

Artigo de Pesquisa

Comportamento empreendedor e estratégia: Uma revisão sistemática da literatura

Claudia Maria da Silva Bezerra^{a*} , Heidy Rodriguez Ramos^a , Eloisa Elena Ramos Dias Shinohara^a  e Vânia Maria Jorge Nassif^a ^a Universidade Nove de Julho (UNINOVE), São Paulo, SP, Brasil

Detalhes Editoriais

Sistema double-blind review


Histórico do Artigo

Recebido : 21 de jun. de 2021
Revisado : 04 de jan. de 2023
Aceito : 18 de jan. de 2023
Disponível online: 15 de jun. de 2023

Classificação JEL: L26

ID do Artigo: 2139

Editor Chefe¹ ou Adjunto²:

¹ Dr. Edmundo Inácio Júnior 
Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP

Editor Associado Responsável:

Dr. Jefferson Lopes La Falce 
Universidade FUMEC

Editor Executivo¹ ou Assistente²:

¹ M. Eng. Patrícia Trindade de Araújo

Revisão Ortográfica e Gramatical:

Dra. Mônica Império Costa
Palavra Seleta Revisão Textual

Financiamento:

CAPES, #001; CNPq, #PQ-2

Como citar:

Bezerra, C. M. da S., Ramos, H. R., Shinohara, E. E. R. D., & Nassif, V. M. J. (2023). Comportamento empreendedor e estratégia: Uma revisão sistemática da literatura. *REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal*, 12(2), e2139. <https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2139>

Item relacionado (hasTranslation):

<https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2396>



*Autor de contato:

Claudia Maria da Silva Bezerra
claudiamsbezerra@gmail.com

Resumo

Objetivo do estudo: identificar as lacunas e os eixos teóricos da produção científica internacional relacionados ao Comportamento Empreendedor (CE) do indivíduo proprietário de empresa, bem como as estratégias adotadas em diferentes contextos, além de fornecer insights para pesquisas futuras. **Metodologia/abordagem:** estudo descritivo e qualitativo, a partir da revisão sistemática de 56 artigos, coletados em junho de 2021, das bases Scopus e Web of Science, com o apoio da ferramenta StArt; e análise de conteúdo, com auxílio do software Atlas.ti. **Principais resultados:** consolidação do perfil metodológico dos estudos e dos temas abordados, identificando que tanto o CE quanto a estratégia possuem definições fragmentadas, mesmo após inúmeras pesquisas. Há relação positiva entre o CE e a estratégia, sendo que o CE influencia a tomada de decisão e contribui para elevar o desempenho organizacional. O sucesso de um empreendimento pode ser, portanto, determinado pela capacidade e velocidade em responder eficazmente às mudanças de contexto. **Contribuições teórico/metodológicas:** avanço da pesquisa nos campos de empreendedorismo e estratégia, com a identificação das categorias de CE e das estratégias adotadas (especialmente no que tange à compreensão do CE e de sua influência na estratégia); e consolidação e recomendação de agenda futura de pesquisas. **Relevância/originalidade:** a articulação teórica entre empreendedorismo e estratégia se concentra no CE, na busca de oportunidades e de vantagem competitiva, que são indispensáveis ao crescimento dos negócios. **Contribuições sociais/para a gestão:** contribuir com gestores e empreendedores na identificação de questões comportamentais e de escolhas estratégicas, adotadas nos mais diversos contextos, incluindo o desenvolvimento sustentável das organizações.

Palavras-chave: Empreendedor. Comportamento empreendedor. Estratégia. Revisão sistemática da literatura. Tomada de decisão.

Entrepreneurial behavior and strategy: A systematic literature review

Abstract

Study objective: identify the gaps and theoretical axes of international scientific production related to the Entrepreneurial Behavior (EB) of the individual business owner as well as the strategies adopted, in different contexts, in addition to providing insights for future research. **Methodology/approach:** descriptive and qualitative study, based on a systematic review of 56 articles collected in June/2021 in the Scopus and Web of Science databases, with the support of the StArt tool, and the content analysis with aided by the Atlas.ti software. **Main results:** consolidation of the methodological profile of the studies and the topics addressed, identifying that both the EB and the strategy have fragmented definitions, even after numerous research. There is a positive relationship between EB and strategy, and the EB influences decision making and contributes to raising organizational performance. The success of an enterprise can therefore be determined by the ability and speed to respond effectively to changes in context. **Theoretical/methodological contributions:** advancement of research in the fields of entrepreneurship and strategy, with the identification of EB categories and strategies adopted (especially with regard to the understanding of EB and its influence on strategy), and consolidation and recommendation of a future research agenda. **Relevance/originality:** the theoretical articulation between entrepreneurship and strategy focuses on the EB, in the search for opportunities and competitive advantage, which are indispensable for business growth. **Social/management contributions:** contribute with managers and entrepreneurs in the identification of behavioral issues and strategic choices adopted in the most diverse contexts, including the sustainable development of organizations.

Keywords: Entrepreneur. Entrepreneurial behavior. Strategy. Systematic review of literature. Decision making.

INTRODUÇÃO

As teorias de conduta administrativa estão cada vez mais focadas em entender como os tomadores de decisão catalogam o universo de possíveis soluções e, em seguida, selecionam a ideal (Hitt et al., 2019; Titus & Adiza, 2019). Um processo análogo tem se desenvolvido na área do empreendedorismo, envolvendo debates acerca de como os empreendedores desenvolvem cognições, metas e comportamentos destinados a criar ou a identificar oportunidades e recursos para as explorar (Alvarez & Barney, 2007; Anderson et al., 2019; Kuratko et al., 1997; Rascão, 2020; Sarasvathy, 2004; Wood & McKinley, 2010).

Poucos construtos na história do pensamento gerencial têm recebido tanta atenção no meio acadêmico quanto o Comportamento Empreendedor (CE) (Gruber & MacMillan, 2017), com pesquisas que buscam caracterizá-lo, diferenciando-o do comportamento de outros atores no mundo dos negócios, como os gestores técnicos e/ou os gestores de organizações já estabelecidas (Busenitz & Barney, 1997; Gruber et al., 2015; Pathak & Goltz, 2021).

Nesse contexto, há publicações que: (1) trazem importantes evidências iniciais de como o CE está ligado às ações e às decisões na criação de novas organizações (Anderson et al., 2019; Fauchart & Gruber, 2011; Powell & Baker, 2017; Wry & York, 2017); (2) tentam explicar como as características comportamentais dos empreendedores podem se relacionar à avaliação de riscos, à identificação de oportunidades, à iniciativa de inovação (Hammerschmidt et al., 2021; Schumpeter, 1934; Zollo et al., 2021), e à necessidade de realização (Garcia-Rodriguez et al., 2015; McClelland, 1961, 1979, 1987); (3) concentram-se na compreensão do indivíduo empreendedor e de seus comportamentos, com foco na motivação para iniciar novos empreendimentos, na capacidade de identificar oportunidades, assumir riscos (Bird et al., 2012; Kirkley, 2016; Markowska, 2018; McClelland, 1987; Pathak & Goltz, 2021), e delinear estratégias (Anderson et al., 2019; Zollo et al., 2021).

Um dos principais objetivos da estratégia é aperfeiçoar o desempenho das organizações por meio da obtenção de vantagens competitivas (Hitt et al., 2001, 2019; Rascão, 2020; Titus & Adiza, 2019). Por conta disso, compreender como as estratégias são construídas para alcançar e sustentar essas vantagens é fundamental em um ambiente organizacional, tanto em novos negócios (startups) quanto em empresas já estabelecidas (Hitt et al., 2001, 2009; Ott & Eisenhardt, 2020).

Para Quinn (1980), a estratégia abarca padrão, planos, objetivos, metas, sequência de ações, alocação de recursos e capacidade de atuar com o imprevisível. Mintzberg e Waters (1985) e Mintzberg et al. (2010) se dedicaram a identificar tipos distintos de estratégias, classificando-as como deliberadas (caracterizadas pela formalização dos planos traçados) e emergentes (relacionadas a ações e processos que incluem atividades e decisões diárias, sem a intenção prévia do executor).

Há outras definições fragmentadas de estratégia, que fazem o construto transitar por diferentes nomenclaturas, como planejamento estratégico (Hambrick, 1981; Ketokivi & Castañer, 2004; Mintzberg, 1994), pensamento estratégico (Goldman, 2012; Mintzberg, 1994; Sloan, 2013), gestão estratégica (Hitt et al., 2001, 2019; Porter, 1997; Sambamurthy et al., 2003), e liderança estratégica (Goffee & Jones, 2000; Hitt & Duane, 2002; Hitt et al., 2019). Nesta pesquisa, os artigos analisados foram categorizados de acordo com essas quatro nomenclaturas.

Segundo Mintzberg et al. (2010), o empreendedor desenvolve a representação mental da estratégia, sendo o ambiente o campo no qual ele dirige e manobra a organização. Essa relação entre o empreendedorismo e a gestão estratégica tem sido estudada, de forma independente, ao longo das últimas décadas (Amalia et al., 2020; Covin & Slevin, 1990; Dogan, 2015; Hitt et al., 2001; Ireland et al., 2001; Kyrgidou & Hughes, 2010; Lumpkin & Dess, 1996;

Mintzberg, 1973; Mintzberg et al., 2010; Rascão, 2020), sem que, todavia, fossem identificados ou relacionados os tipos de CE dos indivíduos proprietários de empresas, as estratégias formuladas e seus contextos (Amalia et al., 2020; Pathak & Goltz, 2021; Rascão, 2020).

Na literatura organizacional, a atual proeminência de estudos sobre o CE e sua ligação com a estratégia (Alvarez & Barney, 2007; McCarthy, 2003; Rascão, 2020), bem como as Revisões Sistemáticas da Literatura (RSL), tentam estabelecer a relação entre empreendedorismo e estratégia (Herrera et al., 2020; Markowska, 2018; Pathak & Goltz, 2021), sendo este, portanto, o momento propício para refletir sobre o assunto (Gruber & MacMillan, 2017; Rascão, 2020).

Diante do cenário apresentado, tendo por objetivo identificar as principais lacunas e os eixos teóricos da produção científica internacional relacionados ao CE do indivíduo proprietário de empresa, bem como as estratégias mais relevantes adotadas em diferentes contextos, além de fornecer insights para pesquisas futuras, este estudo pretende responder à seguinte questão de pesquisa: Como a produção científica internacional tem relacionado o Comportamento Empreendedor (CE) e as principais estratégias adotadas em diferentes contextos?

Para tanto, no que tange ao CE, foram analisados os proprietários de empresas (indivíduos ou equipes) que executaram, de forma concreta, ações (tarefas ou atividades), como as categorizadas por McClelland (1987), e classificadas por Bird et al. (2012), considerando três fatores: atributos pessoais, motivação e emoção, e causas proximais. E, como definição de estratégia, este estudo adotou a formulada por Quinn (1980), que estabelece planos, objetivos, metas, ações, alocação de recursos e capacidade de atuar com o imprevisível.

A partir desses conceitos, foi realizada a classificação dos tipos de CE identificados nos estudos analisados, relacionando-os aos tipos de estratégias adotadas. Com base nos resultados que emergiram da literatura, foram categorizados, indutivamente, estudos nas quatro principais nomenclaturas de estratégia: planejamento estratégico, pensamento estratégico, gestão estratégica e liderança estratégica.

Esta pesquisa se pautou em uma RSL com o aporte de 56 artigos, cuja bibliografia foi analisada e sintetizada em uma estrutura multidimensional, composta pelos fatores e características determinantes do CE (Bird et al., 2012; Kirkley, 2016; Krueger et al., 2000; McClelland, 1987; Mourão & Locatelli, 2020), e pelas estratégias adotadas, que podem ser utilizadas como base para novos estudos.

O principal resultado encontrado aponta que, sob a ótica do indivíduo proprietário de uma empresa, o CE apresenta influência positiva sobre a estratégia e, na maior parte dos estudos realizados, pode ser considerado um preditivo para o desempenho organizacional. Ele também é impulsionado pelas motivações, emoções e cognições dos empreendedores, as quais influenciam suas decisões estratégicas. O sucesso de um empreendimento, ainda, pode ser determinado pela capacidade e velocidade do empreendedor em responder eficazmente às mudanças de contexto, notadamente um elemento importante para o estudo do CE.

Sendo assim, esta pesquisa contribui: (a) para o avanço da pesquisa acadêmica acerca do empreendedorismo, identificando as lacunas na relação entre o CE e a estratégia; e (b) com gestores e empreendedores na identificação das principais estratégias adotadas nos mais diversos contextos.

REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção, será apresentada a fundamentação teórica que amparou esta investigação, destacando-se os conceitos de comportamento empreendedor e estratégia, bem como a relação entre os dois construtos.

Comportamento empreendedor (CE)

Alguns estudos acerca do empreendedorismo se concentram na compreensão do indivíduo empreendedor; na motivação para iniciar novos empreendimentos, identificar oportunidades e assumir riscos, além de compreender a atividade empreendedora em determinados grupos (Anderson et al., 2019; Bird et al., 2012; Kirzner, 1979; McClelland, 1965, 1987; Mourão & Locatelli, 2020; Pidduck et al., 2023).

O indivíduo empreendedor tem sido identificado como elemento ativo no desenvolvimento e criação de novos empreendimentos, sendo, com isso, parte fundamental no processo (Alvarez & Barney, 2007; Bird et al., 2012). Assim, é razoável que, pelo menos alguns dos aspectos que norteiam seu papel nesse processo, sejam estudados, dentre eles o comportamento.

O comportamento empreendedor (CE) exerce um papel de destaque na criação de novos empreendimentos e, portanto, deve ser analisado na busca de respostas fundamentais para o entendimento do empreendedorismo (Baron, 2007; Mourão & Locatelli, 2020; Santos et al., 2021). Contudo, o CE ainda possui definições fragmentadas (Bird et al., 2012), dificultando a compreensão sobre o que estimula os indivíduos a se tornarem empreendedores (Baron, 2007; Gartner & Carter, 2005; Kirkley, 2016; Santos et al., 2021).

Para Kirkley (2016), o empreendedorismo é uma espécie de comportamento autodeterminado, que possibilita ao indivíduo expressar e satisfazer diferentes necessidades primordiais. Para tanto, quatro valores singulares são críticos para a motivação do CE – independência, criatividade, ambição e ousadia –, sendo o significado atribuído a cada um deles congruente com o conferido por Krueger (2007), que destaca o autodeterminismo, a autoeficácia e a identidade dos indivíduos empreendedores. Segundo Krueger et al. (2000), as crenças profundas (valores) sustentam a tomada de decisão e o CE subsequente pode ser explicado por variáveis individuais (personalidade) e situacionais (contexto), que, por sua vez, influenciam as atitudes-chave e as motivações do CE.

