que indica um leve crescimento nos últimos anos. É possível notar que no início da década de vinte o interesse pelo tema era pequeno comparado aos anos posteriores. Vale ressaltar que, no ano de 2019, o número de publicações voltou ao patamar dos anos do início da pesquisa.



Fonte: elaborado pelo autor

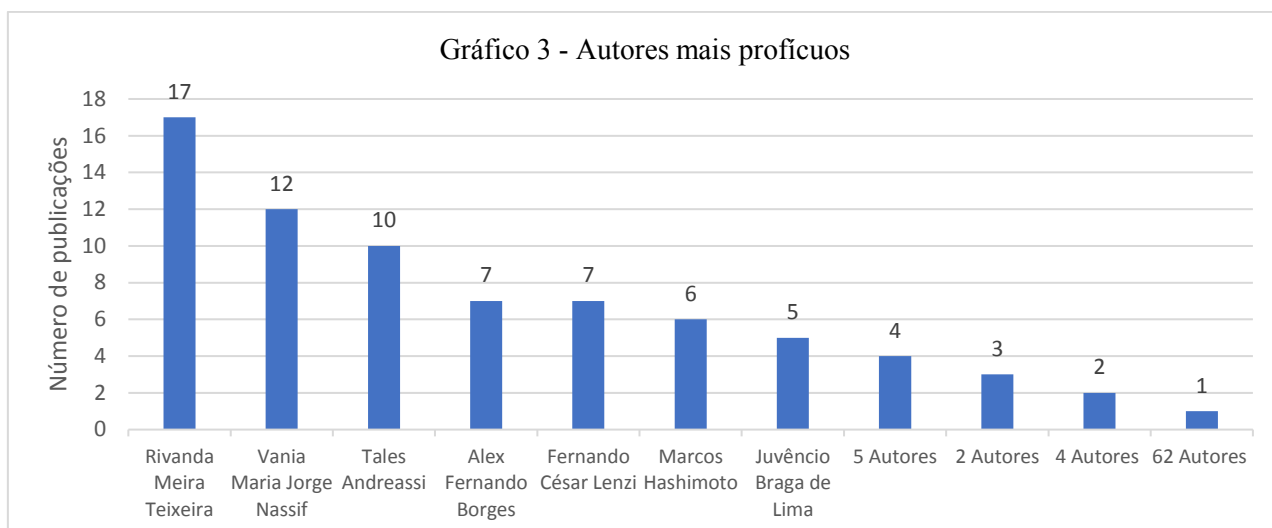
Quanto ao Gráfico 2, é apresentado as publicações por autor. Nota-se que os artigos publicados em parceria são superiores a individual. Dos 35 artigos pesquisados, 83% foram publicados em parceria, sendo 37% representados por três autores. Diante disso, percebe-se que as pesquisas acadêmicas são desenvolvidas muitas vezes em parceria com o intuito de se ter um maior número de publicações em uma determinada área do conhecimento.



