

ESTRATÉGIAS EMPREENDEDORAS E ESTRATÉGIAS INOVADORAS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA.

Juliana Carvalho de Sousa – Doutoranda em Administração e Docente da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN).
Juli.cs1009@gmail.com

Luiz Antônio Felix Júnior – Doutorando em Administração e docente do Instituto Federal de Alagoas (UFAL).
juniorfelixx@hotmail.com

Wênika Preston Leite Batista da Costa – Doutora em Administração e docente da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). wenykapreston@hotmail.com

Kleber Nóbrega – Docente do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Potiguar (UnP).
klebercnobrega@gmail.com

RESUMO

A presente pesquisa concentrou-se em mapear a produção internacional sobre estratégias empreendedoras e estratégias inovadoras, analisando suas temáticas e possíveis interfaces. Tratando-se de uma pesquisa bibliométrica, realizada na base de dados *Web of Science*, no qual se identificaram 40 registros de publicação nos últimos 10 anos. Por meio da análise dos trabalhos identificados, foram observados conceitos de estratégia empreendedora e modelos, tipos, tendências e lacunas relacionadas à estratégia empreendedora e estratégia inovadora, ressaltando que não foram identificadas interfaces entre o conceito de estratégia empreendedora e inovadora. Destacam-se como resultados algumas tendências de estudo como: inovatividade, internacionalização, empresas familiares, empreendedorismo, estratégias inovadoras, responsabilidade social, inovação ambiental, dentre outros. E lacunas como: investigação da relação entre os atributos TMT e o desenvolvimento de estratégias empreendedoras; verificação da nova escala para melhorar a medição do instrumento entre culturas, tendo como parâmetro o CEAI; a coleta de dados macroeconômicos para desenvolver um modelo de avaliação abrangente para desenvolver estratégias eficazes para sobreviver no mercado atual; inovação ambiental na estratégia global da empresa, dentre outras.

Palavras-Chave: Estratégias empreendedoras. Estratégias inovadoras. Análise bibliométrica.

1 INTRODUÇÃO

No contexto atual, a destreza da organização em se adaptar de forma progressiva ao seu ambiente é aspecto fulcral dentro da gestão estratégica envolvendo deliberações, além de suceder na elaboração e execução de estratégias, com o intuito de alcançar os objetivos organizacionais (TONDOLO; BITENCOURT; TONDOLO, 2011). Tal gestão pode ser conceituada como processo de orientação de operações podendo gerar valor para a sociedade (ASLUND; BACKSTROM, 2017). Em relação à estratégia, tal acepção é definida como

procedimentos que orientam as organizações a fim de atribuir-lhe vantagem competitiva para alcance do desempenho ideal (PRODROMOS, et al., 2011).

Para isso, faz-se necessário que as organizações apresentem características empreendedoras e inovadoras para garantirem espaço neste âmbito (GOMES, 2014). Em sua segunda edição da obra “A Teoria do Desenvolvimento Econômico”, Schumpeter (1982) já associava empreendedorismo com inovação. A figura do empreendedor era tida como um agente econômico capaz de inserir novos produtos no mercado com base em inovações tecnológicas. A partir de então, inovar foi considerada uma estratégia essencial para obtenção de desenvolvimento e crescimento organizacional.

Salienta-se no que diz respeito ao construto da inovação, que envolve interação entre atores, rede, organização e instituições e somente começou a ser trabalhado com maior intensidade a partir dos anos 90 (JANSSEN; MOORS, 2013). Conceitua-se inovação como “algo novo” capaz de fornecer benefícios aos consumidores e a organização. Tal conceito emerge uma ideia que poderá gerar êxito, não podendo ser considerada apenas como a produção de um novo bem. É a partir da inovação que se pode gerar um desenvolvimento sustentável e um elemento de diferenciação em relação à concorrência (VELASQUEZ; DALLA SANTA; DIAS, 2016). Desta forma, gestão da inovação surge como uma atividade crucial que corrobora com o crescimento e sobrevivência dos empreendimentos (WANG; JUAN, 2016).

Com base nisso, tem-se alguns tipos de estratégias, como empreendedoras e inovadoras. Conforme Tondolo, Bitencourt e Tondolo (2011), considerando que o empreendedorismo envolve a criação e a estratégia enfoca o mantimento da vantagem competitiva, e ambos os construtos possuem como ponto de interseção a criação de valor, surgem, então, as estratégias empreendedoras. Já estratégias inovadoras são conceituadas como essenciais, a fim de gerar vantagem no que diz respeito aos custos, aumento de receita e flexibilidade (SPEKMAN, DAVIS, 2016). Essas estratégias são resultantes da combinação de métodos de criação de novos produtos e entrega de valor com enfoque tecnológico (NARASIMHAN; KULL, NAHM, 2012).

Alves, Galina e Dobelin (2016), Dagnino et al. (2015) e Yeo et al. (2015), abordaram em seus estudos uma análise bibliométrica acerca das estratégias conceituais em volta da inovação. No que diz respeito a estudos bibliométricos que envolvem estratégias empreendedoras, tem-se estudiosos como Brancher, Oliveira e Roncon (2012) que desenvolveram uma meta-análise nos artigos publicados no EnANPAD entre 2004 e 2008 acerca do tema. Pode-se destacar também o estudo realizado por Ávila et al. (2014) enfocando estudos bibliométricos na base de dados *Web of Science* acerca do empreendedorismo e do empreendedorismo social no período de 2002 a 2011. Desta forma, a lacuna desta pesquisa se concentra na exploração bibliométrica da temática, estratégias empreendedoras e estratégias inovadoras nos últimos dez anos, envolvendo a base de dados *Web of Science*.

A partir de então, manifesta-se a seguinte questão de pesquisa: o que existe na literatura sobre estratégias empreendedoras, estratégias inovadoras, suas possíveis interfaces, englobando conceitos, evolução, lacunas e tendências?

Desta forma, o objetivo deste estudo concentrou-se em mapear a produção internacional sobre o tema “estratégias empreendedoras e estratégias inovadoras”, analisando suas temáticas e possíveis interfaces.

Esta análise bibliométrica contribui para conceituação da temática, a observação do avanço dos estudos desenvolvidos na área, auxiliando na compreensão, bem como na

identificação de lacunas e tendências, trazendo luz sobre novas temáticas emergentes no que se refere ao assunto analisado.

2 METODOLOGIA

Buscando o alcance do objetivo pretendido na investigação, realizou-se um estudo bibliométrico. A base de dados escolhida para o desenvolvimento do estudo foi *ISI Web of Science* (WoS), considerada fonte indexadora multidisciplinar que reúne periódicos reconhecidos (OLIVEIRA; RODRIGUES; MATIAS, 2017; CERETTA; REIS; ROCHA, 2016). Quanto aos procedimentos para coleta de dados, foi usado o período de busca de 2008 a 2018, totalizando 10 anos completos e 5 meses (considerando o ano de 2018 ainda em curso).

Como critério de busca, foram adotadas as seguintes palavras-chave: “*innovative* strategy**”, “*strategy* of innovation*”, “*entrepreneurial* strategy**”, “*entrepreneurial* and innovative* strategy**”. Foram utilizadas a simbologia do asterisco (*) para envolver possibilidades de plural nas palavras e as aspas (") para ter exatidão na pesquisa. Destaca-se que na palavra-chave “*entrepreneurial* and innovative* strategy**”, não foi localizado nenhum artigo, podendo inferir que nessa base de pesquisa não existe a interfaces desses temas.

