



EMPREENDEDORISMO, INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE: Uma Análise Bibliométrica

Any Moraes Rosa
any.moraes@gmail.com
FATEC GT

José Manoel Souza das Neves
jmneves.fatec@gmail.com
FATEC GT

Adriano Carlos Moraes Rosa
adriano.carlos.rosa@gmail.com
FATEC GT

Ramon Oliveira Borges dos Santos
ramonobs98@gmail.com
UNISAL

Resumo: Diante do atual, competitivo e exigente cenário mercadológico, é necessário o entendimento e criação de estratégias incomuns para que se possa conseguir maiores ganhos em relação à concorrência. Uma dessas estratégias já é muito estudada, praticada e é caracterizada por sua capacidade de renovação de negócio, pelo comprometimento de todos os interessados e por abranger objetivos claros. Trata-se do empreendedorismo inovador, que nos últimos anos traz excelentes resultados aos que o adotam. Entretanto, esse empreendedorismo é baseado em muitas ações e condições favoráveis à inovação, consideradas fundamentais para impulsionar uma empresa rumo aos seus objetivos e, por conseguinte, favorecer também a carreira dos profissionais responsáveis por elas. Diante disso, este artigo propõe analisar através de pesquisa exploratória bibliográfica, documental e de um estudo bibliométrico a evolução das publicações sobre os temas empreendedorismo, inovação e criatividade nos últimos 10 anos. Utilizou-se as principais plataformas de pesquisa para acesso a bases de dados bibliográficos, contagem de citações, significância do assunto e a oportunidade de novas pesquisas na área. O referencial teórico contextualizou o histórico da aplicação dos termos empreendedorismo inovador e criatividade. Após o tratamento dos dados já foi possível perceber com os resultados obtidos a grande relevância do assunto abordado e, por ser um tema frequentemente atualizado, existe um grande interesse dos pesquisadores para o desenvolvimento de novos estudos.

Palavras Chave: análise - bibliometria - empreendedorismo - inovação - criatividade

1. INTRODUÇÃO

A palavra *empreendedor* origina-se do termo francês “entrepreneur” que significa “aquele que está entre ou intermediário” (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014). Foi utilizada pelo economista francês Jean-Baptiste Say com o objetivo de nomear o indivíduo que transfere recursos econômicos de um setor de baixa produtividade para um setor de produtividade mais elevada. Atualmente, o empreendedor é visto por muitos como aquele que abre um negócio novo e próprio, entretanto, Drucker (2016) salienta que nem todas as pessoas que abrem pequenos negócios são empreendedores ou estão realizando um empreendimento.

O ser empreendedor é aquele com capacidade de aplicar ações de mudança de forma criativa, reformulando e recriando produtos e ambientes, buscando oportunidades diferenciadas e assumindo os riscos, ele se mantém atento, preparado e informado e, segundo Chiavenato (2007), o empreendedor é aquele detém energia, material, ideias e atitude, agindo em seu favor e em favor da comunidade. O empreendedor para o autor é uma pessoa com sensibilidade e “tino” financeiro para os negócios; é ser dinâmico e realizador de propostas; é alguém que inicia e opera um negócio para realização de uma ideia ou um projeto pessoal, assumindo riscos, responsabilidades e, enfim, inovando em sua área de atuação.

Sendo assim, o empreendedor busca a mudança e a exploração de oportunidade e, é capaz de agregar valor a produtos e serviços, estando continuamente atento ao gerenciamento do capital. Drucker (2016) identifica os empreendedores como aqueles que exploram as oportunidades e as mudanças de acordo com a preferência dos consumidores, já que para o autor, eles possuem a característica da inovação, sendo capazes não somente de identificar oportunidades que permitam transformações de produtos ou serviços, mas de perceber mudanças no fluxo mercadológico com o intuito de estarem preparados para ocorrências futuras, ou seja, a inovação é a ferramenta específica desses empreendedores.

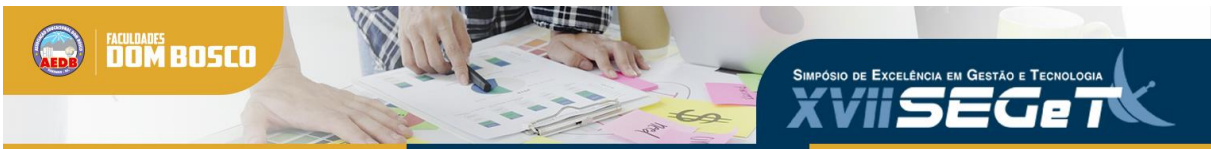
Este artigo objetiva, então, analisar os principais conceitos de empreendedorismo, inovação e criatividade, utilizando de pesquisa exploratória bibliográfica e documental, fazendo uma ligação entre os assuntos e, posteriormente, apresentar os resultados de uma pesquisa bibliométrica considerando as bases *Web of Science* e *Scopus* para os trabalhos (artigos) mais relevantes, mais recentes e mais citados, assim, colaborar com a disseminação destes importantes e atuais assuntos para a comunidade acadêmica, empreendedores e demais interessados. Fazer entender que o empreendedorismo e a inovação somados à criatividade podem ser traduzidos em “sucesso”.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção são apresentados os alguns dos importantes e recentes conceitos sobre os temas principais deste artigo como o empreendedorismo, seu fragmento para o empreendedorismo no Brasil, a inovação e, por fim, a criatividade.

2.1 EMPREENDEDORISMO

De acordo com Dornelas (2008), o conceito de intensificou-se no Brasil no final da década de 1990 e, vários fatores tentam explicar o interesse pelo assunto, principalmente, nos Estados Unidos, país onde cunhou-se o termo *entrepreneurship*, conhecido e referenciado há muitos anos, não sendo, então, algo novo ou desconhecido. Ainda segundo Dornelas (2008), o



período de formação do capitalismo ocorre concomitantemente com o fenômeno da Revolução Industrial iniciado na Grã-Bretanha na segunda metade do século XVIII; na França e nos Estados Unidos, a partir dos primeiros anos do século XIX; na Alemanha, apenas nas últimas décadas desse mesmo século, momento histórico caracterizado pela grande expansão das atividades comerciais, empresariais e manufatureiras, assumindo os países mais representativos deste processo a posição de “modelo a ser seguido”.

Assim, o poder das nações associou-se ao progresso econômico onde todos os governos continentais com qualquer pretensão a uma política racional estavam consequentemente fomentando o crescimento econômico e especialmente o desenvolvimento industrial e, neste contexto, Cantillon (1950), na segunda metade do século XVIII, tentou identificar o indivíduo empreendedor, vinculando sua existência não somente em relação à sua função na sociedade, mas principalmente ao seu posicionamento em relação ao risco das oscilações de oferta e demanda. Esse indivíduo poderia ser tanto o comerciante, quanto o produtor de manufatura ou o colono agricultor.