Fonte: elaborado pelo autor

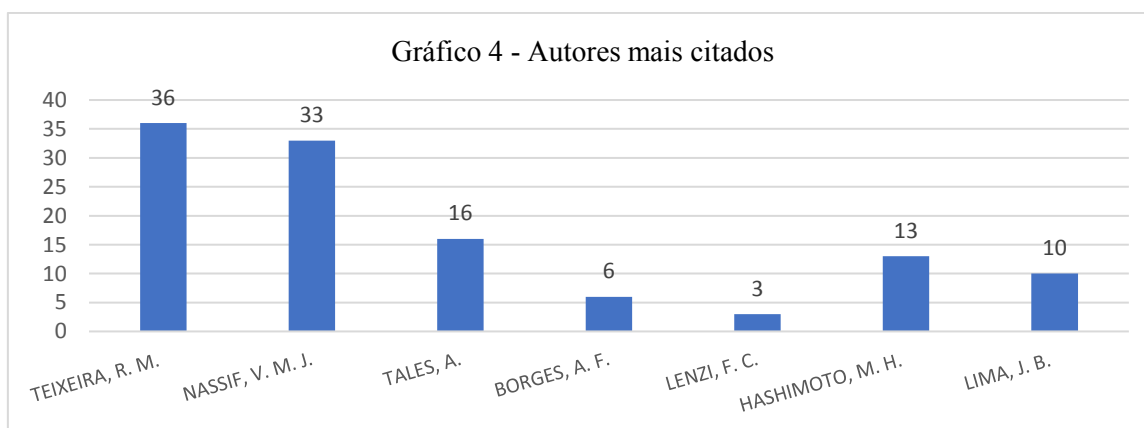
Quanto ao Gráfico 3, apresenta-se os autores que mais publicaram durante o período da pesquisa. Os três autores que mais publicaram destaca-se pela quantidade de publicações em relação aos demais. Em vinte anos, Rivanda Meira Teixeira publicou 17 trabalhos acadêmicos sobre o tema, seguida de Vania Maria Jorge Nassif com 12 e Tales Andreassi com 10. Apenas os três totalizam 39 publicações. Vale ressaltar que esse número supera o número de artigos analisados. Isso se deve ao fato dos autores terem publicado trabalhos acadêmicos em parceria.

Por outro lado, ainda no Gráfico 3, destaca-se a quantidade de autores com poucas publicações. Dos 80 autores pesquisados, 62 publicaram um trabalho acadêmico sobre o tema, representando 77% do total, ou seja, mais de três quartos dos autores tiveram poucas publicações. Esse dado mostra que muitos autores não tiveram um número significativo de publicações, por outro lado poucos autores apresentaram uma quantidade relevante de publicações nesta linha de atuação.



Fonte: elaborado pelo autor

No Gráfico 4, apresenta-se os autores mais citados nos artigos investigados. Nota-se que autora Rivanda Meira Teixeira não só é a autora que mais publica como também a mais citada em trabalhos acadêmicos sobre o tema empreendedorismo corporativo. Dos 17 trabalhos publicados foram feitas 36 citações. Além disso, a autora Vania Maria Jorge Nassif também apresenta um número significativo de citações, sendo 33 citações dos 12 trabalhos publicados.

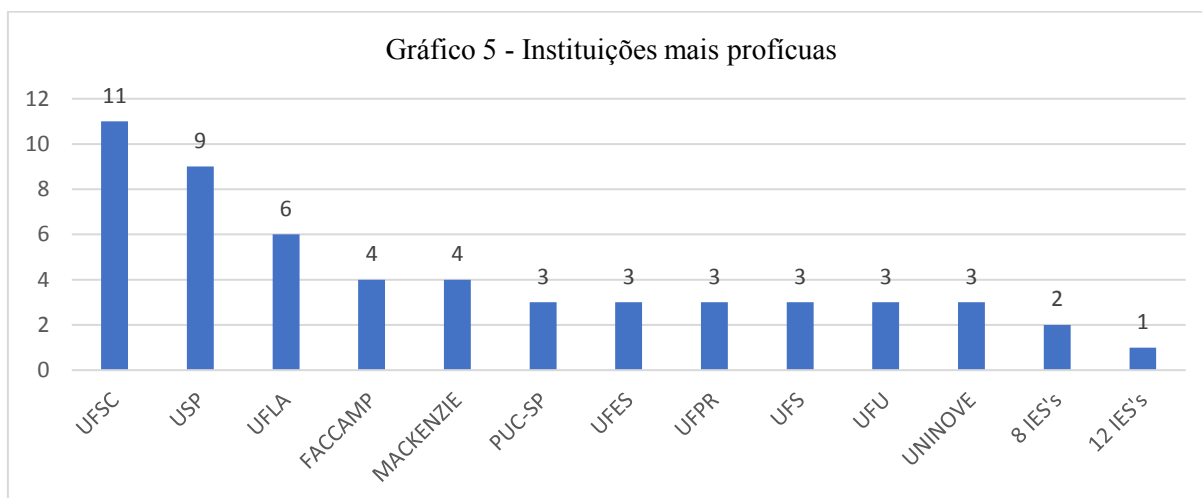


Fonte: elaborado pelo autor

Quanto ao Gráfico 5, apresenta-se as instituições de ensino superior dos autores que publicaram os artigos investigados. De acordo com os dados, a UFSC se destaca como a instituição com o maior número de autores publicando sobre o tema, sendo onze no total. Em seguida, nota-se a renomada instituição paulista, USP, com nove publicações. Posteriormente, uma universidade que está se destacando em nível nacional sobre o tema, a UFLA aparece com seis publicações.

