

**EMPREENDEDORISMO X *STARTUP*: UM COMPARATIVO  
BIBLIOMÉTRICO DE 1990 A 2016**

***ENTREPRENEURSHIP X STARTUP: A BIBLIOMETRIC  
COMPARATIVE FROM 1990 TO 2016***

***Recebido: 22/08/2017 – Aprovado: 7/12/2017 – Publicado: 30/12/2017  
Processo de Avaliação: Double Blind Review***

**Thayane Santos Silveira<sup>1</sup>**

Graduada em Administração  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)  
tuti\_silveira@hotmail.com

**Dante Flávio Oliveira Passos**

Mestre em Engenharia de Produção  
Professor da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)  
danteflavio@gmail.com

**Igor Martins**

Doutorando em Administração  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)  
Professor da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)  
igormartins@yahoo.com.br

**RESUMO:** O ambiente empresarial torna-se cada vez mais competitivo, o que estimula a melhoria das empresas para que elas atendam melhor as necessidades dos seus clientes e não percam sua fatia de mercado. Empreendimentos surgem nesse contexto, sendo uns por oportunidades e outros por necessidade. As *startups* são um exemplo de empreendedorismo por oportunidade, trata-se de pequenas empresas, geralmente de base tecnológica, que oferecem um serviço repetível e escalável. O objetivo desse artigo é mostrar, de forma quantitativa, as publicações acadêmico-científicas sobre os temas empreendedorismo e *startup*, por serem relevantes, tanto para o meio acadêmico, quanto para o empresarial. Dessa forma, a fundamentação teórica buscou definir empreendedorismo, explicar o que é empreendedorismo por oportunidade e por necessidade e, por fim, conceituar o que é *startup*. A metodologia utilizada foi um comparativo bibliométrico entre os temas, os quais a bibliometria é uma forma de medir quantitativamente a produção científica sobre um determinado tema. Empreendedorismo e, principalmente, *startup* são ainda pouco difundidos no meio acadêmico. O comparativo bibliométrico mostrou que o número de

---

<sup>1</sup>Autor para correspondência: Universidade Estadual da Paraíba, R. Baraúnas, 351 - Universitário, Campina Grande - PB, 58429-500

publicações em revistas e a quantidade de teses e dissertações sobre empreendedorismo superaram significativamente o de *startup* e que em ambos o surgimento dos primeiros trabalhos escritos foi a partir dos anos 2000, apresentando assim, uma resposta tardia da academia brasileira em pesquisas relacionadas aos temas.

**Palavras-chave:** empreendedorismo; *startup*; comparativo bibliométrico.

**ABSTRACT:** *The business environment becomes increasingly competitive, which encourages the improvement of companies to them get better the needs of their customers and do not lose their market share. Developments arise in this context, with some by opportunities and others by necessity. Startups are an example of entrepreneurship by opportunities, it is small companies, generally technology-based, providing a repeatable and scalable service. The aim of this article is to show, quantitatively, the academic and scientific publications on the topics entrepreneurship and startup, to be of great importance both to academic and to the business environment. Thus, the theoretical foundation sought to define entrepreneurship, explain what is entrepreneurship by opportunity and necessity and, finally, to conceptualize what is startup. The methodology used was a bibliometric comparison of the themes, which bibliometrics is a way to quantitatively measure the scientific production on a particular topic. Entrepreneurship and, mostly, startup are still not widespread in academic environment. The comparative bibliometric showed that the number of publications in journals and the number of theses and dissertations on entrepreneurship significantly outperformed the startup and that both the appearance to the first written work was from the 2000s, thus presenting a delayed response of the brazilian academy in research related to the themes.*

**Keywords:** *entrepreneurship; startup; comparative bibliometric.*

## INTRODUÇÃO

A economia integra-se com o empreendedorismo, pois um impulsiona o outro a se fortalecer e com isso, há um estímulo no mercado de ter novas necessidades. Em contrapartida, também, oferece oportunidade para os visionários que veem uma solução viável para atendê-las. Quanto mais avançados em tecnologia, comunicação e acessibilidade

forem os mercados, mais empreendimentos surgirão para oferecer novas possibilidades e maior será a multinacionalização das empresas e menores serão as barreiras para atingir novos clientes.

O empreendedorismo tornou-se objeto de estudo mundial, por ser um dos principais responsáveis pelo desenvolvimento econômico e, conseqüentemente, social dos países. Dornelas (2008, p. 22) afirma que “são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando novos conceitos econômicos”. O cenário empresarial é cheio de incertezas e com diversos fatores externos que afetam o negócio, no qual faz-se necessário um bom preparo, um amplo conhecimento para a tomada de decisões e flexibilidade para aderir as mudanças.

De acordo com Schumpeter (*apud* BRITTO, 2003, pág.17), o empreendedorismo é: “a máquina propulsora do desenvolvimento da economia. A inovação trazida pelo empreendedorismo permite ao sistema econômico renovar-se e progredir constantemente”. Essa definição schumpeteriana demonstra a relação de dependência entre o mundo dos negócios e a economia.