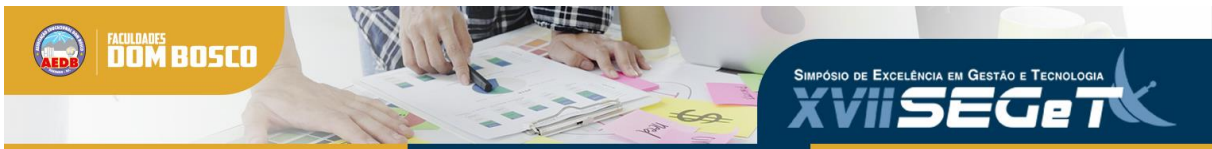
Como explicado na obra de Fillion (2000), em contexto de revolução industrial, o interesse de Cantillon pelos empreendedores não era um fenômeno isolado, sendo antes harmônico com as ideias dos pensadores liberais da época, que exigiam liberdade plena para que cada um pudesse tirar o melhor proveito dos frutos de seu trabalho. Assim, o empreendedor é o indivíduo que está posicionado no ponto central do processo econômico de forma a equilibrá-lo, assumindo o papel de intermediário entre as classes de produtores e os consumidores. Esse indivíduo administraria a obra da produção, apresentando-se como o eixo de várias relações e, para Lodi (2003), em grupo, essas pessoas podem ser consideradas como “poderosos capitães”, ou seja, homens que sozinhos e com grande energia e inteligência que poderiam controlar todos os processos organizacionais.

Diante de posicionamentos em relação ao empreendedor e a sua função, tem-se que a definição mais utilizada sobre empreendedorismo é a aplicada por Schumpeter (1997), onde, de acordo com o autor, o empreendedor é compreendido, sobretudo, como sujeito inovador que impulsiona o desenvolvimento econômico e social por intermédio da reforma ou da revolução nos padrões de produção, então, o processo de desenvolvimento que é aplicado, não pode ser compreendido como um simples crescimento da economia, mas como um fenômeno que apresenta um fluxo circular que tende ao equilíbrio promovendo mudanças efetivas e exponenciais na estrutura previamente existente.

Por fim, é possível perceber que não há uma única definição para “empreendedorismo”, no entanto, há um consenso em muitos idiomas de que o termo é bastante utilizado, quando é tratado inovação, risco, criatividade, organização e riqueza. O fato de conhecer o empreendedorismo possibilita a noção de como estruturar melhor as empresas e como é possível um profissional melhorar como gestor.

2.1.1 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Segundo Beni (2006) o empreendedorismo no Brasil ganhou força na década de 1920, com a implantação e o desenvolvimento de mais de 4.000 indústrias que eram subsidiadas e protegidas possuindo autorização do governo. Com a abertura da economia brasileira na década de 1990 o empreendedorismo volta a ser destaque com a implantação do SEBRA (antes CEBRAE), tornando-se cada vez mais efetivo alavancando o desenvolvimento empresarial. A partir disso, várias empresas renomadas foram fundadas, como o Grupo Sadia e o Grupo Pão de Açúcar. Já de acordo com Dornelas (2003), o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar mais forma somente na década de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. O



mesmo autor (DORNELAS, 2003) destaca algumas ações que também contribuíram para o crescimento da prática do empreendedorismo no Brasil: os programas Softex e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços) que apoiavam atividades de empreendedorismo em software, o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, dirigido à capacitação de mais de 6 milhões de empreendedores em todo o país, os programas EMPRETEC e Jovem Empreendedor do SEBRAE.

2.2 INOVAÇÃO

Para Roberts (2001) e López-Ruiz (2007), a necessidade de inovar e de fazer diferente dos demais se origina a partir da busca do ser humano pela sobrevivência e é em Olduvai, Tanzânia, continente Africano, onde acredita-se ser o local em que teóricos entendem ter surgido os mais remotos antepassados da raça, uma vez que lá, foram encontrados registros de inovação com o desenvolvimento de artefatos de apoio na busca por comida, principal desafio da época. É possível reconhecer e compreender que o desenvolvimento e o crescimento dependem do conhecimento e disposição de uma sociedade para inovar.

A ação de inovar é considerada um fator fundamental para o crescimento e aumento no desempenho das áreas das empresas. A literatura apresenta diversos conceitos de inovação, porém, alguns dos principais conceitos teóricos de inovação são multiplicados por vários trabalhos e autores, inclusive, Utterback (1971), já definia a inovação como uma invenção que atingiu a fase de inserção no mercado no caso de um novo produto. Se a invenção se referir a um novo processo, a inovação ocorrerá quando da fase do seu primeiro uso. Nesse caso, a invenção é uma solução original para uma necessidade ou desejo. O autor enfatiza que a ideia a qual se refere não é a de reprimir processos atuais a partir de novas ações nos mercados, mas apoiar ideias e levá-las adiante a ponto de produzir impacto.

Ferreira, Pugas e Da Silva (2016), também propõem sua definição, tratando a inovação como sendo algo abrangente, estando além da novidade ou da invenção. A inovação está dividida em fases, sendo a primeira fase, a da invenção, presente desde o início da civilização, a segunda da plágio ou disseminação, comum nos mercados globalizados, sendo ela fundada pela produção e terceirização de produtos de consumo e, ainda, uma terceira fase, advinda da estratégia para sustentabilidade econômica das organizações, instigada pelo conhecimento emergente após globalização da economia e alternativa para acompanhar a velocidade de demanda por novos produtos.

Desde a disseminação e a multiplicação dos mercados e, com a economia respaldada pela produção e terceirização, vários estudos identificaram, definiram e compreenderam os processos inovativos que, por muito tempo, foram entendidos como os alicerces da economia competitiva. Esses estudos evidenciaram o sucesso empresarial competitivo dependente dessa influente gestão da inovação que propuseram vários fatores que estão alinhados a esses processos (ROSSETTI; MORALES, 2007; DI BENEDETTO, 2012).

A inovação também é declarada como uma necessidade capaz de inflamar o desejo de mudança, e de se reinventar, sendo considerada uma questão de sobrevivência, pois, as infrequências tecnológicas e mercadológicas causam rápidas e significantes mudanças no composto socioeconômico e cultural, o que força as organizações a se adequarem, assim, quem não estiver adaptado a esse novo cenário deve se preparar, então, para um desfecho gradativo ou imediato (RODRIGUEZ Y RODRIGUEZ, 2005).

Na era do conhecimento, inovar é uma forma de aproveitar-se de momentos criativos, fazendo uso muitas vezes de um conhecimento pré-existente que juntamente com outros pequenos conhecimentos sejam capazes de assimilar novas habilidades e novas soluções, esse processo envolve um ciclo que compreende aproveitar-se do desenvolvimento, produção, e de todas as interações e realimentações possíveis entre as fases (CARVALHO, SUGANO, 2016).

2.3 CRIATIVIDADE

São vários os artigos e autores que desde a década de 50 apresentam definições para o conceito de criatividade, conceito que, na opinião de alguns deles, é mais fácil de reconhecer do que definir, pois ela acontece diante de comportamentos resultantes de características pessoais, habilidades cognitivas e ambientes sociais. Nesta perspectiva, destacam-se ainda os aspectos relacionados à originalidade, adequação de soluções e possibilidade de utilização de vários caminhos para se alcançar resultados excelentes (CRAMOND, 2008).