Alguns autores destacam que o interesse da academia no CE tem se concentrado na exploração de oportunidades e na criação, desenvolvimento e crescimento de novos empreendimentos, com foco nas ações concretas dos indivíduos empreendedores (Bird et al., 2012; Kuratko et al., 2021; Shane & Venkataraman, 2000). Desse modo, o CE pode ser explicado a partir de três fatores: (1) atributos pessoais – traços, conhecimentos, habilidades, talentos, cognição (como, percepções, pensamentos, modelos mentais e scripts); (2) motivação e emoção – independência, criatividade, ambição, ousadia, autoeficácia, autodeterminismo e identidade e; (3) causas proximais centradas no indivíduo e nos resultados do empreendimento – existência, vendas, lançamento de produtos, sobrevivência e crescimento. Com isso, a pesquisa sobre o CE tem como objetivo explicar, prever e controlar (moldar e mudar) o comportamento individual e em equipe.

De acordo com McClelland (1987), algumas características dos indivíduos empreendedores são inatas, enquanto outras podem ser aprendidas. Ele as agrupou, então, em três categorias – realizações, planejamento e poder –, caracterizando cada uma a partir do CE face às adversidades vivenciadas no dia a dia pelos indivíduos que empreendem (Cooley, 1990; McClelland, 1987; Mourão & Locatelli, 2020).

Na categoria realizações, as características do CE incluem: (a) busca por oportunidade e iniciativa (o empreendedor identifica novas oportunidades de negócios e as aproveita); (b) assunção de riscos (o empreendedor deliberadamente analisa e pondera os riscos, tomando medidas para os reduzir ou controlar seus resultados); (c) busca por qualidade e eficiência (formas de agir, de modo a atender ou a superar os padrões de excelência esperados); (d) persistência (agir reiteradamente para superar um obstáculo

ou encarar um desafio; e (e) comprometimento (empreendedor assume pessoalmente a responsabilidade pelo desempenho fundamental para alcançar as metas e os objetivos estabelecidos (Cooley, 1990; Kruger & Ramos, 2020; McClelland, 1987; Mourão & Locatelli, 2020).

Na categoria planejamento, estão: (a) busca de informações (o empreendedor se engaja na obtenção de informações fundamentais à sua atividade); (b) estabelecimento de metas (ele define metas claras, específicas e de longo prazo, bem como estipula e revisa constantemente as metas de curto prazo, observando o desempenho financeiro e outros objetivos, como a sustentabilidade socioambiental; e (c) planeja e monitora sistematicamente os planos para segmentar grandes tarefas em subtarefas (revisa frequentemente os planos, avaliando os resultados obtidos e as alterações circunstanciais ocorridas, além de manter registros para a tomada de decisões (Cooley, 1990; McClelland, 1987; Mourão & Locatelli, 2020).

A categoria poder envolve características do CE relativas à influência que o empreendedor desempenha sobre os outros, como: (a) redes de contato e persuasão (o empreendedor usa estratégias para influenciar ou persuadir outras pessoas e dispõe de colaboradores-chave para o auxiliar no alcance de seus objetivos; e (b) independência e autoconfiança (ele procura autonomia em relação às normas e aos controles de outros, e possui confiança em sua própria capacidade para executar atividades e tarefas complexas ou superar desafios (Cooley, 1990; McClelland, 1987; Michelin et al., 2022; Mourão & Locatelli, 2020).

As características que influenciam o CE interferem em como a estratégia será elaborada e executada (Calabrese & Costa, 2015). A articulação teórica entre empreendedorismo e estratégia se concentra no CE e nas ações concretas, na busca de novas oportunidades e de vantagem competitiva (Amalia et al., 2020; Anderson et al., 2019; Dogan, 2015; Ireland et al., 2009).

Estratégia

Em função da intensa concorrência global, as organizações, independentemente do tamanho ou da idade, são forçadas a estabelecer estratégias mais empreendedoras para que possam, nesse cenário globalizado, alcançar e sustentar vantagem competitiva (Asmussen et al., 2019; Hitt et al., 2019; Rascão, 2020).

Para conceituar e definir estratégia, vários têm sido os esforços: Drucker (1954, 2007) a vê como uma análise do contexto, que permite o mudar quando necessário, utilizando recursos atuais e futuros; Quinn (1980) trata-a como uma forma de estabelecer um padrão, planos, objetivos, metas, sequência de ações, alocação de recursos e capacidade de atuar diante do imprevisível; e Porter (1980) a considera competitiva, o que exige a utilização de ações defensivas e ofensivas, estabelecendo, com isso, uma posição defensável, capaz de enfrentar com sucesso as forças competitivas e obter maior retorno sobre o investimento.

Outros autores, além de conceituar e definir estratégia, acrescentam a ela aspectos relevantes, como Ansoff e McDonnell (1988), que a consideram uma regra para a tomada de decisões. Dessa forma, a gestão estratégica compreende três elementos principais: a formulação da estratégia, a estruturação das competências da organização e a gestão das mudanças descontinuadas.

Eisenhardt (1999), por exemplo, entende o processo estratégico como um conjunto rápido de movimentos, pautados na intuição coletiva e na solução de conflitos para melhorar o pensamento e manter um ritmo disciplinado de tomada de decisões. Dessa maneira, a definição de estratégia fica condicionada à resposta para dois questionamentos: “para onde você quer ir?” (escolha de um mercado atraente e de um posicionamento estratégico diferenciado); e “como quer chegar lá?” (quais ações serão realizadas posteriormente).

Ainda nesse sentido, Mintzberg e Waters (1985) e Mintzberg et al. (2010) identificaram tipos distintos de estratégias, conforme o foco, a direção e o controle de cada uma. Dessa maneira, elas podem ser classificadas como: (a) deliberadas, pois resultam de um planejamento estratégico prévio formal, criadas pela alta direção, o que as torna engessadas e com foco no controle; e (b) emergentes, que surgem em função das circunstâncias, com foco nas ações coletivas e no comportamento consonante, com ênfase no aprendizado (Games et al., 2020; Mintzberg et al., 2010; Mintzberg & Waters, 1985).

Na literatura, há, ainda, quatro nomenclaturas principais associadas à estratégia: (1) planejamento estratégico – a direção da organização estabelece e formaliza os sistemas e os procedimentos focados na tomada de decisão (Hambrick, 1981; Ketokivi & Castañer, 2004; Mintzberg, 1994); (2) pensamento estratégico – capacidade cognitiva que pode ser ensinada, por ser um processo intuitivo, criativo, inovador e que incentiva todos os níveis da organização (Goldman, 2012; Mintzberg, 1994; Sloan, 2013); (3) gestão estratégica – caracterizada pela exigência de tomada de decisões entre os movimentos estratégicos para desenvolver e sustentar vantagem competitiva em um ambiente perturbador (Hitt et al., 2001, 2019; Porter, 1997; Sambamurthy et al., 2003); e (4) liderança estratégica – abordagem que estabelece um ambiente inovador propício à condução das capacidades organizacionais, humanas, sociais e estruturais (Goffee & Jones, 2000; Hitt & Duane, 2002; Rahman et al., 2018).

A relação entre CE e estratégia

Na abordagem da gestão estratégica dos empreendedores na criação, desenvolvimento e manutenção de seus empreendimentos, um dos principais pontos discutidos é seu planejamento coeso e sua prescrição deliberada (Ketchen & Craighead, 2020; Rascão, 2020). Nota-se, com isso, a necessidade de se ponderar outras prováveis abordagens estratégicas, que envolvam a ação do empreendedor em uma visão não linear e não determinista (Mintzberg & Waters, 1985; Wolf & Floyd, 2017).

Para Autio e Acs (2010), o comportamento empreendedor estratégico não pode ser compreendido sem a análise do contexto em que ele ocorre, capaz de impulsionar alguns indivíduos a alocar esforços em busca de crescimento; e a atuar sistematicamente, mudando estratégias para encarar desafios e superar obstáculos, mesmo que, para isso, algum sacrifício pessoal seja necessário (Anderson et al., 2019; Autio & Acs, 2010; Carreira et al., 2015).

Nesse mesmo contexto, Mintzberg (1973) introduziu a noção de elaboração de estratégia empresarial; Covin e Slevin (1990) apresentaram o conceito de postura estratégica empreendedora nas organizações; Lumpkin e Dess (1996) estenderam o conceito de empreendedorismo, por meio da introdução da orientação empreendedora, em função de as organizações se envolverem com inovações, admitindo riscos e estratégias proativas; e Ireland et al. (2001), que ampliaram esse conceito para agregar a gestão estratégica ao cenário favorável para as ações empreendedoras.

Ainda nesse sentido, Rascão (2020) focou sua pesquisa na intersecção entre o empreendedorismo e a gestão estratégica em pequenas e médias empresas (PMEs) e startups, em virtude do papel central do empreendedor no processo de gestão estratégica, e no seu importante vínculo com o plano de negócios.

Autores como Ketchen e Craighead (2020), por sua vez, incluíram na intersecção entre empreendedorismo e gestão estratégica, o gerenciamento de cadeias de suprimentos, impulsionados pela pandemia da COVID-19, com o intuito de compreender o sucesso e o fracasso organizacional nesse cenário, e de orientar os gestores, especialmente em tempos de adversidades.

O aspecto empreendedor contribui com a capacidade de identificar novas oportunidades pelas empresas, enquanto a perspectiva estratégica permite isolar e explorar aquelas com maior probabilidade de obter vantagem competitiva sustentável e subsequentes meios para formar vantagem (Anderson et al., 2019; Prado et al., 2020). A prática ocorre tanto no processo de formulação da estratégia quanto na sua implementação, conforme os resultados que se espera obter (Hitt et al., 2001, 2019).

Para Mintzberg e Westley (2001), a formulação da estratégia é um processo de aprendizado interativo, pois o estrategista desenvolve em sua mente a estratégia e organiza sua aplicação e sua aceitação na organização. Isso denota a sua importância como articulador dos demais elementos da organização, tendo em vista que o desenvolvimento de uma estratégia depende de inúmeros fatores (cultura, crenças e juízo de valor) e condições (contexto, disponibilidade de recursos, adversidades e oportunidades) que se alternam e se modificam no decorrer do tempo (Anderson et al., 2019; Mintzberg et al., 2010; Mintzberg & Waters, 1985; Wolf & Floyd, 2017).

Krueger et al. (2000) e Bird et al. (2012), nesse mesmo contexto, sugerem que crenças profundas (valores), variáveis individuais (personalidade) e situacionais (contexto) influenciam sobremaneira as atitudes-chave e as motivações do CE.

MÉTODO

A RSL é um importante método na pesquisa em administração, especialmente para tratar sobre a diversidade de conhecimentos em uma área acadêmica específica (Tranfield et al., 2003), como é a do empreendedorismo (Kraus et al., 2020).

Esse método é focado em um conjunto de questões para guiar o trabalho e definir as principais áreas de estudo, definindo as estratégias de extração de dados e os critérios de inclusão e exclusão dos trabalhos (Kitchenham & Charters, 2007).

O protocolo aplicado neste trabalho é baseado nas recomendações de Kitchenham e Charters (2007), Kraus et al. (2020) e Tranfield et al. (2003) para garantir que a RSL minimize o viés do pesquisador, com algumas adaptações ao contexto específico e às necessidades do estudo.

Estratégia de busca e seleção dos artigos

A elaboração da RSL envolveu algumas etapas fundamentais: após a identificação da lacuna de pesquisa, a definição dos objetivos e da questão de pesquisa, foi escolhido o protocolo de pesquisa (Tabela 1), que é um item fundamental à garantia do rigor, da transparência e da replicabilidade do método (Kraus et al., 2020; Machado et al., 2020).

Na análise, foram incluídos apenas os artigos publicados em periódicos revisados por pares e disponíveis gratuitamente, por meio do acesso à Comunidade Acadêmica Federada (CAFe) e ao convênio das Universidades com a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

A pesquisa foi realizada nas bases de dados *Web of Science* e *Scopus*, consideradas fontes valiosas, por concentrarem, principalmente, publicações de journals com fator de impacto relevante para as áreas de Ciências Sociais Aplicadas e, de modo específico, para o campo dos estudos em empreendedorismo (Kraus et al., 2020).

A busca realizada não contemplou um período específico, obtendo 272 estudos, reduzidos a 182, após a aplicação de alguns filtros (Tabela 1) para compor a amostra.

Na segunda etapa, os artigos selecionados formaram o objeto da RSL, com fins de identificar, avaliar e interpretar as pesquisas disponíveis relacionadas ao tópico em questão (Kitchenham & Charters, 2007), isto é, a relação entre CE e estratégia. Para apoiar

esse processo de seleção, foi utilizada a ferramenta “*State of the Art through Systematic Review*” (StArt) como instrumento facilitador da RSL.

Tabela 1

Protocolo de pesquisa

Protocolo de Pesquisa	Descrição
Base de dados	Web of Science e Scopus
Tipo de publicação	Artigos revisados por pares
Língua	Inglês
Período	Qualquer ano de publicação
Áreas	Applied Social Sciences, Business, Management, Decision
Campos de busca	Título, resumo e palavras-chave
Termos de busca	“ <i>Entrepr* Behav*</i> ” AND <i>Entrepreneur</i> AND <i>Strateg*</i>
Critérios de inclusão	Somente artigos e revisões publicados em periódicos; que abordem CE do indivíduo proprietário de empresa e estratégia; orientação e intenção empreendedoras como subdimensões do comportamento empreendedor.
Critérios de exclusão	Intraempreendedorismo, orientação empreendedora e intenção empreendedora distintas de CE; artigos não acessíveis; publicados em eventos acadêmicos; editoriais; livros ou capítulos de livros.

Nota: Elaborado pelas autoras (2023).

Com o auxílio da StArt, dentre os 182 artigos selecionados nas bases *Scopus* e *Web of Science*, foram identificados 39 artigos duplicados e excluídos da amostra, restando 143 artigos. Por meio de uma análise preliminar do título, do abstract e das palavras-chave, constatou-se que 55 artigos não estavam de acordo com o escopo deste estudo, pois não continham os conceitos de CE e de estratégia, sendo, por isso, excluídos. Assim, 88 artigos atenderam a esse critério de inclusão e foram incorporados à revisão.

Analisados na íntegra e classificados por duas pesquisadoras, a partir de cada um dos critérios pré-estabelecidos no protocolo (Tabela 1), os artigos apresentaram pouca divergência. Para fornecer um parecer de desempate, uma terceira pesquisadora foi chamada, permanecendo, assim, os estudos em que ao menos duas pesquisadoras concordaram (Nassif et al., 2010). Dessa forma, assegurou-se que a triangulação de pesquisadores obtivesse maior número de visões acerca dos artigos analisados (Flick, 2020).

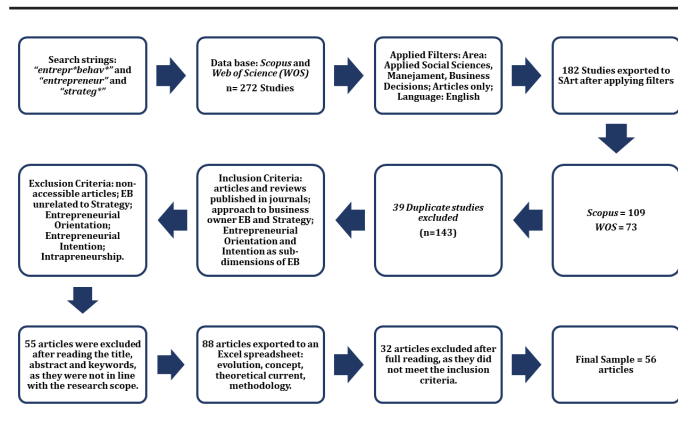
Após a etapa de análise em profundidade, 32 publicações não atenderam aos critérios de inclusão adotados – somente artigos revisados por pares, que abordam o CE do indivíduo proprietário de empresa, as estratégias e a Orientação e Intenção Empreendedoras como subdimensões do CE. Assim, como amostra final para este estudo, restaram 56 publicações.