Atualmente, vive-se em uma realidade empresarial tão agitada e competitiva que qualidade e inovação não são apenas fatores facultativos numa organização, elas são pré-requisitos. Para ter vantagem competitiva as organizações precisam estar atualizadas, sempre trazendo novidade para os seus clientes. A grande quantidade de empresas que oferecem o mesmo produto ou serviço potencializa a competitividade entre elas, por não querer perder sua fatia de mercado. Esse fenômeno da competitividade faz com que as empresas saiam da sua zona de conforto e busquem se modernizar, aumentar a produtividade e, mais do que isso, aumentar a velocidade de ação para atender e satisfazer seus clientes.

Sobre a disputa das empresas por parcelas do mercado, pode-se fazer uma analogia à Teoria da Seleção Natural de Darwin, em que considera que não é o mais forte que sobrevive, nem o mais inteligente, mas o que melhor se adapta à mudança. Ou seja, uma empresa maior ou mais antiga não tem necessariamente a maior vantagem competitiva e nem melhores condições de sobrevivência, hoje muitas empresas de menor porte e mais novas são capazes de superá-las, é uma questão de flexibilidade, reajuste e adaptação.

Segundo Dornelas (2008), principalmente no caso brasileiro, a preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são motivos para a popularidade do termo empreendedorismo.

Exemplos disso são as *startups*, empresas em fase embrionária que apresentam grandes possibilidades de crescimento com o uso mínimo de recursos, é uma forma enxuta e inovadora de empreendimento. A atenção voltada para elas é cada vez maior, devido ao fato dos investidores buscarem esse tipo de mercado por serem mais simples de se iniciar do que as empresas tradicionais, apesar de apresentarem um alto risco de não dar certo.

Dessa forma, essa pesquisa tem como objetivo realizar um comparativo bibliométrico entre os temas Empreendedorismo e *Startup* no período de 1990 a 2016 e utiliza como fonte de levantamento de dados o acervo digital das publicações em revistas acadêmico-científicas. Os resultados da pesquisa são apresentados em nuvens formadas pelas palavras-chaves. Outra base de dados para a coleta foi a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, em que os temas foram quantificados pelo ano e pelo tipo de publicação e os resultados foram dispostos em gráficos.

A relevância de abordar esses temas justifica-se por serem relativamente novos e apresentarem uma grande possibilidade de crescimento e influenciando na mudança do pensamento empreendedor. Além disso, apresenta uma grande importância no âmbito acadêmico e empresarial apresentando novas perspectivas de mercado e tendências para futuras ações dentro da organização e pesquisas científicas.

## 1. REFERENCIAL TEÓRICO

### 1.1. EMPREENDEDORISMO

O vocábulo empreendedorismo origina-se da palavra francesa *entrepreneur* onde, pela a tradução do dicionário online Cambridge Dictionary (2002), quer significa a pessoa que assume risco e começa algo novo.

Para Baggio e Baggio (2014), empreendedorismo é a habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada. Já para Schumpeter (1988), é um processo de “destruição criativa”, por meio da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novos (OLIVEIRA, 2014). Dolabela (2010), por sua vez, afirma que corresponde a um o processo de transformar sonhos em realidade e em riqueza.

Os primeiros registros de novos empreendedores, mesmo que o termo ainda não fosse consolidado, são de meados do século XVII. Nesta época conseguiram, graças ao escritor e economista Richard Cantillon e ao início da industrialização advinda da Primeira Revolução Industrial, diferenciar os empreendedores dos capitalistas. Tal diferenciação pode ser observada com Hisrich (1986), que atribui o primeiro exemplo de definição de

empreendedorismo a Marco Pólo, que assinou um contrato com capitalista para vender as mercadorias deste. Assim, enquanto Marco Pólo assumia uma postura empreendedora ativa, correndo riscos físicos e emocionais, o capitalista apenas assumia os riscos de forma passiva.

O termo empreendedorismo foi consolidado no século XIX, porém as atividades eram vistas apenas economicamente, o que causava dificuldade em diferenciar os empreendedores dos administradores. Fillion (1999, pág. 8) considera que “se eles introduziram alguma inovação mais significativa como, por exemplo, um novo produto ou um novo mercado, eles foram classificados como empreendedores”. Ou seja, o diferencial surge quando as pessoas conseguiram pegar um produto básico e comum no mercado, achar pontos que pudessem ser melhorados, modificando-os esteticamente e fazer com que eles fossem mais funcionais e eficientes; outros buscaram inovar na contenção de custos, na qualidade e na velocidade de entrega do produto.

No cenário brasileiro, o empreendedorismo foi intensificado nos anos 1990. Um dos atrativos principais desse conceito foi a redução da taxa de mortalidade das MPEs, a qual apresenta um importante papel no desenvolvimento da economia nacional, também em questões sociais e políticas.