E, de acordo com Cruz (2005), a atividade criativa pode se manifestar no ser humano precocemente, acompanhando-o ao longo de toda a vida, em menores ou maiores proporções dependendo de vários fatores que podem ser pessoais ou contextuais, sendo que, algumas experiências traduzidas em conhecimento conduzem ao argumento de que o ato criador também se constrói através de elementos da realidade que a pessoa conhece.

De forma consensual, vários são os autores que existe uma grande complexidade e multidimensionalidade do conceito da criatividade e, assim apostam que a relação entre as características pessoais, o contexto, os processos e os produtos dos atos criativos são alguns dos principais fatores de seu desenvolvimento (BAHIA; NOGUEIRA, 2005). Assim, a palavra criatividade tem seu significado elaborar, conceber, criar. Já a *criatividade* é algo que permite dar forma ao “novo”, esse “novo” pode ser tratado nos mais diversos campos de atividade permitindo coerências distintas que se estabelecem para a mente humana como fenômenos relacionados (PAROLIN, 2001).

A ação de criar engloba, portanto, a capacidade de compreensão; e esta, por sua vez, a de confrontar, organizar, configurar, significar e, segundo Ostrower (1993), a criatividade tradicionalmente é vista como uma inspiração divina, como uma forma de intuição e, na abordagem biológica, marcada pela teoria evolucionista de Darwin, a criatividade é como um composto genético inesgotável e hereditário, não sendo possível educar uma pessoa para a criatividade.

3. MÉTODO

O método de pesquisa utilizado foi teórico conceitual, com revisão da literatura existente ou pesquisa bibliográfica, pesquisa que explica um problema através de referenciais teóricos publicados em documentos (GIL, 2019). A abordagem da pesquisa é quantitativa, que faz uso de técnicas estatísticas para mensurar opiniões e informações para um determinado estudo (RICHARDSON, 1999) com a utilização de análise bibliométrica, pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e análise qualitativa dos resultados.

A análise bibliométrica, técnica que aplica métodos estatísticos e matemáticos para analisar e construir indicadores sobre a dinâmica e evolução da informação científica e tecnológica de disciplinas, áreas, organizações ou países (OLIVEIRA *et al.*, 2018) e, neste artigo, foi escolhida para melhor entender as áreas focais, tendo como bases de dados empregues, as consolidadas *Web of Science* e *Scopus*. Por fim, o artigo buscou consolidar o estado da pesquisa acadêmica sobre "inovação". Com base em uma revisão sistemática da literatura publicada nos últimos 27 anos, sintetizando várias perspectivas de pesquisa em uma estrutura multidimensional abrangente de inovação organizacional vinculando liderança, inovação como um processo e inovação como um resultado. As palavras-chave dessa produção foram, inicialmente (e “isoladas”) inovação, inovação sistemática e criatividade, depois esta mesma pesquisa foi feita com as palavras juntas (combinadas).

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

As plataformas *Web of Science* ou *WoS* e *Scopus* são duas das mais importantes bases de dados de sua categoria. Elas referenciam citações científicas e foram projetadas para apoiar pesquisas científicas e acadêmicas por tópicos com cobertura nas áreas de ciências, ciências sociais, artes, economia, finanças, humanidades, engenharias etc. Utilizando essas bases, para este artigo foram adotados os seguintes parâmetros:

- *Tipo de Pesquisa*: por tópicos nas coleções principais das bases WoS e Scopus.
- *Data/Período*: 2009-2019.
- *Categorias*: Business Finance, Business, Economics, Engineering Multidisciplinary, Humanities Multidisciplinary, Management, Multidisciplinary Sciences, Social Sciences Interdisciplinary.
- *Idioma (s)*: apenas inglês e português.
- *Documento (s) pesquisado (s)*: apenas artigos.

4.1. BASE WoS: EMPREENDEDORISMO, INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE

Como mostra a Figura 1, foram encontradas na coleção principal da WoS 8.835 artigos sobre *empreendedorismo*. Devido a quantidade, foram catalogados para análise os trabalhos considerados mais relevantes, os mais recentes e os mais citados. A Figura 1 demonstra também a crescente produção/interesse pelo assunto a partir de 2015, sendo que entre 2016 e 2017 não houve crescimento efetivo, o que foi retomado a partir de 2018.

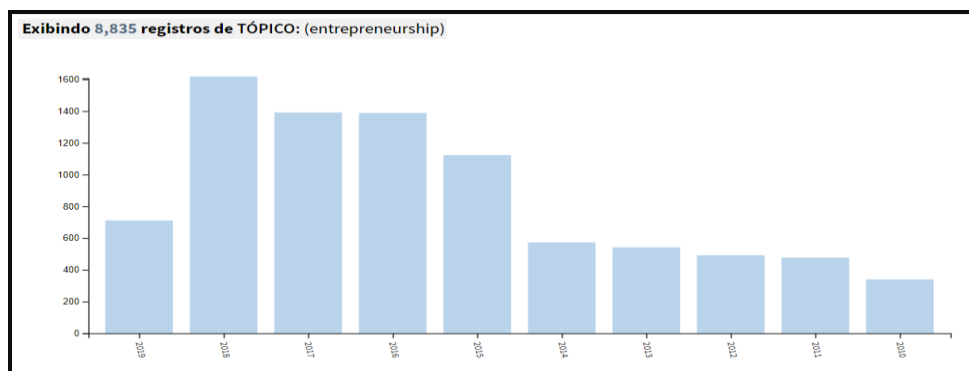


Figura 1: Pesquisa Empreendedorismo – Publicações/Citações.

Fonte: Adaptado de Web of Science (2019)

- *Managing the Rivalry of Competing Institutional Logics* foi considerado a produção mais relevante pela base/coleção. A autoria é de *Trish Reay e Robert Hinings*, publicado por *Organization Studies* em 2009. Este artigo investiga um campo organizacional onde lógicas institucionais concorrentes existem a um longo tempo. Foram identificados quatro mecanismos para gerenciar a rivalidade de lógicas concorrentes que facilitam e fortalecem as identidades separadas de atores-chave, proporcionando assim uma maneira de as lógicas concorrentes coexistirem e, separadamente, orientarem o comportamento de diferentes atores. Contribuindo para as literaturas institucionais mostrando que as lógicas concorrentes podem coexistir e a rivalidade entre as lógicas pode ser gerenciada através do desenvolvimento de relacionamentos colaborativos. As palavras-chave utilizadas foram lógicas institucionais, mudança institucional e colaboração.