Seguindo as recomendações de Tranfield et al. (2003), para cada um desses 56 artigos foi desenvolvido um resumo, com entrada em uma tabela de extração de dados construída em Excel, a fim de identificar a evolução dos conceitos e as correntes teóricas utilizadas para a definição de CE e de estratégia. A Figura 1 evidencia os procedimentos metodológicos adotados na RSL.

O software Atlas.ti foi utilizado, então, para integrar as pesquisas e identificar as categorias pré-estabelecidas, de acordo com a RSL de cada um dos artigos analisados (Woods et al., 2016). Os códigos e subcódigos relacionados a cada uma das categorias de CE e estratégias foram definidos, a priori, com base em referências da literatura (Tabela 2).

Figura 1

Procedimentos metodológicos da revisão sistemática da literatura



Nota: Elaborado pelas autoras (2023).

Tabela 2

Códigos utilizados no Atlas.ti

Categoria	Código	Subcódigo
Comportamento Empreendedor	Motivações e emoções	Necessidade de realização, autonomia, assunção de risco e autoeficácia (Bird et al., 2012).
	Atributos pessoais	Traços, conhecimentos, talentos, habilidades, cognição, proatividade, inovatividade e criatividade (Bird et al., 2012).
	Causas proximais centradas nos resultados	Existência, sobrevivência, crescimento, vendas, lançamentos de produtos e fatores externos (Bird et al., 2012).
Estratégia	Planejamento estratégico	Direção da organização: maior interação com o ambiente, estabelece e formaliza os sistemas e os procedimentos focados na tomada de decisão (Hambrick, 1981; Ketokivi & Castañer, 2004; Mintzberg, 1994).
	Pensamento estratégico	Capacidade cognitiva que pode ser aprendida; é um processo dinâmico, contínuo, interativo, intuitivo, criativo, inovador e incentivador de todos os níveis da organização (Goldman, 2012; Mintzberg, 1994; Sloan, 2013).
	Gestão estratégica	Métodos, práticas e estilos de tomada de decisão entre os vários movimentos estratégicos para desenvolver e sustentar vantagem competitiva em um ambiente perturbador (Hitt et al., 2001, 2019; Porter, 1997; Sambamurthy et al., 2003).
	Liderança estratégica	Ambiente inovador propício para conduzir capacidades organizacionais, humanas, sociais e estruturais (Goffee & Jones, 2000; Hitt & Duane, 2002; Rahman et al., 2018).

Nota: Elaborado pelas autoras (2023).

Assim, foi possível estabelecer, nos artigos analisados, as relações com as categorias formadas ao longo da RSL e, a partir disso, pôde-se executar a análise indutiva do conteúdo dos estudos (Woods et al., 2016).

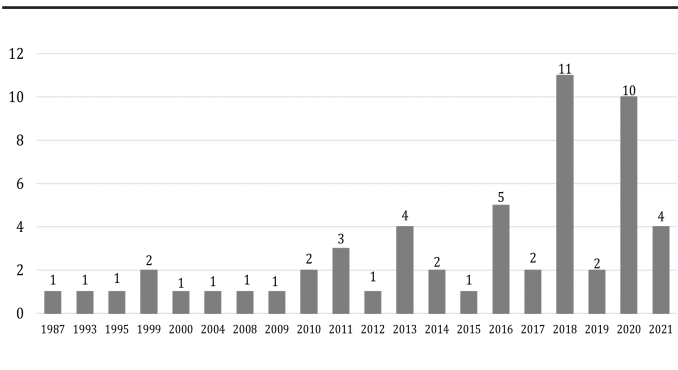
Por meio da planilha de Excel, métodos, técnicas e abordagens utilizadas nos estudos componentes da RSL foram identificados e conferidos com o auxílio do Atlas.ti. Espera-se, assim, contribuir para o aprimoramento e a ampliação epistemológica do fenômeno do CE, sobretudo no contexto da estratégia organizacional.

RESULTADOS ESTRUTURAIS DA REVISÃO DA LITERATURA E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Conforme esta pesquisa, o primeiro estudo que relacionou o CE à estratégia foi publicado em 1987, havendo, a partir de 2016, um número crescente de trabalhos com essa temática, com picos de publicações em 2018 e 2020.

Como a coleta nas bases de dados foi realizada em junho de 2021, esse ano não foi integralmente contemplado na pesquisa. A Figura 2 evidencia a evolução das publicações dos 56 artigos selecionados e analisados em profundidade com o auxílio da ferramenta Start.

Figura 2
Gráfico de publicações relacionadas ao CE e à estratégia



Nota: Elaborado pelas autoras (2023).

Seis periódicos (Tabela 3) se destacam como os que mais publicam estudos sobre o tema CE e estratégia, sendo que cerca de 39% dos estudos componentes da amostra desta RSL estavam neles publicados. São journals com fator de impacto nacional e internacional bastante significativos.

Com o auxílio do software Atlas.ti, houve um levantamento da magnitude das palavras-chave mais abordadas nos estudos analisados, sendo gerada, com isso, uma nuvem com as palavras de maior força (Figura 3).

Figura 3
Magnitude das palavras-chave da RSL de CE e estratégia



Nota: Elaborada pelas autoras, com o auxílio do Atlas.ti (2023).

“Empreendedor”, “empreendedorismo” e “empreendedores” foram as palavras com maior força, seguidas por “comportamento”, “inovação”, “estratégia”, “cultura”, “mulheres”, “performance”, “gestão”, “tomada de decisão” e “sustentabilidade”, entre outras. Isso permitiu identificar a confluência entre as palavras que compuseram a nuvem e os temas abordados nos artigos, chegando-se à análise e à validação das principais estratégias adotadas.

Levantamento do perfil metodológico dos estudos analisados

Para o levantamento do perfil metodológico dos estudos, após a leitura dos artigos, eles foram classificados, com o auxílio do software Atlas.ti, de forma genérica, em três categorias: teóricos, teóricos-empíricos e empíricos, conforme propuseram Machado da Silva et al. (1990).

Após essa etapa, foi realizada uma subclassificação quanto à abordagem metodológica utilizada, identificando os estudos qualitativos, os quantitativos e os de métodos mistos (Creswell & Poth, 2016) (Tabela 4).

Tabela 3
Bases de dados para pesquisa em empreendedorismo

n	ISSN	Periódico	Indicadores de Impacto				Estudos publicados
			JCR	SJR	H-index	Qualis	
6	1355-2554	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research	5.995	1.21	75	A1	Cortellazzo et al. (2020), Ekanem (2019), Munoz (2018), Olsson e Bernhard (2021), Pathak e Goltz (2021), Quintillán e Pena-Legazkue (2019).
4	1462-6004	Journal of Small Business and Enterprise Development	3.292	0.73	73	B2	Ahadi e Kasraie (2020), Anosike (2018), Eyana et al. (2018), Markowska (2018).
4	0883-9026	Journal of Business Venturing	13.139	5.83	196	Não indexado	Gartner et al. (1999), Herron e Robinson (1993), Krueger et al. (2000), Palich e Bagby (1995).
3	2071-1050	Sustainability (Switzerland)	3.889	0.66	109	A2	Mourão e Locatelli (2020), Seikkulla-Leino e Salomaa (2020), Thompson (2018).
2	0025-1747	Management Decision	5.589	1.16	106	A1	Troise e Tani (2020), Zollo et al. (2021).
2	1932-443X	Strategic Entrepreneurship Journal	5.761	4.84	53	A1	Autio e Acs (2010), Hmieleski et al. (2013).

Nota: Elaborado pelas autoras (2023).

Tabela 4

Metodologias aplicadas nos estudos

Metodologia	Autor (data)
Teórica, empírica e qualitativa (n=18)	Ahadi e Kasraie (2020), Ahmad (2011), Anosike (2018), Aramand (2013), Branicki et al. (2018), Ekanem (2019), Freeman et al. (2013), Gilinsky et al. (2010), Gonzalez-Gonzalez et al. (2011), Gonzalez-Gonzalez e Bretones (2013), Hammerschmidt et al. (2021), Huq et al. (2020), Israel e Hitzeroth (2018), Muhammad et al. (2016), Mucha (2020), Olsson e Bernhard (2021), Thompson (2018).
Teórica, empírica e quantitativa (n=18)	De Rosa e McElwee (2015), Eyana et al. (2018), Futterer et al. (2018), Garcia-Rodriguez et al. (2015), Gundry et al. (2014), Hmieleski et al. (2013), Idris (2011), Krueger et al. (2000), Moruku (2013), Mourão e Locatelli (2020), Palich e Bagby (1995), Quintillán e Pena-Legazkue (2019), Sandberg e Hofer (1987), Seikkula-Leino e Salomaa (2020), Troise e Tani (2020), Van der Veen e Wakkee (2009), Hongwei e Ruef (2004), Zollo et al. (2021).
Teórica, empírica e métodos mistos (n=6)	Crammond et al. (2018), Cortellazzo et al. (2020), Kourtit et al. (2015), Kourtit e Nijkamp (2012), Mandysová (2018), Munoz (2018).
Teórico-qualitativo (n= 10)	Bird et al. (2012), Gibb (1999), Herrera et al. (2020), Herron e Robinson (1993), Markowska (2018), Mathews (2008), Muldoon et al. (2018), Pathak e Goltz (2021), Wójcik e Ciszewska-Mlinaric (2020), Wright (2011).
Teórico-quantitativa (n=4)	Autio e Acs (2010), Capello e Lenzi (2016), Gartner et al. (1999), Woodside et al. (2016).

Nota: Elaborado pelas autoras (2023).

A maior parte das pesquisas realizadas sobre o CE e a estratégia foram empíricas (75%), totalizando 42 estudos, sendo os demais (25%) considerados teóricos (Tabela 4).

Nos estudos de metodologias qualitativas (n=28), os métodos predominantes foram, respectivamente, entrevistas (17), estudos de casos múltiplos (4), seguido por grupos focais (2); e a principal técnica de coleta de dados foi a entrevista com roteiro semiestruturado (12).

A amostra mínima (quatro entrevistados) e a máxima (94) passaram, predominantemente, pelo tratamento de dados, realizado por uma análise de conteúdo temática e indutiva.

A pesquisa com abordagem qualitativa possibilita um estudo detalhado da cultura, dos valores, do ambiente e do contexto do CE (Ekanem & Uwajeh, 2017). Neste estudo de metodologias quantitativas (n=22), o método predominante foi a utilização de Survey (15), com questionários na escala Likert (14), com variação de 5 a 10 pontos.

As principais técnicas estatísticas utilizadas foram: modelagem de equações estruturais (9), análise de regressão (7), análise fatorial exploratória (5) e estatísticas descritivas (3), ressaltando que alguns artigos utilizaram mais de uma técnica de análise de dados.

A amostra mínima foi de 17 e a máxima de 1.457 respondentes, sendo o tratamento dos dados realizado, majoritariamente, com o auxílio de softwares, especialmente o *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) (5), o *Smart PLS 2.0* (3) e o *R-CRAN pacote plspm* (um).

Nos estudos de metodologias mistas (qualitativas e quantitativas n=6), o método predominante foi de entrevistas semiestruturadas (4) e estudos de casos múltiplos (3), para a etapa qualitativa; e *survey* (2), na etapa quantitativa.

A principal técnica estatística foi a de análise de regressão (três), cuja amostra foi relativamente menor do que nos estudos de método único, variando de 24 a 225 participantes.

Os estudos teóricos (n=14), em sua maior parte (71,55%), utilizaram metodologias qualitativas (n=10) e, predominantemente, tiveram como objetivo o desenvolvimento de modelos teóricos. Os estudos teóricos com metodologias quantitativas (n=4), preponderantemente, tiveram como objetivo o desenvolvimento de modelos teóricos generalizáveis, com a utilização de banco de dados de acesso aberto, como o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM).

Análise das correntes teóricas

Após a análise integral dos 56 artigos, as perspectivas teóricas abordadas nos estudos, objetos desta RSL, foram sintetizadas com base nas apresentações dos autores, na seção de fundamentação teórica de cada artigo (Tabela 5).

Identificou-se a predominância da Teoria do Comportamento Planejado (*Theory of Planned Behaviour* – TPB), de Ajzen (1991), com publicações de 1993 a 2020 (utilizada em seis estudos). Essa teoria sustenta que a intenção empreendedora depende da influência da atitude, em relação ao empreendedorismo; de normas subjetivas; e do controle comportamental percebido – variável na qual o autor incorpora duas dimensões: a autoeficácia (crença na própria capacidade de organizar e de realizar comportamentos); e a controlabilidade (crença no controle da própria conduta).

A segunda corrente teórica mais abordada (cinco estudos) usou como base Teorias de Gestão do Conhecimento (*Knowledge Management* – KM), de Kolb (1984), com publicações mais frequentes a partir de 2016 (Tabela 5). Por meio dela, os teóricos estabelecem uma abordagem sistemática para capturar e gerenciar a utilização do conhecimento, com fins de garantir a eficiência organizacional dessas informações.

A Teoria de Motivação e Necessidade de Realização, de McClelland (1961, 1965), que aprofunda a perspectiva de que a motivação pela realização pessoal impacta positivamente o CE, foi base para quatro estudos, publicados de 2013 a 2021.

Além disso, quatro estudos abordaram questões de gênero e adotaram como base a Teoria Feminista Social (*Feminist Social Theory* – SFT) (Fischer et al., 1993); e a Teoria Empreendedorismo Feminino (Lerner et al., 1997), cuja publicações surgiram a partir de 2011, destacando diferenças de vivência culturalmente incorporadas entre homens e mulheres, especialmente no que diz respeito à experiência e ao conhecimento das mulheres empreendedoras (Tabela 5).

Outras importantes teorias foram citadas em pelo menos três estudos (Tabela 4), tais como a Teoria de Internacionalização; a Teoria Institucional; a Teoria da Autoeficácia, com publicações a partir de 2013; e a *Teoria Effectuation e Causation*, com publicações entre 2013 e 2018.

Em geral, 25 teorias foram identificadas nesta pesquisa, das quais 20% são específicas do Empreendedorismo; 16% de domínio da Psicologia; 12% são teorias das organizações; e 8% são da Administração. Importa salientar que 21 estudos empregaram mais de uma teoria; e oito não mencionaram qualquer teoria.

A partir do ano de 2016, período em que as pesquisas se intensificaram, é possível notar um esforço por parte dos pesquisadores em utilizar diversas abordagens teóricas, de áreas de domínio distintas, para auxiliar na definição dos construtos Comportamento Empreendedor e Estratégia. Não foi identificada uma corrente teórica predominante relacionada a um determinado período.