A identificação da amostra foi realizada a partir da busca destes termos no título dos artigos, resumos e palavras-chave.

Feita a busca, aplicou-se os seguintes filtros: tipo de documento, dentre os quais foram selecionados *article* e *review*, excluindo as demais categorias; escolha das áreas de estudo “*Business*”, “*Management*”, e “*Business finance*”. A justificativa para escolha de tais áreas foi a proximidade com o campo científico da administração. E após estes, refinou-se o filtro de idioma, incluindo somente artigos escritos em língua inglesa, conforme visto na tabela 1.

Tabela 1 - Procedimentos adotados, por palavra-chave, para refinamento da amostra de pesquisa.

Filtros	“ <i>innovative* strategy*</i> ”	“ <i>strategy* of innovation</i> ”	“ <i>entrepreneurial* strategy*</i> ”	“ <i>entrepreneurial* and innovative* strategy*</i> ”	Total
Palavras-chave	892	29	63	0	984
Tipos de trabalho: Article e review	705	5	47	0	757
Áreas: Business, Management, e Business finance	17	3	23	0	43
Idioma (inglês)	14	3	23	0	40

Fonte: pesquisa (2018).

Destaca-se que outras áreas do conhecimento foram identificadas ao longo da pesquisa, como: *enginnering eletrical eletronic* (58); *materials science multidisciplinary* (57); *chemistry multidisciplinary* (56); *biochemistry molecular biology* (44); *nanoscience nanotchnology* (42), dentre outras. Contudo, estas áreas não foram consideradas, pois o recorte do artigo se concentrou apenas no campo da administração.

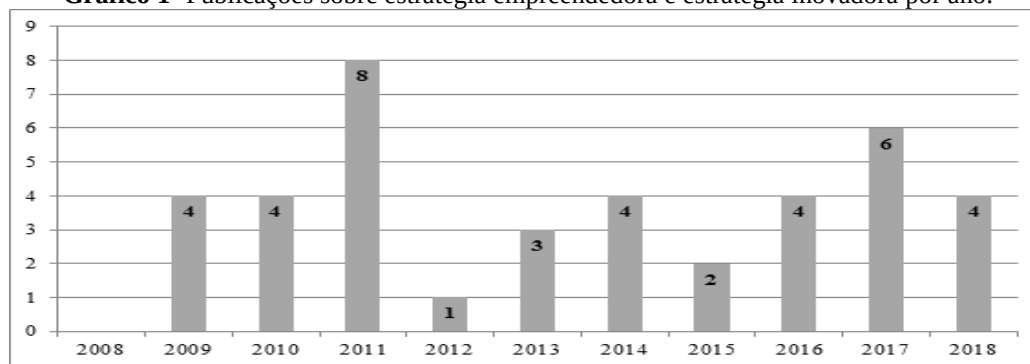
Destarte, foram identificados 40 trabalhos, e a partir de então se procedeu a análise bibliométrica destes, e em seguida, realizou-se análise além da bibliometria em 20 artigos, que trabalharam a temática de forma consistente.

Faz-se importante destacar que neste estudo foi utilizado o *SoftwareVOSviewer* com o objetivo de identificação de *clusters* que demonstram a tendência das pesquisas relacionadas a estratégia empreendedora e estratégia inovadora.

3 RESULTADOS BIBLIOMÉTRICOS

A primeira observação da análise bibliométrica refere-se à quantidade de publicações por ano, conforme Gráfico 1.

Gráfico 1- Publicações sobre estratégia empreendedora e estratégia inovadora por ano.



Fonte: pesquisa (2018).

Salienta-se que em 2008 não houve nenhuma publicação e 2012 apresenta apenas uma publicação referente ao efeito da arquitetura pré-empresendedorismo em resultados organizacionais (URBAN, 2012). Os demais períodos obedeceram a uma média constante de quatro publicações. Em seguida, evidencia-se o *top 10* da quantidade de publicações de artigos por país.

Neste quesito, os países que obtiveram maior percentual foram Estados Unidos (17%) e Inglaterra (11,5%), os demais não apresentaram destaque. Esses percentuais podem ser explicados, tendo em vista que ambos os países são considerados referência no tocante a inovação e empreendedorismo. Com relação à inovação, de acordo com o relatório do *Global Innovation Index* (2017), elaborado pela Universidade Cornell, Escola de Negócios Insead e pela Organização Mundial de Propriedade Intelectual, Estados Unidos e Reino Unido, ocupam o *ranking* na posição de quarto e quinto lugar respectivamente, dos países mais inovadores do mundo. Neste caso, o Reino Unido corresponde à Inglaterra, sendo esta, uma das nações que o constitui. Em relação ao empreendedorismo, destaca-se que Estados Unidos foi líder do *Ranking Global Entrepreneurship Index* (2017), e Reino Unido ocupou a posição de quarto lugar. Este estudo foi promovido pela organização *The Global Entrepreneurship and Development Institute*.

Realizou-se a análise do *top 10* das publicações mais citadas. Conforme observa-se neste *ranking*, a publicação com maior número de citações foi o estudo de Steffens, Davidsson e Fitzsimmons (2009).

A pesquisa com maior frequência de citações aborda estratégias de crescimento e lucratividade na dinâmica de empresas jovens *versus* empresas antigas. Os resultados

encontrados identificaram informações relevantes, dentre estas, que empresas jovens adotam com maior frequência estratégias de crescimento e de desempenho financeiro (STEFFENS; DAVIDSSON; FITZSIMMONS, 2009). O tema possibilita desenvolvimento de pesquisas que visem entender quais são e como ocorrem as estratégias de crescimento e a suposição de que o crescimento reflete inequivocamente no bom desempenho da empresa.

Dessa forma, pode-se inferir que um dos motivos para o artigo de Steffens, Davidsson e Fitzsimmons (2009) ser o mais citado, é pelo fato do modelo teórico desenvolvido subsidiar futuras pesquisas acerca da capacidade financeira e flexibilidade, capacidade de descoberta de estratégias, contribuindo substancialmente para o domínio do empreendedorismo estratégico.

No que diz respeito às colaborações de coautorias, ressalta-se que estas podem representar interações entre a comunidade acadêmica, o que não é o caso das publicações com apenas um autor (22,5%) e de publicações com autores da mesma instituição (32,5%).

Destarte, observa-se que há trabalhos com duas ou mais instituições distintas, representando uma rede de colaboração interinstitucional rica, justificada pelo volume de conexões (45%), observando o total de publicações que possuem entre 2 e 4 autores de instituições diferentes.

Realizou uma análise das 10 palavras-chave com maior representatividade. Estes resultados evidenciam a efetividade do processo de mapeamento dos temas através da análise de palavras-chave mais citadas. Identificou-se um total de 46 palavras-chave, consideradas deste total apenas as mencionadas no mínimo duas vezes. Logo, as palavras elencadas no *top 10* representam 21% do total de palavras listadas nos artigos analisados, concluindo que há muitas palavras-chave dessemelhantes nos arquivos investigados, representando particularidade e especificidade de estudo.