- *Female Entrepreneurship: Types of Economic Activity* dos autores *Iuliia S. Pinkovetskaia, Liudmila I. Kryukova, Diego Felipe Arbeláez Campillo, Magda Julissa Rojas-Bahamon* foi classificado como mais recente e foi publicado pelo periódico *Tarih Kultur Ve Sanat Arastirmalari Dergisi-Journal Of History Culture And Art Research* em 2019. Os autores analisam os padrões que definem o nível de atividades empresariais das mulheres, bem como a estrutura setorial desses grupos. O objetivo do estudo é uma avaliação abrangente da atividade empresarial precoce das mulheres e suas preferências setoriais na criação de seu próprio negócio. As palavras-chave utilizadas foram *negócio femininos, empreendedorismo das mulheres, estrutura setorial, atividade econômica*.
- O artigo mais citado (965 apontamentos) foi *The Business Model: Recent Developments and Future Research* de *Christoph Zott; Raphael Amit, ; Lorenzo Massa* e publicado pelo periódico *Journal Of Management* em 2011. Fornece uma visão ampla e multifacetada da literatura recebida sobre modelos de negócios em que os autores examinam o conceito de modelo de negócios por meio de várias lentes de assunto. A revisão revela que os estudiosos não concordam sobre o que é um modelo de negócio e que a literatura está se desenvolvendo em grande parte em silos, de acordo com os fenômenos de interesse dos respectivos pesquisadores. As palavras-chave utilizadas foram *inovação, modelo de negócio, criação de valor, captura de valor e estratégia*.

Como mostra a Figura 2, foram encontradas na coleção principal da WoS 25.085 artigos sobre *inovação*. Devido a quantidade, foram catalogados para análise os trabalhos considerados mais relevantes, os mais recentes e os mais citados. A Figura 2 demonstra também a crescente produção/interesse pelo assunto a partir de 2015.

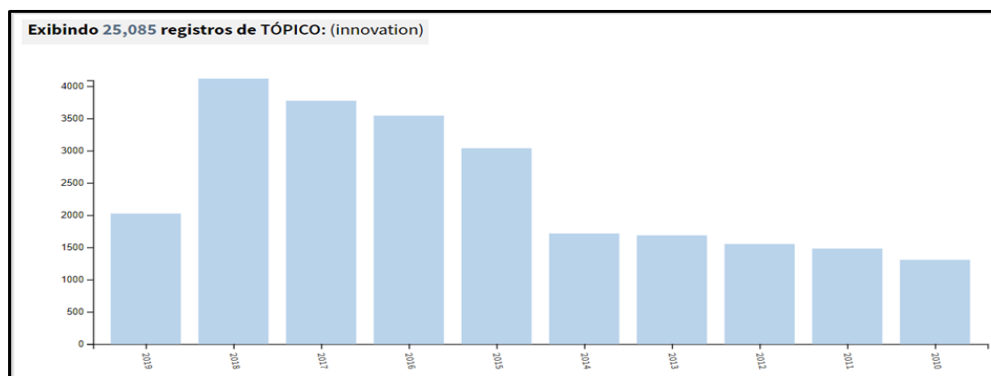


Figura 2: Pesquisa Inovação – Publicações/Citações.
Fonte: Adaptado de Web of Science (2019)

- *Understanding innovation* foi considerado a produção mais relevante pela base/coleção. A autoria é de *Kenneth B. Kahn*, publicado por *Business Horizons* em 2018. Este artigo trata a importância do elemento inovação em ações individuais e para organizações objetivando o sucesso de projetos. As palavras-chave utilizadas foram *processo de inovação; mentalidade de inovação; estratégia de inovação*.
- *Sharing Goods? Yuck, No! An Investigation of Consumers' Contamination Concerns About Access-Based Services* dos autores *Hazee, Simon; Van Vaerenbergh, Yves; Delcourt, Cecile* foi classificado como mais recente pelo termo “Inovação”.

Foi publicado pelo periódico *Journal Of Service Research* em 2019. Os autores tratam sobre os Serviços Baseados em Acesso (ABS), e sobre o desafio de fazer com que os consumidores percebam essa inovação na área de serviços. De acordo com a pesquisa apresentada, os grupos demonstram preocupação com a contaminação, sendo uma barreira importante na adoção pelo consumidor de ABS; elas surgem quando uma pessoa acredita que alguém tocou um objeto e transferiu resíduos ou germes. As palavras-chave deste trabalho são serviços baseados em acesso, economia de partilha, contaminação, contágio, adoção de inovação.

- Com 976 apontamentos, o artigo mais citado foi *Global land use change, economic globalization, and the looming land scarcity* de autoria de Lambin, Eric F.; Meyfroidt, Patrick e publicado pelo periódico *Proceedings Of The National Academy Of Sciences Of The United States Of America* em 2011. O artigo explica as mudanças globais em relação ao uso da terra, destacando o desafio de construir estruturas sustentáveis de utilização e preservação dos ecossistemas florestais ofertando informação sobre o melhor uso dos serviços que eles nos fornecem. O desafio envolve também conscientização confrontando a globalização econômica que ocupa terras agrícolas e florestais, causando a diminuição dessas importantes áreas. As palavras-chave dessa produção foram mudança de terra, transição florestal.

Como mostra a Figura 3, foram encontradas na coleção principal da WoS 3.440 artigos sobre *criatividade*. Devido a quantidade, foram catalogados para análise os trabalhos considerados mais relevantes, os mais recentes e os mais citados. A Figura 3 também apresenta a crescente produção/interesse pelo assunto a partir de 2015 até 2018.

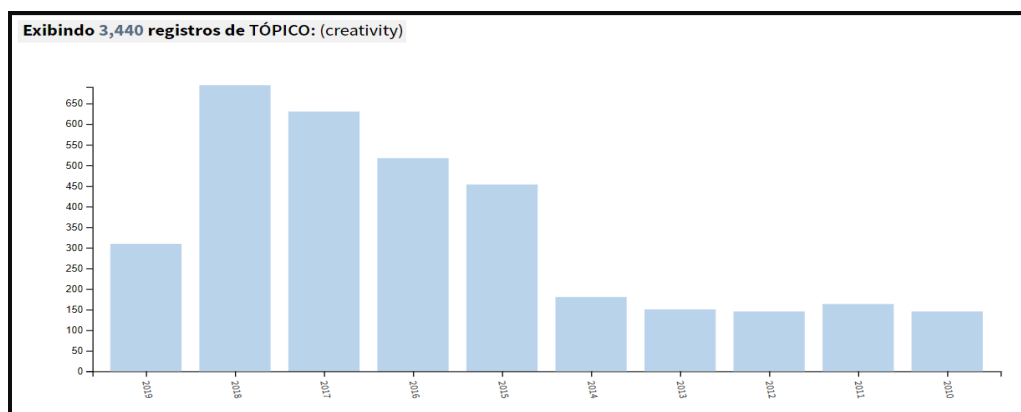


Figura 3: Pesquisa Criatividade – Publicações/Citações.

Fonte: Adaptado de Web of Science (2019)

- Playing with Words Day Pilkey's Literary Success in Humorous Language* foi considerado a produção mais relevante pela base/coleção. Foi publicado pelo periódico *American Journal Of Play* em 2019. A autoria é de *Evangeline Nwokah; Vanessa Hernandez; Erin Miller*. Os autores analisam o jogo de linguagem como sendo um componente importante para a construção dos romances gráficos populares de muitas crianças. Eles argumentam que os dispositivos literários de Pilkey se enquadram em duas áreas principais de hipérbole e criatividade linguística e que a linguagem de Pilkey transforma a estrutura da construção do pensamento do leitor. As palavras-chave dessa produção foram jogo de linguagem, dispositivos literários gráficos, romances, capitão *Underpants*, Dav Pilke.