Tabela 5

Teorias abordadas

Teorias abordadas		Estudos identificados		
Nome	Principais autores	n	Referências	Assunto
Teoria do Comportamento Planejado	Ajzen (1991).	6	Garcia-Rodriguez et al. (2015), Gundry et al. (2014), Herron e Robinson (1993), Krueger et al. (2000), Quintillán e Pena-Legazkue (2019), Wójcik e Ciszewska-Mlinaric (2020).	Internacionalização, valores e cultura, influência familiar, orientação e intenção empreendedora.
Teorias de Gestão do Conhecimento (KM)	Acs et al. (2009), Audretsch et al. (2006), Audretsch e Kelibach (2007, 2008), Kolb (1984), March (1996), Nonaka e Peltokorpi (2006), Qian et al. (2013), Zahra (1991).	5	Ahadi e Kasraie (2020), Capello e Lenzi (2016), Crammond et al. (2018), Ekanem (2019), Hongwei e Ruef (2004).	Gestão do conhecimento, PME, internacionalização e concorrência global, tolerância ao risco estratégico, desenvolvimento regional.
Teoria de Motivação e Necessidade de Realização	MacInnis e Jaworski (1989), McClelland (1961, 1965).	4	Aramand (2013), Garcia-Rodriguez et al. (2015), Mourão e Locatelli (2020), Pathak e Goltz (2021).	Empreendedorismo feminino, sustentabilidade, inteligência emocional, valores e cultura.
Teorias de Empreendedorismo Feminino		4		
Teoria Feminista Social (SFT)	Calás et al. (2009), Fischer et al. (1993).		Ahmad (2011), Huq et al. (2020), Mucha (2020), Olsson e Bernhard (2021).	Digitalização, PME, COVID-19, atributos e valores culturais, motivações.
Empreendedorismo Feminino	Lerner et al. (1997).			
Teorias de Internacionalização	Coviello e Munro (1995), Johanson e Vahlne (1977), Knight e Cavusgil (2004), Kuivalainen et al. (2012), McDougall et al. (1994).	3	Cortellazzo et al. (2020), Ekanem (2019), Freeman et al. (2013).	Internacionalização e concorrência global; PME.
Teoria Institucional	Bruton et al. (2010), Ervin et al. (2013), Hoskisson et al. (2000), Jennings et al. (2013).	3	Muhammad et al. (2016), Munoz (2018), Thompson (2018).	Sustentabilidade, legitimidade e conflito.
Teoria da Autoeficácia	Bandura (1989, 1993, 1994).	3	Aramand (2013), Mathews (2008), Seikkula-Leino e Salomaa (2020).	Educação empreendedora, desempenho de novos negócios, empreendedorismo feminino.
Teoria Effectuation e Causation	Sarasvathy (2001).	3	Eyana et al. (2018), Futterer et al. (2018), Hmieleski et al. (2013).	Inovação no modelo de negócios, desempenho e improvisação.
Teoria da Contingência	Fiedler (1972).			
Teoria Orientação Empreendedora	Covin e Slevin (1989), Lumpkin e Dess (1996), Wiklund e Shepherd (2005).	2	Cortellazzo et al. (2020), Hammerschmidt et al. (2021).	COVID-19, internacionalização de PME.
Teoria Baseada em Recursos	Barney (1991, 2001).	2	Muldoon et al. (2018), Wright (2011).	Empreendedorismo produtivo e improdutivo, <i>startup</i> .
Outras Teorias de Empreendedorismo		5*	Anosike (2018), Branicki et al. (2018), De Rosa e McElwee (2015), Ekanem (2019), Van der Veen e Wakkee (2009).	Aprendizagem, resiliência, PME, conflito, desenvolvimento rural e digitalização.
Bricolagem	Levi-Strauss (1962).			
Resiliência Multinível	Lengnick-Hall et al. (2011), Van der Vegt et al. (2015).			
Educação em Empreendedorismo	Gibb (1993).			
Alerta Empreendedor	Kirzner (1999).			
Empreendedorismo	Kirzner (1999), Shane e Venkataraman (2000).			
Teoria Migratória Clássica Pull and Push	Amit e Muller (1995).	1	Gonzalez-Gonzalez et al. (2011).	Empreendedorismo feminino.
Teoria da Identidade Social (SIT)	Tajfel et al. (1979).			
Teoria Capital humano	Dimov (2017), González-Pernía et al. (2015).	1	Quintillán e Pena-Legazkue (2019).	Inteligência emocional.
Teoria da Racionalidade Limitada	Cherniss (2000).			
Teoria do Alto Escalão	Hambrick e Mason (1984).	1	Moruku (2013).	Orientação e comportamento empreendedor.
Teorias Econômicas Diversas		4*		
Inserção Social	Brandl e Bullinger (2009), Boyne e Meier (2009).		Autio e Acs (2010), Kourtit e Nijkamp (2012), Mandysová (2018), Sandberg e Hofer (1987).	Desempenho do novo empreendimento; fatores críticos de sucesso e fracasso de empreendedores migrantes, tomada de decisão, propriedade intelectual.
Gestão Estratégica	Katz (1970).			
Desenvolvimento Econômico	Schumpeter (1934).			
Teoria Econômica	Kahneman (2003).			
Opções reais	Amit et al. (1995).			

Nota: Elaborado pelas autoras (2023)

Conceituação e análise temática

A partir da leitura dos 56 estudos componentes desta RSL, as definições de CE apresentadas foram imputadas no Atlas.ti e, a partir da análise da lista de palavras mais repetidas e da nuvem de palavras criada pelo software, com essas definições (Figura 4), uma proposta de conceituação do CE de indivíduos proprietários de empresa foi delineada.

Figura 4

Nuvem de palavras das definições de CE analisadas.



Nota: Elaborada pelas autoras, com o auxílio do Atlas.ti (2023).

Este estudo concluiu que o CE trata de ações concretas, utilizadas para a identificação de oportunidades e a assunção de riscos na criação e no desenvolvimento de negócios. Caracterizadas pela busca por inovações, autoeficácia e autonomia, cujas motivações podem ser pecuniárias ou não, elas podem ser classificadas em três categorias principais: (1) necessidade de realização, (2) capacidade de lidar com incertezas; e (3) desenvolvimento de redes de relacionamentos (Bird et al., 2012; Gartner et al., 2010; Kirkley, 2016; Kuratko et al., 2005; Lumpkin & Dess, 1996; McClelland, 1965, 1987; Sarasvathy, 2004; Shane, 2003; Wiklund & Shepherd, 2005).

Revisões anteriores foram elaboradas com o intuito de estabelecer a relação entre o CE e a estratégia, como as de: (a) Markowska (2018), que argumenta sobre as diferenças de comportamento entre empreendedores novatos e experientes, em função da autopercepção de sua capacidade de agir, de desenvolver e de usar estratégias que lhes permitam confiar no controle percebido sobre os meios e os fins; (b) Herrera et al. (2020), que investigaram o CE de imigrantes na Espanha, evidenciando que, durante a crise econômica, as empresas étnicas aumentaram significativamente, com a adoção de novas estratégias e a comprovação da resiliência desses imigrantes; e (c) Pathak e Goltz (2021), que estudaram as ligações entre inteligência emocional (IE), CE e enfrentamento empreendedor; postulando que a IE dos empreendedores funciona como um antecedente que orienta a seleção de suas estratégias de enfrentamento, por meio do otimismo inicial e da aceitação da situação estressante.

Apesar dos esforços empenhados, as pesquisas anteriores não identificaram os tipos de CE e as estratégias adotadas pelos empreendedores, tampouco indicaram em quais contextos isso pode ocorrer.

A análise dos artigos selecionados previamente para a identificação dos tipos de CE e de estratégias adotadas permitiu a este estudo verificar que ambos os conceitos possuem definições

fragmentadas (Bird et al., 2012). Nessa percepção, constatou-se que há duas importantes distinções caracterizadoras do fenômeno do CE na literatura existente: uma visão micro e uma visão macro.

Na visão micro, o fenômeno é analisado do ponto de vista do indivíduo proprietário de empresa, foco desta RSL, caracterizando o CE por ações concretas utilizadas na identificação e exploração de oportunidades, e na criação e desenvolvimento de novos negócios (Bird et al., 2012; McClelland, 1987), sendo reconhecido como um precursor para a mudança social e um facilitador da inovação nas empresas emergentes (Gartner et al., 2010) e nas já estabelecidas (Kuratko et al., 2005).

Os estudos que adotaram essa abordagem foram classificados em três categorias, conforme Bird et al. (2012): (1) motivações e emoções – necessidade de realização, autonomia, assunção de risco e autoeficácia; (2) atributos pessoais – traços, conhecimentos, talentos, habilidades, cognição, proatividade, inovatividade e criatividade; e (3) causas proximais centradas nos resultados – existência, vendas, lançamentos de produtos, sobrevivência, crescimento e fatores externos (Tabela 6).

Tabela 6

Categorização dos comportamentos empreendedores e estratégias identificadas

Categorias	Estudos identificados	Estratégias identificadas
Motivações e emoções (necessidade de realização, autonomia, assunção de riscos, autoeficácia, orientação e intenção)	Ahmad (2011), Aramand (2013), Garcia-Rodriguez et al. (2015), Gonzalez-Gonzalez et al. (2011), Gonzalez-Gonzalez e Bretones (2013), Kourtiti et al. (2015), Kourtiti e Nijkamp (2012), Krueger et al. (2000), Mourão e Locatelli (2020), Munoz (2018), Pathak e Goltz (2021), Quintillán e Pena-Legazkue (2019), Sandberg e Hofer (1987), Toms (2006), Troise e Tani (2020), Woodside et al. (2016), Hongwei e Ruef (2004), Zollo et al. (2021).	Reatividade, gerenciar estressores, cocriação, internacionalização pedagógica, invenção, crescimento, divulgação, autodefesa, tolerância, maximização do lucro, habilidades, diferenciação e desidentificação social.
Atributos pessoais (traços, conhecimentos, talentos, habilidades, cognição, proatividade, inovatividade e criatividade)	Ahadi e Kasraie (2020), Anosike (2018), Branicki et al. (2018), Capello e Lenzi (2016), Cortellazzo et al. (2020), De Rosa e McElwee (2015), Ekanem (2019), Futterer et al. (2018), Hammerschmidt et al. (2021), Huq et al. (2020), Moruku (2013), Olsson e Bernhard (2021), Palich e Bagby (1995), Seikkula-Leino e Salomaa (2020), Van der Veen e Wakkee (2009), Wójcik e Ciszewska-Mlinaric (2020), Wright (2011).	Recrutamento, modificação do produto, treinamentos, internacionalização, redes de relacionamentos, organizacional, feedback construtivo, competição e confiança, reenquadramento contínuo, sustentabilidade, flexibilidade, inovação e adaptação, enfrentamento e downsizing, crescimento, diversificação agrícola, adaptativa, conhecimento e risco.
Causas proximais centradas no indivíduo e nos resultados do empreendimento (existência, vendas, lançamento de produtos, sobrevivência, crescimento).	Autio e Acs (2010), Crammond et al. (2018), Eyana et al. (2018), Freeman et al. (2013), Gartner et al. (1999), Gibb (1999), Gilinsky et al. (2010), Gundry et al. (2014), Herron e Robinson (1993), Hmieleski et al. (2013), Idris (2011), Israel e Hitzeroth (2018), Mandysová (2018), Mathews (2008), Mucha (2020), Muhammad et al. (2016), Muldoon et al. (2018).	Modificação do produto, conhecimento, decisões por estágios, confiança, encorajamento, adaptação, evasão ou aquiescência, sustentabilidade, reestruturação, improvisação, organizacionais, alocação recursos de entrada, saídas úteis, sob encomenda, criação de valor e aprendizagem.

Nota: Elaborada pelas autoras (2023).

Na visão macro, do ponto de vista da organização, o CE é caracterizado como sinônimo de Orientação Empreendedora (OE) que, segundo Covin e Slevin (1990), denota as características de organizações que manifestam proatividade, inovação e assunção de riscos simultaneamente. Lumpkin e Dess (1996) acrescentam, ainda, ao conceito de OE, outras duas dimensões – autonomia e agressividade.

Embora Covin e Slevin (1990) e Lumpkin e Dess (1996) tenham estabelecido essa classificação no âmbito da análise das organizações, e este não tenha sido o foco desta RSL, alguns estudos se apropriam dessas definições para classificar a OE como uma subdimensão do CE dos indivíduos empreendedores dentro de sua própria organização, fazendo análises dos atributos pessoais desses empreendedores. Por conta disso, esses estudos foram considerados na composição da amostra desta RSL: Branicki et al. (2018); Cortellazzo et al. (2020); Futterer et al. (2018); Hammerschmidt et al. (2021); Moruku (2013) e Van der Veen e Wakkee (2009).

Assim como o CE, a estratégia possui diferentes nomenclaturas identificadas na literatura, tais como pensamento estratégico, planejamento estratégico, gestão estratégica e liderança estratégica (Tabela 7).

Tabela 7

Categorização das definições de estratégias identificadas nos estudos

Categorização	Estudos identificados
<i>Planejamento estratégico</i>	
Burgelman (1983), Hambrick (1981), Ketokivi e Castañer (2004), Kotler (1975), Mintzberg (1994).	Ahadi e Kasraie (2020), Ahmad (2011), Anosike (2018), Bryson e Lombardi (2009), Cortellazzo et al. (2020), Ekanem (2019), Eyana et al. (2018), Freeman et al. (2013), Gibb (1999), Herron e Robinson (1993), Hmieleski et al. (2013), Israel e Hitzeroth (2018), Kourtiti et al. (2015), Kourtiti e Nijkamp (2012), Krueger et al. (2000), Mathews (2008), Mourão e Locatelli (2020), Quintillán e Pena-Legazkue (2019), Wójcik e Ciszewska-Mlinarić (2020).
<i>Pensamento estratégico</i>	
Goldman (2012), Goldman e Casey (2010), Mintzberg (1994), Sloan (2013).	Branicki et al. (2018), Capello e Lenzi (2016), Crammond et al. (2018), De Rosa e McElwee (2015), Garcia-Rodriguez et al. (2015), Gartner et al. (1999), Idris (2011), Moruku (2013), Munoz (2018), Olsson e Bernhard (2021), Palich e Bagby (1995), Troise e Tani (2020), Hongwei e Ruef (2004).
<i>Gestão estratégica</i>	
Hitt et al. (2001), Lumpkin e Dess (1996), Porter (1991), Sambamurthy et al. (2003).	Autio e Acs (2010), Futterer et al. (2018), Gilinsky et al. (2010), Gonzalez-Gonzalez e Bretones (2013), Gundry et al. (2014), Hammerschmidt et al. (2021), Mucha (2020), Muhammad et al. (2016), Olsson e Bernhard (2021), Sandberg e Hofer (1987), Thompson (2018), Van der Veen e Wakkee (2009), Wright (2011), Woodside et al. (2016).
<i>Liderança estratégica</i>	
Bennis e Biederman (1997), Goffee e Jones (2000), Hitt e Duane (2002), Ireland et al. (2001).	Ahmad (2011), Aramand (2013), Gonzalez-Gonzalez et al. (2011), Herron e Robinson (1993), Huq et al. (2020), Mandysová (2018), Muldoon et al. (2018), Pathak e Goltz (2021), Seikkula-Leino e Salomaa (2020), Zollo et al. (2021).