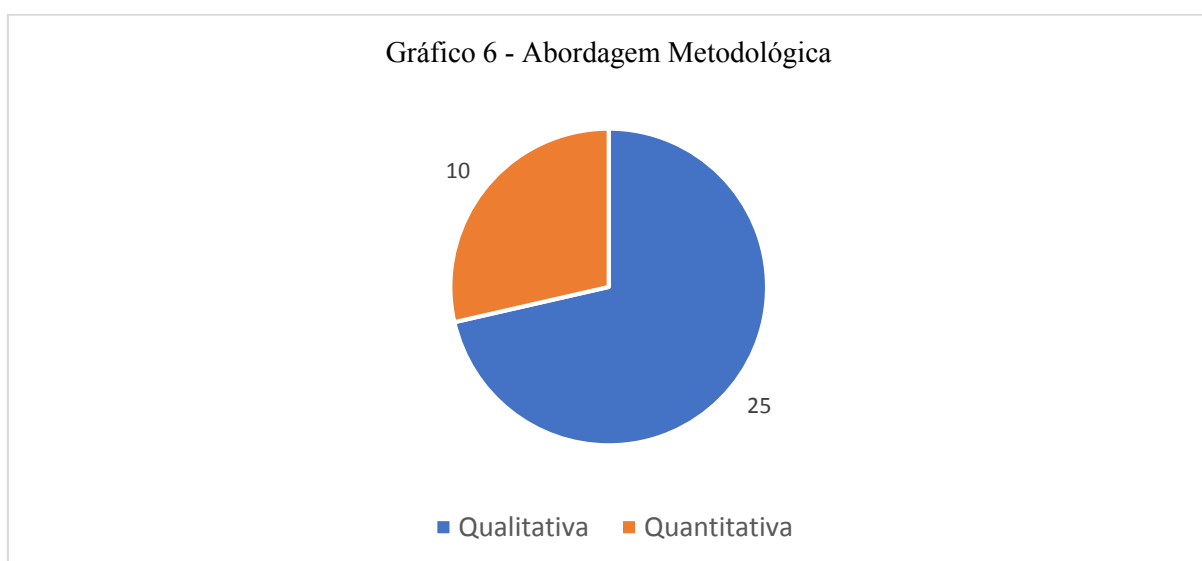
Não muito distante, FACCAMP e MACKENZIE apresentam quatro publicações feitos por seus docentes. Com três publicações, PUC-SP, UFES, UFPR, UFS, UFU e UNINOVE

apresentam-se como instituições publicando moderadamente, seguida de oito instituições de ensino superior (IES) com duas publicações e 12 IES com uma publicação.



