

AÇÃO EMPREENDEDORA: EVOLUÇÃO, LACUNAS E TENDÊNCIAS

RAFAELA FERREIRA MANIÇOBA

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

Agradecimento à órgão de fomento:

"O trabalho atual foi realizado com o apoio do CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - Brasil"

ACÇÃO EMPREENDEDORA: EVOLUÇÃO, LACUNAS E TENDÊNCIAS

Resumo

Ação empreendedora é o ato de transformar a realidade existente em novos mercados, realizando trocas aventureiras, criativas ou inovadoras entre o empreendedor e seu ecossistema de inovação ao longo do tempo. A literatura atual de ação empreendedora é incerta e confusa, pesquisadores estão começando a criticar construtos que antes eram fundamentados nessa área como criação e construção de oportunidade. Visando entender a evolução, lacunas e tendências de pesquisas sobre ação empreendedora, esta pesquisa busca responder a seguinte questão: “Como está evoluindo as pesquisas sobre ação empreendedora?” para responder essa questão seguiremos um método híbrido abrangendo análise bibliométrica e análise de conteúdo.

Palavras-chaves: Ação empreendedora; análise bibliométrica; análise de conteúdo.

1. Introdução

Ação empreendedora é o investimento de recursos para transformar a realidade existente em novos mercados (Dew, Read, Sarasvathy, e Wiltbank, 2010; Kitching e Rouse, 2017; Sarasvathy e Dew, 2005) por meio de uma cadeia de compromissos das partes interessadas ao longo do tempo (Sarasvathy e Dew, 2005). Para Spedale e Watson (2014) e Watson (2013) ação empreendedora são trocas aventureiras, criativas ou inovadoras entre o empreendedor e seu ecossistema de inovação. De acordo com Alvarez e Barney (2007); Autio (2013); Hmieleski, Carr, e Baron (2015), a literatura de ação empreendedora está dividida em dois construtos fundamentais: (1) Processo de descoberta da oportunidade – os pesquisadores que abordam esse construto tratam a oportunidade de forma objetiva, como se a oportunidade estivesse ali apenas esperando para que o empreendedor, usando técnicas de coleta e análise de dados a descubra e a explore, o mais rápido possível, antes que outro empreendedor a descubra e a explore; e (2) Processo de criação da oportunidade – é tratada pelos autores como um fenômeno subjetivo, criado endogenamente, pelas ações, reações e atuação do empreendedor que exploram maneiras de produzir novos produtos ou serviços. Alvarez e Barney (2007) e Autio (2013) afirmam que, ambos os construtos, descoberta de oportunidade e criação de oportunidade, visam explicar as ações que os empreendedores tomam para formar e explorar oportunidades. Já Hmieleski et al. (2015) afirmam que os empreendimentos se tornam mais ou menos dinâmicos ao longo do tempo e por isso os empreendedores tendem a circular entre estados de descoberta de oportunidade e criação de oportunidade.

Pesquisas desenvolvidas no campo da ação empreendedora até meados de 2008 repousam sobre a lógica de Venkataraman (1997) e Shane e Venkataraman (2000), de que todo empreendimento começa com o reconhecimento de uma oportunidade. A partir deste período, 2008, alguns pesquisadores começaram a debater a relevância do construto oportunidade para a evolução do campo (Bhowmick, 2015; Davidsson, 2015; Kaul, 2013; Kitching e Rouse, 2017; Klein, 2008). Mesmo assim, grande parte da literatura desenvolvida ainda está fundamentada na construção ou criação de oportunidade (Autio, 2013; Hmieleski et al., 2015; Wang, Li, e Wang, 2015). Kitching e Rouse (2017) argumentam que os pesquisadores estão presos em uma armadilha de ambiguidade e incerteza, pois cada autor propõe uma definição de oportunidade diferente e ainda utiliza o construto oportunidade para pesquisar partes diferentes da ação empreendedora. Visando melhorar a qualidade e evolução das futuras pesquisas sobre ação empreendedora, este artigo visa responder a seguinte questão: “Como está evoluindo as pesquisas sobre ação empreendedora?”

Para responder essa questão foi utilizado um método híbrido de revisão sistemática da literatura abrangendo análise bibliométrica e análise de conteúdo. A amostra foi selecionada

na principal coleção da base de dados internacional *Web of Science*. Para a análise bibliométrica e de conteúdo optou-se por usar tabelas no programa *Excel*, redes sociais no programa *Vosviewer* e o programa *Mendeley* para organização, leitura e destaque de partes relevantes dos artigos. Com esse método foi possível identificar a evolução da literatura sobre ação empreendedora, os construtos fundamentados, as principais críticas literárias desse campo e as tendências de futuros trabalhos nesse campo.

2. Metodologia

Para descobrir fundamentos, lacunas e tendências na teoria de ação empreendedora esta pesquisa optou por empregar o método de revisão sistemática da literatura. Jalonen (2011) e Schmitz, Urbano, Dandolini, de Souza, e Guerrero (2017) relatam que uma revisão sistemática da literatura usa um protocolo metodológico confiável e rigoroso, com etapas auditáveis para avaliar e interpretar pesquisas anteriores, assim, esse método fornece a compreensão necessária do estado atual da pesquisa de campo e argumentos relevantes para propor e desenvolver estruturas holísticas de certos assuntos e campos. Takey e Carvalho (2016) explicam que uma revisão sistemática da literatura pode ser desenvolvida aplicando-se multi-métodos para mitigar a limitação de um único método, como a bibliometria e a análise de conteúdo. Ikpaahindi (1985) explica que estudos bibliométricos são conhecidos pela capacidade de quantificar a comunicação escrita e Chai e Xiao (2012) relatam que as análises de citações podem identificar artigos relevantes em uma determinada área. Duriau, Reger, e Pfarrer (2007) explicam que a análise de conteúdo envolve qualquer medida metodológica aplicada ao texto, sendo que podem ser divididas em dois níveis: (1) estatística de palavras do conteúdo ou; (2) interpretação de conteúdo latente. Flick (2009) afirma que a análise de conteúdo é desenvolvida por técnicas parcialmente refinadas e Bauer e Gaskell (2008) relatam que a análise de conteúdo ocorre em materiais textuais, que podem ser manipulados pelo pesquisador para responder às lacunas da literatura.