A palavra “*innovation*” lidera o *ranking*, o que pode significar que artigos advindos de *outputs* da palavra-chave ‘estratégias empreendedoras’, poderão estar ligados ao fator inovação. A segunda palavra-chave mais representativa é “*entrepreneurial strategy*”, fato este já esperado, já que a mesma foi utilizada como principal termo de busca.

No geral, pode-se inferir que estas palavras evidenciam o envolvimento da temática que circundam o tema da pesquisa. A aparição das palavras “*market*” e “*growth*” estão intrinsecamente ligadas ao contexto da temática do estudo, uma vez que estratégias inovadoras e empreendedoras envolvem o mercado e suscitam o crescimento organizacional. Ademais, destaca-se “*sustainability*” e “*corporate social responsibility (CSR)*”, o que indica que estes são temas emergentes, possuindo interface com os objetos em questão.

4 PARA ALÉM DA BIBLIOMETRIA

Foram analisados neste item os 40 artigos abordados na análise bibliométrica, sendo esta análise dividida em duas etapas.

4.1 PESQUISAS NÃO DIRECIONADAS A ESTRATÉGIA EMPREENDEDORA E ESTRATÉGIA INOVADORA

Dos 40 trabalhos identificados sobre a temática de pesquisa, 20 não apresentaram análise profunda, ou seja, abordaram a temática estratégia empreendedora e estratégia inovadora de forma superficial. Desta forma, os termos eram citados de maneira não integrada,

ou seja, em partes isoladas do texto, sem conexão com o objeto de análise do artigo, de maneira central ou coadjuvante.

Por meio da leitura dos trabalhos relacionados à estratégia empreendedora (13), os motivos que levam estes a exclusão foram:

- Algumas práticas são apresentadas nos trabalhos de Monsted e Hansson (2010), Arora e Nandkumar (2011), Kuratko, Hornsby e Covin (2014) Rokhim, et al. (2017) e estas práticas são definidas como estratégias empreendedoras. Porém, não há aprofundamento sobre referida prática, explicações sobre os motivos que levam a esta afirmação, não é demonstrado embasamento teórico, modelos que compõem sua estrutura;
- Os trabalhos de Arribas, Hernández e Vila (2013), Vorley e Williams (2015), Ching (2016) e Perry-Rivers (2016) abordam o termo “*entrepreneurial strategy*” como estratégia empresarial ou estratégia de negócio, não sendo foco deste estudo;
- Nos estudos de Clarysse, Bruneel e Wright (2011), Feldman (2014), Ott, Eisenhardt e Bingham (2017), Rokhim, et al. (2017) e Saridakis, Lai e Mohammed (2018), o termo é trabalhado de forma isolada e apresentado apenas no título, palavra-chave ou na conclusão da pesquisa, mostrando a forma desconexa da utilização do termo “estratégia empreendedora”.

Já os trabalhos excluídos que estão relacionados à estratégia inovadora (7) tiveram como motivo de exclusão:

- Fomba (2009), Grimaldi et al. (2014) e Kobets e Yatsenko (2018) trazem o termo estratégia inovadora como impulsionador ao desenvolvimento das organizações. Contudo, com afirmações isoladas, não realizando uma análise mais sistemática e profunda no que diz respeito tal tema;
- São apresentadas algumas práticas nos estudos de Okada et al. (2012) como sendo de estratégias inovadoras. Porém, o texto não detalha a temática estratégia inovadora, apenas a cita em algumas seções do artigo de forma isolada, não havendo aprofundando;
- Nos estudos de Tipu e Fantazy (2014), Bocquet et al. (2015) e Fang, Schaumburg e Fjellström (2017) o termo é trabalhado apenas uma vez e apresentado em apenas uma das seções do estudo, mostrando a ausência de discussão da temática.

4.2 PESQUISAS DIRECIONADAS A ESTRATÉGIA EMPREENDEDORA E ESTRATÉGIA INOVADORA

De forma inversa à proposta do item 4.1, neste espaço foram abordadas pesquisas relacionadas a estratégia empreendedora e estratégia inovadora. Nesses trabalhos, foram identificados elementos que compõem conceitos, tipos, modelos, tendências e lacunas de estudos futuros, fazendo-se importante destacar que as temáticas que foram objeto deste estudo foram analisadas no texto de forma central ou como método de amparo para uma discussão macro.

4.2.1 CONCEITOS DE ESTRATÉGIA EMPREENDEDORA E DE ESTRATÉGIA INOVADORA

Estratégia pode ser definida como processo para o qual executivos elaboram conjunto de atividades para criar e capturar valor, gerar missões e objetivos, direcionar a implantação ou integração de recursos (LI; LI, 2009; LEE; LIU; 2008, NEWBERT, 2008). Entretanto, para que sejam viabilizados benefícios, é necessário que a gestão articule as estratégias de acordo com esforços empresariais, sem limitações para explorar novas oportunidades de negócios, posicionando-se de forma que sejam identificados os domínios de real interesse para a organização (KELLEY, 2011).

Novos cenários empresariais podem ser traçados através de estratégias empreendedoras e/ou estratégias orientadas para a inovação (ZHANG, 2017). Ressalta-se que, neste tópico, apenas apresenta-se conceitos de estratégia empreendedora, tendo em vista que entre os artigos analisados, não foram obtidas definições sobre estratégia inovadora.

Estratégia empreendedora, de acordo com Steffens, Davidsson e Fitzsimmons (2009), é a busca simultânea de oportunidades e de vantagem competitiva, tornando possível o crescimento da entidade e de sua rentabilidade. Já Li e Li (2009) conceitua estratégia empreendedora como a forma de desenvolvimento de estratégia para a captura de processos, métodos e estilos organizacionais, adotados para o desenvolvimento e implementação das decisões estratégicas.

Sendo assim, entende-se que estratégia empreendedora busca a criação de riqueza por meio de decisões arriscadas, inovação e pró-atividade. Considerando além destes, outros aspectos como: orientação para a aprendizagem, participação e capacitação dos funcionários (WILLIAMS; LEE, 2011).

Estudos elaborados por Lee e Liu (2008) apontam trabalhos como Li *et al.* (2005), Dess, Lumpkin, Covin (1997), Hart (1992) e Miller (1983), aos quais complementam que o desenvolvimento de uma estratégia empreendedora implica em postura ou disposição para inovação de produtos, processos e mercado, comprometimento, pró-atividade, decisões arriscadas e implementação de novas estratégias. Conforme se observa, a criação de estratégia empreendedora engloba um leque de atividades realizadas pelas organizações com o intuito de formular e promulgar missões estratégicas e metas, incluindo análise, planejamento, implementação e decisões, fatores imprescindíveis para implementação desse tipo de estratégia, a qual pode ser uma ferramenta crítica para o sucesso empresarial da organização.