Nota: Elaborada pelas autoras (2023).

A partir da leitura e da análise desses artigos (Tabela 7), foi possível identificar que:

1. A estratégia, no contexto organizacional, é caracterizada como alocação de direitos de decisão, disponibilidade e alocação de recursos para membros de nível inferior; grau de formalização de cargos e relacionamentos, critérios de seleção de projetos,

bem como sistemas de planejamento e medição de desempenho (Burgelman, 1983, 1991; Zahra, 2008). Trata-se, então, de um conjunto de processos de seleção, baseado em dados brutos, fatos, conhecimento prévio e experiência pessoal de ganho e perda, que auxilia e afeta a tomada de decisão (Haselhuhn et al., 2012; Payne et al., 1992; Porter, 1997, 2007).

2. Em alguns estudos, a estratégia é definida como sinônimo de planejamento estratégico, caracterizado como um processo metodológico gerencial, responsável pela direção da organização, com tendência a promover uma maior interação com o ambiente (Kotler, 1975; Mintzberg, 1994). Ela pode ser vista, portanto, como um "dispositivo integrativo", que possibilita maior participação de diferentes membros na tomada de decisão (Ketokivi & Castañer, 2004). Dessa forma, trata-se de uma ferramenta capaz de ampliar a compreensão do ambiente de negócios e de promover a identificação de oportunidades (Burgelman, 1983; Hambrick, 1981), o que envolve, estabelece e formaliza os sistemas e os procedimentos focados nas tomadas de decisão (Mintzberg, 1994).
3. O conceito de estratégia, em outros estudos, é definido como pensamento estratégico, caracterizando-se como um processo dinâmico, contínuo e interativo (Goldman, 2012; Mintzberg, 1994), pelo qual a organização torna-se um conjunto integrado ao seu ambiente. Esse pensamento estratégico, de acordo com Sloan (2013), pode ser ensinado, pois se trata de uma capacidade cognitiva, subjacente, avançada e complexa, diferente da exigida no processo de planejamento estratégico. Sendo assim, seu destaque está em ser um processo intuitivo, criativo, inovador e incentivador de todos os níveis da organização (Mintzberg, 1994).
4. A gestão estratégica é caracterizada pela exigência da tomada de decisões em vários movimentos estratégicos, a fim de desenvolver e de sustentar a vantagem competitiva em um ambiente perturbador (Hitt et al., 2001; Porter, 1997; Sambamurthy et al., 2003). No campo geral de gestão estratégica, também foi identificada uma ênfase crescente no "processo empreendedor, isto é, os métodos, práticas e estilos de tomada de decisão que os gerentes usam para agir de forma empreendedora" (Lumpkin & Dess, 1996, p. 136).
5. Por fim, a liderança estratégica foi apresentada por vários autores como uma abordagem que estabelece um ambiente inovador propício para conduzir capacidades organizacionais, humanas, sociais e estruturais (Goffee & Jones, 2000; Hitt & Duane, 2002; Ireland et al., 2001).

A partir da categorização, por meio da análise indutiva de conteúdo, com o auxílio do Atlas.ti, foi possível identificar algumas das estratégias adotadas e as relacionar às três categorias do CE (Bird et al., 2012). Em seguida, foi realizada uma análise para dividir os artigos em dois períodos: de 1987 a 2015, período em que as publicações foram mais espaçadas (n=25); e de 2016 a 2021, período em que houve maior interesse da academia em relação ao tema (n= 31) (Tabela 6).

No período de 1987 a 2015, foi possível evidenciar estudos que se propuseram a analisar a relação entre o CE e a estratégia, a partir de causas proximais, centradas nos resultados de desempenho (cerca de 46% dos artigos). Segundo a maioria deles, os indivíduos empreendedores devem aprimorar suas habilidades estratégicas (Gartner et al., 1999; Gibb, 1999; Gilinsky et al., 2010; Herron & Robinson, 1993; Sandberg & Hofer, 1987), tendo em vista que o aparato cognitivo do empreendedor emprega diferentes estratégias para produzir soluções diante de adversidades (Mathews, 2008), ou seja, para desenvolver a cultura empreendedora é fundamental que existam estratégias de aprendizagem (Freeman et al., 2013; Gartner et al., 1999; Gibb, 1999).

Nesse contexto, Herron e Robinson (1993) apontaram causalidade entre comportamentos e estratégias na determinação de desempenho. Krueger et al. (2000) complementam, apontando a intenção como a melhor preditora do CE, que deve ser entendido para se compreender os fenômenos a eles relacionados, como as decisões estratégicas de crescimento e de inovação (Gundry et al., 2014).

Para Matheus (2008), o CE determina o tipo e a forma de empreendedorismo, evidenciando como os indivíduos que empreendem adaptam estratégias e metas para gerir oportunidades e adversidades. Autio e Acs (2010) e Gundry et al. (2014) completam esse pensamento, alegando que o contexto é um importante regulador do CE individual que, por sua vez, influencia as decisões estratégicas de alocação de recursos dos empreendedores (Anderson et al., 2019; Krueger, 2007).

Nos estudos publicados no período de 2016 a 2021, o foco predominante estava: (a) nos atributos pessoais (48% ou 14 artigos); (b) nas motivações e emoções (28% ou oito estudos); e (c) na causas proximais centradas nos resultados (24% ou sete artigos).

Os estudos que focaram nos atributos pessoais, relacionaram o CE especialmente à busca por oportunidades, com base nos conhecimentos e nas habilidades (Anosike, 2018; Olsson & Bernhard, 2021; Seikkula-Leino & Salomaa, 2020; Wójcik & Ciszewska-Mlinarič, 2020); e na proatividade, inovação e criatividade dos empresários (Ahadi & Kasraie, 2020; Branicki et al., 2018; Cortellazzo et al., 2020; Fütterer et al., 2018; Hammerschmidt et al., 2021; Huq et al., 2020; Thompson, 2018; Zollo et al., 2021).

Alguns desses estudos estabeleceram a relação entre o CE e a estratégia, ressaltando nela a influência do contexto (Anosike, 2018; Capello & Lenzi, 2016; Cortellazzo et al., 2020; Seikkula-Leino & Salomaa, 2020; Wójcik & Ciszewska-Mlinarič, 2020), especialmente quando há adversidades, como uma pandemia, por exemplo (Hammerschmidt et al., 2021; Mucha, 2020), e conflitos (Anosike, 2018).

Markowska (2018) evidenciou diferenças do CE entre indivíduos empreendedores, novatos e experientes, haja vista que quanto maior a força nas crenças de controles de ação, maiores os estímulos para eles desenvolverem e usarem estratégias que lhes permitam confiar nos meios e nos fins amparados por sua capacidade percebida. Dessa forma, empreendedores experientes se comportam mais como especialistas.

Outros estudos estabelecem relação entre CE e estratégia, a partir de comparativos de gênero (Huq et al., 2020; Mucha, 2020; Olsson & Bernhard, 2021). Nesse sentido, características do CE feminino, como valores e atributos femininos (altruísmo, sensibilidade, coragem, busca de aprendizado contínuo, propensão à inovação e ao relacionamento interpessoal) influenciam as estratégias adotadas por mulheres empreendedoras: no relacionamento com clientes; em branding (Huq et al., 2020); de recrutamento e aprendizagem (Olsson & Bernhard, 2021); e em estratégias defensivas, como a redução de custos em meio à crise (Mucha, 2020).

Os estudos que tiveram como foco motivações e emoções, relacionaram o CE, principalmente, à necessidade de realização (Garcia-Rodriguez et al., 2015; Mourão & Locatelli, 2020; Pathak & Goltz, 2021; Woodside et al., 2016); à autonomia e à autoeficácia (Munoz, 2018; Quintillán & Peña-Legazkue, 2019; Troise & Tani, 2020); e à assunção de riscos (Quintillán & Peña-Legazkue, 2019; Zollo et al., 2021). Tais estudos sugerem que o CE é impulsionado não apenas pela razão, mas também pelas motivações, emoções e cognições dos empreendedores que, por sua vez, influenciam as decisões estratégicas (Mourão & Locatelli, 2020; Munoz, 2018; Quintillán & Peña-Legazkue, 2019; Troise & Tani, 2020; Woodside et al., 2016; Zollo et al., 2021).

E há outros estudos que merecem destaque, como os de: (a) Mourão e Locatelli (2020) e Munoz (2018), que sugerem a relação entre o CE e a análise estratégica de negócios sustentáveis; (b) Pathak e Goltz (2021), que evidenciam o otimismo e a proatividade

como influenciadores de estratégias para reduzir e gerenciar estressores: (c) Troise e Tani (2020), que relacionam o CE à tomada de decisão estratégica de cocriação de produtos e de exploração de redes; e (d) Woodside et al. (2016), para os quais estratégias inovadoras de produção são impulsionadas pelo CE.

Sistematização da agenda de pesquisas futuras

A identificação das definições dos construtos CE e estratégia, que serviram de base para esta pesquisa, foi abordada de forma holística na maioria dos artigos analisados. Isso permitiu que, a partir da leitura dos 56 artigos, uma agenda de pesquisa fosse sistematizada e categorizada, a partir das proposições e das limitações que emergiram da literatura existente (Tabela 8).

Com essa sistematização em dez temas distintos, espera-se: (a) contribuir para o avanço das pesquisas relacionadas ao assunto em questão, abordado nesta RSL; (b) auxiliar na tomada de decisão de outros pesquisadores, quanto ao delineamento de novos estudos; e (c) contribuir com gestores e empreendedores, que podem usar os resultados encontrados na literatura acerca do tema como subsídio para gerir seus empreendimentos.

CONCLUSÃO

Na maioria dos estudos sobre o comportamento empreendedor, mesmo quando apresentado como sinônimo de orientação empreendedora, de intenção empreendedora ou de empreendedorismo corporativo, o construto sempre é caracterizado por, ao menos, três dimensões: proatividade, inovação e assunção de risco (Covin & Slevin, 1989). A estratégia, por sua vez, foi definida em boa parte dos estudos, como procedimento metodológico gerencial, responsável pela direção da organização (Mintzberg et al., 2010).

Profundamente enraizado na pesquisa sobre empreendedorismo corporativo, o CE foi definido, muitas vezes, em termos de resultados organizacionais. Desse modo, há um crescente corpo de estudos que relaciona o CE às ações concretas dos indivíduos, na iniciativa e no crescimento de empreendimentos. Assim, parte dessas pesquisas dirige o foco teórico para: (a) compreender como os indivíduos efetivamente podem alcançar o sucesso, por meio da exploração de oportunidades, na forma de estratégia organizacional; (b) identificar as motivações (Bird et al., 2012; Kirkley, 2016; Krueger et al., 2000; McClelland, 1987) para a tomada de decisão; e (c) análises comparativas de gênero e estratégias de enfrentamento.

Foi possível identificar a falta de consenso terminológico para definir o CE, apresentado em diversos estudos como: sinônimo de intraempreendedorismo, orientação empreendedora, intenção empreendedora e empreendedorismo corporativo. Isso sugere uma relação mais complexa e não-linear entre o CE, a orientação empreendedora e o empreendedorismo corporativo, do que a adotada nesta pesquisa. Investigações mais aprofundadas poderiam ser úteis na delimitação dessas terminologias, estabelecendo correntes teóricas para cada uma das definições.

Nesta pesquisa, o foco esteve nas publicações de outros países, mas pesquisas relacionadas ao contexto brasileiro, com o objetivo de verificar se os resultados são distintos ou semelhantes, poderiam ser desenvolvidas. Além disso, neste estudo, a busca nas bases de dados considerou apenas artigos publicados em periódicos; em

Tabela 8

Agenda para pesquisas futuras

Contexto	Pesquisa futura	Referências
Pandemia (COVID-19)	Os efeitos de longo prazo, acompanhados de análises longitudinais para investigar as respostas estratégicas das organizações esportivas profissionais à crise da COVID-19 devem ser objetivo de futuras pesquisas.	Hammerschmidt et al. (2021), Pathak e Goltz (2021), Muldoon et al. (2018), Olsson e Bernhard (2021).
	Pesquisas futuras podem realizar comparações de gênero, intersetoriais, e de idade, aplicando métodos mistos para revelar aspectos das estratégias de digitalização, bem como desafios empreendedores relacionados à pandemia de COVID-19.	
	Explorar as interações entre o comportamento empreendedor e as estratégias voltadas à confiança e à desconfiança no ambiente tradicional (face a face), bem como no ambiente online, especialmente no período pandêmico.	
	Pesquisas empíricas para utilizar o modelo conceitual que destaca o papel da inteligência emocional (IE) dos empreendedores no enfrentamento da pandemia, podem ser realizadas testando a relação entre os principais componentes de sua IE e os comportamentos empreendedores e estratégias de enfrentamento.	
Adversidade	O contexto é notadamente um elemento importante ao se estudar comportamento empreendedor. O empreendedor atua sistematicamente e muda de estratégia de acordo com o contexto para encarar desafios e superar obstáculos. Assim, mais pesquisas empíricas são necessárias para a investigação sobre como o comportamento empreendedor influencia a estratégia organizacional em determinados contextos, especialmente nos de situações adversas.	Anosike (2018), Mourão e Locatelli (2020), Seikkula-Leino e Salomaa (2020).
	Estudo empírico transnacional sobre quais condições contribuem para o desenvolvimento do comportamento empreendedor, por meio da educação em empreendedorismo, em países afetados por conflitos	
Características pessoais	Pesquisas futuras sobre o complexo processo de internacionalização devem considerar que os traços pessoais e comportamentos dos empreendedores são importantes para explicar sua entrada em mercados estrangeiros, em resposta a choques econômicos.	Quintillán e Pena-Legazkue (2019).
	Identificar de que forma o comportamento empreendedor atua no desenvolvimento da resiliência. Esclarecer e validar o conceito de resiliência empreendedora e desenvolver instrumentos para a medir.	Branicki et al. (2018).
	Pesquisas para identificar quais variáveis individuais (personalidade) e situacionais (contexto) podem motivar a escolha da estratégia a ser adotada.	Troise e Tani (2020), Zollo et al. (2021).
Variáveis cognitivas	Examinar as interações entre os diferentes comportamentos empreendedores e os modelos cognitivos (seus processos cognitivos e emocionais internos). Os grupos sociais que permitem ou restringem a ação serão fundamental para compreender melhor como a tomada de decisão sustentável se transforma em resultados sustentáveis.	Munoz (2018).
	Estudos que determinem a importância relativa das variáveis cognitivas e contextuais de um empreendedor.	Garcia-Rodriguez et al. (2015).
	Pesquisas futuras devem investigar mais a fundo o impacto dos comportamentos empreendedores e sua relação com outras dimensões do capital humano, como características demográficas, educação e experiência anterior dos empreendedores no sucesso da internacionalização.	Cortellazzo et al. (2020).
Cultura/valores	Realização de pesquisa quantitativa sobre o papel da cultura na motivação empreendedora, com estudos envolvendo diferentes culturas e suas peculiaridades no comportamento empreendedor.	Aramand (2013).
	Pesquisas futuras devem incluir testes críticos de comparações do comportamento empreendedor e seus pontos fortes, usando paradigmas de valores culturais adicionais, com amostras com n>100, se possível).	Woodside et al. (2016).
	Analisar profundamente os impactos culturais no comportamento empreendedor de migrantes de diferentes origens nacionais, e as implicações para a realização de seus negócios.	Kourtit et al. (2015).
	Pesquisas futuras se beneficiariam investigando diferentes fatores culturais, institucionais e contextos geográficos que podem facilitar ou dificultar o comportamento empreendedor.	Cortellazzo et al. (2020).
Gênero	Estudos que analisam se a variação de gênero afeta o comportamento de tomada de decisão, o que pode ampliar a literatura acadêmica e fornecer implicações para políticas que buscam reduzir o hiato de gênero no empreendedorismo.	Gonzalez-Gonzalez et al. (2011), Huq et al. (2020), Idris (2011), Mucha (2020), Zollo et al. (2021).
Sustentabilidade	Pesquisas futuras podem medir o impacto do comportamento empreendedor em outros construtos, como sobrevivência e desempenho entre empreendedores sustentáveis em particular, procurando estratégias de legitimação semelhantes ou diferentes em setores e países distintos.	Thompson (2018).
Políticas Públicas	Novas pesquisas para uma melhor compreensão da conexão entre legitimidade e comportamento empreendedor pode ajudar os formuladores de políticas e as organizações de apoio às empresas em regiões de conflito.	Muhammad et al. (2016).
Apoio externo	Como o apoio familiar e de amigos influencia o comportamento empreendedor e pode contribuir no desempenho dos empreendimentos.	Ahadi e Kasraie (2020).
Causation e Effectuation	Pesquisas empíricas podem testar a relação entre as principais características do comportamento empreendedor nas abordagens de causation e effectuation, separadamente, e as estratégias empreendedoras adotadas e resultantes de cada uma delas.	Eyana et al. (2018), Futterer et al. (2018).