- The Mirroring Phenomenon in Cultural Consciousness of Russia* da autora *Olga Yu Osmukhina* foi classificado como mais recente pelo termo “Criatividade”. Foi publicado pelo periódico *Tarih Kultur Ve Sanat Arastirmalari Dergisi-Journal Of History Culture And Art Research* em 2019. O artigo trata a compreensão do fenômeno do espelhamento, sendo este a semelhante linguagem corporal expressada quando duas ou mais pessoas vivem ou apenas estão próximas por um curto período, foi direcionado particularmente de forma científica as cidades da Rússia. Interpreta o fenômeno do espelhamento com base nos estudos realizados de forma distinta com grupos de pessoas das cidades. As palavras-chave dessa produção foram estudos culturais, fenômeno do espelhamento, identificação.
- O artigo mais citado (711 apontamentos) foi *Linking Empowering Leadership and Employee Creativity: The Influence Of Psychological Empowerment, Intrinsic Motivation, And Creative Process Engagement* de autoria de *Xiaomeng Zhang e Kathryn M. Bartol* e publicado pelo periódico *Academy Of Management Journal* em 2010. Esta pesquisa desenvolveu e aplicou um modelo teórico ligando a liderança empoderadora à criatividade por meio de diversas variáveis relacionadas. Usando dados de pesquisas de funcionários profissionais e seus supervisores em uma grande empresa de tecnologia da informação na China. Foi identificado que o empoderamento da liderança afetou positivamente o empoderamento psicológico, que por sua vez influenciou tanto a motivação intrínseca quanto o envolvimento no processo criativo. As palavras-chave dessa produção foram liderança empoderadora, criatividade, empoderamento, motivação.

A Figura 4 a seguir, demonstra a incidência de artigos publicados, onde são relacionados os assuntos e empreendedorismo, inovação e criatividade “combinados”, sendo aplicada a base WOS de pesquisa para a extração dos dados. Foram encontradas na coleção principal da WoS 174 (cento e setenta e quatro) artigos relacionando os termos empreendedorismo, inovação e criatividade. Foram catalogados para análise os trabalhos considerados mais relevantes, os mais recentes e os mais citados. A Figura 4 demonstra também a crescente produção/interesse pela relação entre os assuntos a partir de 2015.

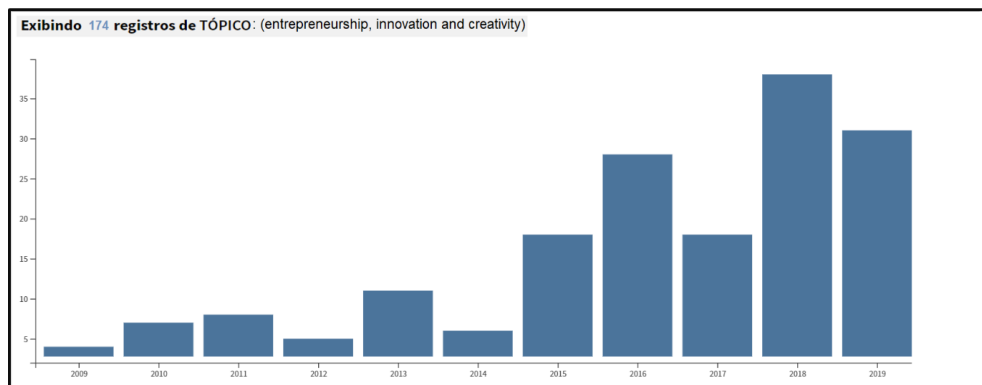


Figura 4: Pesquisa Termos Combinados – Publicações/Citações.
Fonte: Adaptado de Web of Science (2019)

- Creativity, innovation, and the historicity of entrepreneurship* foi considerado a produção mais relevante pela base/coleção. Foi publicado pelo periódico *American Journal Of Play* em 2019. A autoria é de *Jordan J. Ballor, Victor V. Claar*. O artigo trata os conceitos de criatividade e inovação demonstrando que estes conceitos são

inter-relacionados, e de fato, muitas vezes conflitantes. É demonstrado ainda uma distinção das perspectivas entre os termos “empreendedorismo” e “empreendedores”. O objetivo deste artigo é explorar a distinção entre criatividade e inovação com base em sua relação com a história e implicações na compreensão do empreendedorismo. As palavras-chave dessa produção foram empreendedorismo, inovação, criatividade e história.

- *Uncertainty Avoidance and Intrapreneurship: A Four-Level Investigation* dos autores *Arslanagic-Kalajdzic, Maja; Cerne, Matej; Kadic-Maglajlic*, foi classificado como mais recente relacionando os conceitos de empreendedorismo, inovação e criatividade. Foi publicado pelo periódico *Journal of Macromarketing* em 2019 e, o estudo demonstra a aplicação de um modelo conceitual em quatro níveis do papel da prevenção da incerteza na formação das intenções intraempreendedoras dos funcionários, diferenciando-se entre a prevenção da incerteza em nível de unidade e país. Usando a relação estabelecida entre controle comportamental e intenções, consideramos como a criatividade e a autoeficácia dos funcionários influenciam as intenções intraempreendedoras.
- O artigo mais citado (334 apontamentos) foi *Sensemaking in Organizations: Taking Stock and Moving Forward* de autoria de *Maitlis, Sally; Christianson, Marlys K.* e, publicado pelo periódico *Academy of Management Annals* em 2014. Trata do assunto *Sensemaking*, processo pelo qual as pessoas trabalham para entender questões ou eventos novos, ambíguos, confusos ou que, de alguma outra maneira, violam as expectativas. Como atividade central da organização, a criação de sentido tem sido objeto de pesquisas consideráveis que se intensificaram na última década.

4.2 BASE SCOPUS: EMPREENDEDORISMO, INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE

A Figura 5, mostra a evolução gráfica de incidências do termo empreendedorismo que foram encontradas na coleção principal da SCOPUS, sendo 11.599 artigos sobre o tema. Foram catalogados para análise os trabalhos considerados mais relevantes, os mais recentes e os mais citados. Demonstra também a incidência crescente de documentos sobre o tema empreendedorismo e a sua potencialização desde 2016.

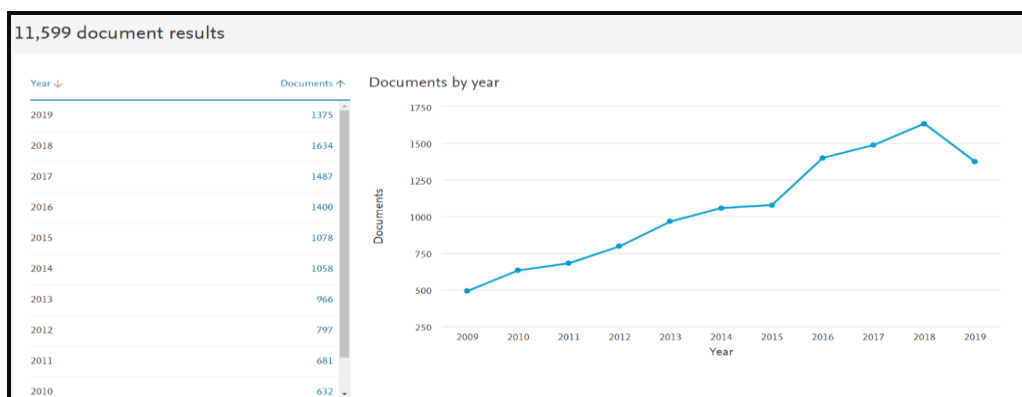


Figura 5: Pesquisa Empreendedorismo – Publicações/Citações.