A análise bibliométrica foi escolhida para identificar quais periódicos mais publicaram sobre o assunto, quais os fatores de impacto desses periódicos e como se comportaram as publicações na amostra selecionada ao longo do tempo (Prasad e Tata, 2005). A análise de conteúdo foi relevante para extrair o conteúdo latente, o estado atual das pesquisas sobre ação empreendedora e as principais críticas, para assim entender para onde caminharão futuras pesquisas dessa área. A análise de conteúdo foi dirigida pelo programa *Mendeley*. O *Mendeley* é um programa que auxilia na organização e destaque de artigos. A análise do conteúdo seguiu os procedimentos sugeridos por Duriau et al. (2007), Vasconcelos Gomes, Facin, Salerno, e Ikenami (2016), Vasconcelos Gomes, Bagno, Oliveira, Silva, e Salerno (2008), Lopes e Carvalho (2018), abrangendo leitura de texto completo, definições, hipóteses, proposições, modelos e outras informações relevantes.

2.1 Processo de Seleção da amostra

Os dados utilizados foram extraídos da base de dados internacional “*Web of Science da Clarivate analytics*”. Essa base de dados foi escolhida por conter artigos publicados em periódicos indexados de outras bases de dados como, *Scopus*, *Proquest* e *Wiley*. Essa base também é interessante por conter recursos como, resumos, autores, instituições, número de citações, referências citadas, fator de impacto da revista, entre outros fatores essenciais para a bibliometria, rede social e análise de conteúdo.

A amostra foi selecionada da principal coleção da base de dados com os termos “*entrepreneurial action*” no título no dia 01 de dezembro de 2018. Essa pesquisa resultou em 105 documentos. Para captar documentos revisados por pares na área de administração, optou-se por utilizar os seguintes filtros: (1) *Management*; (2) *Business*; (3) *Operation Research Management Science*; (4) *Proceeding paper* e; (5) *Article*. Foi necessária a

aplicação desses filtros para realizar as análises bibliométricas, pois, apenas documentos revisados por pares possuem dados como resumo, autores, palavras-chave, referências e número de citações. Após esses filtros restaram 62 artigos e *proceeding paper*, dos quais após leitura dos resumos foi confirmado que todos eram relevantes para a construção deste trabalho. A amostra final foi de 62 artigos, publicados em 38 revistas diferentes, de 1991 à dezembro de 2018.

Após a obtenção da amostra inicial, foi aplicada uma técnica que amplia a análise dos trabalhos resultantes da busca no banco de dados por referências dessas obras. Essa técnica é conhecida como “bola de neve”, na qual livros, artigos de outras bases de dados e artigos de conferências são recuperados, bem como trabalhos que não estavam relacionados às palavras-chave de busca, mas eram importantes para identificar os pilares que construíram a teoria. (Litwin, 1995; Lopes e de Carvalho, 2018; Van Gelderen, Kautonen, e Fink, 2015). Particularmente para este assunto de pesquisa, a técnica de “bola de neve” se mostrou necessária para analisar o processo de expansão e evolução do conceito a ser analisado.

3. Resultados

A primeira publicação sobre ação empreendedora na área de administração, com os filtros aplicados na metodologia desta pesquisa surgiu em meados de 1991. Essa publicação foi um *proceeding paper*, escrita por Boyd e Vozikis, apresentada no congresso “*Proceedings of the twentieth annual meeting of the western decision science institute, lihue, kauai, hawaii, march 19-22, 1991*”, sob o título “*The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions*”. Até os anos 2000 as publicações ocorreram timidamente e linearmente, após esse período ocorreu uma queda nas publicações sobre ação empreendedora que perpetuou até os anos 2006. Dos anos 2006 à 2007 houve um crescimento das publicações sobre ação empreendedora, sendo que em 2008 houve uma pequena queda. A partir de 2009 os pesquisadores voltaram a mostrar interesse por essa área de pesquisa e a partir daí começaram a aumentar o número de publicações sobre ação empreendedora, apenas com exceção dos anos 2011, 2014 e 2017 onde ocorreu uma pequena queda nessas publicações. Essas análises podem ser visualizadas na figura 1.

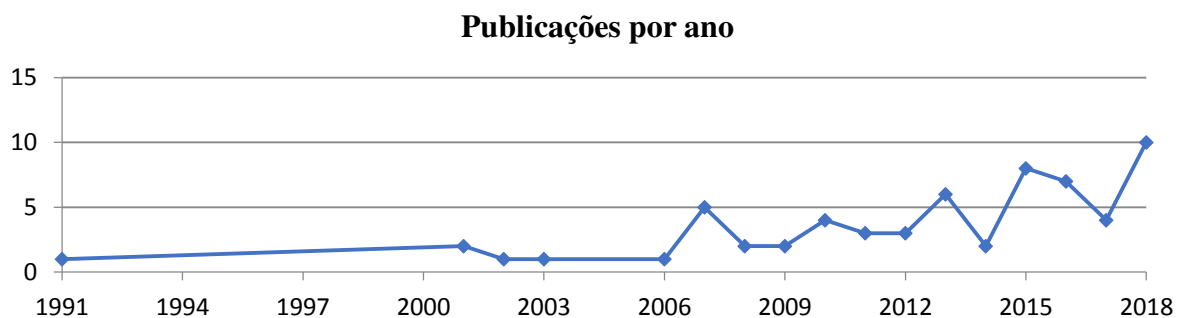


Figura 1: Publicações por ano sobre ação Empreendedora

Fonte: Os autores (2019).

A Tabela 1 mostra uma lista de publicações por periódico e ano. De acordo com a tabela 1, os 62 documentos selecionados nesta pesquisa estão distribuídos em 37 periódicos, o que indica a natureza multidisciplinar do tema (Lopes e Carvalho, 2018). Apenas 8 periódicos publicaram 50% dos artigos e *reviews* da amostra, sendo que, *Journal of Business Venturins* (JCR = 6,333) e *Entrepreneurship and Regional Development* (JCR = 2,928) são os periódicos que concentraram a maior parte dos trabalhos publicados na amostra selecionada. Essa concentração indica que o assunto está se movendo para discussões específicas.