Por outro lado, os dados indicam que os brasileiros se tornaram mais receosos com relação a se envolver na abertura de um novo negócio. Observa-se uma redução na proporção daqueles que enxergam oportunidades no ambiente em que atuam (56% em 2014 e 42% em 2015), assim como entre os que afirmam não ter medo de fracassar (61% em 2014 e 50% em 2015) (GEM, 2015, p. 17).

Esse medo de empreender é reflexo da crise econômica, na qual o País se encontra nos últimos anos, porém muitos acabam não se atentando ao fato de que é em uma recessão que podem aparecer oportunidades para se empreender, como afirma Sarfati (2015), pós-doutor em estratégia empresarial pela Fundação Getúlio Vargas, no qual afirma que “ao contrário do que se imagina, crise combina com empreendedorismo. Vimos no mundo inteiro que o momento de crise não afeta a atividade empreendedora. Isso é um fato. Quando tem crise não há menos empreendedores”.

O professor da Business School São Paulo (BSP), Luiz Arnaldo Biagio (2015), também defende a teoria que mesmo na crise é um bom momento para empreender, ele aduz que “toda vez que a gente entra em uma crise, as pessoas se posicionam contra determinadas ameaças. Mas, todas as vezes que elas existem, há também oportunidades de negócio”.

É fato que o cenário de crise aumentou o número de desempregados e a taxa de mortalidade das empresas, mas para alguns esse foi o grande impulsionador para sair da posição de funcionário para a de novo empresário, onde eles apostaram sua recomposição orçamentária em um novo modelo negócio, ou em uma empresa própria.

Para Schumpeter (1952, p. 7), em uma definição clássica:

[...] “a função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo mais geral, um método tecnológico não experimentado, para produzir um novo bem ou um bem antigo de uma maneira nova, abrindo uma nova fonte de suprimento de materiais, ou uma nova comercialização para produtos, e organizando um novo setor”. [...]

Essa definição schumpeteriana, juntamente com o conceito de Dolabela (1999, p.24), o qual diz que "as características do empreendedor, suas atitudes e comportamento são os fatores que o conduzem ao sucesso" são pontos chaves para a criação ou o desenvolvimento de uma empresa. Deve-se levar em consideração o perfil do novo empresário e a natureza da iniciativa em começar um negócio, seja pela necessidade ou pela oportunidade, juntamente com suas atitudes vão definir o futuro da empresa.

Algumas habilidades básicas dos empreendedores como analisar, identificar e aproveitar oportunidades não são presentes em todos os empresários. Alguns, principalmente quando a natureza da abertura do empreendimento é apenas por necessidade, acabam focados em determinada atividade e deixam de lado as oportunidades de crescimento e inovação.

FARREL (1993, p. 166) afirma que "empreendedores não nascem feitos, não são fabricados e nem são pequenos gênios. Eles acontecem em função das circunstâncias". Esse fato nos leva a dois tipos de empreendedorismo, aquele que é feito pela oportunidade e o que é feito a partir da necessidade, geralmente financeira ou para realização pessoal do novo empresário. Dolabela (1999, p. 69) apresenta uma conceituação de Fillion (1997), “os empreendedores podem ser voluntários (que têm motivação para empreender) ou involuntários (que são forçados a empreender por motivos alheios à sua vontade: desempregados, imigrantes etc)”. Essa diferenciação será abordada de modo mais abrangente no próximo capítulo.

## 1.2. EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE X EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE

O empreendedorismo pode surgir de duas formas: por oportunidade ou por necessidade. Elas irão depender da motivação que o novo empresário apresente. A natureza do pontapé inicial para a abertura da empresa é importante, pois demonstra o grau de maturidade econômica do País, seu desenvolvimento empresarial e o investimento e apoio do Governo em novos negócios.

Dornelas (2005, pág. 28) mostra a definição e a diferença entre esses dois tipos de empreendedorismo:

A primeira seria o empreendedorismo de oportunidade, em que o empreendedor visionário sabe onde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa a geração de lucros, empregos e riqueza. Está totalmente ligado ao desenvolvimento econômico, com forte correlação entre os dois fatores. A segunda definição seria o empreendedor de necessidade, em que o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho.

Ou seja, empreendedores por necessidade geralmente partem para negócios autônomos por falta de oportunidade de emprego e para poder manter uma renda familiar, logo sua maior motivação é financeira e não necessariamente ter um negócio próprio. Esse tipo de empreendedorismo depende muito da conjuntura econômica do País, pois em tempos de crise, haverá um aumento desse tipo de empreendimento, porém ele tenderá a diminuir quando as ofertas de emprego se tornarem crescentes.

É certo que no mundo das empresas emergentes a regra é falir e não ter sucesso. De cada três empresas criadas duas fecham as portas. As pequenas empresas fecham mais: 99% das falências são de pequenas empresas. Se algumas têm sucesso sem suporte, a maioria fracassa, muitas vezes desnecessariamente. (DOLABELA, 1999, p. 43).