4.2.2 TIPOS DE ESTRATÉGIAS EMPREENDEDORAS E ESTRATÉGIAS INOVADORAS

Com relação aos tipos de estratégia empreendedora foi possível identificar: *offshoring* e a corporativa. No artigo de Roza, Bosch e Volberda (2011) destacou-se a estratégia *offshoring*, essa técnica significa a realocação, deslocalização de processos de negócios de um país para outro, entendida com uma tipologia micro, alocada dentro de estratégia empreendedora. O outro tipo de estratégia abordado por Ireland et al. (2009) e evidenciada por Urban (2012) envolve a estratégia corporativa empreendedora, revelada como uma visão confiável por toda organização, a qual observa o comportamento empreendedor que propositalmente e continuamente rejuvenesce a organização, moldando o escopo de suas operações através do reconhecimento e exploração de oportunidades empreendedoras.

No que tange aos tipos de estratégias inovadoras, são evidenciadas três estratégias. A primeira, estruturada por Huang, Chou e Lee (2010), conceituada como recursos

organizacionais existentes para melhorar a capacidade de inovação, desenvolvida em três fases: estruturação, agrupamento e atividades de alavancagem, com o objetivo de criar valor durante o processo. Em seguida, Peñalver et al. (2017) desenvolveu e comprovou a hipótese de que a implementação de práticas em RSC tem uma influência significativa e positiva na estratégia de inovação.

E por fim, tem-se a inserção de práticas de inovação ambiental trazida por De Marchi e Grandinetti (2013) que elencou características para identificação de empresas inovadoras verdes, sendo elas: (I) possuir uma estratégia de conhecimento diferente das outras empresas inovadoras, (II) realizar investimento em P&D de forma contínua, (III) realizar mais capacitação aos seus funcionários com o objetivo de melhoria de produtos ou serviços ofertados, (IV) possuir uma maior valorização de empresas externas como fonte de conhecimento sobre inovação, e (V) possuir uma rede mais ampla de parceiros e realizar mais cooperação entre parceiros.

Dessa forma, tendo em vista que apenas quatro artigos apresentaram tipologias, pode-se inferir que estes não apresentavam como foco de pesquisa os tipos de estratégias empreendedoras e estratégias inovadoras.

4.2.3 MODELOS EMPÍRICOS ENVOLVENDO ESTRATÉGIAS EMPREENDEDORAS E ESTRATÉGIAS INOVADORAS

Neste tópico, apresentam-se os modelos empíricos envolvendo estratégias empreendedoras e estratégias inovadoras evidenciados nos trabalhos analisados por essa pesquisa. Foram identificados sete modelos, sendo quatro referentes a estratégias empreendedoras e os demais referente a estratégias inovadoras, evidenciados adiante.

O primeiro modelo identificado na análise desta pesquisa direcionado à estratégia empreendedora foi desenvolvido por Kelley (2011) destinado a organizações com baixas ou inadequadas capacidades empreendedoras.

O modelo foi projetado para ajudar a construir e sustentar capacidades empreendedoras, de forma que a empresa tenha avanços no mercado empresarial. Sendo assim, salienta-se que a organização convencional muda internamente e externamente conectando-se com os processos empreendedores, estratégias empreendedoras e estrutura empreendedoras. Neste modelo, os gerentes podem construir estratégias, de acordo com contextos estruturais e processuais de cada instituição, possibilitando que haja aperfeiçoamentos e adaptações, no caso de evoluções e mudanças no ambiente organizacional.

Em seguida, destaca-se o modelo desenvolvido por Su et al. (2011), que elencam nove aspectos a serem observados para determinação de uma estratégia empreendedora. Sendo estes: ênfase muito forte em P&D, liderança e inovações; alterações nas linhas de produtos (tipos/número de produtos); valorizar soluções criativas, ao invés de convencionais para resolução de problemas; incentivo ao desenvolvimento de estratégias de marketing inovadoras; introdução de novos produtos/serviços, técnicas, e tecnologias; acreditar que mudanças possibilitam novas oportunidades de mercado; incentivo para projetos de alto risco (com chances de retorno muito alto) e desenvolvimento de atos relacionados à natureza e ao meio ambiente. Na percepção dos autores estes aspectos devem ser observados na adoção de uma estratégia empreendedora.

Já o estudo de Wyk e Adonisi (2011) realizou a aplicação em uma amostra de empresas sul-africana de um instrumento de Avaliação de Empreendedorismo Corporativo

(CEAI) desenvolvido nos Estados Unidos por Hornsby, Kuratko e Zahra (2002). Esse instrumento avalia a implementação de uma estratégia empreendedora corporativa, estruturado.

No entendimento deste modelo, estes elementos devem ser tomados como base para desenvolvimento de um ambiente propício ao surgimento de estratégias empreendedoras. Conforme Hornsby, Kuratko e Zahra (2002) este estudo indica cinco fatores organizacionais estáveis (suporte à gestão, discricção/autonomia do trabalho, recompensa/reforço, disponibilidade de tempo e limites organizacionais) que devem ser reconhecidos na promoção dos elementos organizacionais internos que influenciam os gerentes a promover a atividade empreendedora. Os resultados do estudo de Wyk e Adonisi (2011) por meio da aplicação desse instrumento identificaram oito fatores ao invés de cinco, concluindo assim que a cultura da localidade influencia no processo de implementação de processo empreendedor. Os novos fatores foram: discricção, suporte de gerenciamento e aceitação de risco, recompensa/reforço, iniciativas inovadoras, suporte financeiro, disponibilidade de tempo, limites organizacionais e tempo inadequado.

A pesquisa de Lee e Liu (2018) propõe a criação de um modelo de negócio em que a racionalidade dos gestores pode captar oportunidades de mercado e aperfeiçoar fatores críticos presente na organização com o intuito de formar vantagem competitiva. Neste modelo, a estratégia empreendedora é vista como força moderada entre capacidade gerencial e vantagem competitiva, sendo assim, a estratégia empreendedora está fortemente relacionada com o comportamento gerencial e na formação de estratégias ligadas à competitividade da organização.

Em relação aos modelos empíricos envolvendo estratégias inovadoras, tem-se o modelo proposto Hsieh e Kung (2011), os quais realizaram uma pesquisa que emprega a Teoria Cognitiva Social (TE) e a Teoria Difusa (TF) com a Metodologia de Critérios de Tomada de Decisões (MCDM) a fim de avaliar as relações hierárquicas sob a luz de estratégias inovadoras que envolvem o efeito dominó da revolução trabalhista.

O ponto central da pesquisa consiste em selecionar a melhor estratégia inovadora com base no MCDM. As estratégias inovadoras foram relacionadas com base na área de recursos humanos, e nas relações hierárquicas, e estas tiveram de adaptar-se a cada critério avaliável mediante desempenho dos pares.

Em seguida, foi observado o modelo de Peñalver, Conesa e Nieto (2017) que testa as seguintes hipóteses: a implementação de práticas de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) têm uma influência significativa e positiva na estratégia de inovação; a RSC tem uma influência positiva na cooperação de empresas do agronegócio; a cooperação influencia positivamente na inovação do agronegócio, a inovação no agronegócio influencia positivamente no desempenho econômico das empresas e a cooperação no agronegócio influencia positivamente no desempenho econômico das empresas.

Os resultados após aplicação deste modelo indicam que todas as hipóteses são aceitas, conforme modelo apresentado. Salienta-se que a principal hipótese do estudo é a abordagem entre RSC como estratégia de inovação.