Tabela 1: Publicações por periódico por ano

Periódicos	JCR (2018)	1991	2001	2002	2003	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Total geral	%	% Acumulado
JOURNAL OF BUSINESS VENTURING	6,333						1	1	2	1	2		1	2			1	2	13	21,0%	21,0%
ENTREPRENEURSHIP AND REGIONAL DEVELOPMENT	2,928												3					1	4	6,5%	27,4%
INTERNATIONAL SMALL BUSINESS JOURNAL	3,706						1	1						1					3	4,8%	32,3%
STRATEGIC ENTREPRENEURSHIP JOURNAL	2,956						1	1							1				3	4,8%	37,1%
TECHNOLOGICAL FORECASTING AND SOCIAL CHANGE	3,815						1			1			1						3	4,8%	41,9%
COGENT BUSINESS & MANAGEMENT*	-															2			2	3,2%	45,2%
ENTREPRENEURSHIP THEORY AND PRACTICE	6,193							1							1				2	3,2%	48,4%
JOURNAL OF SMALL BUSINESS AND ENTERPRISE DEVELOPMENT*	-																1	1	2	3,2%	51,6%
INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR & RESEARCH	2,391														1	1			2	3,2%	54,8%
ACADEMY OF MANAGEMENT ANNALS	12,289																	1	1	1,6%	56,5%
ACADEMY OF MANAGEMENT EXECUTIVE (2007)	1,068		1																1	1,6%	58,1%
ACADEMY OF MANAGEMENT JOURNAL	7,191												1						1	1,6%	59,7%
ACADEMY OF MANAGEMENT PERSPECTIVES	3,857																	1	1	1,6%	61,3%
CUADERNOS DE GESTION*	-																1		1	1,6%	62,9%
EMOTIONS AND ORGANIZATIONAL DYNAMISM*	-									1									1	1,6%	64,5%
ENTREPRENEURSHIP DYNAMIC: ORIGINS OF ENTREPRENEURSHIP AND THE EVOLUTION OF INDUSTRIES *	-		1																1	1,6%	66,1%
FOURTEENTH WUHAN INTERNATIONAL CONFERENCE ON E-BUSINESS*	-														1				1	1,6%	67,7%
HUMAN RESOURCE STRATEGIES FOR THE HIGH GROWTH ENTREPRENEURIAL FIRM*	-					1													1	1,6%	69,4%
INDUSTRY AND INNOVATION	3,157															1			1	1,6%	71,0%
INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTREPRENEURIAL VENTURING*	-																	1	1	1,6%	74,2%
INTERNATIONAL JOURNAL OF MANPOWER	0,882										1								1	1,6%	75,8%
INTERNATIONAL JOURNAL OF TECHNOLOGY MANAGEMENT	1,160						1												1	1,6%	77,4%
INTERNATIONAL SMALL BUSINESS JOURNAL-RESEARCHING ENTREPRENEURSHIP	3,706																1		1	1,6%	79,0%
JOURNAL FOR INTERNATIONAL BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT*	-																	1	1	1,6%	80,6%
JOURNAL OF ENTERPRISING COMMUNITIES-PEOPLE AND PLACES IN THE GLOBAL ECONOMY*	-																	1	1	1,6%	82,3%
JOURNAL OF MANAGEMENT & ORGANIZATION	1,021														1				1	1,6%	83,9%
JOURNAL OF MANAGEMENT STUDIES	5,839											1							1	1,6%	85,5%
JOURNAL OF STRATEGIC INFORMATION SYSTEMS	4,000																	1	1	1,6%	87,1%
MANAGEMENT-JOURNAL OF CONTEMPORARY MANAGEMENT ISSUES*	-															1			1	1,6%	88,7%
NEW ENTREPRENEURS OF EUROPE AND ASIA: PATTERNS OF BUSINESS DEVELOPMENT IN RUSSIA, EASTERN EUROPE AND CHINA*	-			1															1	1,6%	90,3%
NEW MOVEMENTS IN ENTREPRENEURSHIP*	-				1														1	1,6%	91,9%
ORGANIZATION SCIENCE	3,257												1						1	1,6%	93,5%
PROCEEDINGS OF THE 10TH EUROPEAN CONFERENCE ON INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP (ECIE 2015)*	-														1				1	1,6%	95,2%
PROCEEDINGS OF THE TWENTIETH ANNUAL MEETING OF THE WESTERN DECISION SCIENCE INSTITUTE, LIHUE, KAUAI, HAWAII, MARCH 19-22, 1991*	-	1																	1	1,6%	96,8%
R & D MANAGEMENT	2,354										1								1	1,6%	98,4%
REGE-REVISTA DE GESTAO*	-															1			1	1,6%	100,0%
RESEARCH POLICY	5,425															1			1	21,0%	21,0%
Total geral		1	2	1	1	1	5	2	2	4	3	3	6	2	8	7	4	10	62	100,0%	

*Documentos publicados em Congressos ou Revistas não indexadas no JCR do *web of science*.

Para captar os artigos mais relevantes e entender em um contexto geral como caminha a teoria de ação empreendedora, optou-se por construir uma rede social de citação, no programa *Vosviewer*, ilustrada na figura 2. Essa rede destaca o parentesco dos itens com base no número de vezes que eles citam um ao outro. A amostra destacada na figura 2 contribuiu também para identificar como a literatura define e trata a ação empreendedora, como esse campo evoluiu, quais as críticas e quais as tendências de trabalhos nesta área.

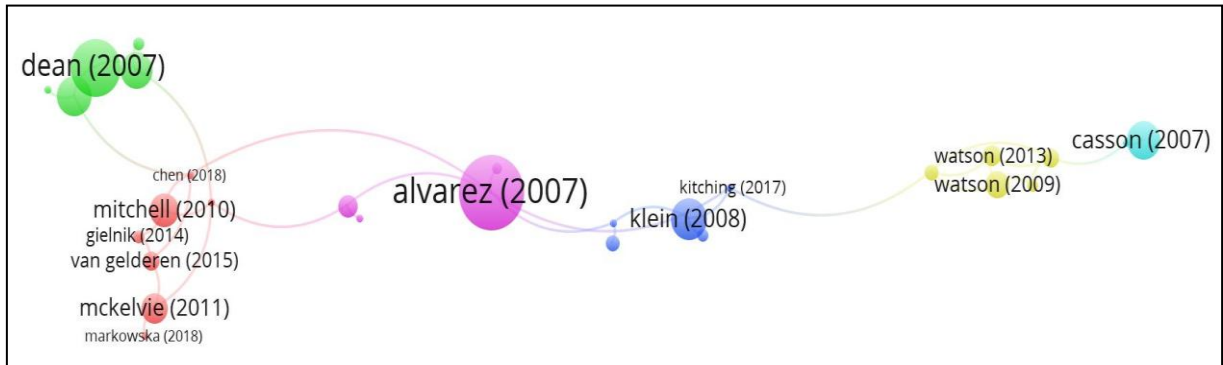


Figura 2: Rede Social de citação de documentos

Fonte: Os Autores (2019). Elaborado no programa *Vosviewer*, a partir da amostra final de 62 artigos.