Nogueira e Borges (2015) apontam que cerca de 70% das empresas não superam as dificuldades iniciais inerentes ao ambiente empresarial e encerram suas atividades nos três primeiros anos e meio de atividade. A tendência ao fechamento, geralmente, é causada pela falta de preparo do empresário que não conhece e não faz análise do mercado para ver sua viabilidade, nem planejamento adequado para acompanhar as mudanças de mercado e não busca inovar seus produtos ou serviços, ficando atrás dos seus concorrentes. Vale ressaltar que nem todo empreendimento aberto por necessidade tende ao fracasso, cabe ao empresário buscar mantê-lo sempre ativo e crescente no mercado.

Segundo a Global Entrepreneurship Monitor (2009, pág. 30): “A taxa de empreendedorismo por oportunidade reflete o “lado positivo” da atividade empreendedora nos países. Essa porção de empreendedores é aquela que iniciou sua atividade para melhorar sua condição de vida ao observar uma oportunidade para empreender”. Logo, pode-se afirmar que esse é o tipo de empreendedorismo mais visionário, sua motivação parte da percepção de um nicho de mercado em potencial, a busca da realização profissional e a vontade de independência de ter seu próprio negócio. Os novos empresários por oportunidade são cautelosos e antes de abrir sua empresa fazem um estudo de mercado minucioso vendo a possível demanda e a aceitação do novo produto e/ou serviço e, além disso analisam também a viabilidade econômica.

Uma pesquisa feita pelo GEM (2010), aponta que no Brasil, os empreendedores por oportunidade são maioria, sendo que a relação oportunidade X necessidade tem sido superior a 1,4 desde o ano de 2007. Em 2010, para cada empreendedor por necessidade havia outros 2,1 que empreenderam por oportunidade. Esse valor é semelhante à média dos países que participaram da pesquisa, que foi de 2,2. Nos Estados Unidos, essa razão está um pouco acima da brasileira, de 2,4.

Qualquer que seja o motivo inicial, cabe ao novo empresário cuidar da sua empresa para que ela obtenha o sucesso esperado, é preciso que ele acompanhe de perto os passos, seu crescimento, busque estar atualizado e inovando em produtos e serviços.

Nessa perspectiva de novos negócios e inovação tem se ilustrado uma forma de empreender mais revolucionária uma configuração peculiar chamada de *Startup*, cujo tema será abordado no próximo tópico.

### 1.3. STARTUP

Até o final dos anos 1990, no Brasil, *startup* era um termo direcionado a grupos de pessoas visionárias que trabalhavam sobre novas hipóteses de mercado, ou seja, ideias diferentes das comuns e apresentavam um grande potencial de gerar dinheiro. O novo sentido do vocábulo veio depois da crise das empresas ponto-com que ocorreu entre os anos de 1996 e 2001, após a formação de uma bolha especulativa entorno do aumento das ações relacionadas à internet, tecnologia da informação e comunicação.

Taborda (2006), define *startup* como:

Pequenos projetos empresariais, ligados à investigação e desenvolvimento de ideias inovadoras. [...] Diferenciam-se, geralmente, por serem empresas muito dinâmicas e com um potencial de crescimento acelerado que, muitas vezes, resulta da sua ligação às universidades e laboratórios e à utilização e aplicação da sua tecnologia e *know how* no mundo empresarial.

Essa nova forma de empreender tornou-se famosa no mercado e foram atribuídas várias definições do que ela realmente seria. Sousa e Lopes (2016) definem como uma empresa nova, até mesmo embrionária ou ainda em fase de constituição, que conta com projetos promissores, ligados à pesquisa, investigação e desenvolvimento de ideias inovadoras. Há quem a defina pela resposta financeira que ela apresenta considerando o seu baixo custo de manutenção, o rápido crescimento financeiro e a lucratividade.

*Startups* são consideradas empresas nascentes de base tecnológica, que possuem na inovação tecnológica disruptiva os fundamentos de sua estratégia competitiva. Entre as principais características de tais negócios estão o caráter de organização temporária com potencial de rápido crescimento, os quais atuam em um ambiente de extrema incerteza, em busca de um modelo de negócios que possa tornar-se repetível e escalável (SIGAHI, 2015; BLANK, 2013).

O modelo de negócios da empresa é considerado como repetível quando o mesmo produto é entregue em escala potencialmente ilimitada para cada cliente sem muitas alterações e sem que afete a disponibilidade do produto ou serviço. E escalável quando a empresa cresce financeiramente mantendo seus custos controlados aumentando a sua lucratividade e, esse crescimento deve ocorrer sem que influencie o plano inicial do negócio.

*Startups* se diferenciam das empresas tradicionais logo na fase inicial, onde elas não necessitam de um estudo de mercado minucioso, de um plano de negócios bem detalhado e da análise da viabilidade para assim botar o negócio para frente. Elas são instaladas em um ambiente de incertezas e apresentam um grau de alto risco de não dar certo, e é nesse perfil de empreendedor, o que acredita no negócio e arrisca, que está atraindo o interesse de investidores de capital.