Por fim, Jarrar e Smith (2014) verificaram a importância da inovação para empresas que seguem estratégias de orientação empreendedora, em especial na implementação de ferramentas gerenciais. A proposta do modelo desenvolvido nesta pesquisa seguiu baseado nas hipóteses: inovação proporciona significância ao uso do orçamento participativo em organizações de estratégias empreendedoras (H1a), inovação proporciona significância ao uso

do BSC (*balanced score card*) nas organizações de estratégias empreendedoras (H1b), inovação proporciona significância ao uso do BSC (*balanced score card*) nas organizações de estratégias empreendedoras (H1c), inovação proporciona significância ao uso de TQM (qualidade total da gestão) em organizações de estratégias empreendedoras (H1d), inovação proporciona significância ao uso de JIT (*just in time*) em organizações de estratégias empreendedoras (H1e) e inovação facilita a melhoria de desempenho em organizações com estratégias empreendedoras (H2).

Diante deste modelo proposto, verifica-se que apenas a variável ABC não demonstrou significância, o que, segundo os autores, pode estar associado à flexibilidade da apuração dos custos. Destaca-se que este modelo representa a importância da inovação nas empresas de estratégias de orientação empreendedora.

4.2.5 TENDÊNCIAS DE ESTUDOS SOBRE ESTRATÉGIAS EMPREENDEDORAS E ESTRATÉGIAS INOVADORAS

As tendências de pesquisa apresentadas nos trabalhos analisados utilizaram o VOSviewer para a identificação de *clusters* que são grupos de palavras que mais se apresentaram juntos nos títulos e resumos, ou seja, elementos que de alguma forma possuem ligação, direta ou indireta.

Foram identificados 4 *clusters*, com o total de 20 termos, 136 *links* ou elementos de ocorrência de ligação, distribuídos conforme o Quadro 2 e por meio do mapa de *clusters* na Figura 8.

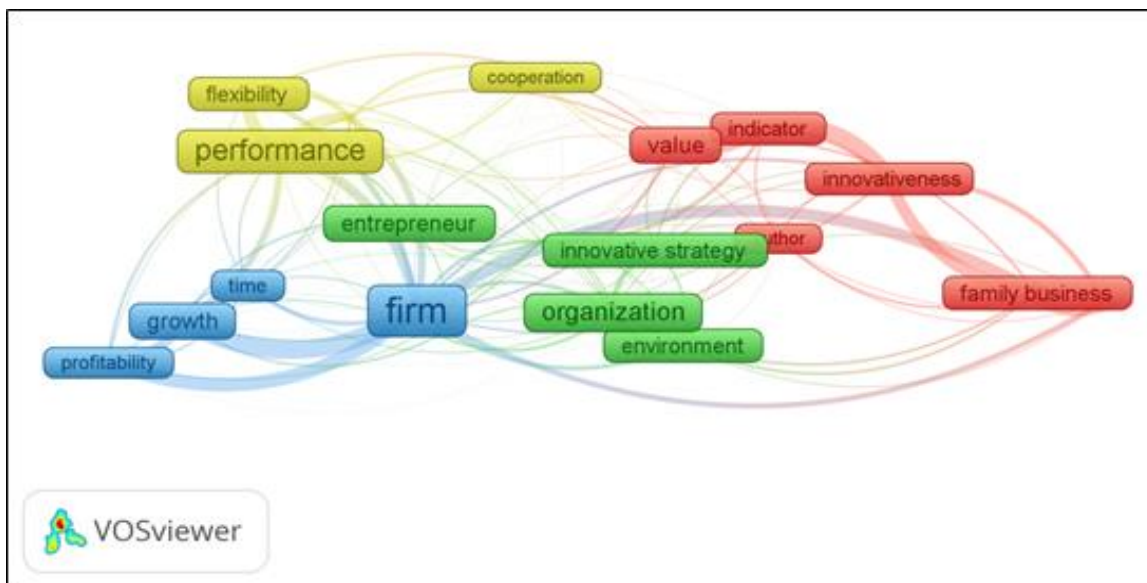
Quadro 2 - relação de *clusters*.

Cluster 1 (6 itens)	Cluster 2 (6 itens)	Cluster 3 (4 itens)	Cluster 4 (4 itens)
Author	Article	Firm	Coorporation
Family Business	Entrepreneur	Growth	Flexibility
Indicador	Entrepreneurship	Profitability	Perfomance
Innovativeness	Environment	Time	Relationship
Internationalization	Innovative Strategy		
Value	Organization		

Fonte: VOSviewer® (2018).

Merecem atenção os *clusters* 1 e 2, por evidenciarem com maior ênfase os termos correlacionados à temática desta pesquisa, como, “*innovativeness*”, “*entrepreneur*”, “*entrepreneurship*” e “*innovative strategy*”.

Figura 8 - Mapa dos *clusters* evidenciando a ocorrência de termos dentro dos títulos e resumos.



Fonte: VOSviewer® (2018).

O *cluster* 1, representado pela cor vermelha, destaca os termos inovatividade (*innovativeness*), internacionalização (*internationalization*) e o termo empresas familiares (*Family business*) retratando que algum estudo analisado trabalha nestas perspectivas. O artigo que trata das empresas familiares é o estudo realizado por Singh e Kota (2017) que aborda uma estrutura de dependência de recursos para inovação e internacionalização de empresas familiares da Índia, observando a sobrevivência dessas empresas e sua capacidade de desenvolver estratégias inovadoras como vantagem competitiva, identificando que empresas familiares são mais inovadoras e internacionalizadas se comparadas com empresas não familiares. Outro destaque se dá para as empresas familiares mais jovens, essas tendem a ser ainda mais inovadoras. Este estudo trabalhou com a teoria baseada em recursos e a teoria de vantagens de aprendizagem de novidade.

O *cluster* 2, representado pela cor verde traz termos como empreendedorismo e estratégias inovadoras, indicando conexão entre esses dois itens. Esta análise também evidencia a terminologia meio ambiente, fazendo menção aos estudos relacionados à responsabilidade social das organizações.

Os estudos que trouxeram essa tendência de pesquisa foram: Song, Augustine e Yang (2016) destacando que no setor de garimpagem, a adoção de uma estratégia inovadora ambiental em novos empreendimentos de pequeno porte pode auxiliar a responder incertezas existentes no mercado empresarial, consequentemente melhorando o desempenho da entidade. Na perspectiva da inovação ambiental, De Marchi e Grandinetti (2013) trouxeram uma pesquisa sobre estratégias de conhecimento relacionadas à inovação ambiental, como sendo a capacidade de introduzir práticas de inovações ambientais como estratégia inovadora. Já Peñalver et al. (2017) abordou a responsabilidade social, trazendo na hipótese do seu estudo a relação entre responsabilidade social corporativa (RSC) e estratégia de inovação. Os autores ainda defendem que estudos sobre inovação e sua associação com medidas de RSC estão se tornando cada vez mais comuns.

Outra tendência de estudo identificada ao longo das análises mesmo não sendo apresentado na análise de cluster foi o trabalho de Li e Li (2009), o qual examinou condições

sob as quais o conflito cognitivo e afetivo da alta administração estão associados à elaboração de estratégia empreendedora, havendo assim a relação entre a alta administração, estratégias e o desempenho organizacional, e sendo considerado como uma tendência, segundo o autor.