A figura 2 resultou em seis *clusters*. Esses *clusters* ilustraram campos específicos estudados na teoria de ação empreendedora: (1) Correntes fundamentadas na teoria de ação empreendedora; (2) Identidade Empreendedora; (3) Incerteza subjetiva na ação empreendedora; (4) O papel das redes na ação empreendedora; (5) Fatores institucionais e ambientais na ação empreendedora e; (6) Críticas aos construtos fundamentados na literatura de ação empreendedora. Para chegar a essas definições de *clusters* foram baixados todos os trabalhos destacados na figura 2 e na sequência foram incorporados esses trabalhos no *Software Mendeley*. O *Mendeley* ajudou na organização, leitura e interpretação dos trabalhos. A partir da leitura profunda dos trabalhos foi possível induzir o que cada *cluster* da figura 2 relatava. Além dos trabalhos destacados na figura 2, foi também utilizada a técnica bola de neve, para incorporar livros e trabalhos não acolhidos na busca, mais que se mostraram relevantes nas leituras dos trabalhos destacados. Após estas etapas foi possível construir um referencial teórico contendo: (1) as principais características da ação empreendedora; (2) a evolução do construto; (3) tendências de pesquisas e; (4) as principais críticas de construtos fundamentados na literatura de ação empreendedora.

3.1 O que é Ação Empreendedora?

É o investimento de recursos para transformar a realidade existente em novos mercados (Dew, Read, Sarasvathy, e Wiltbank, 2010; Kitching e Rouse, 2017; Sarasvathy e Dew, 2005) por meio de uma cadeia de compromissos das partes interessadas ao longo do tempo (Sarasvathy e Dew, 2005) ou conforme Spedale e Watson (2014) e Watson (2013) são trocas aventureiras, criativas ou inovadoras entre o empreendedor e seu ecossistema de inovação. Nesse processo, o empreendedor precisa lidar com situações complexas e incertas (Kaul, 2013; Wood, Williams, e Drover, 2017; Yessoufou, Blok, e Omta, 2018). As incertezas abordadas por esses autores seguem a corrente de Knight (1921), onde aborda as incertezas como sendo um fenômeno de percepção. Chen, Mitchell, Brigham, Howell, e Steinbauer (2018) e Markowska (2018), argumentam que para lidar com estas situações complexas e incertas, os empreendedores usam estruturas cognitivas e comportamentais orientadas por objetivos.

Watson (2013) sugere que estas incertezas percebidas possibilitam a formação da ação empreendedora e seus resultados.

Hmieleski e Corbett (2006) sugerem que a ação empreendedora ocorre de pelo menos quatro maneiras distintas, dependendo da inovação e das limitações de recursos dos indivíduos ou da empresa: (1) Quando a informação e o tempo são abundantes: é provável que ocorra um planejamento estratégico; (2) Em ocasiões em que o empreendedor tenha uma familiaridade moderada com o problema, mas o tempo e a informação são limitados: é provável que heurísticas e vieses estejam disponíveis e sejam empregadas; (3) Quando os recursos são abundantes, mas a situação é muito inovadora: o empreendedor pode adotar a abordagem de tentativa e erro, isto o ajudará a coletar informações e; (4) Quando o empreendedor está diante de um problema ou oportunidade nova mas com restrições de recursos e tempo: é mais provável que seja adotada a improvisação com apenas uma oportunidade de acertar.

McMullen, Bagby, e Palich (2008) relatam que a ação empreendedora é o produto de decisões tomadas por agentes influentes em organizações existentes e mesmo sendo comumente associada à criação de novos empreendimentos ela depende da crença de que o trabalho autônomo promete utilidade mais esperada do que qualquer emprego dentro de uma organização existente ou desemprego. Os tópicos seguintes relatam os tópicos fundamentais abordados na literatura de ação empreendedora.

3.2 Correntes fundamentais na Literatura de Ação Empreendedora

De acordo com Alvarez e Barney (2007); Autio (2013); Hmieleski, Carr, e Baron (2015), a literatura de ação empreendedora está dividida em dois construtos fundamentais: (1) Processo de descoberta da oportunidade – os pesquisadores que abordam esse construto tratam a oportunidade de forma objetiva, como se a oportunidade estivesse ali apenas esperando para que o empreendedor, usando técnicas de coleta e análise de dados a descubra e a explore, o mais rápido possível, antes que outro empreendedor descubra e a explore; e (2) Processo de criação da oportunidade – é tratada pelos autores como um fenômeno subjetivo, criado endogenamente, pelas ações, reações e atuação do empreendedor que exploram maneiras de produzir novos produtos ou serviços, nem sempre a criação evolui das indústrias ou mercados pré-existentes.

Hmieleski et al. (2015) descobriram que a experiência empreendedora está positivamente relacionada com o desempenho em contextos de descoberta de oportunidade, enquanto o nível educacional, os laços fortes e o capital psicológico (índice composto por otimismo, autoeficácia, resiliência e esperança) estão positivamente relacionados com o desempenho em contextos de criação de oportunidade.

Alvarez e Barney (2007) e Autio (2013) afirmam que, ambos os construtos, descoberta de oportunidade e criação de oportunidade, visam explicar as ações que os empreendedores tomam para formar e explorar oportunidades. Já Hmieleski et al. (2015) afirmam que os empreendimentos se tornam mais ou menos dinâmicos ao longo do tempo e por isso os empreendedores tendem a circular entre estados de descoberta de oportunidade e criação de oportunidade.

Para Wang, Li, e Wang (2015) as *startups* usam uma lógica estratégica muito diferente de competição mercadológica, possuindo ainda alta dependência de tecnologia de informação. Esses modelos de negócios cresceram significativamente nos últimos tempos, gerando novos empreendimentos e nichos de negócios. Normalmente empreendedores de *startups* criam oportunidades e empreendimentos inovadores. Os empreendedores usam seus valores pessoais e profissionais para construir uma identidade para seu empreendimento inovador. A identidade é que ajuda a destacar e reconhecer o empreendimento no ecossistema de inovação.

3.3 Identidade Empreendedora

A identidade de um indivíduo é construída socialmente a partir de fundamentos sociais aceitos por todos do grupo a quem o indivíduo pertença (Chadha, 2016). O conceito de identidade, distinção de um indivíduo em relação aos outros, está ganhando espaço nos estudos de organização e gestão, para relacionar vidas individuais a contextos organizacionais e sociais (Watson, 2013). A identidade de um indivíduo emerge de circunstâncias atuais, uma série de fatores culturais e discursos amplos e específicos, ou seja, emerge dos desdobramentos da vida de uma pessoa ao longo do tempo (Spedale & Watson, 2014b).

A identidade empreendedora é parecida com a identidade individual, pois parte dos pressupostos ao redor do(s) fundador(es), que em conjunto com sua equipe empreendedora adicionam características únicas e distintas que valorizam o empreendimento aos olhos de investidores. Para Santos e Eisenhardt (2009) a identidade empreendedora se concentra em quadros cognitivos dos membros do empreendimento que a definem “quem são como organização” e moldam a escolha dos limites. Navis e Glynn (2011) definem identidade empreendedora como a constelação de reclamações em torno do fundador, novo empreendimento e oportunidade de mercado quanto a “quem são” e “o que fazem”, servem para os investidores julgarem a plausibilidade do empreendimento.