Segundo Ries (2012), a startup consiste em uma catalisadora que transforma ideias em produtos. Segundo o autor, conforme os clientes interagem com os produtos, geram feedback e dados. O feedback é tanto qualitativo (por exemplo, o que gostam ou não) como quantitativo (por exemplo, quantas pessoas utilizam o produto e consideram que ele tem valor).

Um dos pontos-chaves para o surgimento de uma *startup* é a inovação, sendo este um fenômeno que as empresas precisam manter sempre ativo para poder oferecer novas experiências aos seus clientes, sejam elas em produtos ou serviços. Ela impacta diretamente na competitividade e, por consequência, no âmbito financeiro da organização. Outro fato é que caso a empresa não consiga acompanhar as mudanças externas estará suscetível a perder sua quota de mercado e até mesmo ir à falência ao longo do tempo.

Além disso, quanto mais inovador for o produto ou o serviço oferecido, maior será o interesse despertado em investidores de risco que procuram um perfil de empreendedor o qual tenha um modelo de negócio viável utilizando o mínimo de recurso possível. Na verdade, o investimento de capital seria para manter a escalabilidade da empresa, ou seja, o crescimento uniforme da empresa associado ao controle dos custos.

No Brasil, apesar do momento econômico difícil, o crescimento do número de *startup* está cada vez maior e de acordo com dados da Associação Brasileira de *Startups* (2016), elas cresceram 30,4% entre março e dezembro de 2015, chegando a 4,1 mil empresas iniciantes e estima-se que até o final do ano de 2016, segundo o presidente da *ABStartup* Amure Pinho, esse número seja ainda maior.

Leo Branco (2016) considera que em um momento em que a economia precisa ganhar eficiência para lidar com receitas em queda, ganham espaço as empresas inovadoras e enxutas por natureza. Com isso mostra que mesmo em meio à crise é um bom momento para ter sua *startup*, principalmente por não precisar de um alto investimento, apresentar um crescimento acelerado e sua abertura ser menos burocrática que empresas tradicionais, o que precisa para começar é a coragem para empreender e uma boa e inovadora ideia.

## 2. METODOLOGIA

O método escolhido para o estudo trata-se de um comparativo bibliométrico entre os temas Empreendedorismo e *Startup* no período de 1990 a 2016. Para Oliveira (2016), a bibliometria consiste em uma técnica para medir os índices de produção e divulgação do conhecimento científico sobre determinado tema em uma área acadêmica.

Inicialmente foi feita uma pesquisa sobre os assuntos no acervo online de revistas de administração sendo elas: Revista de Administração de Empresas (RAE), Revista Brasileira de Administração Científica (RBADM), Revista de Administração Contemporânea (RAC) e Revista de Administração e Inovação (RAI). Utilizou-se na busca os filtros “Empreendedorismo” e “*Startup*”, e através dos resultados fez-se o levantamento

quantitativo dos assuntos em cada revista a fim de comparar o número de publicações científicas sobre as temáticas.

Em seguida, foram selecionadas as palavras-chaves de cada artigo e, separadamente por revista e por tema, foi criada uma nuvem de palavras para comparar a incidência dos assuntos mais influentes.

“A nuvem de palavras é uma técnica de visualização de informações formada a partir de um algoritmo que destaca o tamanho da fonte de acordo com o número de vezes que o termo é repetido” (BRITO FILHO, 2016, p. 13). Vários sites disponibilizam esse tipo de serviço, para esse artigo foi usado o site wordclouds.com para a formação das nuvens de palavras.

Outro ponto que foi analisado foram as quantidades de dissertações e teses publicadas nesse mesmo período. Através das bases de dados da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), na qual foi feito um levantamento quantitativo dos materiais, os quais foram separados por ano a fim de mostrar, através de gráficos, a evolução dos temas para a pesquisa científica.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Das quatro bases de dados pesquisadas sobre o tema empreendedorismo, nota-se um maior número de publicações na Revista de Administração de Empresas (RAE), com uma pequena diferença quantitativa da segunda colocada, a Revista de Administração e Inovação (RAI). O terceiro lugar é ocupado pela Revista Brasileira de Administração Científica (RBADM), que apresenta um pouco menos da metade de publicações quando comparada à primeira, e por fim, representando apenas 9,09% das publicações em revistas científicas, encontra-se a Revista de Administração Contemporânea (RAC).