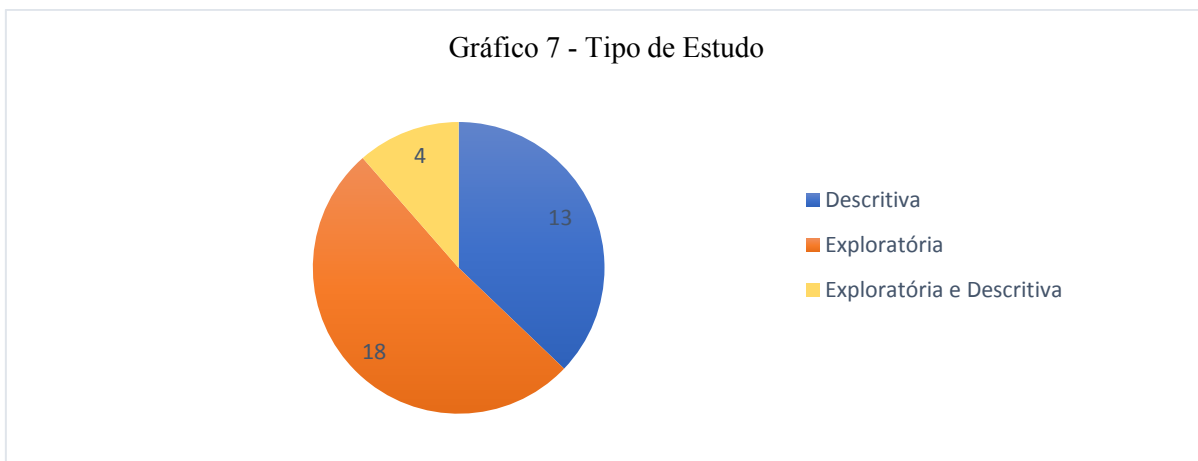
Fonte: elaborado pelo autor

Além disso, ressalta-se que 69% dos artigos publicados em coautoria são de autores de instituição de ensino diferentes. Apenas 11 artigos foram publicados com autores da mesma instituição.



Fonte: elaborado pelo autor

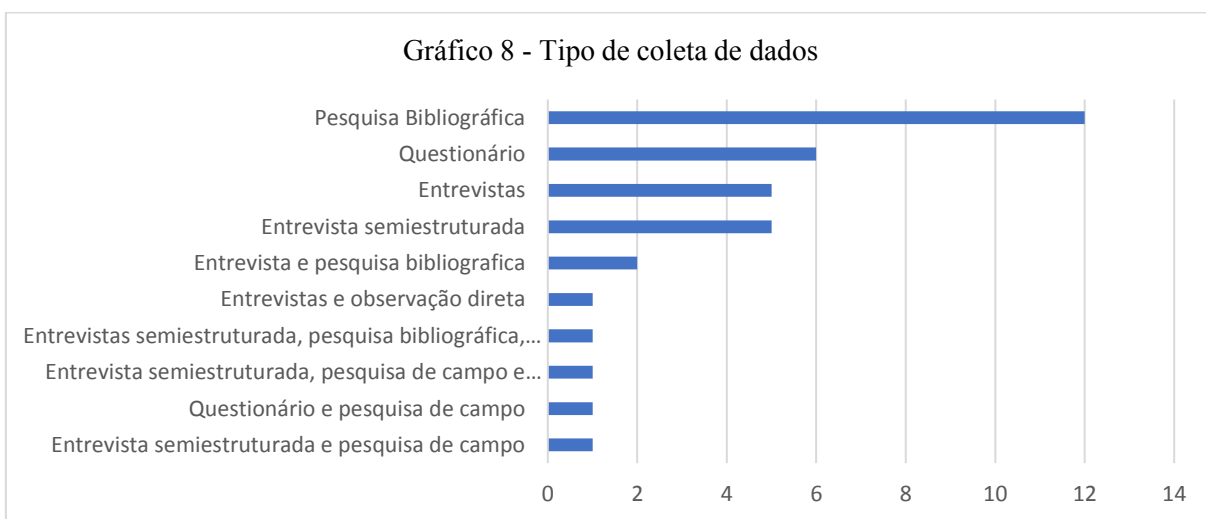
Conforme o Gráfico 6, 25 artigos possuem abordagem qualitativa e 10 possuem abordagem quantitativa. Desse modo, percebe-se que a maioria dos artigos procuravam por um aprofundamento teórico do tema. Paralelo a isto, é possível notar um equilíbrio entre as tipologias de estudo. Dos 35 artigos analisados, 18 artigos declaravam ser de caráter exploratório, 13 descritivos e 4 exploratórios e descritivos, conforme apresentado no Gráfico 7.



Fonte: elaborado pelo autor

Conforme Gráfico 8, é notório a predominância na forma de coleta pela pesquisa bibliográfica. Este tipo de coleta de dados representa 34% dos artigos pesquisados, seguido pelo método questionário e pelas entrevistas.