4.2.6. LACUNAS PARA ESTUDOS FUTUROS SOBRE ESTRATÉGIAS EMPREENDEDORAS E ESTRATÉGIAS INOVADORAS

As lacunas dos estudos trazem recortes para o desenvolvimento de trabalhos futuros, ou seja, apresentam-se algumas perspectivas para a continuidade de estudos que envolvam estratégias empreendedoras e estratégias inovadoras.

A pesquisa de Li e Li (2009) direciona para o desenvolvimento de estudos que investiguem a relação dinâmica entre os atributos TMT e o desenvolvimento de estratégias empreendedoras, utilizando dados longitudinais, pelo fato de seu estudo ter abordado um curto espaço de tempo. Outro destaque feito pelos autores é a necessidade de estudos que explorem as influências culturais na dinâmica da equipe de gerenciamento e como essas influências podem estar ligadas à relação de estratégia da equipe.

Wyk e Adonisi (2011) desenvolveram um estudo no Sul da África aplicando o Instrumento de Avaliação de Empreendedorismo Corporativo (CEAI) desenvolvido por Hornsby, Kuratko e Zahra (2002), que conta com cinco fatores, contudo, na aplicação do estudo em referência, foram identificados oito fatores, o que aponta um incentivo para melhorar a medição do instrumento entre culturas, ou seja, o trabalho aponta para a necessidade de verificação da nova escala identificada e consequentemente a exploração entre culturas diferentes.

A pesquisa de Hsieh e Kung (2011) determina como lacuna para continuidade de estudos a coleta de dados macroeconômicos empíricos para criar um modelo de avaliação abrangente a fim de desenvolver estratégias eficazes para sobreviver no mercado atual.

A temática trazida por Urban (2012) é a da estratégia de empreendedorismo corporativo, conforme o autor poucos estudos foram realizados anteriormente utilizando este tipo de estratégia em PMEs. O autor ainda afirma que continuar a questionar sobre as estratégias de empreendedorismo corporativo em um contexto de país emergente também é justificável como lacuna de pesquisa, pois só assim pequenos empresários poderão entender como os recursos e as estruturas internas contribuem para os resultados.

No trabalho de De Marchi e Grandinetti (2013) foi identificada tendência de estudo, por meio da análise de *cluster*, porém, esta também pode ser tratada como uma lacuna de pesquisas futuras, pois segundo os autores, poucos estudos abordam inovação ambiental na estratégia global da empresa, tratando-a apenas como simples necessidade de cumprir regulação existente. Portanto, a pesquisa mostra a necessidade da continuidade dos estudos nesta área.

Mikolayovich (2015) defende como lacuna que pesquisas adicionais sejam realizadas a fim de investigar o controle inovador dos processos responsáveis pelo estágio inovador e pelo ciclo de vida dos novos produtos.

5 CONCLUSÕES

Por meio da análise dos trabalhos identificados, foram observados conceitos, modelos, tipos, tendências e lacunas relacionados a estratégia empreendedora e estratégia inovadora.

Ressaltando que não foram identificadas interfaces entre o conceito de estratégia empreendedora e inovadora.

Acerca dos conceitos envoltos do construto ‘estratégia empreendedora’, alguns trabalhos se destacaram, como: Steffens, Davidsson e Fitzsimmons (2009), Li e Li (2009), Williams; Lee (2001), Lee e Liu (2008) e Newbert (2008). Em suma, estratégia empreendedora pode ser entendida como um conjunto de atividades capaz de criar e capturar valor, direcionamento, rentabilidade, gerando missões e objetivos, a fim de formar vantagem competitiva, usual para desenvolver e implementar decisões de cunho estratégico. Destaca-se ainda que não foram evocados conceitos acerca de estratégias inovadora.

No que diz respeito às tipologias de estratégias empreendedoras identificou duas: *offshoring* (ROZA; BOSCH; VOLBERDA, 2011) e corporativa (URBAN, 2012). Relativo à estratégia inovadora, foram evidenciadas três tipos de estratégias: a primeira conceituada como recursos organizacionais existentes para melhorar a capacidade de inovação com o objetivo de criar valor durante o processo (HUAN; CHOU; LEE, 2010). A segunda evidencia a suposição da implementação de práticas em RSC ter influência significativa e positiva na estratégia de inovação (PEÑALVER et al., 2017). E por fim, tem-se a estratégia inovadora com base em inovação ambiental, apontando características para identificação de empresas inovadoras verdes (MARCHI; GRANDINETTI, 2013).

Foram identificados sete modelos, sendo quatro referentes a estratégias empreendedoras, descritos: o primeiro é direcionado para organizações com baixa ou inadequada capacidade empreendedora (KELLEY, 2011); modelo de Hornsby, Kuratko e Zahra (2002) que indica cinco fatores estáveis que devem ser reconhecidos no processo de promoção de elementos organizacionais internos; o instrumento de Wyk e Adonisi (2011) identifica oito fatores que influenciam o processo empreendedor, concluindo que a cultura intervém no empreendedorismo; e por fim tem-se o modelo de Su et al. (2011) que elencaram nove aspectos a serem observados na determinação de uma EE, como: P&D, marketing, liderança e inovação, dentre outros.

No que tange aos modelos que envolvem EI, tem-se o de Hsieh e Kung (2011) que emprega a Teoria Cognitiva Social (TE) e a Teoria Difusa (TF) com o Metodologia de Critérios de Tomada de Decisões (MCDM) a fim de avaliar as relações hierárquicas sob a luz de estratégias inovadoras. Em seguida, foi observado o modelo de Peñalver, Conesa e Nieto (2017) que testa hipóteses relativas à Responsabilidade Social Corporativa (RSC), correlacionadas com inovação. Além destes, tem-se a pesquisa de Lee e Liu (2018) propondo a criação de um modelo de negócio em que a racionalidade dos gestores pode captar oportunidades de mercado e aperfeiçoar fatores críticos na organização com o intuito de formar vantagem competitiva. E por fim, o modelo empírico de Jarrar e Smith (2014) verifica a importância da inovação para empresas que seguem estratégias de orientação empreendedora, em especial na implementação de ferramentas gerenciais.

Em análise das tendências, identificaram-se temas como: inovatividade, internacionalização, empresas familiares, empreendedorismo, estratégias inovadoras e conexões entre eles, responsabilidade social e inovação ambiental.

E no que diz respeito às lacunas, constatou-se: desenvolvimento de estudos que busquem investigar a relação dinâmica entre os atributos TMT e o desenvolvimento de estratégias empreendedoras, utilizando dados longitudinais; necessidade de verificação da nova escala para melhorar a medição do instrumento entre culturas, tendo como parâmetro o Instrumento de Avaliação de Empreendedorismo Corporativo (CEAI); a coleta de dados

macroeconômicos empíricos para desenvolver um modelo de avaliação abrangente a fim de desenvolver estratégias eficazes para sobreviver no mercado atual; abordagem da inovação ambiental na estratégia global da empresa apenas como a simples necessidade de cumprir regulação existente, dentre outras.