De acordo com Navis e Glynn (2011), a identidade empreendedora é um mecanismo que integra e incorpora três níveis de análise: (1) o fundador (nível individual); (2) o novo empreendimento proposto (nível organizacional) e; (3) o setor institucional focal (nível de mercado). Para Watson (2009), a identidade empreendedora pode ser considerada um estereótipo cultural (característica que o empreendedor tenha se apegado ou abraçado como parte de sua noção de eu) e essas características são influenciadas por discursos disparados em torno dos empreendedores. Watson (2013) afirma que o trabalho de identidade ocorre continuamente com as pessoas envolvidas na formação, reparação, manutenção, fortalecimento ou revisão das construções produtivas de um senso de coerência e distinção. Greenman (2013) complementa informando que a identidade empreendedora pode ser usada para obter legitimidade e acesso a recursos.

As empresas criam um “domínio de identidade” nos mercados em que competem para influenciar “as percepções das partes interessadas”, sobre sua capacidade de criar valor em relação aos concorrentes (Navis & Glynn, 2011). Santos e Eisenhardt (2009) relatam que empreendedores bem-sucedidos tentam dominar mercados emergentes ao coconstruir limites organizacionais e nichos de mercado usando três processos: (1) reivindicação do mercado; (2) demarcação do mercado e; (3) controle do mercado. Navis e Glynn (2011) relatam que em condições de incerteza ou ambiguidade, a identidade adquire maior importância, funcionando como um recurso crítico.

3.4 Incerteza Subjetiva na Ação Empreendedora

Chen et al. (2018) informam que a incerteza é a falta de percepção sobre alternativas e/ou a incapacidade de prever as prováveis consequências. Nesse sentido, Chen et al. (2018), Hmieleski e Baron (2006); Mitchell e Shepherd (2010) afirmam que os empreendedores atuam sob alta incerteza, pois não conseguem prever antecipadamente com precisão as características do novo empreendimento. Hmieleski e Baron (2006) observam ainda que, além da alta incerteza, empreendedores tomam decisões em um ambiente caracterizado por novidade, emoção e pressão de tempo.

McKelvie et al. (2011) descobriram que empreendedores relutam em atuar sob condições daquilo que não conhecem ou não preveem os efeitos de uma escolha de resposta, por isso, para esses autores à medida que a incerteza aumenta, a disposição dos empreendedores para agir diminui. Wood et al. (2017) conceituam esse contexto como inação

empreendedora, quando o empreendedor ao lidar com incerteza, dúvida e medo tendem a não agir. Chen et al., (2018) afirmam que a percepção e a ação ou inação estão relacionados, pois todo o contexto e consequências irão depender de como um empreendedor percebe e molda uma situação. Wood et al. (2017) descobriram que as decisões iniciais de inação afetam negativamente o julgamento dos empreendedores, no entanto, esse efeito é mitigado quando os empreendedores percebem as oportunidades subsequentes como diferentes, em vez de semelhantes.

Mitchell e Shepherd (2010) informam que para controlar esses efeitos contextuais, os empreendedores incluem uma medida de recursos meta cognitivos, que são desencadeados pelas condições do ambiente. Markowska (2018) e Mitchell e Shepherd (2010), corroboram afirmando que a ação empreendedora pode ocorrer de forma distinta, caso o empreendedor seja especialista ou novato, mesmo que a situação incerta seja a mesma para ambos, para Markowska (2018) e Sarasvathy (2001), especialistas escolhem estratégias mais baseadas no controle, em contrapartida, novatos quando inicialmente se deparam com uma situação que requer uma decisão, é provável que procurem pistas disponíveis a partir de soluções que tenham sido usadas anteriormente. Mitchell e Shepherd (2010) sugerem também que as diferenças nas ações empreendedoras podem estar relacionadas com a percepção da situação. Para Chen et al. (2018) a ação empreendedora não é uma sequência estática, pelo contrário, os empreendedores podem agir e mudar o curso de ação simultaneamente dependendo das variáveis contextuais externas, incluindo a influência de outros atores e a presença da incerteza. Por isso Chen et al. (2018) definem ação empreendedora como um processo que envolve atividades cognitivas e comportamentais orientadas por objetivos para engajar as incertezas percebidas na criação de novos empreendimentos. McKelvie et al. (2011) informam que a capacidade dos empreendedores interpretar e responder à incerteza é muitas vezes o que determina o grau de sucesso ou fracasso alcançado pelo empreendimento. Para Yessoufou et al. (2018) as redes desempenham um papel fundamental na identificação de oportunidade, e para Adner e Kapoor (2010) e Vasconcelos Gomes et al. (2018) as redes podem compartilhar incertezas que afetam o destino de todo o ecossistema de inovação.

3.5 O papel das Redes na Ação Empreendedora

De acordo com Yessoufou et al. (2018), o empreendedorismo contribui para o alívio da pobreza na base da pirâmide, nos países em desenvolvimento. Já Casson e Della Giusta (2007) relatam que os governos desempenham um papel importante nesse cenário, principalmente como fonte de financiamento para o capital social. Casson e Della Giusta (2007) afirmam ainda que, o empreendedorismo não pode ser associado apenas com o trabalho autônomo ou com empresas geridas pelo proprietário, pois existem muitas indústrias (ex. encanamento doméstico ou montador de móveis) que são dominadas pelo trabalho autônomo, simplesmente porque os funcionários são difíceis de monitorar, assim como existem muitos empreendimentos geridos pelo proprietário que podem se transformar em sociedades anônimas.

Yessoufou et al. (2018) descobriram que a ação empreendedora emerge em resposta a contextos incertos sofridos pelo empreendedor e que existem seis características relevantes que podem determinar a mudança de fase na ação empreendedora: (1) superação de desafios; (2) motivações pessoais; (3) valor econômico priorizado; (4) atributos pessoais; (5) comportamento estratégico e; (6) desenvolvimento de oportunidades empreendedoras. Além dessas características o empreendedor pode construir uma rede para ajudar na gestão e superação de incertezas do empreendimento.

Casson e Della Giusta (2007) e Yessoufou et al. (2018) afirmam que as redes, composta por familiares, parcerias locais, regionais ou globais também desempenham um importante papel no desenvolvimento e fortalecimento do empreendedorismo, principalmente

em fase inicial. Para Casson e Della Giusta (2007), existem muitos tipos de redes e com finalidades distintas. Para esses autores alguns tipos de redes são mais úteis nos estágios iniciais da atividade empreendedora e outros nos estágios posteriores, sendo que todas têm a função de canalizar informações que ajuda o empreendedor a identificar uma oportunidade lucrativa ou para ajudar o empreendedor a contatar pessoas de seu interesse.