É importante salientar que 80% dos artigos pesquisado utilizaram-se de apenas um método de coleta de dados. Diante disso, observa-se a preferência que os pesquisadores têm por um método de coleta de dados.



Fonte: elaborado pelo autor

Por fim, no Apêndice B é apresentado a nuvem de palavras-chave utilizada pelos autores. Dentre as palavras-chave mais utilizadas e citadas, destacam-se: Intraempreendedorismo, inovação, competências empreendedoras e empreendedorismo corporativo.

Percebe-se que no período de 2000 a 2010, as palavras mais utilizadas foram: empreendedorismo, inovação e empreendedorismo corporativo. Já entre 2011 e 2020 as palavras mais utilizadas foram: intraempreendedorismo, competências empreendedoras e

intenções intraempreendedoras. Percebe-se que os autores têm preferência em utilizar palavras de acordo com a época que foi escrito o artigo.

Além disso, observa-se que a palavra-chave “inovação” foi utilizada tanto quanto “intraempreendedorismo” nos artigos pesquisados. Desse modo, pode-se entender que as palavras podem ser consideradas sinônimas em relação ao tema.

No Apêndice C, apresenta-se uma linha do tempo relacionando os objetivos gerais de cada artigo selecionado aos anos de publicação. Verificou-se que nos dez primeiros anos da pesquisa os trabalhos se destacam pela busca em identificar oportunidades, motivações, dificuldades e características empreendedoras dentro das organizações.

A partir de 2011, nota-se que o foco passou a ser no impacto do intraempreendedorismo no serviço público e a evolução e práticas de gestão para estimular o empreendedorismo dentro das empresas. Além disso, percebe-se que o foco passou de uma abordagem conceitual para uma abordagem dos impactos práticos que o empreendedorismo gera dentro das organizações.

Diante disso, pode-se afirmar que os resultados da pesquisa evidenciam que o empreendedorismo corporativo se mostra promissor a desenvolver e estimular inovações tanto no ambiente público quanto no privado. Além disso, percebe-se que o tema se mantém presente na área acadêmica com publicações atuais e relevantes para o entendimento do tema.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa, observa-se que o empreendedorismo corporativo está presente não só em empresas inovadoras que produzem e criam produtos e serviços que atendam as demandas do mercado como também em organizações públicas visando serviços que satisfaçam a população. Esse desenvolvimento pode ser percebido pela criação de valor em produtos e serviços que necessitam de melhorias e adaptações. Nesse contexto, é notório que os trabalhos publicados sobre o tema são de suma importância tanto para as organizações públicas quanto para empresas privadas.

Observa-se que dos 35 artigos pesquisados, três autores se destacam como referência sobre o tema. Eles não só foram os autores que mais publicaram como também foram os mais citados em demais artigos relacionados ao tema. Por outro lado, foi identificado que dos 80 autores pesquisados, 62 tiveram apenas uma publicação nos últimos 20 anos. Dessa forma, pode-se confirmar a aplicação da lei de Lotka.

Além disso, nota-se a evolução do termo “empreendedorismo corporativo” com o passar do tempo. Conforme ilustrado na pesquisa, essas mudanças ocorreram lentamente, no entanto elas podem ser percebidas nos trabalhos publicados a partir de 2010. Os profissionais da academia tinham preferência em utilizar o termo “empreendedorismo corporativo”, porém, a partir de 2011, nota-se a mudança do termo para “intraempreendedorismo”.

Destaca-se também o interesse do intraempreendedorismo em órgãos públicos. Conforme apresentado, vinte e cinco por cento dos trabalhos pesquisados se referem ao empreendedorismo dentro de entidades, instituições e órgãos públicos. Diante disso, fica evidente o interesse na implementação de técnicas empreendedoras no setor público para o aperfeiçoamento de processos, melhor utilização de recursos e capacitação de profissionais.