Como limitações, salienta-se o recorte temporal que se concentrou nos 10 últimos anos, fato este que implica na não generalização dos resultados encontrados. Desta forma, sugere-se que estudos futuros envolvam temáticas para além dos 10 anos, possibilitando a execução de análise de percursos metodológicos e teóricos de forma mais completa. Além disso, recomenda-se que pesquisas vindouras realizem a investigação empírica dos resultados alcançados neste estudo bibliométrico.

REFERÊNCIAS

ALVES, M. F. R.; GALINA, S. V. R.; DOBELIN, S. Literature on organizational innovation: past and future. **Innovation & Management Review**, p. 2515-896, 2016.

ARORA, A.; NANDKUMAR, A. Cash-Out or Flameout! Opportunity Cost and Entrepreneurial Strategy: Theory, and Evidence from the Information Security Industry. **Management Science**, v. 57, ed. 10, p. 1844-1860, 2011.

ARRIBAS, I.; HERNÁNDEZ, P.; VILA, J. E. Guanxi, performance and innovation in entrepreneurial service projects. **Management Decision**, v. 51, n. 1, 2013.

ASLUND, A.; BACKTROM, I. Management processes and management's role in customer value creation. **International Journal of Quality and Service Sciences**, v. 9, ed. 2, p. 148-164, 2017.

ÁVILA, L. V. et al. Características das publicações sobre Empreendedorismo (Social) no Web of Science no período 2002-2011. **Administração Pública e Gestão Social**, v. 6, n. 2, p. 88-100, 2014.

BOCQUET, R.; BAS, C. L.; MOTHE, C.; POUSSING, N. CSR, Innovation, and Firm Performance in Sluggish Growth Contexts: A Firm-Level Empirical Analysis. **Journal of Business Ethics**, 2015.

BRANCHER, I. B.; OLIVEIRA, E. M. de.; RONCON, A. Comportamento Empreendedor: Estudo Bibliométrico da Produção Nacional e a Influência de Referencial Teórico Internacional. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais**. v. 7, n. 1, 2012.

CERETTA, G. F; REIS, D. R; ROCHA, A. C. Inovação e modelos de negócio: um estudo bibliométrico da produção científica na base *Web of Science*. **Gest. Prod.** v. 23, n. 2, 2016.

CHING, K. Exaptation dynamics and entrepreneurial performance: evidence from the internet video industry. **Industrial and Corporate Change**, v. 25, n. 1, p. 181-198, 2016.

CLARYSSE, B.; BRUNEEL, J.; WRIGHT, M. Explaining growth paths of young technology-based firms: structuring resource portfolios in diferente competitive environments. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 5, ed. 2, p. 137-15, 2011.

COVIN, J. G.; SLEVIN, D. P. Strategic management of small firms in hostile and benign environments. **Strategic Management Journal**, v. 10, p. 75-87, 1989.

DAGNINO, G. B. et al. Interorganizational network and innovation: a bibliometric study and proposed research agenda. **Journal of Business & Industrial Marketing**, v. 30, Issue: 3/4, p.354-37, 2015.

DE MARCHI, V.; GRANDINETTI, R. Knowledge strategies for environmental innovations: the case of Italian manufacturing firms. **Journal of Knowledge Management**, v. 17, ed. 4, p. 569-582, 2013.

DESS, G. G., LUMPKIN, G. T., COVIN, G. Entrepreneurial strategy making and firm performance: Tests of contingency and configurational models. **Strategic Management Journal**, v. 18, p. 677-695, 1997.

FANG, T.; SCHAUMBURG, J.; FJELLSTRÖM, D. International business negotiations in Brazil. **Journal of Business & Industrial Marketing**, v. 32, n. 4, 2017, p.591-605.

FANTAZY, KA.; KUMAR, V.; KUMAR, U.. An empirical study of the relationships among strategy, flexibility, and performance in the supply chain contexto. **Supply Chain Management-an International Journal**, v. 14, ed. 3, p. 177-188, 2009.

FELDMAN, MP. The character of innovative places: entrepreneurial strategy, economic development, and prosperity. **Small Business Economics**, v.43, ed. 1, p. 9-20, 2014.

FOMBA, E. M. Reinforcing experiential learning with training culture as an innovative governance strategy in informal microfinance institutions. **International Journal of Technology Management**, v. 45, n. 1/2, 2009.

GOMES, A. F. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista-BA. **Revista Alcance**, v. 11, n. 2, p. 207-226, 2004.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP INDEX 2017. **The Global Entrepreneurship and Development Institute, Washington, D.C., USA**. Disponível em: <<http://ois.sebrae.com.br/publicacoes/indice-global-de-empreendedorismo-2017/>>. Acesso em: 23 de mai 2018.

GLOBAL INNOVATION INDEX 2017. **Innovation Nourishing the World, Ithaca, Fontainebleau and Geneva**. Disponível em: < <https://www.globalinnovationindex.org> >. Acesso em: 23 de mai 2018.

GRIMALDI, M. et al. The patent portfolio value analysis: a new framework to leverage patent information for strategic technology planning. **Technological Forecasting & Social Change**. v. 94, v. 1, p. 286-302, 2014.

HART, S. L. An integrative framework for strategy making processes. **Academy of Management Review**, v. 17, p. 327-351, 1992.

HORNSBY, J. S.; KURATKO, D. F.; ZAHRA, S. A. Middle managers' perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: assessing a measurement scale. **Journal of Business Venturing**, v. 17, p. 253-273, 2002.

HSIEH, M. Y.; KUNG, C. Y. Has low-paid advantage of Chinese factory disappeared after the explosion of labor revolution? **African Journal of Business Management**, v. 5, ed. 7, p. 2723-2733, 2011.

- HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; CAMP, S. M.; SEXTON, D. L. **Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset**. Oxford, UK: Blackwell Publishing, 2002.
- HUANG, J. Y.; CHOU, T. C.; LEE, G. G. Imitative innovation strategies Understanding resource management of competent followers. **Management Decision**, v. 48, ed. 5, p. 952 - 975, 2010.
- IRELAND, R. D.; WEBB, J. W. Strategic entrepreneurship: creating competitive advantage through streams of innovation, **Business Horizons**, ed. 50, p. 49–59, 2007.
- JARRAR, N. S.; SMITH, M. Innovation in entrepreneurial organisations: a platform for contemporary management change and a value creator. **The British Accounting Review**, v. 46, p. 60-76, 2014.
- JASSEN, M.; MOORS, E. H.M. Caring for healthcare entrepreneurs — Towards successful entrepreneurial strategies for sustainable innovations in Dutch healthcare. **Technological Forecasting & Social Change**, v. 80, p. 1360–1374, 2013.
- KELLEY, D. Sustainable corporate entrepreneurship: Evolving and connecting with the organization. **Business Horizons**, v. 54, ed. 1, p. 73-83, 2011.
- KOBETS, V.; YATSENKO, V. What can economic experiments discover about evolutionary effectiveness of supermarket strategies? **Marketing and Management of Innovations**, ed. 1, p. 152-168, 2018.
- KURATKO, D. F.; HORNSBY, J. S.; COVIN, J. G. Diagnosing a firm's internal environment for corporate entrepreneurship. **Business Horizons**, v.57, p. 37-47, 2014.
- LEE, T; LIU, H. M. How do Firms with Management Ability Promote Competitive Advantages? An Integrated Model from Entrepreneurial Strategy Making and Internal Resources. **Entrepreneurship Research Journal**, v. 8, ed. 2, 2018.
- LI, H. Y.; LI, J. Top management team conflict and entrepreneurial strategy making in China. **Asia Pacific Journal of Management**, v. 26, ed. 2, p. 263-283, 2009.
- LI, H., ZHANG, Y., CHAN, T. Entrepreneurial strategy making and performance in China's new technology ventures: The contingency effect of environments and firm competences. **Journal of High Technology Management Research**, v. 16, p. 37–57, 2005.
- LIN S., L.; AUGUSTINE, D.; YANG, J. Y. Environmental uncertainty, prospector strategy, and new venture performance: the moderating role of network capabilities. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 12, 2016, pp. 1103–1126.
- MIKOLAYOVICH, S. I. Innovative process rational choice grounding in organization. **Маркетингінновацій. п. 2**, 2015.
- MILLER, D. The correlates of entrepreneurship in three types of firms. **Management Science**, 29, 770–791, 1983.
- MONSTED, M; HANSSON, F. Creating Space for Research: The Charismatic Entrepreneur as Research Director. **Creativity and Innovation Management**, v. 19, ed. 1, p. 47-56, 2010.