Nota: Elaborada pelas autoras (2023).

pesquisas futuras, pode-se ampliar o escopo de busca, incluindo artigos publicados em anais de eventos acadêmicos, haja vista a sua avaliação por pares.

Com base na RSL realizada por esta pesquisa, foi possível inferir que o CE, sob a ótica do indivíduo proprietário de empresa, apresenta influência positiva sobre a estratégia, na maior parte dos estudos realizados, indicando que o CE pode ser considerado um preditivo para o desempenho organizacional.

Além disso, foi possível identificar que o contexto é notadamente um elemento importante no estudo do CE e que, em muitos casos, o sucesso de um empreendimento pode ser determinado pela capacidade e velocidade do empreendedor em responder, eficazmente, às mudanças de contexto. Dessa forma, mais pesquisas são necessárias para a investigação sobre como o CE influencia a estratégia em determinados contextos, especialmente os de situações adversas.

Sugere-se, ainda, que sejam realizados estudos comparativos entre países ou regiões, para verificar se aspectos culturais ou características situacionais exercem influência na relação entre comportamento empreendedor e estratégia.

Financiamento

Este trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001 e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ), Bolsa de Produtividade em Pesquisa.

Declaração de conflito de interesse

Os autores declaram não existir conflito de interesses.

Declaração de contribuições individuais dos autores

Papéis	Contribuição			
	Bezerra C.M.S.	Ramos H.R.	Shinohara E.E.R.D.	Nassif V.M.J.
Conceitualização	■	■		
Metodologia	■	■	■	■
Software	■		■	
Validação		■		■
Análise formal	■	■		■
Pesquisa / Levantamento	■		■	
Recursos			N.A.	
Curadoria dos dados	■	■		
Escrita - Rascunho original	■			
Escrita - Revisão e edição	■	■		■
Visualização dos dados	■	■	■	■
Supervisão / Orientação		■		■
Administração do Projeto	■	■		
Financiamento			N.A.	

REFERÊNCIAS

- Acs, Z. J., Braunerhjelm, P., Audretsch, D. B., & Carlsson, B. (2009). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 32(1), 15–30. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9157-3>.
- Ahadi, S., & Kasraie, S. (2020). Contextual factors of entrepreneurship intention in manufacturing SMEs: The case study of Iran. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(4), 633–657. <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2019-0074>
- Ahmad, S. Z. (2011). Evidence of the characteristics of women entrepreneurs in the Kingdom of Saudi Arabia: An empirical investigation. *International journal of gender and entrepreneurship*, 3(2), 123–143. <https://doi.org/10.1108/17566261111140206>
- Ahmadi, A., Abzari, M., Isfahani, A. N., & Safari, A. (2019). The effect of organisational culture items on entrepreneurial behaviour of knowledge workers in Iranian knowledge-based companies. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*. <https://doi.org/10.1504/IJLIC.2019.098931>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1–2), 11–26. <https://doi.org/10.1002/sej.4>
- Amalia, R., Rakhmawati, L., Afrida, A., & Pribadi, J. (2020). New Venture Competitive Advantage and Performance: The Role of Strategic Entrepreneurship. *Proceedings of Aceh Global Conference – Business, Economics, and Sustainable Development Trends*, 2. Recuperado de <http://202.4.186.66/AGC-BEST/article/view/16850>
- Amit, R., & Muller, E. (1995). “Push” and “Pull” Entrepreneurship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 12(4), 64–80. <https://doi.org/10.1080/08276331.1995.10600505>
- Amit, R., Muller, E., & Cockburn, I. (1995). Opportunity costs and entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 10(2), 95–106. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)00017-0](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)00017-0)
- Anderson, B. S., Eshima, Y., & Hornsby, J. S. (2019). Strategic entrepreneurial behaviors: Construct and scale development. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 13(2), 199–220. <https://doi.org/10.1002/sej.1306>
- Anosike, P. (2018). Entrepreneurship education knowledge transfer in a conflict Sub-Saharan African context. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(4), 591–608. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2017-0001>
- Ansoff, H. I., & McDonnell, E. J. (1988). *The new corporate strategy*. J. Wiley.
- Aramand, M. (2013). Women entrepreneurship in Mongolia: The role of culture on entrepreneurial motivation. *Equality, Diversity and Inclusion*, 32(1), 68–82. <https://doi.org/10.1108/02610151311305623>
- Asmussen, C. G., Foss, N. J., & Nell, P. C. (2019). The role of procedural justice for global strategy and subsidiary initiatives. *Global Strategy Journal*, 9(4), 527–554. <https://doi.org/10.1002/gsj.1341>
- Audretsch, D. B., & Keilbach, M. (2007). The theory of knowledge spillover entrepreneurship. *Journal of Management Studies*, 44(7), 1242–1254. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00722.x>
- Audretsch, D. B., & Keilbach, M. (2008). Resolving the knowledge paradox: Knowledge-spillover entrepreneurship and economic growth. *Research Policy*, 37(10), 1697–1705. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2008.08.008>
- Audretsch, D. B., Keilbach, M. C., & Lehmann, E. E. (2006). *Entrepreneurship and economic growth*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195183511.001.0001>
- Autio, E., & Acs, Z. (2010). Intellectual property protection and the formation of entrepreneurial growth aspirations. *Strategic Entrepreneurship Journal* 4(3), 234–251. WILEY. <https://doi.org/10.1002/sej.93>
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Bandura, A. (1989). Regulation of cognitive processes through perceived self-efficacy. *Developmental Psychology*, 25, 729–735. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.25.5.729>

- Bandura, A. (1994). Social Cognitive Theory and Exercise of Control over HIV Infection. In: DiClemente, R.J., Peterson, J.L. (eds) Preventing AIDS. AIDS Prevention and Mental Health. Springer, Boston, MA. https://doi.org/10.1007/978-1-4899-1193-3_3.
- Bandura, A. (1993). Perceived Self-Efficacy in Cognitive Development and Functioning. *Educational Psychologist*, 28(2), 117–148. https://doi.org/10.1207/s15326985ep2802_3
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1117/014920639101700108>
- Barney, J. B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of Management*, 27(6), 643–650. <https://doi.org/10.1117/014920630102700602>
- Baron, R. A. (2007). Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: Entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1–2), 167–182. <https://doi.org/10.1002/sej.12>
- Bennis, W., & Biederman, P. (1997). *Organizing Genius: The secrets of successful collaboration*. Nicholas Brealey.
- Bird, B., Schjoedt, L., & Baum, J. R. (2012). Entrepreneurs' Behavior: Elucidation and Measurement Introduction. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5, SI), 889–913. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00535.x>
- Boyne, G. A., & Meier, K. J. (2009). Environmental turbulence, organizational stability, and public service performance. *Administration & Society*, 40(8), 799–824. <https://doi.org/10.1177/0095399708326333>
- Brandl, J., & Bullinger, B. (2009). Reflections on the societal conditions for the pervasiveness of entrepreneurial behavior in Western societies. *Journal of Management Inquiry*, 18(2), 159–173. <https://doi.org/10.1177/1056492608329400>
- Branicki, L. J., Sullivan-Taylor, B., & Livschitz, S. R. (2018). How entrepreneurial resilience generates resilient SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 24(7), 1244–1263. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2016-0396>
- Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Li, H. (2010). Institutional Theory and Entrepreneurship: Where Are We Now and Where Do We Need to Move in the Future? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 421–440. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00390.x>
- Bryson, J. R., & Lombardi, R. (2009). Balancing product and process sustainability against business profitability: Sustainability as a competitive strategy in the property development process. *Business Strategy and the Environment*, 18(2), 97–107. <https://doi.org/10.1002/bse.640>
- Burgelman, R. A. (1983). Corporate Entrepreneurship and Strategic Management: Insights from a Process Study. *Management Science*, 29(12), 1349–1364. <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.12.1349>
- Burgelman, R. A. (1991). Intraorganizational Ecology of Strategy Making and Organizational Adaptation: Theory and Field Research. *Organization Science*, 2(3), 239–262. <https://doi.org/10.1287/orsc.2.3.239>
- Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 12(1), 9–30. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(96\)00003-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(96)00003-1)
- Calabrese, A., & Costa, R. (2015). Strategic thinking and business innovation: Abduction as cognitive element of leaders' strategizing. *Journal of Engineering and Technology Management*, 38, 24–36. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2015.06.001>
- Calás, M. B., Smircich, L., & Bourne, K. A. (2009). Extending the boundaries: Reframing “entrepreneurship as social change” through feminist perspectives. *Academy of Management Review*, 34(3), 552–569.
- Capello, R., & Lenzi, C. (2016). Innovation modes and entrepreneurial behavioral characteristics in regional growth. *Small Business Economics* 47(4), 875–893. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9741-x>
- Carreira, S. da S., Benciveni Franzoni, A., Judith Folle Esper, A., Chagas Pacheco, D., Bohm Gramkow, F., & Francisco Carreira, M. (2015). Empreendedorismo feminino: Um estudo fenomenológico. *Navus – Revista de Gestão e Tecnologia*, 5(2), 6–13. <https://doi.org/10.22279/navus.2015.v5n2.p06-13.208>
- Cherniss, C. (2000). Emotional Intelligence: What It Is and Why It Matters. In *Proceedings of the Annual Meeting of the Society for Industrial and Organizational Psychology*, New Orleans, LA. https://www.researchgate.net/publication/228359323_Emotional_intelligence_What_it_is_and_why_it_matters
- Cooley, L. (1990). *Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance*. Final Report. Contract No. DAN-5314-C-00-3074-00. USAID.
- Cortellazzo, L., Bonesso, S., & Gerli, F. (2020). Entrepreneurs' behavioural competencies for internationalisation: Exploratory insights from the Italian context. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(4), 723–747. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2018-0806>
- Coviello, N. E., & Munro, H. J. (1995). Growing the entrepreneurial firm: Networking for international market development. *European Journal of Marketing*, 29(7), 49–61. <https://doi.org/10.1108/03090569510095008>
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1990). New venture strategic posture, structure, and performance: An industry life cycle analysis. *Journal of Business Venturing*, 5(2), 123–135. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(90\)90004-D](https://doi.org/10.1016/0883-9026(90)90004-D)
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75–87. <https://doi.org/10.1002/smj.4250100107>
- Crammond, R., Omeihe, K. O., Murray, A., & Ledger, K. (2018). Managing knowledge through social media: Modelling an entrepreneurial approach for Scottish SMEs and beyond. *BALTIC JOURNAL OF MANAGEMENT*, 13(3, SI), 303–328. <https://doi.org/10.1108/BJM-05-2017-0133>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- De Rosa, M., & McElwee, G. (2015). An empirical investigation of the role of rural development policies in stimulating rural entrepreneurship in the Lazio Region of Italy. *SOCIETY AND BUSINESS REVIEW*, 10(1), 4–22. <https://doi.org/10.1108/SBR-08-2014-0041>
- Dimov, D. (2017). Towards a qualitative understanding of human capital in entrepreneurship research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(2), 210–227. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2016-0016>
- Dogan, E. (2015). The relationship between economic growth and electricity consumption from renewable and non-renewable sources: A study of Turkey. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 52, 534–546. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2015.07.130>
- Drucker, P. F. (1954). *The Practice of Management*. Sunil Sachdev.
- Drucker, P. F. (2007). *The Practice of Management*. Routledge.
- Eisenhardt, K. M. (1999). Strategy as strategic decision making. *MIT Sloan Management Review*, 40(3), 65–72.
- Ekanem, I. (2019). Understanding internationalisation approaches and mechanisms of diaspora entrepreneurs in emerging economies as a learning process. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(5), 819–841. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-02-2018-0068>
- Ekanem, I., & Uwajeh, N. J. (2017). Transnational entrepreneurs and their global market entry modes. In S. Ojo (Ed.) *Diasporas and Transnational Entrepreneurship in Global Contexts* (pp. 130–151). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-1991-1.ch008>
- Ervin, D., Wu, J., Khanna, M., Jones, C., & Wirkkala, T. (2013). Motivations and Barriers to Corporate Environmental Management. *Business Strategy and the Environment*, 22(6), 390–409. <https://doi.org/10.1002/bse.1752>
- Eyana, S. M., Masurel, E., & Paas, L. J. (2018). Causation and effectuation behaviour of Ethiopian entrepreneurs: Implications on performance of small tourism firms. *JOURNAL OF SMALL BUSINESS AND ENTERPRISE DEVELOPMENT*, 25(5, SI), 791–817. <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2017-0079>
- Fauchart, E., & Gruber, M. (2011). Darwinians, communitarians, and missionaries: The role of founder identity in entrepreneurship. *Academy of management journal*, 54(5), 935–957. <https://doi.org/10.5465/amj.2009.0211>