Por fim, destaca-se que a presente pesquisa foi realizada com base em trabalhos nacionais o que não permite ter uma visão sobre o tema no âmbito internacional. O intuito foi entender o interesse pelo tema empreendedorismo corporativo pela academia brasileira. Assim, sugere-se a utilização desta pesquisa como base em pesquisas futuras com o intuito de, por exemplo, entender o estágio do empreendedorismo corporativo em nível global ou, até mesmo, a evolução do termo nos próximos 20 anos.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, R. F.; ALVARENGA, L. A bibliometria na pesquisa científica da pós-graduação brasileira de 1987 a 2007. **Revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 16, n. 31, p. 50-70, 2011.
- ARAÚJO, C. A. A. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em Questão**, v. 12, n. 1, p. 11-32, 2006.
- ANTONCIC, B.; HISRICH, R. D. Intrapreneurship: construct refinement and cross cultural validation. **Journal of Business Venturing**, EUA, v. 16, p. 495-527, 2001.
- BRADFORD, S. C.; Sources of information on scientific subjects. **Engineering**. v. 137, p. 85-86, 1934.
- CARLAND, J. W.; HOY, F.; BOULTON, W. R.; CARLAND, J. A. C. Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. **Academy of Management Review**, v. 9. NN 2, p. 354-359, 1984.
- CHUEKE, G. V.; AMATUCCI, M. O que é bibliometria? Uma introdução ao Fórum. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v. 10, n. 2, p. 1-5, 2015.
- CORNWALL, J. R.; PERLMAN, B. *Organizational Entrepreneurship*. Homewood, Irwin, 1990.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. 4 ed. São Paulo: Pioneira, 1994.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

- HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações**: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2006.
- HISRICH, R.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. **Administração estratégica**: competitividade e globalização. 2.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- KAPLAN, R. S., NORTON, D. P. **A Estratégia em Ação**: Balanced Scorecard. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.
- KAUFMANN, L. **Passaporte para o ano 2000**: como desenvolver e explorar a capacidade empreendedora para crescer com sucesso até o ano 2000. São Paulo: McGraw-Hill, 1990.
- HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações**: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2006.
- LOTKA, A. J. The frequency distribution of scientific productivity. **Journal of the Washington Academy of Sciences**, v. 16, n. 12, p. 317-323, 1926.
- MIRSHAWKA, V.; MIRSHAWKA JÚNIOR, V. **Gestão criativa**: aprendendo com os mais bem-sucedidos empreendedores do mundo. São Paulo: DVC, 2003.
- MCCRAW, T. K. **O Profeta da Inovação**: Joseph Schumpeter e a destruição criativa. São Paulo: Record, 2012.
- PINCHOT, G. Innovation Through Intrapreneuring. **Research Management**, March-April 1987,
- PINCHOT III, G. **Intrapreneuring**: Por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor. São Paulo: Harbra, 1989.
- SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- SILVA, M. V. G., et al. Intraempreendedorismo no Setor Público: Análise do Comportamento Empreendedor de Gestores Públicos Municipais por Meio do Carland Entrepreneurship Index (CEI). REGEPE - **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 7, n. 2, p. 67-114, jun. 2018

TIDD J.; BESSANT J.; PAVITT K. **Managing Innovation**: Integrating Technological, Market and Organizational Change. John Wiley & Sons: Chichester, 1997.

VANTI, N. A. P. Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 31, n. 2, p. 152-162, 2002.

ZIPF, G. K. **Human behaviour and the principle of least effort**: An Introduction to Human Ecology Addison, Cambridge, 1949.