NARASIMHAN, R.; KULL, T. J.; NAHM, A. Alternative relationships among integrative beliefs, time- based manufacturing and performance. **International Journal of Operations & Production Management**, v. 32 Issue: 4, pp.496-524, 2012.

NEWBERT, S.L. Value, Rareness, Competitive Advantage, and Performance: a conceptual level empirical investigation of the resource. **Strategic Management Journal**, v. 2, ed. 9, p.745–768, 2008.

OKADA, N. et al. The Yonmenkaigi System Method: an implementation-oriented group decision support approach, **Group Decision and Negotiation**, Jan, V. 22, n. 1, 2013, pp 53–67.

OLIVEIRA, A. B. de.; RODRIGUES, R. S.; MATIAS, M. Periódicos científicos das Ciências Agrárias: análise dos títulos brasileiros indexados na Web of Science e Scopus Perspect. **Ciênc. inf.** v.22, n.2, Belo Horizonte, Apr./June, 2017.

OTT, TE; EISENHARDT, KM; BINGHAM, CB. Strategy Formation in Entrepreneurial Settings: Past Insights and Future Directions. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 11, ed. 3, 2017.

PEÑALVER, A. J. B.; CONESA, J. A. B.; NIETO, C. N. Analysis of corporate social responsibility in Spanish agribusiness and its influence on innovation and performance. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, 2017.

PERRY-RIVER, P. Stratification, economic adversity, and entrepreneurial launch: the effect of resource position on entrepreneurial strategy. **Entrepreneurship Theory and Practice**, may., 2017.

ROKHIM, R; WAHYUNI, S; WULANDARI, P; AYU, F. Analyzing key success factors of local economic development in several remote areas in Indonesia. **Journal of Enterprising Communities-people and places of global economy**. v.11, ed. 4, p. 438- 455, 2017.

ROZA, M; VAN DEN BOSCH, FAJ; VOLBERDA, HW. Offshoring strategy: Motives, functions, locations, and governance modes of small, medium-sized and large firms. **International Business Review**, v. 20, ed. 3, p. 314-323, 2011.

SARIDAKIS, G; LAI, YQ; MOHAMMED, AM; ; HANSEN, JM. Industry characteristics, stages of E-commerce communications, and entrepreneurs and SMEs revenue growth. **Technological Forecasting And Social Change**, v. 128, p. 56-66, 2018

SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico (Os Economistas)**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Introdução de Rubens Vaz da Costa. Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SILVA, M. R. da.; HAYASHI, C. R. M.; HAYASHI, M. C. P. I. Análise bibliométrica e cientométrica: desafio para especialistas que atuam no campo. InCID: **R. Ci. Inf. e Doc.**, Ribeirão Preto, v. 2, n. 1, p. 110-129, jan./jun. 2011.

SINGH, R; KOTA, HB. A resource dependency framework for innovation and internationalization of family businesses Evidence from India. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, v.9, ed. 2, 2017.

SONG, L; AUGUSTINE, D; YANG, JY. Environmental uncertainty, prospector strategy, and new venture performance: the moderating role of network capabilities. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v.12, ed. 4, 2016.

SU, Z. F; XIE, E; WANG, D; LI, Y. A. Entrepreneurial strategy making, resources, and firm performance: evidence from China. **Small Business Economics**, v. 36, ed. 1, p. 235-247, 2011.

SPEKMAN, R.; DAVIS, E. W. The extended enterprise: a decade later. **International Journal of Physical Distribution & Logistics Management**, v. 46 Issue: 1, pp.43-61, 2016.

STEFFENS, P; DAVIDSSON, P; FITZSIMMONS, J. Performance Configurations Over Time: Implications for Growth- and Profit-Oriented Strategies. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 33, ed. 1, pp. 125-148, 2009.

TIPU, S, A, A.; FANTAZY, K. A. Supply chain strategy, flexibility, and performance: A comparative study of SMEs in Pakistan and Canada. **The International Journal of Logistics Management**, v. 25, n. 2, 2014, pp.399-416.

TONDOLO, V. A. G.; BITENCOURT, C. C.; TONDOLO, R. da R. P. Implementação de estratégia empreendedora internacional no setor de vinhos: o caso da Vinícola Miolo. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 13, n. 3, p. 363-376, 2011.

URBAN, B.; The effect of pro-entrepreneurship architecture on organisational outcomes. **Journal of Business Economics and Management**, v. 13, ed. 3, p. 518-545, 2012.

VELASQUEZ, J. L.; DALLA SANTA, E. D.; DIAS, T. Inovação e empreendedorismo: um estudo bibliométrico dos artigos publicados no período 2003 a 2013 innovation and entrepreneurship: a study bibliometric of articles published in the period 2003 to 2013. **Revista da UNIFEDE**, Brusque, v. 1, n. 19, set/dez. 2016.

VORLEY, T.; WILLIAMS, N. Between petty corruption and criminal extortion: how entrepreneurs in Bulgaria and Romania operate within a devil's circle. **International Small Business Journal**, v. 34, n. 6, p. 797-817, 2015.

YEO, W. et al. A bibliometric method for measuring the degree of technological innovation. **Technological Forecasting & Social Change**, v. 95, 2015, p. 152–162, 2015.

WANG, E. S.; JUAN, P. Entrepreneurial Orientation and Service Innovation on Consumer Response: A B&B Case. **Journal of Small Business Management**, v. 54, n. 2, 2016, p. 532–545.

WILLIAMS, C; LEE, SH. Political Heterarchy and Dispersed Entrepreneurship in the MNC. **Journal of Management Studies**, v. 48, ed. 6, p. 1243-1268, 2011.

WYK, R.; ADONISI, M. An eight-factor solution for the Corporate Entrepreneurship Assessment Instrument. **African Journal of Business Management**, v. 5, n. 8, p. 3047-3055, april, 2011.

ZHANG, H. N. Complexity Absorption: A Processual Strategic Approach To Corporate Entrepreneurship Strategy. **Frontiers Of Business Research In China**, v. 11, ed. 3, 2017.