- Fiedler, F. E. (1972). Personality, motivational systems, and behavior of high and low LPC persons. *Human Relations*, 25(5), 391–412. <https://doi.org/10.1177/001872677202500502>
- Fischer, E. M., Reuber, A. R., & Dyke, L. S. (1993). A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 8(2), 151–168. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90017-Y](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90017-Y)
- Flick, U. (2020). Triangulation. In G. Mey & K. Mruck (Eds.), *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie* (pp. 185–199). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-26887-9_23
- Freeman, S., Deligonul, S., & Cavusgil, T. (2013). Strategic re-structuring by born-globals using outward and inward-oriented activity. *International Marketing Review*, 30(2), 156–182. <https://doi.org/10.1108/02651331311314574>
- Futterer, F., Schmidt, J., & Heidenreich, S. (2018). Effectuation or causation as the key to corporate venture success? Investigating effects of entrepreneurial behaviors on business model innovation and venture performance. *Long Range Planning*, 51(1), 64–81. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.008>
- Games, D., Kartika, R., Sari, D. K., & Assariy, A. (2020). Business incubator effectiveness and commercialization strategy: A thematic analysis. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 12(2), 176–192. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2020-0067>
- García-Rodríguez, F. J., Gil-Soto, E., Ruiz-Rosa, I., & Sene, P. M. (2015). Entrepreneurial intentions in diverse development contexts: A cross-cultural comparison between Senegal and Spain. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(3), 511–527. <https://doi.org/10.1007/s11365-013-0291-2>
- Gartner, W. B., & Carter, N. M. (2005). Entrepreneurial Behavior and Firm Organizing Processes. In Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research* (Vol. 1, pp. 195–221). Springer-Verlag. https://doi.org/10.1007/0-387-24519-7_9
- Gartner, W. B., Carter, N. M., & Reynolds, P. D. (2010). Entrepreneurial behavior: Firm organizing processes. In Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research: An interdisciplinary survey and introduction* (pp. 99–127). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1191-9_5
- Gartner, W. B., Starr, J., & Bhat, S. (1999). Predicting new venture survival: An analysis of “Anatomy of a Start-up”. Cases from Inc. Magazine. *Journal of Business Venturing*, 14(2), 215–232. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00063-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00063-3)
- Gibb, A. (1999). Creating an entrepreneurial culture in support of SMEs. *Small Enterprise Development*, 10(4), 27–38. <https://doi.org/10.3362/0957-1329.1999.040>
- Gibb, A. A. (1993). Enterprise Culture and Education: Understanding Enterprise Education and Its Links with Small Business, Entrepreneurship and Wider Educational Goals. *International Small Business Journal*, 11(3), 11–34. <https://doi.org/10.1177/026624269301100301>
- Gilinsky, Jr., A., Lopez, R. H., Santini, C., & Eyler, R. (2010). Big bets, small wins? Entrepreneurial behavior and ROI. *International Journal of Wine Business Research*, 22(3), 238–250. <https://doi.org/10.1108/17511061011075374>
- Goffee, R., & Jones, G. (2000). Como desenvolver a Liderança. *HSM Management*, 26, 57–63.
- Goldman, E. F. (2012). Leadership practices that encourage strategic thinking. *Journal of Strategy and Management*, 5(1), 25–40. <https://doi.org/10.1108/17554251211200437>
- Goldman, E. F., & Casey, A. (2010). Building a Culture That Encourages Strategic Thinking. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 17(2), 119–128. <https://doi.org/10.1177/1548051810369677>
- González-González, J. M., & Bretones, F. D. (2013). Pushed or pulled? Entrepreneurial behaviour among immigrants as a strategy to cope with negative social identity. *Identities*, 20(5), 633–648. <https://doi.org/10.1080/1070289X.2013.832680>
- González-González, J. M., Bretones, F. D., Zarco, V., & Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain: A confluence of debates in the face of a complex reality. *Women's Studies International Forum*, 34(5), 360–370. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2011.05.007>
- González-Pernía, J. L., Parrilli, M. D., & Peña-Legazkue, I. (2015). STI-DUI learning modes, firm–university collaboration and innovation. *The Journal of Technology Transfer*, 40(3), 475–492. <https://doi.org/10.1007/s10961-014-9352-0>
- Gruber, M., Kim, S. M., & Brinckmann, J. (2015). What is an attractive business opportunity? An empirical study of opportunity evaluation decisions by technologists, managers, and entrepreneurs. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(3), 205–225. <https://doi.org/10.1002/sej.1196>
- Gruber, M., & MacMillan, I. C. (2017). Entrepreneurial Behavior: A Reconceptualization and Extension Based on Identity Theory. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(3), 271–286. <https://doi.org/10.1002/sej.1262>
- Gundry, L. K., Kickul, J. R., Iakovleva, T., & Carsrud, A. L. (2014). Women-owned family businesses in transitional economies: Key influences on firm innovativeness and sustainability. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.1186/2192-5372-3-8>
- Hambrick, D. C. (1981). Environment, Strategy, and Power Within Top Management Teams. *Administrative Science Quarterly*, 26(2), 253–275. <https://doi.org/10.2307/2392472>
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of management review*, 9(2), 193–206. <https://doi.org/10.2307/258434>
- Hammerschmidt, J., Durst, S., Kraus, S., & Puumalainen, K. (2021). Professional football clubs and empirical evidence from the COVID-19 crisis: Time for sport entrepreneurship? *Technological Forecasting and Social Change*, 165, 120572. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120572>
- Haselhuhn, M. P., Pope, D. G., Schweitzer, M. E., & Fishman, P. (2012). The Impact of Personal Experience on Behavior: Evidence from Video-Rental Fines. *Management Science*, 58(1), 52–61. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1110.1367>
- Herrera, M. V., García, M. M. F., & Carretero, R. C. (2020). Migrant Entrepreneurship in Spain: A Systematic Review. *Revista Internacional de Estudios Migratorios (RIEM)*, 10(1), 1–38. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7658994>
- Herron, L., & Robinson, R. (1993). A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 281–294. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90032-Z](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90032-Z)
- Hitt, M. A., & Duane, R. (2002). The Essence of Strategic Leadership: Managing Human and Social Capital. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 9(1), 3–14. <https://doi.org/10.1177/107179190200900101>
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2001). Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 22(6–7), 479–491. <https://doi.org/10.1002/smj.196>
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2019). *Strategic management: Concepts and cases: Competitiveness and globalization*. Cengage Learning.
- Hitt M. A., King D., Krishnan H., Makri M., Schijven M., Shimizu K., Zhu H. 2009. Mergers and acquisitions: Overcoming pitfalls, building synergy and creating value. *Business Horizons*, 52: 523-529. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.06.008>
- Hmieleski, K. M., Corbett, A. C., & Baron, R. A. (2013). Entrepreneurs' Improvisational Behavior and Firm Performance: A Study of Dispositional and Environmental Moderators. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 7(2), 138–150. <https://doi.org/10.1002/sej.1143>
- Hongwei, H., & Ruef, M. (2004). The myth of the risk-tolerant entrepreneur. *Strategic Organization*, 2(4), 331–355. <https://doi.org/10.1177/1476127004047617>
- Hoskisson, R. E., Eden, L., Lau, C. M., & Wright, M. (2000). Strategy in Emerging Economies. *Academy of Management Journal*, 43(3), 249–267. <https://doi.org/10.5465/1556394>
- Huq, A., Tan, C. S. L., & Venugopal, V. (2020). How do women entrepreneurs strategize growth? An investigation using the social feminist theory lens. *Journal of Small Business Management*, 58(2), 259–287. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1659679>
- Idris, A. (2011). Uncertainty avoidance and innovative differences in a multi-ethnic society: A female perspective. *Asian Journal of Social Science*, 39(3), 275–295. <https://doi.org/10.1163/156853111X577578>

- Ireland, R. D., Covin, J. G., & Kuratko, D. F. (2009). Conceptualizing corporate entrepreneurship strategy. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(1), 19–46. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00279.x>
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2001). Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth. *Academy of Management Perspectives*, 15(1), 49–63. <https://doi.org/10.5465/ame.2001.4251393>
- Israel, A., & Hitzeroth, M. (2018). How do micro- and small-scale enterprises respond to global competition? An example of the textile survival cluster Gamarra in Lima. *International Development Planning Review*, 40(2), 203–222. <https://doi.org/10.3828/idpr.2018.9>
- Jennings, P. A., Frank, J. L., Snowberg, K. E., Coccia, M. A., & Greenberg, M. T. (2013). Improving classroom learning environments by Cultivating Awareness and Resilience in Education (CARE): Results of a randomized controlled trial. *School Psychology Quarterly*, 28(4), 374–390. <https://doi.org/10.1037/spq0000035>
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). The internationalization process of the firm—A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of international business studies*, 8, 23–32. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490676>
- Kahneman, D. (2003). Maps of bounded rationality: Psychology for behavioral economics. *American economic review*, 93(5), 1449–1475. <https://doi.org/10.1257/000282803322655392>
- Katz, R. L. (1970). *Cases and Concepts in Corporate Strategy*, Prentice-Hall Inc., New Jersey.
- Ketchen, D. J., & Craighead, C. W. (2020). Research at the Intersection of Entrepreneurship, Supply Chain Management, and Strategic Management: Opportunities Highlighted by COVID-19. *Journal of Management*, 46(8), 1330–1341. <https://doi.org/10.1177/0149206320945028>
- Ketokivi, M., & Castañer, X. (2004). Strategic Planning as an Integrative Device. *Administrative Science Quarterly*, 49(3), 337–365. <https://doi.org/10.2307/4131439>
- Kirkley, W. W. (2016). Entrepreneurial behaviour: The role of values. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 22(3), 290–328. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-02-2015-0042>
- Kirzner, I. M. (1999). Creativity and/or alertness: A reconsideration of the Schumpeterian entrepreneur. *The Review of Austrian Economics*, 11(1–2), 5–17. <https://doi.org/10.1023/A:1007719905868>
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity, and profit: Studies in the theory of entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). *Guidelines for performing systematic literature reviews in software engineering*. School of Computer Science and Mathematics, Keele University and University of Durham.
- Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of international business studies*, 35(2), 124–141. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400071>
- Kolb, D. A. (1984). *Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Kotler, P. *Administração de marketing*. Atlas, 1975.
- Kourtiti, K., & Nijkamp, P. (2012). Strangers on the move: Ethnic entrepreneurs as urban change actors. *European Review*, 20(3), 376–402. <https://doi.org/10.1017/S1062798711000627>
- Kourtiti, K., Nijkamp, P., & Arribas-Bel, D. (2015). Migrant Entrepreneurs as Urban ‘Health Angels’—Contrasts in Growth Strategies. *International Planning Studies*, 20, 71–86. <https://doi.org/10.1080/13563475.2014.942496>
- Kraus, S., Breier, M., & Dasí-Rodríguez, S. (2020). The art of crafting a systematic literature review in entrepreneurship research. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 1023–1042. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00635-4>
- Kruger, C., & Ramos, L. F. (2020). Entrepreneurial Behavior from behavioral characteristics and entrepreneurial intent. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 9(4), 556–584.
- Krueger, N. F. Jr. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(1), 123–138. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00166.x>
- Krueger, N., Reilly, M., & Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Kuivalainen, O., Sundqvist, S., Saarenketo, S., & McNaughton, R. (2012). Internationalization patterns of small and medium-sized enterprises. *International Marketing Review*, 29(5), 448–465. <https://doi.org/10.1108/02651331211260331>
- Kuratko, D. F., Fisher, G., & Audretsch, D. B. (2021). Unraveling the entrepreneurial mindset. *Small Business Economics*, 57, 1681–1691. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00372-6>
- Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Naffziger, D. W. (1997). An examination of owner’s goals in sustaining entrepreneurship. *Journal of small business management*, 35(1), 24–33.
- Kuratko, D. F., Ireland, R. D., Covin, J. G., & Hornsby, J. S. (2005). A Model of Middle-Level Managers’ Entrepreneurial Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(6), 699–716. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00104.x>
- Kyrgidou, L. P., & Hughes, M. (2010). Strategic entrepreneurship: Origins, core elements and research directions. *European Business Review*, 22(1), 43–63. <https://doi.org/10.1108/09555341011009007>
- Lengnick-Hall, C. A., Beck, T. E., & Lengnick-Hall, M. L. (2011). Developing a capacity for organizational resilience through strategic human resource management. *Human Resource Management Review*, 21(3), 243–255. <https://doi.org/10.1016/j.hrmm.2010.07.001>
- Lerner, M., Brush, C., & Hisrich, R. (1997). Israeli women entrepreneurs: An examination of factors affecting performance. *Journal of business venturing*, 12(4), 315–339. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(96\)00061-4](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(96)00061-4)
- Levi-Strauss, C. (1962). *La Pensée sauvage*. (The Savage Mind). Translated from the French by George Weidenfeld and Nicholson Ltd. University of Chicago Press.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It To Performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>
- Machado, M. C., Vivaldini, M., & de Oliveira, O. J. (2020). Production and supply-chain as the basis for SMEs’ environmental management development: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 273, 123141. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123141>
- Machado da Silva, C. L., Cunha, V. C., & Amboni, N. (1990). *Organizações: O estado da arte da produção acadêmica no Brasil*. In: *Anais do Encontro Anual da ANPAD*, Florianópolis, Santa Caterina, 14.
- MacInnis, D. J., & Jaworski, B. J. (1989). Information processing from advertisements: Toward an integrative framework. *Journal of Marketing*, 53(4), 1–23. <https://doi.org/10.1177/002224298905300401>
- Mandysová, I. (2018). A behavioral theory of the firm: Specifics of Czech entrepreneurial behavior. *E a M: Ekonomie a Management*, 21(1), 85–100. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2018-1-006>
- March, J. G. (1996). Continuity and change in theories of organizational action. *Administrative science quarterly*, 278–287. <https://doi.org/10.1177/002224298905300401>
- Markowska, M. (2018). The role of action-control beliefs in developing entrepreneurial expertise. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(2), 222–240. <https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2017-0180>
- Mathews, J. (2008). Entrepreneurial process: A personalistic-cognitive platform model. *Vikalpa*, 33(3), 17–34. <https://doi.org/10.1177/0256090920080302>
- McCarthy, B. (2003). The Impact of the Entrepreneur’s Personality on the Strategy-Formation and Planning Process in SMEs. *Irish journal of management*, 24(1), 154–172.
- McClelland, D. C. (1961). *Achieving Society*. A Free Press Paperback. <https://doi.org/10.1037/14359-000>
- McClelland, D. C. (1987). Characteristics of successful entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, 21(3), 219–233. <https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.1987.tb00479.x>
- McClelland, D. C. (1979). Inhibited power motivation and high blood pressure in men. *Journal of Abnormal Psychology*, 88(2), 182–190. <https://doi.org/10.1037/0021-843X.88.2.182>
- McClelland, D. C. (1965). N achievement and entrepreneurship: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1(4), 389–392. <https://doi.org/10.1037/h0021956>