Fonte: Adaptado de SCOPUS (2019)

- *Entrepreneurship, economic growth, and innovation: Are feedback effects at work?* foi considerado a produção mais relevante pela base/coleção. A autoria é de *Miguel-Ángel*

Galind e María Teresa Méndez e publicado pelo periódico *Journal of Business Research* em 2014. O estudo analisa as relações entre empreendedorismo, inovação e crescimento econômico, mostrando os efeitos da retroalimentação nessas relações. A abordagem considera três equações ligando PIB, inovação e empreendedorismo. As palavras-chave dessa produção foram inovação, conhecimento, crescimento econômico, Schumpeter, empreendedorismo, distribuição de renda.

- *The growth of the Japanese black tea market: how technological innovation affects the development of a new market* foi classificado como mais recente pelo termo empreendedorismo. Os autores são Risa Takano Daisana Kanama. Foi publicado pelo periódico *Journal of Economic Structures* em 2019. O artigo estuda o nascimento do mercado do chá preto japonês, seu declínio e seu renascimento. As palavras-chave dessa produção foram chá preto japonês, novo mercado, empreendedorismo, chá verde japonês, inovação tecnológica.
- O artigo mais citado (1.969 apontamentos) foi *Business models, business strategy and innovation* de autoria de David J. Teece e publicado pelo periódico *Long Range Planning* em 2010, pesquisa que explica como modelos de negócios são definidos e aplicados durante a efetivação e uma empresa e que elas buscam entregar “valor” aos seus clientes fazendo com que eles paguem para viver essas experiências gerando lucros para essas instituições. As palavras-chave dessa produção foram modelo de negócio, regra de negócios, desenvolvimento de novos negócios, arquitetura de negócios, empreendedorismo, valor de negócios, economia, marketing, transformação de negócios, gerenciamento, gerenciamento de relacionamento comercial, modelagem de processos de negócios.

A Figura 6, mostra a evolução gráfica de incidências do termo inovação que foram encontradas na coleção principal da SCOPUS, sendo 23.081 artigos sobre o tema. Foram catalogados para análise os trabalhos considerados mais relevantes, os mais recentes e os mais citados. Identificou-se um equilíbrio de publicação de conteúdos entre 2011 e 2014 e a partir de 2015 cresce as referencias relacionadas ao tema.

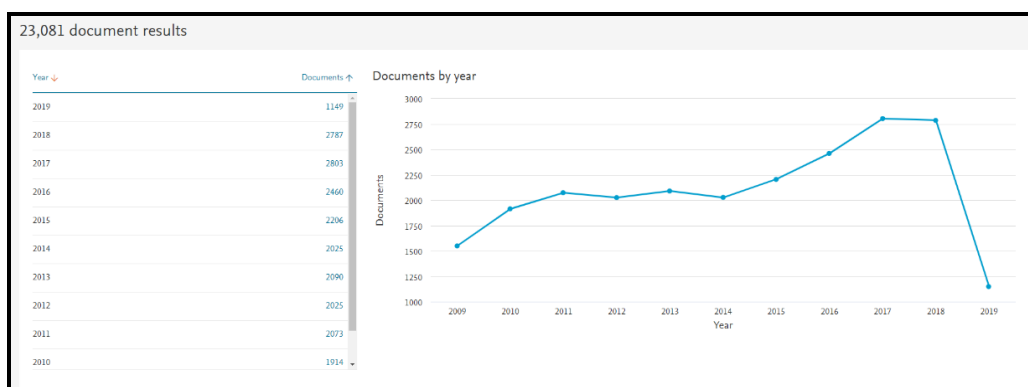


Figura 6: Pesquisa Inovação – Publicações/Citações.
Fonte: Adaptado de SCOPUS (2019).

- *Exploring the dynamics of water innovation: Foundations for water innovation studies* foi considerado a produção mais relevante pela base/coleção. A autoria é de Uta When e Carlos Montalvo e publicado pelo periódico *Journal of Cleaner Production* em

2018. Busca estabelecer as bases para o campo de estudos de inovação em água. As contribuições capturam o entendimento atual da dinâmica da inovação em água e fornecem propostas sobre como esse processo de inovação pode ser fomentado. As palavras-chave dessa produção foram água, inovação, medição de inovação, financiamento da inovação, inovação organizacional, inovação tecnológica, inovação social, inovação de serviço, inovação de produto e inovação aberta.

- *Investigating the preferences of individuals on public transport innovations using the Maximum Difference Scaling method* foi classificado como mais recente pelo termo “Inovação”. Escrito pelos autores *Stelios Tsafarakis, Panagiotis Gkorezis, Dimitrios Nalmpantis, Evangelos Genitsaris, Andreas Andronikidis & Efthymios Altsitsiadis*. Foi publicado pelo periódico *European Transport Research Review* em 2019. O estudo apresenta uma pesquisa com os usuários do Transporte Público, suas necessidades e preferências de mobilidade diversificadas e sobre como atender essas necessidades. As palavras-chave dessa produção foram transporte público, inovação, classes latentes, análise de variância e método de dimensionamento máximo de diferenças.
- O artigo mais citado na base de pesquisa SCOPUS referenciando a palavra empreendedorismo também se destaca nesta mesma base, por citações referenciando a palavra inovação (1.969 apontamentos) foi *Business models, business strategy and innovation* de autoria de *David J. Teece* e publicado pelo periódico *Long Range Planning* em 2010.

A Figura 7 mostra a evolução gráfica de incidências do termo criatividade que foram encontradas na coleção principal da SCOPUS, sendo 3.353 artigos sobre o tema. Foram catalogados para análise os trabalhos considerados mais relevantes, os mais recentes e os mais citados. Identificou-se um crescimento efetivo de publicações a partir de 2009 (com expressividade em 2015).