O empreendedor enfrenta desafios constantes no desenvolvimento de seu negócio e Yessoufou et al. (2018) descobriram em suas entrevistas que os empreendedores sentem a necessidade de um processo para estruturar a incerteza, pois, a incerteza por vezes é percebida de formas distintas entre os parceiros e até dentro de seu empreendimento. Os autores relatam que essa descoberta pode ser conectada à discussão de Weick (1995) sobre a transformação da incerteza em incerteza estruturada. Os empreendedores agem em ambientes de extrema incerteza e alguns fatores institucionais e ambientais contribuem para o sucesso ou fracasso de um empreendimento inovador em fase inicial.

3.6 Fatores institucionais e ambientais na Ação empreendedora

Crnogaj e Kingdom (2016), listam fatores institucionais ligados à atividade empreendedora como: o tamanho de um governo; obstáculos burocráticos; ambiente fiscal; proteção à propriedade intelectual; competitividade; liberdade comercial e política; legislação trabalhista; segurança social; corrupção para a avaliação do capital financeiro; política de exportação, entre outros.

Para Zhang e White (2016) o governo desempenha um importante papel na promoção e apoio ao empreendedorismo, através de suas políticas e ações. McMullen, J. S., Bagby, D. R., e Palich (2008) advertem que as restrições governamentais à liberdade econômica (ausência de coação ou restrição governamental sobre a produção, distribuição ou consumo de bens e serviços) podem afetar a atividade empreendedora de distintas maneiras. Além do ambiente econômico, Crnogaj e Kingdom (2016) afirmam que os fatores políticos também afetam a percepção do risco e as receitas da atividade empreendedora. Dean e McMullen (2007) declaram que a intervenção do governo também pode causar falhas de mercado, impactos negativos nos recursos ambientais e pode ainda, ser uma fonte de oportunidade para empreendedores ambientais.

A consciência ambiental aumentou em todos os níveis da sociedade nos últimos anos e a mudança climática, em particular, recebeu muita atenção da mídia e do governo (Meek, Pacheco, & York, 2010). Para Dean e McMullen (2007), o governo desempenha um importante papel no estabelecimento de instituições apropriadas, que recompensem empreendedores com comportamentos ambientalmente corretos e dissuadem os empreendedores com comportamentos ambientalmente degradantes. Meek, Pacheco, e York, (2010) afirmam que as normas de consumo ambiental servem para legitimar normativamente as políticas governamentais, reforçando que as práticas ambientais além do benefício econômico, é a coisa certa a se fazer.

Conforme relatos de Bhowmick (2015), as pesquisas na área da ação empreendedora se desenvolveram significativamente, contudo, algumas críticas começaram a emergir em torno de construtos usados para fundamentar e desenvolver novas teorias a cerca do empreendedorismo. Tentando mudar o curso das teorias da ação empreendedora, alguns autores como, Davidsson (2015) e Kitching e Rouse (2017), sugerem novos construtos e novas divisões para fundamentar futuras pesquisas sobre ação empreendedora. Todos os principais argumentos serão relatados no tópico seguinte.

3.7 Críticas de construtos fundamentados na literatura de Ação Empreendedora

Pesquisas desenvolvidas no campo da ação empreendedora até meados de 2008 repousam sobre a lógica de Venkataraman (1997) e Shane e Venkataraman (2000), de que todo

empreendimento começa com o reconhecimento de uma oportunidade. A partir deste período, 2008, alguns pesquisadores começaram a debater a relevância do construto oportunidade para a evolução do campo (Bhowmick, 2015; Davidsson, 2015; Kaul, 2013; Kitching & Rouse, 2017; Klein, 2008). Mesmo assim, grande parte da literatura desenvolvida ainda está fundamentada na construção ou criação de oportunidade (Autio, 2013; Hmieleski et al., 2015; Wang et al., 2015). Kitching e Rouse (2017) argumentam que os pesquisadores estão presos em uma armadilha de ambiguidade e incerteza, pois cada autor propõe uma definição de oportunidade diferente e ainda utiliza o construto oportunidade para pesquisar partes diferentes da ação empreendedora. Na tentativa de mudar o curso das pesquisas sobre ação empreendedora, Davidsson (2015) propôs dividir as pesquisas de ação empreendedora em 3 construtos: (1) Facilitador Externo; (2) Nova ideia de empreendimento e; (3) Oportunidade Confiável.

Kitching & Rouse (2017) concordam em parte com o trabalho de Davidsson (2015), pois, argumentam que, o construto oportunidade deveria ser excluído, para evitar a tentação da continuidade de trabalhos construídos de forma equivocada ou trabalhos que não avançam na teoria de ação empreendedora. Kitching & Rouse (2017) propõem que sejam usados os seguintes termos: (1) “projeto empreendedor”, para se referir a investimentos em recursos destinados a criar bens e serviços para troca de mercado; (2) “condições de ação”, para se referir ao contexto em que tais projetos são acionados e a um conjunto de termos bem conhecidos, como imaginar e desenvolver uma ideia de negócio e; (3) aquisição de recursos, que abrange a combinação e mobilização, criação de redes, criação de novos empreendimentos e fazer uma venda.

Kitching & Rouse (2017) argumentam que essa formulação redireciona as pesquisas para a condição de “ação empreendedora” evitando a confusão conceitual que vem com múltiplos significados de oportunidade (como crença, ação ou circunstâncias). O modelo conceitual proposto por Kitching & Rouse (2017) é objetivo, por isso não engloba a fase perceptiva do empreendedor, para eles o empreendedor formula conscientemente projetos para atingir seus objetivos e deliberam sobre quais ações tomar para alcançá-los. Os projetos podem combinar objetivos "comerciais" e "pessoais", embora os próprios agentes não possam fazer essas distinções.

Já o trabalho de Davidsson (2015) abrange a natureza perceptiva e subjetiva da ação empreendedora. A figura 3 ilustra a divisão dos construtos propostos por Davidsson (2015) e os tópicos seguintes explicam detalhadamente cada um desses construtos e sua utilização nas pesquisas de ação empreendedora.