O cenário muda um pouco quando o tema passa a ser *startup*, ambas as revistas não apresentam uma quantidade de publicações significativas em seu acervo, todavia a que obteve maior destaque, representando 55,55% do total somado, foi a RAI, seguida da RBADM e em terceiro lugar, houve um empate entre a RAE e a RAC, conforme demonstra a tabela 1:







Essa pesquisa buscou demonstrar a evolução da produção científica sobre os temas através da quantificação dos dados da pesquisa feita no BDTD. Sobre empreendedorismo, pode-se notar que o interesse acadêmico surgiu apenas em 2000 quando tiveram as quatro primeiras dissertações sobre o assunto. As primeiras teses surgiram logo no ano seguinte e desde então, tornou-se um assunto presente nas pesquisas científicas, tendo seu ápice de publicação em 2014 com 106 dissertações e 38 teses, conforme apresenta o gráfico 1:

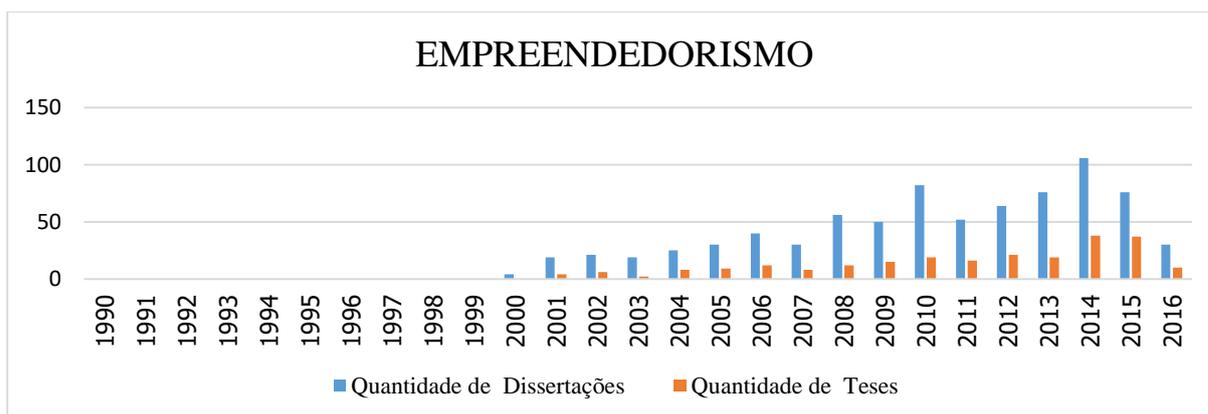


Gráfico 1: Evolução das publicações de dissertações e teses sobre empreendedorismo de 1990 a 2016.  
Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Em relação a *startup*, por ser um assunto mais atual, as publicações só surgiram em 2003 sendo uma dissertação e uma tese. O tema só voltou a ser abordado em 2005 em duas dissertações, porém a partir desse ano, nota-se um crescente interesse da comunidade acadêmica sobre o tema que apresenta seu ápice de vinte e duas dissertações em 2015, representando 22,68% do total analisado. Já sobre as teses, a quantidade máxima foi em 2014 totalizando quatro e representando 22,22% do geral, conforme apresentado no gráfico 2:

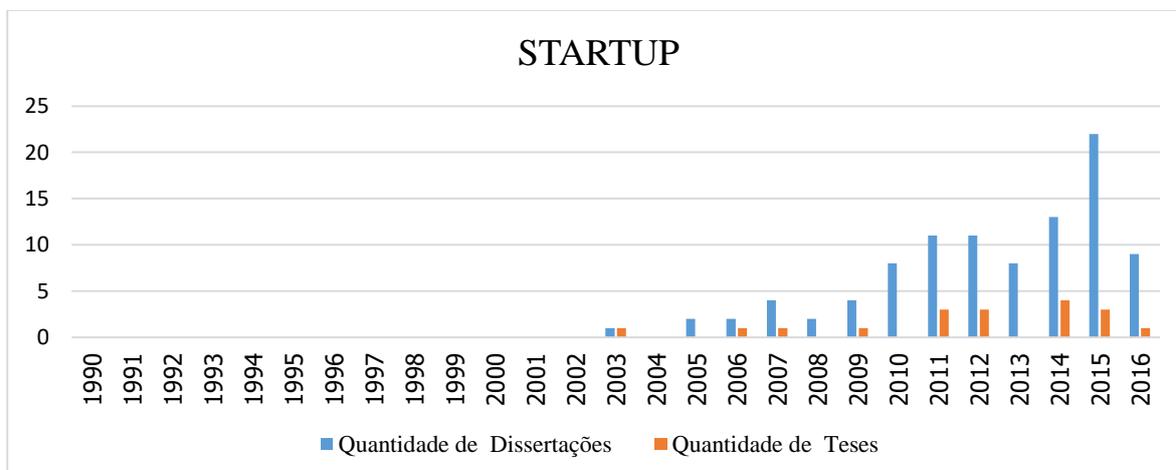


Gráfico 2: Evolução das publicações de dissertações e teses sobre *startup* de 1990 a 2016.  
Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Comparando a quantidade de publicação científica sobre os temas, percebe-se em ambos que o interesse acadêmico só surgiu a partir de 2000 e que apesar de oscilar durante os anos, pode ser considerado como crescente o interesse sobre eles.