WOLFRAM, D. A pesquisa bibliométrica na era do big data: desafios e oportunidades. Bibliometria e cientometria no Brasil: infraestrutura para avaliação da pesquisa científica na era do Big Data. São Paulo: ECA/USP, p. 91-100. 2017

APÊNDICE A - Artigos por ano de publicação

2004	Empreendedorismo corporativo: conceitos e aplicações
2004	Empreendedorismo corporativo: Aspectos de inovação e mudança organizacional
2006	As práticas gerenciais adotadas nas empresas líderes em inovação para promover o empreendedorismo corporativo
2006	Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática
2007	Empreendedorismo corporativo: uma nova estratégia para a inovação em organizações contemporâneas
2008	Intraempreendedorismo: Um estudo de caso sobre o entendimento e a aplicação do termo em uma instituição bancária
2008	As escolas empreendedoras: Foco na eficiência e na qualidade dos processos
2009	Corporate Entrepreneurship: a presença das dimensões da cultura nacional na cultura comercial do Grupo Algar
2009	Estratégias de estímulo ao empreendedorismo corporativo
2010	Evidências do empreendedorismo interno em organizações no contexto da inovação
2010	Intraempreendedorismo e a inovação na gestão pública federal
2010	Nível de intraempreendedorismo dos dirigentes da universidade comunitária da região de chapecó
2011	Reflexões e perspectivas acerca da construção do conhecimento sobre empreendedorismo interno
2011	Empreendedorismo: do herói schumpeteriano ao executivo de sucesso
2011	Intraempreendedorismo feminino e desenvolvimento de competências empreendedoras: Um estudo de caso com professoras de programas de mestrado e doutorado em administração de Curitiba-PR
2012	O desvelar das competências dos intraempreendedores: Um estudo exploratório em empresas de serviços
2012	Orientação empreendedora como indicador do grau de empreendedorismo corporativo: Fatores que caracterizam os intraempreendedores e influenciam sua percepção
2013	Secretariado executivo e empreendedorismo: Realidade ou utopia?
2013	Estratégia de empreendedorismo corporativo em pequenas e médias empresas brasileiras: O caso de uma empresa de tecnologia da informação
2014	A importância dos gerentes na orientação empreendedora
2015	A aprendizagem organizacional e intraempreendedorismo: aproximações com olhar no projeto Mostra Algar Inovação
2015	Práticas de empreendedorismo em empresas familiares: Um estudo multicaso no setor supermercadista
2015	Gestão e cultura intraempreendedora: Um estudo sobre práticas gerenciais que promovem a inovação
2015	As contribuições do empreendedorismo corporativo à implementação de estratégias
2016	Obstáculos e incentivos ao intraempreendedorismo em empresas inovadoras
2017	Desafios e motivações para o desenvolvimento de uma iniciativa intraempreendedora em uma universidade pública
2017	Relação entre intraempreendedorismo e inovação: Um estudo em empresas participantes do APL de TI do Sudoeste do Paraná
2018	Antecedentes das intenções empreendedoras e intraempreendedoras: evidências do Brasil

2018	Intraempreendedorismo no setor público: Análise do comportamento empreendedor de gestores públicos municipais por meio do Carland Entrepreneurship Index (CEI)
2018	A evolução empreendedora no C.E.S.A.R: O uso do intraempreendedorismo como subsídio para a incubação de novas empresas de base tecnológica
2018	Empreendedorismo corporativo em organizações públicas
2018	Empreendedorismo e inovação: a evolução dos fatores que influenciam o empreendedorismo corporativo
2018	Ações empreendedoras inovadoras no setor público
2019	Inovação e Empreendedorismo: Um caso no setor público
2019	Inovação e intraempreendedorismo: abordagens, dimensões e delimitações no nível organizacional à luz da literatura internacional