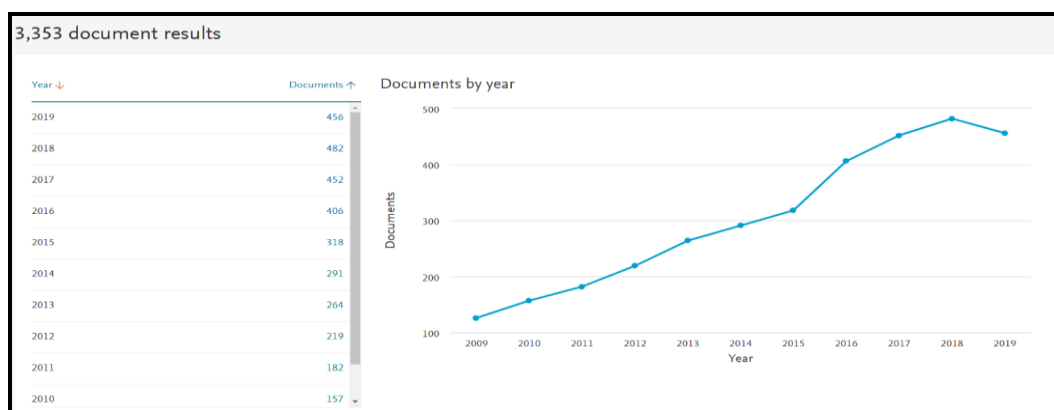


Figura 7: Pesquisa Criatividade – Publicações/Citações.
Fonte: Adaptado de SCOPUS (2019)

- *Creativity, innovation, and sustainability: Insights of entrepreneurs in the handicrafts industry* foi considerado a produção mais relevante pela base/coleção. A autoria é de *Divina M. Edralin, Maria Victoria P. Tibon, Paz Esperanza T. Poblador e Junius W. Yu* e publicado pelo periódico *Journal of Cleaner Production* em 2019. O estudo analisou as ideias de empresários filipinos na indústria de artesanato sobre criatividade e sustentabilidade e como eles se relacionam com a inovação. As palavras-chave dessa

produção foram criatividade, inovação, sustentabilidade, empreendedorismo, indústria artesanal, empreendedor feminino.

- *Identifying the results of smart city development: Findings from systematic literature review* foi classificado como mais recente pelo termo “Inovação”. Escrito pelos autores *Yirang Lim, Jurian Edelenbos e Alberto Gianoli*. Foi publicado pelo periódico *Cities* em 2019. O estudo identifica os resultados do desenvolvimento de cidades inteligentes utilizando o método de revisão sistemática da literatura. As palavras-chave dessa produção foram cidade inteligente, TIC, planejamento urbano, resultado, revisão sistemática da literatura.
- O artigo mais citado na base de pesquisa SCOPUS referenciando a palavra criatividade com (770 apontamentos) foi *A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature* de autoria de *Mary M. Crossan Marina Apaydin* e publicado pelo *Journal of Management Studies* em 2010.

A Figura 8 demonstra a incidência de 243 (duzentos e quarenta e três) artigos publicados, onde são relacionados os assuntos combinados empreendedorismo, inovação e criatividade, sendo aplicada a base SCOPUS de pesquisa para a extração dos dados. Conforme mostrado na Figura 8 de acordo com a base, a publicação de artigos relacionando os conceitos empreendedorismo, inovação e criatividade são crescentes a partir de 2015.

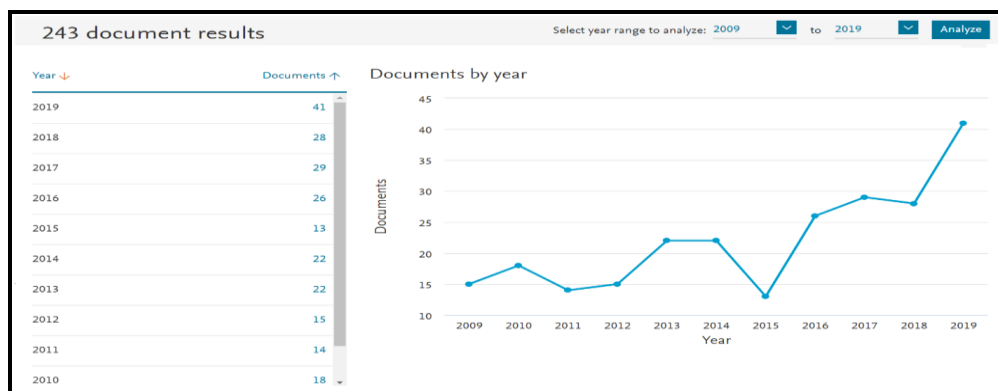


Figura 8: Pesquisa Termos Combinados – Publicações/Citações.
Fonte: Adaptado de SCOPUS (2019)

- *Seeing around corners: How creativity skills in entrepreneurship education influence innovation in business* foi considerado a produção mais relevante pela base/coleção. A autoria é de *Gundry, L.K., Ofstein, L.F., Kickul, J.R.* e publicado pelo periódico *International Journal of Management Education* em 2014. O artigo trata programas e cursos de empreendedorismo que fornecem o contexto e o conteúdo para ajudar os alunos a aprender e aplicar habilidades e comportamentos destinados a criar valor em empresas empreendedoras. As palavras-chave dessa produção foram criatividade, inovação, empreendedorismo e currículo.
- Novamente em destaque, o artigo *Creativity, innovation, and the historicity of entrepreneurship* foi classificado como mais recente. Escrito pelos autores *Ballor, J. J., Claar, V.V.* Foi publicado pelo *Journal of Entrepreneurship and Public Policy* em 2019.

- O artigo mais citado na base de pesquisa SCOPUS referenciando os conceitos com 744 apontamentos, foi *The real-time city? Big data and smart urbanismo* de autoria de *Kitchin, R.* e publicado pelo periódico *Journal of Business Venturing* em 2014. Este artigo enfoca, com base em vários exemplos, como as cidades estão sendo instrumentadas com dispositivos e infraestrutura digitais que produzem 'big data'. Esses dados, argumentam os defensores das cidades inteligentes, permitem a análise em tempo real da vida urbana, novos modos de governança urbana e fornecem a matéria-prima para prever e promulgar cidades mais eficientes, sustentáveis, competitivas, produtivas, abertas e transparentes. As palavras-chave dessa produção foram big data, cidades inteligentes, urbanismo, análise em tempo real, análise de dados, computação ubíqua e governança.

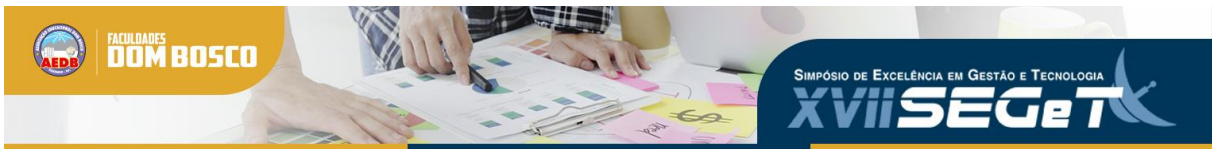
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo objetivou analisar os principais e novos conceitos de empreendedorismo, inovação e criatividade, assim como, utilizar da pesquisa exploratória bibliográfica e documental para fazer uma ligação entre os assuntos e, posteriormente, apresentar resultados de uma pesquisa bibliométrica sobre os três termos considerando as bases *Web of Science* e *Scopus* para a catalogação e análise dos trabalhos mais relevantes, mais recentes e mais citados nessas bases, colaborando então, com a disseminação destes importantes e atuais assuntos para a comunidade acadêmica, empreendedores e demais interessados. Em relação à análise os principais e novos conceitos de empreendedorismo, inovação e criatividade:

- **Empreendedorismo:** é a capacidade de antever-se aos fatos e criar oportunidades de negócios, desenvolver novos produtos e serviços, propor soluções inovadoras; fomento do crescimento econômico; avaliar alternativas e calcular riscos deliberadamente, agir para reduzir os riscos ou controlar os resultados e coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados; encontrar maneiras de fazer as coisas de forma eficiente e eficaz, buscando atingir padrões de excelência; agir diante de obstáculos sem desistir do propósito; inovação; explorar novas ideias com sucesso gerando aumento de faturamento, acesso a novos mercados, aumento das margens de lucro, entre outros benefícios.
- **Criatividade:** acontece diante de um comportamento resultante de características pessoais, habilidades cognitivas e ambientes sociais, tradicionalmente é vista como uma inspiração divina, como uma forma de intuição, é como um composto genético inesgotável e hereditário, não sendo possível educar uma pessoa para a criatividade.