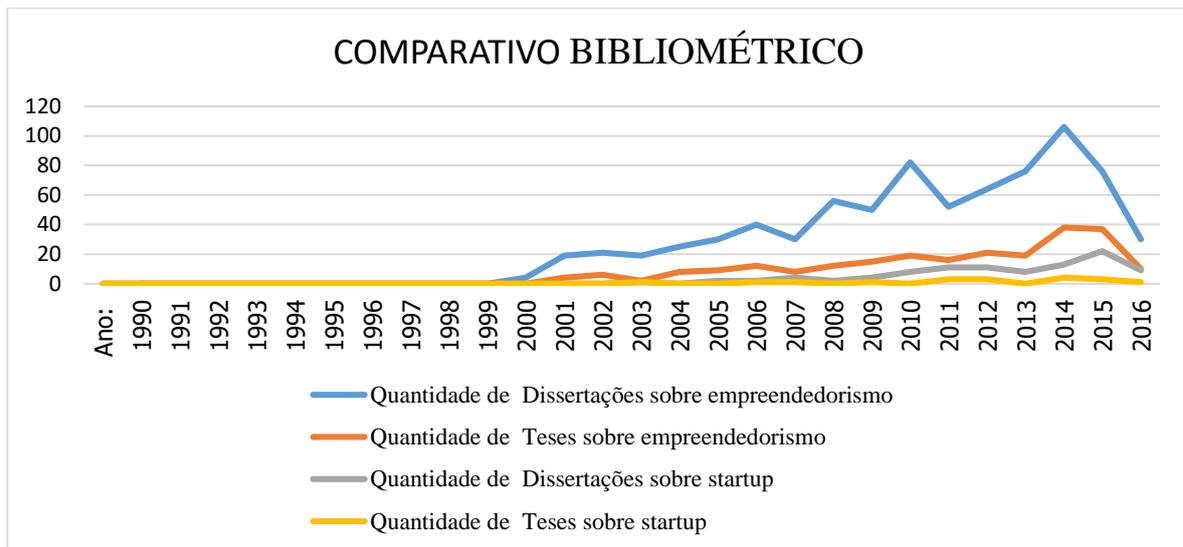


Gráfico 3: Comparativo bibliométrico entre empreendedorismo e *startup* entre os anos de 1990 a 2016.  
Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Dessa forma, os resultados encontrados eram de se esperar pois atualmente empreendedorismo é um tema mais abordado do que *startup* por ser mais antigo no meio acadêmico-científico e possuir várias teorias, conceitos e vastos materiais para estudo. Já *startup* por ser recente nesse meio não possui ainda uma teoria consistente, apesar de ser uma nova forma de empreender que está chamando muita atenção no ambiente empresarial e começando a atrair o foco dos pesquisadores na área de administração, inovação e do próprio empreendedorismo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com relação a esse estudo foi feito uma pesquisa quantitativa no acervo de revistas de administração a fim de ser analisada a incidência das palavras-chaves presentes nos artigos que resultaram dos filtros empreendedorismo e *startup* no período de 1990 a 2016. Em seguida foi feito um levantamento, também quantitativo e no mesmo período, na base de dados da BDTD onde foi analisado a evolução da produção científica anual de cada um dos temas.

Os temas são de grande relevância tanto para o âmbito empresarial quanto para o acadêmico. Empreendedorismo é a concretização de transformar uma oportunidade em um novo negócio. Esse fato pode vir de uma oportunidade observada ou por momento de necessidade do empresário. Já a *startup* é uma nova forma de empreender, é fazer algo acontecer usando o mínimo de recursos, é uma resposta ao mercado extremamente agitado que cobra inovação, produtividade e lucratividade, é uma empresa ser repetível, escalável e sempre atender seu cliente com qualidade e eficácia.

Mesmo atuais a quantidade de material acadêmico-científico relacionada a eles é muito pequena. Mediante aos dados, nota-se um crescente interesse pelas áreas ao longo dos anos, mas ainda não o suficiente para ter um acervo significativo para pesquisas mais elaboradas, principalmente sobre *startups*, apresentando uma lacuna que precisa ser preenchida pela comunidade de pesquisadores, professores e alunos.

A necessidade de abordar e aprofundar estudos sobre os temas reflete no surgimento de métodos e ferramentas para se aplicar no âmbito empresarial fazendo com que haja uma evolução nos modelos de gestão e negócios sempre tendendo à melhoria, tem-se como exemplo disso, as *startups* que são uma nova forma de fazer mais com menos recursos, e essa característica só foi possível mediante estudos de comportamento de mercado e do público-alvo.

Dessa forma, nota-se uma resposta tardia das instituições de pesquisas nacionais sobre os temas, os quais surgiram nos anos de 1990 e só tiveram a primeira publicação científica uma década depois, ou seja, não há uma resposta hábil ao crescimento da importância dos assuntos no meio acadêmico. Sendo assim, surge uma necessidade de produção acadêmica ainda forte sobre empreendedorismo e principalmente sobre *startup*.