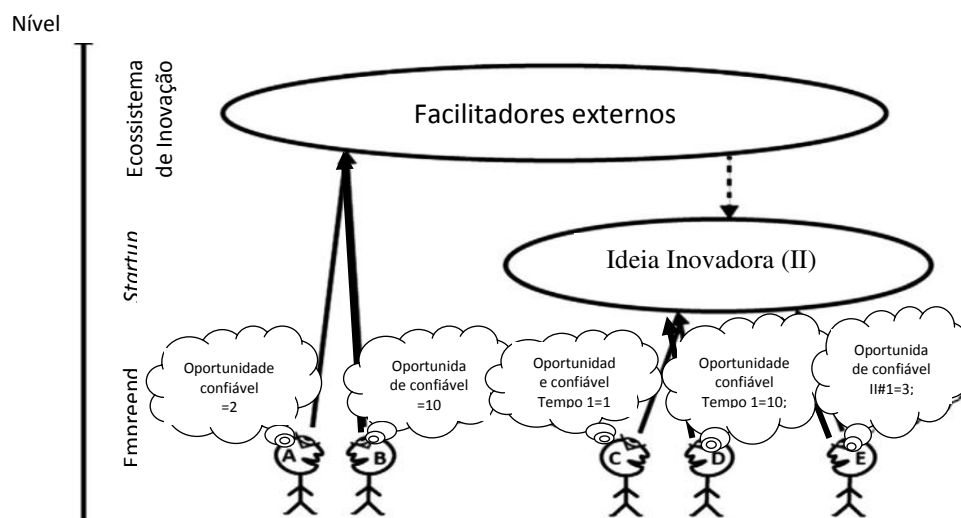


Figura 3: Modelo Conceitual para fundamentar pesquisas sobre ação empreendedora

Fonte: Adaptado de Davidsson (2015).

3.7.1 Facilitadores Externos

Esse construto deve ser utilizado para pesquisas que investigarão mudanças regulatórias, avanços tecnológicos e mudanças demográficas, que podem afetar uma variedade de tentativas de criação de novos empreendimentos por vários atores diferentes (Davidsson, 2015). Supõem-se que os facilitadores externos criam espaços para novas atividades econômicas (mesmo que não sejam positivas para a economia), mas não podem garantir o sucesso de empreendimentos específicos que são iniciados em resposta à ocorrência dessas atividades econômicas (Davidsson, 2015).

Facilitadores externos é o rótulo dado por Davidsson (2015) para circunstâncias externas únicas e distintas, que ao afetar a oferta, demanda, custos, preços ou estrutura de pagamento, podem desempenhar um papel essencial em lançar e/ou permitir uma variedade de tentativas de desenvolvimento de risco por vários atores. É, portanto, uma construção de nível agregado. Também pode-se usar esse construto para fundamentar pesquisas com suposições de economia desequilibrada e pesquisas em que abordam a experiência histórica do empreendedor, pois, em longos períodos de mudanças ambientais, alguns atores tentam explorar essas mudanças obtendo um número de sucesso ao enfrentá-las (Davidsson, 2015).

Um facilitador externo pode ser interdependente com outras condições externas, como por exemplo, quando o desenvolvimento de uma nova tecnologia depende de mudanças regulatórias, devido à ação competitiva e a outras mudanças futuras desconhecidas, o resultado favorável nesse caso é incerto e difícil de se prever (Davidsson, 2015). Contudo, facilitadores externos são temporários, sendo que, ao longo do tempo, as ações de outros empreendedores e mudanças adicionais dentro do sistema irão modificar a existência de um facilitador externo (Davidsson, 2015). Por essa razão, esse construto é abstrato e relacionado ao ambiente, tendo sua linhagem relevante da economia, sociologia e psicologia social (Davidsson, 2015). Outro construto proposto pelo autor é “Ideia Inovadora”, que será descrito na sessão seguinte.

3.7.2 Ideia Inovadora

Esse construto é ideal para investigações sobre “empreendimentos futuros imaginados”, ou seja, combinações imaginárias de ofertas de produtos, serviços, potenciais mercados e meios de trazer essas ofertas à existência (Davidsson, 2015). A ideia não precisa ser uma inovação radical, mas deve ter como objetivo apresentar aos potenciais usuários algo que não era oferecido antes pelo mesmo ator. Esse construto aborda pesquisas cognitivas, podendo, portanto, variar de acordo com a identificação, reflexão e interpretação dos atores (Davidsson, 2015). Por isso, a natureza cognitiva das ideias não torna as atividades completamente inseparáveis de um indivíduo particular. E o sucesso dessas atividades dependerá da forma como um ator particular experimenta e atua sobre uma variedade de “ideia inovadora” (Davidsson, 2015). Para esse autor, o construto “ideia inovadora” aborda contextos que autores passados chamaram de “reconhecimento de oportunidade”, “identificação de oportunidade” ou “descoberta (empreendedora)” e é melhor utilizado para contextos de empreendimentos emergentes.

O construto ideia inovadora serve também, para pesquisadores que irão investigar porque indivíduos não empreendem, pois, indivíduos podem conceber uma ideia inovadora e depois decidir não agir porque conclui (correta ou incorretamente) que não vale a pena seguir a diante (Davidsson, 2015). Além do mais, indivíduos diferentes que contemplam a mesma ideia inovadora, podem avaliá-la de maneira distinta (Davidsson, 2015). O terceiro e último construto proposto por Davidsson (2015) para fundamentar as pesquisa sobre ação empreendedora é oportunidade confiável, que será relatado na próxima sessão.

3.7.3 Oportunidade Confiável

O construto oportunidade confiável é indicado para investigar o fenômeno “oportunidade”, ou seja, para averiguar avaliações (positivas ou negativas) de estímulos, que podem ser relevantes para a criação de uma nova atividade econômica e avançar em teorias prospectivas (Davidsson, 2015). Oportunidade confiável é subjetivo, pois a avaliação da oportunidade emerge de percepções de indivíduos, e por isso, pode ter uma tendência de superestimação. Assim, a oportunidade confiável pode estar enganada, e não ter relação com o verdadeiro estado dos facilitadores externos. Ou ainda, ter poucas chances de sucesso da ideia inovadora (Davidsson, 2015).

Oportunidade confiável é um construto perceptual de nível individual, embora possa emergir da interação social e ser compartilhado dentro de uma equipe. Esse construto não apresenta o que o ator vê, mas sim a sua avaliação (Davidsson, 2015). O nível da avaliação pode variar de micro, ideia inovadora, para macro, propício de um facilitador externo para *startups* de negócios em geral (Davidsson, 2015). O autor cita outro ponto importante para esse construto, dimensão do tempo, pois uma avaliação realizada em um determinado ponto no tempo, só será válida para aquele ponto (Davidsson, 2015). Isso porque, mesmo que o objeto continue inalterado, o ambiente e o contexto ao se atualizar podem promover novas avaliações.

O autor afirma que literaturas anteriores sobre “oportunidade”, “avaliação”, “crença” e “conjectura” (Autio, 2013; Grégoire, Noël, Déry, & Béchar, 2006) são similares a esse construto, oportunidade confiável. E que esse construto é mais relevante para psicologia e sua aplicação nas pesquisas sobre percepção e avaliação de oportunidade.