Já com a utilização da pesquisa exploratória bibliográfica e documental para fazer uma ligação entre os assuntos tem se que os termos estão interligados, pois o homem criativo é capaz de perceber as oportunidades mercadológicas, de planejar ações e de aplicá-las de forma empreendedora. Esse homem criativo, ao se perceber em um ambiente de mercado “mutante” volta então a planejar novas ações que inovem o seu produto ou serviço, que intensifique sua relação com o cliente, aumentando seu faturamento e suas margens de lucro.

Quando apresentamos os resultados da pesquisa bibliométrica sobre os três termos considerando as bases *Web of Science* e *Scopus* para a catalogação e análise dos trabalhos (artigos) mais relevantes, mais recentes e mais citados nessas bases percebemos que o termo Inovação vem sendo o mais utilizado na produção de artigos científicos, alcançando no

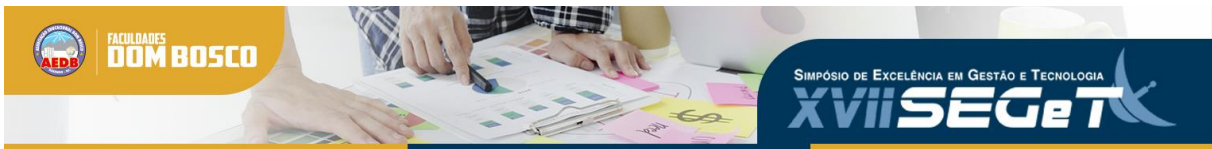


período 25.085 publicações na plataforma *Web of Science* e 23.081 na plataforma *Scopus*, seguido pelo termo Empreendedorismo com 8.835 publicações na plataforma *Web of Science* e 11.599 na plataforma *Scopus* e pelo termo Criatividade, sendo 3.340 publicações na plataforma *Web of Science* e 3.353 na plataforma *Scopus*.

Por fim, com os conceitos absorvidos neste trabalho e, com os resultados bibliométricos apresentados, conclui-se este artigo com a pretensão de cumprir com um dos objetivos propostos, que é colaborar na disseminação destes importantes e atuais assuntos a todos os interessados, seja para a comunidade acadêmica, ou para empreendedores, futuros empreendedores e demais interessados. O empreendedorismo e a inovação somados à criatividade podem ser traduzidos em “sucesso”.

6 REFERÊNCIAS

- BAHIA, S.; NOGUEIRA, S.** Entre a teoria e a prática da criatividade. Lisboa (PT): Relógio d'Água, 2005.
- BENI, M. C.** Política e planejamento de turismo no Brasil. São Paulo (SP): Aleph, 2006.
- CANTILLON, R.** Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general. México: FCE, 1950.
- CARVALHO, E.; SUGANO, J.** Entrepreneurial Orientation and Open Innovation in Brazilian Startups: a multicase study. *Interações*, vol. 17, n. 3, p. 448-462, 2016.
- CHIAVENATO, I.** Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas. 2ª. Ed. São Paulo (SP): Saraiva, 2007.
- CRAMOND, B.** Creativity: An international imperative for society and the individual. Braga (PT): Psiquilíbrios Edições, 2008.
- CRUZ, M. N.** Desenvolvimento Cognitivo em Vygotsky: entre os ideais da matemática e a harmonia da imaginação. *Reunião Anual Anped*, n. 28, p.1-15, 2005.
- DI BENEDETTO, C.** The JPIM thought leadership symposium. *Journal of Product Innovation Management*, vol. 29, n. 3, p. 344-348, 2012.
- DORNELAS, J. C.** Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro (RJ): Elsevier, 2003.
- DORNELAS, J. C.** Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro (RJ): Elsevier/Campus, 2008.
- DRUCKER, P. F.** Inovação e Espírito Empreendedor: prática e princípios. São Paulo, (SP): Cengage, 2016.
- FERREIRA, H.; PUGAS, M.; DA SILVA, N.** Maturidade Organizacional: uma visão dos impactos gerenciais nos processos de inovação organizacional sob a ótica do modelo de ciclo de vida de Adizes. XIX SEMEAD, FEA/USP, nov, 2016.
- FILION, L. J.** O Empreendedorismo Como Tema de Estudos Superiores. Empreendedorismo, Ciência, Técnica e Arte. 1ª Ed. Brasília (DF): CNI. IEL Nacional, 2000.
- GIL, A. C.** Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 7ª. ed. São Paulo (SP): Atlas, 2019.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A.** Empreendedorismo. 9ª. Ed. Porto Alegre (RS): AMGH Editora, 2014.
- LODI, J.** História da Administração. São Paulo (SP): Pioneira, 2003.



LÓPEZ-RUIZ, O. Os Executivos das Transnacionais e o Espírito do Capitalismo: capital humano e empreendedorismo como valores sociais. Rio de Janeiro (RJ): Azougue, 2007.

OLIVEIRA, S.; BARBOSA, E.; REZENDE, I.; SILVA, R.; ALBUQUERQUE, L. Bibliometria em artigos de contabilidade aplicada ao setor público. In: XXV Congresso Brasileiro de Custos. Uberlândia. São Leopoldo: Associação Brasileira de Custos, Vitória (ES), 2018. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/125/125>>. Acesso em: 16/03/2020.

OSTROWER, F. Criatividade: processos de Criação, 9ª. Ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 1993.

PAROLIN, S. R. H. A Perspectiva dos Líderes Diante da Gestão da Criatividade em Empresas da Região Metropolitana de Curitiba (PR). Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul UFRS, Porto Alegre, 2001.

RICHARDSON, R. J. Pesquisa Social: Métodos e Técnicas. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROBERTS, J. M. O Livro de Ouro da História do Mundo: da pré-história à idade contemporânea. Rio de Janeiro (RJ): Ediouro, 2001.

RODRIGUEZ Y RODRIGUEZ, M. O Valor da Inovação. Harvard Business Review. Rio de Janeiro (RJ): Campus/Elsevier, 2005.

ROSSETTI, A.; MORALES, A. O Papel da Tecnologia da Informação na Gestão do Conhecimento. Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia. Ciência da Informação, vol. 36, n. 1, p. 124-135, 2007.

SCHUMPETER, J. Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo (SP): Editora Nova Cultural, 1997.

UTTERBACK, J. M. The process of technological innovation within the firm. Academy of Management Journal, vol. 14, n. 1, p.75-88, 1971.