Fonte: elaborado pelo autor

APÊNDICE B – Nuvem de palavras-chave



Fonte: elaborado pelo autor

APÊNDICE C - Objetivos gerais por ano de publicação

2004	2006	2007	2008	2009
<p>Compreender como a gestora de uma Secretaria de Cultura de um município localizado no sul de Minas Gerais realiza ações empreendedoras e de inovações, baseando-se na identificação ou criação de oportunidades.</p>	<p>Identificar os antecedentes das intenções empreendedoras e intraempreendedoras de 266 potenciais empreendedores.</p>	<p>Analisar a evolução do processo empreendedor no Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (C.E.S.A.R).</p>	<p>Analisar os desafios e motivações que permeiam a iniciativa intraempreendedora no setor público brasileiro.</p>	<p>Identificar quais fatores incentivam ou dificultam o comportamento intraempreendedor por parte dos integrantes de organizações empresariais inovadoras</p>
<p>Distinguir as características conceituais de intraempreendedorismo, gestão e a relação com a inovação.</p>	<p>Analisar as características comportamentais empreendedoras de agentes políticos que ocupam cargos de chefia, direção e assessoramento na administração pública municipal.</p>		<p>Verificar a existência de relação entre o Índice de Inovatividade de Produto (Inip) e as práticas intraempreendedoras em empresas do APL em Tecnologia da Informação</p>	<p>Compreender as relações de aprendizagem informal em um projeto intraempreendedor que estimula a formação de equipes.</p>

2010	2011	2012	2013	2014
Identificar práticas de empreendedorismo em empresas familiares.	Evidenciar a inserção e a evolução do empreendedorismo dentro do Secretariado Executivo.	Levantar a produção científica sobre empreendedorismo interno nas organizações em eventos especializados no Brasil na área de administração, no período de 1997 a 2007.	Analisar como as docentes com perfil intraempreendedor atuantes em Programas de Pós-Graduação em Administração de Curitiba-PR desenvolvem as competências de docência e pesquisa.	Apresentar três ações empreendedoras em organizações públicas premiadas pela ENAP no concurso Inovação na Gestão Pública Federal.
Identificar práticas de gestão que contribuem para uma cultura organizacional capaz de gerar intraempreendimentos.	Identificar e analisar quais são as competências que caracterizam os intraempreendedores.	Analisar o uso do termo empreendedorismo na literatura sobre gestão organizacional.	Identificar e discutir as evidências do empreendedorismo interno em organizações inovadoras.	
Analisar a influência dos gerentes na percepção dos funcionários acerca do grau de orientação empreendedora da empresa.	Analisar a percepção dos colaboradores em relação ao nível de orientação empreendedora como um indicador apropriado para o diagnóstico e mensuração do grau de empreendedorismo corporativo.			

2015	2016	2017	2018	2019
Avaliar o nível de intraempreendedorismo dos dirigentes da Universidade Comunitária da Região de Chapecó.	Analisar as competências empreendedoras corporativas dos servidores e da cultura estabelecida em uma universidade pública.	Mostrar a evolução de fatores que influenciam o empreendedorismo corporativo por meio da análise de variáveis que interferem no processo de inovação e no empreendedorismo brasileiro.	Estabelecer conexão entre os dois temas mais tratados do campo da estratégia, sustentando soluções aos problemas da implementação da estratégia pelo emprego do empreendedorismo corporativo.	Analisar o comportamento empreendedor e sua implementação nas organizações.
Identificar a presença das dimensões da cultura nacional no Grupo Algar.		Analisar ações empreendedoras desenvolvidas no setor público a partir das iniciativas premiadas no concurso inovação na gestão pública federal.	Analisar e identificar atividades de empreendedorismo corporativo em pequenas e médias empresas, suas principais características e os incentivos proporcionados a seus colaboradores.	Identificar o grau de importância que os micro e pequenos empresários dão as ferramentas gerenciais, especificamente o plano de negócios, para a abertura e gestão de uma empresa.
Analisar o entendimento dos funcionários de um grande banco brasileiro sobre o tema intraempreendedorismo e sua aplicabilidade à empresa.			Analisar e caracterizar as estratégias corporativas utilizadas pela Brasilata – Embalagens Metálicas S/A.	
Apresentar a importância que cada escola empreendedora apresenta para a caracterização do comportamento empreendedor.			Apresentar uma revisão das terminologias usadas e dos significados do termo empreendedorismo corporativo.	
			Analisar o conceito de empreendedorismo corporativo, seus aspectos relacionados aos fatores de criatividade, inovação e mudança organizacional.	
			Identificar as práticas gerenciais utilizadas pelas empresas para promover e estimular ações típicas de empreendedorismo corporativo.	

Fonte: elaborado pelo autor