- McDougall, P. P., Shane, S., & Oviatt, B. M. (1994). Explaining the formation of international new ventures: The limits of theories from international business research. *Journal of Business Venturing*, 9(6), 469-487. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)90017-5](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)90017-5)
- Michelin, C., Minello, I. F., Siluk, J. C., Gerhardt, V., dos Santos, J., & Neuenfeldt, A. (2022). Evaluation of entrepreneurial behavior of technology based companies in stages of the business life cycle. *Intangible Capital*, 18(1), 1-19. <https://doi.org/10.3926/ic.1876>
- Mintzberg, H. (1994). Rethinking strategic planning part I: Pitfalls and fallacies. *Long Range Planning*, 27(3), 12-21. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(94\)90185-6](https://doi.org/10.1016/0024-6301(94)90185-6)
- Mintzberg, H. (1973). Strategy-making in three modes. *California Management Review*, 16(2), 44-53. <https://doi.org/10.2307/41164491>
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2010). *Safari de Estratégias (Safari Strategy)*. Bookman.
- Mintzberg, H., & Waters, J. A. (1985). Of strategies, deliberate and emergent. *Strategic management journal*, 6(3), 257-272. <https://doi.org/10.1002/smj.4250060306>
- Mintzberg, H., & Westley, F. (2001). It's not what you think. *MIT Sloan Management Review*, 42(3), 89-93.
- Moruku, R. K. (2013). Does entrepreneurial orientation predict entrepreneurial behaviour? *International Journal of Entrepreneurship*, 17(1), 41-60. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84896352298&partnerID=40&md5=a9dc8770ff8a907c6b5441b8139ec405>
- Mourão, P., & Locatelli, D. R. S. (2020). Testing McClelland at the academy: An analysis of entrepreneurial behavioral characteristics. *Sustainability*, 12(5), 1-16. <https://doi.org/10.3390/su12051771>
- Mucha, S. (2020). Ethnic Albanian family businesses and COVID-19 pandemic: A gender-based comparison. *Journal of Family Business Management*, 12(1), 170-182. <https://doi.org/10.1108/JFBM-07-2020-0074>
- Muhammad, N., Ullah, F., & Warren, L. (2016). An institutional perspective on entrepreneurship in a conflict environment: Evidence from Pakistan. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 22(5), 698-717. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2016-0112>
- Muldoon, J., Bauman, A., & Lucy, C. (2018). Entrepreneurial ecosystem: Do you trust or distrust? *Journal of Enterprising Communities*, 12(2), 158-177. <https://doi.org/10.1108/JEC-07-2017-0050>
- Munoz, P. (2018). A cognitive map of sustainable decision-making in entrepreneurship: A configurational approach. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(3), 787-813. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2017-0110>
- Nassif, V. M. J., Silva, N. B., Ono, A. T., Bontempo, P. C., & Tinoco, T. (2010). Empreendedorismo: Área em evolução? Uma revisão dos estudos e artigos publicados entre 2000 e 2008. *Innovation & Management Review*, 7(1), Art. 1. <https://www.revistas.usp.br/rai/article/view/79164>
- Nonaka, I., & Peltokorpi, V. (2006). Objectivity and subjectivity in knowledge management: A review of 20 top articles. *Knowledge and Process Management*, 13(2), 73-82. <https://doi.org/10.1002/kpm.251>
- Olsson, A. K., & Bernhard, I. (2021). Keeping up the pace of digitalization in small businesses-Women entrepreneurs' knowledge and use of social media. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(2), 378-396. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2019-0615>
- Ott, T. E., & Eisenhardt, K. M. (2020). Decision weaving: Forming novel, complex strategy in entrepreneurial settings. *Strategic Management Journal*, 41(12), 2275-2314. <https://doi.org/10.1002/smj.3189>
- Palich, L., & Bagby, D. (1995). Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking - challenging conventional wisdom. *Journal of Business Venturing*, 10(6), 425-438. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(95\)00082-J](https://doi.org/10.1016/0883-9026(95)00082-J)
- Pathak, S., & Goltz, S. (2021). An emotional intelligence model of entrepreneurial coping strategies. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(4), 911-943. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2020-0017>
- Payne, J. W., Bettman, J. R., & Johnson, E. J. (1992). Behavioral Decision Research: A Constructive Processing Perspective. *Annual Review of Psychology*, 43(1), 87-131. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.43.020192.000511>
- Pidduck, R. J., Clark, D. R., & Lumpkin, G. T. (2023). Entrepreneurial mindset: Dispositional beliefs, opportunity beliefs, and entrepreneurial behavior. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 45-79. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907582>
- Porter, M. E. (1997). Competitive Strategy. *Measuring Business Excellence*, 1(2), 12-17. <https://doi.org/10.1108/eb025476>
- Porter, M. E. (1991). Towards a dynamic theory of strategy. *Strategic management journal*, 12(S2), 95-117. <https://doi.org/10.1002/smj.4250121008>
- Porter, M. E. (1980). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. Recuperado de <http://www.casadellibro.com/libro-estrategiacompetitiva-tecnicas-para-el-analisis-de-la-empresa-y-suscompetidores/9788436823387/1619763>.
- Porter, M. E. (2007). *Clusters and economic policy: Aligning public policy with the new economics of competition*. Institute for Strategy and Competitiveness at Harvard Business School.
- Powell, E. E., & Baker, T. (2017). In The Beginning: Identity Processes and Organizing in Multi-Founder Nascent Ventures. *Academy of Management Journal*, 60(6), 2381-2414. <https://doi.org/10.5465/amj.2015.0175>
- Prado, R. de S., Ayala, L. S., & Pedrosa, M. C. (2020). Tomada de decisão estratégica para empreendedores: Uma aplicação da abordagem effectuation/Strategic decision making for entrepreneurs: an application of the effectuation approach. *Brazilian Journal of Business*, 2(4), Art. 4. <https://doi.org/10.34140/bjbv2n4-001>
- Qian, H., Acs, Z. J., & Stough, R. R. (2013). Regional systems of entrepreneurship: The nexus of human capital, knowledge and new firm formation. *Journal of Economic Geography*, 13(4), 559-587. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbs009>
- Quinn, J. B. (1980). *Strategies for change: Logical incrementalism*. Richard D Irwin.
- Quintillán, I., & Peña-Legazkue, I. (2019). Emotional intelligence and venture internationalization during economic recession. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(2), 246-265. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-08-2018-0521>
- Rahman, N., Othman, M., Yajid, M., Rahman, S., Yaakob, A., Masri, R., Ramli, S., & Ibrahim, Z. (2018). Impact of strategic leadership on organizational performance, strategic orientation and operational strategy. *Management Science Letters*, 8(12), 1387-1398. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.9.006>
- Rascão, J. P. (2020). Strategic Management and Entrepreneurship. *International Journal of Strategic Decision Sciences (IJSDDS)*, 11(1), 35-55. <https://doi.org/10.4018/IJSDDS.2020010103>
- Sambamurthy, V., Bharadwaj, A., & Grover, V. (2003). Shaping Agility through Digital Options: Reconceptualizing the Role of Information Technology in Contemporary Firms. *MIS Quarterly*, 27(2), 237-263. <https://doi.org/10.2307/30036530>
- Sandberg, W. R., & Hofer, C. W. (1987). Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure, and the entrepreneur. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 5-28. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(87\)90016-4](https://doi.org/10.1016/0883-9026(87)90016-4)
- Santos, S. C., Neumeyer, X., Caetano, A., & Liñán, F. (2021). Understanding how and when personal values foster entrepreneurial behavior: A humane perspective. *Journal of Small Business Management*, 59(3), 373-396. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1888384>
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243-263. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378020>
- Sarasvathy, S. D. (2004). The questions we ask and the questions we care about: Reformulating some problems in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 19(5), 707-717. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2003.09.006>
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development* Harvard University Press. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Seikkula-Leino, J., & Salomaa, M. (2020). Entrepreneurial competencies and organisational change-assessing entrepreneurial staff competencies within higher education institutions. *Sustainability*, 12(18), 7323. <https://doi.org/10.3390/SU12187323>
- Shane, S. A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing. https://doi.org/10.1007/0-387-24519-7_8

- Shane, S. A., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Sloan, J. (2013). Strategic Thinking: Gain the Leaders Advantage. *Leadership Excellence Essentials*, 30(12), 6–7.
- Tajfel, H., Turner, J. C., Austin, W. G., & Worchel, S. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In M. J. Hatch, & M. Schultz (Eds.), *Organizational identity: A reader* (pp. 56–65). Oxford University Press.
- Thompson, N. A. (2018). Biofuels are (not) the future! Legitimation strategies of sustainable ventures in complex institutional environments. *Sustainability*, 10(5), 1382. <https://doi.org/10.3390/su10051382>
- Titus, N., & Adiza, G. R. (2019). Entrepreneurship and strategic management: A critical review on the relationship between these paradigms. *European Journal of Research and Reflection in Management Sciences*, 7(2), 14–24.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Troise, C., & Tani, M. (2020). Exploring entrepreneurial characteristics, motivations and behaviours in equity crowdfunding: Some evidence from Italy. *Management Decision*. <https://doi.org/10.1108/MD-10-2019-1431>
- Van der Veen, M., & Wakkee, I. (2009). Value creation and the internet: Entrepreneurial behaviour in Dutch SMEs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 8(3), 411–430. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2009.025089>
- Van Der Vegt, G. S., Essens, P., Wahlström, M., & George, G. (2015). *Managing risk and resilience*. *Academy of Management Journal*, 58(4), 971–980. <https://doi.org/10.5465/amj.2015.4004>
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. *Journal of business venturing*, 20(1), 71–91. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.01.001>
- Wójcik, P., & Ciszewska-Mlinarič, M. (2020). Explorative and exploitative choices in response to initiative failure: Study of entrepreneurs and managers. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(3), 83–99. <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080305>
- Wolf, C., & Floyd, S. W. (2017). Strategic Planning Research: Toward a Theory-Driven Agenda. *Journal of Management*, 43(6), 1754–1788. <https://doi.org/10.1177/0149206313478185>
- Wood, M. S., & McKinley, W. (2010). The production of entrepreneurial opportunity: A constructivist perspective. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4(1), 66–84. <https://doi.org/10.1002/sej.83>
- Woods, M., Paulus, T., Atkins, D. P., & Macklin, R. (2016). Advancing qualitative research using qualitative data analysis software (QDAS)? Reviewing potential versus practice in published studies using ATLAS.ti and NVivo, 1994–2013. *Social Science Computer Review*, 34(5), 597–617. <https://doi.org/10.1177/0894439315596311>
- Woodside, A. G., Bernal, P. M., & Coduras, A. (2016). The general theory of culture, entrepreneurship, innovation, and quality-of-life: Comparing nurturing versus thwarting enterprise start-ups in BRIC, Denmark, Germany, and the United States. *Industrial Marketing Management*, 53, 136–159. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.11.003>
- Wright, M. (2011). Entrepreneurial mobility. *Research Methodology in Strategy and Management*, 6, 137–159. [https://doi.org/10.1108/S1479-8387\(2011\)0000006008](https://doi.org/10.1108/S1479-8387(2011)0000006008)
- Wry, T., & York, J. G. (2017). An identity-based approach to social enterprise. *Academy of Management Review*, 42(3), 437–460. <https://doi.org/10.5465/amr.2013.0506>
- Zahra, S. A. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 6(4), 259–285. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(91\)90019-A](https://doi.org/10.1016/0883-9026(91)90019-A)
- Zahra, S. A. (2008). The virtuous cycle of discovery and creation of entrepreneurial opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(3), 243–257. <https://doi.org/10.1002/sej.47>
- Zollo, L., Rialti, R., Tron, A., & Ciappei, C. (2021). Entrepreneurial passion, orientation and behavior: The moderating role of linear and nonlinear thinking styles. *Management Decision*, 59(5), 973–994. <https://doi.org/10.1108/MD-10-2019-1500>

BIOGRAFIAS DAS AUTORES

Claudia Maria da Silva Bezerra é professora de Empreendedorismo e Direito no Instituto de Desenvolvimento e Aprendizagem – IDEA. Possui doutorado em Administração: Estratégia em Organizações pela UNINOVE, Mestrado em Administração: Gestão Ambiental e Sustentabilidade pela UNINOVE, Especialista em Negócios Imobiliários pela FAAP e Graduação em Administração pela UNIP. Editora associada da Revista Ibero-Americana de Estratégia (RIAE). Revisora Ad hoc do International Journal of Innovation (IJI). Líder da linha de pesquisa em Sustentabilidade do Simpósio Internacional de Gestão, Projetos, Inovação e Sustentabilidade - SINGEP. É membro do Grupo de Pesquisa em Empreendedorismo e Pequenas Organizações do PPGA-UNINOVE. Suas áreas de interesse incluem Empreendedorismo e Estratégia em MPMEs, Empreendedorismo Sustentável, Empreendedorismo no Direito. Bolsista no programa de Suporte à Pós-Graduação de Instituições de Ensino Superior – PROsup.

E-mail: claudiamsbezerra@gmail.com.

Heidy Rodriguez Ramos é professora permanente no Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) e no Programa de Pós-graduação em Cidades Inteligentes e Sustentáveis (PPG-CIS) da Universidade Nove de Julho (UNINOVE). Possui doutorado em Administração pela FEA/USP, mestrado em Integração da América Latina pelo PROLAM/USP e Graduação em Administração de Empresas pela FEA/USP. Editora Chefe da Revista Iberoamericana de Estratégia (RIAE). Membro da Comissão Organizadora e Científica do SINGEP. Líder do tema "Formulação estratégica em ambientes empreendedores" da divisão acadêmica Estratégia em Organizações (ESO) do ENANPAD. É membro do Grupo de Pesquisa em Empreendedorismo e Pequenas Organizações do PPGA-UNINOVE. Suas áreas de interesse incluem Empreendedorismo Sustentável, Empreendedorismo Rural, Economia Circular, Energias renováveis e uso eficiente de recursos naturais no âmbito das Cidades Inteligentes e Sustentáveis. Bolsista de Produtividade em Pesquisa (PQ2/CNPQ).

E-mail: heidyr@gmail.com.

Eloisa Elena Ramos Dias Shinohara é Doutora em Administração pela UNINOVE (2022). Bolsista no programa de Suporte à Pós-Graduação de Instituições de Ensino Superior – PROsup. Mestre em Administração-Gestão de Sistemas de Saúde UNINOVE (2019). Especialista em Sistemas de Saúde em Administração pela UNINOVE (2016). Graduada em Administração de Empresas pela UNINOVE (2015). Áreas de interesse como pesquisadora: empreendedorismo, empreendedorismo sênior, comportamento empreendedor, liderança, estratégia. É membro do Grupo de Pesquisa em Empreendedorismo e Pequenas Organizações do PPGA-UNINOVE. Exerceu a função de apoio aos projetos da Iniciação Científica na Universidade Nove de Julho durante 5 anos. Parecerista e avaliadora de eventos. Revisora Ad hoc do International Journal of Innovation – IJI. Conteudista de material EaD.

E-mail: eloisa.elena@hotmail.com.

Vânia Maria Jorge Nassif é Livre-Docente na área de Recursos Humanos pela FEARP/USP. PhD em Empreendedorismo na FGV/SP. Doutora em Administração de Empresas pela Universidade Mackenzie. Psicologia pela FFCLRP/USP. Bolsista de Produtividade em Pesquisa (PQ2/CNPQ). Professora do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Nove de Julho-UNINOVE/SP. Pesquisa áreas de empreendedorismo, comportamento empreendedor, empreendedorismo feminino, aspectos psicológicos, emocionais, afetivos, cognitivos e resiliência do empreendedor e gênero.

E-mail: vania.nassif@gmail.com.