Como sugestão para estudos futuros recomenda-se a intensificação de pesquisas sobre os temas, pois a comunidade acadêmico-científica é uma das principais responsáveis por disseminar o conhecimento, desenvolver novos métodos, o que reflete no meio empresarial. Ou seja, sem novas diretrizes acadêmicas, o dinamismo com o mercado ficará comprometido. Outra sugestão, é o acompanhamento constante da evolução produtiva da academia sobre empreendedorismo e *startup* para observar, caso não haja um crescimento significativo de publicações, quais os motivos que tem provocado esse atraso ou a falta de interesse das instituições de ensino e pesquisa.

## **REFERÊNCIAS**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE *STARTUPS*. **Manual sobre conceitos, metodologias e investimentos em startups**. Disponível em: <<http://www.abstartups.com.br/>>. Acesso em: 02 de outubro de 2016.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO D. K. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, V. 1, p. 25-38, 2014.

BARRETO, L. P. (1998). **Educação para o empreendedorismo**. Educação Brasileira, 20(41), pp. 189-197

BIAGIO, L. 11 ideias de negócio para quem quer empreender na crise. **Exame.com**, São Paulo. Entrevista concedida à Revista Exame, a Mariana Fonseca. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/11-ideias-de-negocio-para-quem-quer-empreender-na-crise>> Acessado em: 09 de setembro de 2016.

BLANK, S. **The four steps to the epiphany**. K&S Ranch, 2013.

BRANCO, L. Crise vira motor para expansão de *startups* no Brasil. 2016. **Exame.com**, São Paulo. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/111602/noticias/crise-vira-motor-para-expansao-de-startups-no-brasil>> Acessado em: 15 de agosto de 2016.

BRITO FILHO, Charles Dickson Alves de. **Inteligência Competitiva: Uma análise bibliométrica no Brasil de 1990 a 2015**./Charles Dickson Alves de

Brito Filho, -2016. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Administração) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, 2016.

BRITTO, F. **Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes**. Rio de Janeiro : Campus, 2003. 246p.

DICTIONARY, C. **Cambridge dictionaries online**. 2002. Disponível em: <<http://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/entrepreneur>>. Acessado em: 13 de setembro de 2016.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

DOLABELA, F. (2010). **A corda e o sonho**. Revista HSM Management, 80, pp. 128-132.

DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócios**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. – 2ª reimpressão.

FARREL, L. C. **Entrepreneurship. Fundamentos das organizações empreendedoras**. São Paulo: Saraiva, 1993.

FILION, L. J. Diferenças Entre Sistemas Gerenciais de Empreendedores e Operadores de Pequenos Negócios. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 39, n. 4, out-dez, 1999

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil. **Relatório global**, 2009.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil. **Relatório global**, 2010.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil. **Relatório global**, 2015.

GODÓI-DE-SOUSA, E. ; LOPES, J. E. F. **Empreendedorismo tecnológico e startups: uma análise de cenários no contexto de universidades brasileiras**. In: IX EGEPE - Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, Passo Fundo – RS, 2016.

HISRISH, P. **Entrepreneurship, intrapreneurship, and venture capital: the foundations of economic renaissance**. Lexington: Lexington Book, 1986.

NOGUEIRA. M. H.; BORGES, G. de F. Por que as Empresas “Fecham as Portas”? : Compreendendo a Mortalidade de Empresas Locais. **Revista Brasileira de Gestão e Engenharia**, Centro de Ensino Superior de São Gotardo. Número XI, p. 118-133, 2015.

OLIVEIRA, F. A. Schumpeter: a destruição criativa e a economia em movimento. **Revista de História Econômica & Economia Regional Aplicada** – Vol. 10, Nº 16, Jan-Jun, 2014.

OLIVEIRA, R. R. *et al.* Gerenciamento de Projetos: Comparativo Bibliométrico dos Anais de Congressos Brasileiros na Área de Administração e Engenharia de Produção. **Revista de Gestão e Projetos-GeP**, v. 7, n. 1, p. 15-31, 2016.

RIES, E. **A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas** / Eric Ries; [tradução Texto Editores]. – São Paulo : Lua de Papel, 2012.

SARFATI, Gilberto. Crise é oportunidade para abrir negócio, defendem empreendedores. **G1**, São Paulo. Entrevista concedida ao Portal de Notícias da Globo (G1), a Tais Laporta. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2015/12/crise-e-oportunidade-para-abrir-negocio-defendem-empreendedores.html>> Acessado em: 15 de agosto de 2016.

SCHUMPETER, J. A. **Can capitalism survive?** New York: Harper & Row, 1952, p.7.

SCHUMPETER, J. A.(1988). **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo, Nova Cultura.

SIGAHI, C. **Plano de negócio de uma aceleradora de startups para empresas maduras**. Trabalho de conclusão de curso, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Departamento de Engenharia de Produção. São Paulo, 2015.

TABORDA, A. **O que é uma start up?**. 2006. Disponível em: <  
[http://www.gesentrepreneur.com/pdf/o\\_que\\_e\\_uma\\_start\\_up.pdf](http://www.gesentrepreneur.com/pdf/o_que_e_uma_start_up.pdf)> Acesso em: 02 de  
outubro de 2016.