Para entender a relação dos três construtos Davidsson (2015) construiu a figura 3. Os cinco indivíduos podem ser potenciais empreendedores (atores) ou outros *stakeholders*. Dois deles, A e B, contemplam algum facilitador externo, por exemplo, uma nova tecnologia ou uma mudança sociodemográfica, mas chega a níveis muito diferentes de oportunidade confiável em relação aos outros. Isso pode ser devido a diferenças no conhecimento prévio ou no otimismo gasto por cada indivíduo. Os indivíduos C e D ambos evoluem para alguma ideia inovadora no mesmo ponto no tempo. O indivíduo C descarta a ideia enquanto D acha excelente, mais uma vez devido a algum tipo de diferença pessoal. Inspirado pela ideia, D age sobre ele ou pelo menos encontra razão para avaliá-lo, novamente em um momento posterior. A segunda avaliação é mais indiferente, presumivelmente por aprender mais sobre as qualidades da ideia. A seta do facilitador externo para a ideia inovadora é frustrada, porque a ideia pode ou não ter uma base clara em um facilitador externo. O indivíduo E, avalia duas ideias inovadoras diferentes (no mesmo ponto no tempo) e chega a diferentes níveis de oportunidade confiável, presumivelmente devido a diferenças nas características das próprias ideias. Assim, E seria mais propenso a agir ou recomendar ações sobre a II # 2 do que sobre a II # 1.

Seguindo os construtos propostos por Davidsson (2015), esta pesquisa contribuirá no nível macro da ação empreendedora, facilitadores externos, pois buscará entender como empreendedores criam sentido de incertezas em ecossistemas de inovação. Sendo que, algumas incertezas normalmente ocorrem no ambiente externo da startup (ecossistema de inovação). Um exemplo desse tipo de incerteza, poderia ser ilustrado como a possibilidade da entrada de um novo concorrente, a mudança na regulamentação do produto desenvolvido pela empresa, mudança da base tecnológica da empresa ou do ecossistema de inovação, entre outros.

Pesquisas sobre ação empreendedora concordam em um aspecto, todos os empreendedores inovadores agem em um ambiente de extrema incerteza e precisam de ecossistemas de inovação eficientes e sinérgicos para desenvolver e comercializar seus

produtos. A sessão seguinte abordará conceitos e evolução das pesquisas sobre ecossistemas de inovação.

Conclusão

A teoria de ação empreendedora alcançou grandes avanços nos últimos anos, contudo, futuras pesquisas devem levar em conta as críticas abordadas nos últimos trabalhos e tentar fundamentar e evoluir o campo com base nas novas teorias levantadas por Davidsson (2015) e Kitching e Rouse (2017). Ambos os autores criticam a continuidade dos construtos de oportunidade nas pesquisas de ação empreendedora.

Contudo, Kitching e Rouse (2017) propõem uma abordagem objetiva para abordar as futuras pesquisas sobre ação empreendedora, já Davidsson (2015) propõem uma abordagem subjetiva com vários níveis para abordar futuras pesquisas sobre ação empreendedora. Portanto, o trabalho de Davidsson (2015) se mostra mais eficiente e completo para abordar futuras pesquisas sobre ação empreendedora.

Referencias bibliográficas

- Adner, R., & Kapoor, R. (2010). Value creation in innovation ecosystems: How the structure of technological interdependence affects firm performance in new technology generations. *Strategic Management Journal*, 31(3), 306–333. <https://doi.org/10.1002/smj.821>
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). DISCOVERY AND CREATION: ALTERNATIVE THEORIES OF ENTREPRENEURIAL ACTION. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1), 11–26. <https://doi.org/10.1002/sej>
- Autio, E. (2013). INFORMATION EXPOSURE , OPPORTUNITY EVALUATION , AND ENTREPRENEURIAL ACTION : AN INVESTIGATION OF AN ONLINE USER COMMUNITY ESMT European School of Management and Technology. *Academy of Management Journal*, 56(5), 1348–1371.
- Bauer, M. W., & Gaskell, G. (2008). Social representations theory: A progressive research programme for social psychology. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 38(4), 335–353. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5914.2008.00374.x>
- Bhowmick, S. (2015). They look while they leap: Generative co-occurrence of enactment and effectuation in entrepreneurial action. *Journal of Management and Organization*, 21(4), 515–534. <https://doi.org/10.1017/jmo.2014.81>
- Casson, M., & Della Giusta, M. (2007). Entrepreneurship and social capital: Analysing the impact of social networks on entrepreneurial activity from a rational action perspective. *International Small Business Journal*, 25(3), 220–244. <https://doi.org/10.1177/0266242607076524>
- Chadha, M. (2016). What I am Versus What I do: Work and identity negotiation in hyperlocal news startups. *Journalism Practice*, 10(6), 697–714. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1046994>
- Chai, K.-H., & Xiao, X. (2012). Understanding design research: A bibliometric analysis of Design Studies (1996e2010). *Design Studies*, 33, 24–43. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2011.06.004>
- Chen, H. S., Mitchell, R. K., Brigham, K. H., Howell, R., & Steinbauer, R. (2018). Perceived psychological distance, construal processes, and abstractness of entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 296–314. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.01.001>
- Crnogaj, K., & Kingdom, U. (2016). Institutional determinants and entrepreneurial action *. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 21(Special Issue), 131–150.
- Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 674–695. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.01.002>
- Dean, T. J., & McMullen, J. S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing

- environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 50–76. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.09.003>
- Dew, N., Read, S., Sarasvathy, S. D., & Wiltbank, R. (2010). On the entrepreneurial genesis of new markets: Effectual transformations versus causal search and selection. *Journal of Evolutionary Economics*, 21(2), 231–253. <https://doi.org/10.1007/s00191-010-0185-1>
- Duriau, V. J., Reger, R. K., & Pfarrer, M. D. (2007). A content analysis of the content analysis literature in organization studies: Research themes, data sources, and methodological refinements. *Organizational Research Methods*, 10(1), 5–34. <https://doi.org/10.1177/1094428106289252>
- Flick, U. (2009). *Qualidade na Pesquisa Qualitativa: Coleção Pesquisa Qualitativa*. Bookman.
- Gomes, L. A. de V., Facin, A. L. F., Salerno, M. S., & Ikenami, R. K. (2016). Unpacking the innovation ecosystem construct: Evolution, gaps and trends. *Technological Forecasting and Social Change*. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.11.009>
- Gomes, L. A. V., Bagno, R. B., Oliveira, D., Silva, D., & Salerno, M. S. (2008). SD 01 -Engenharia de Processos de Negócios -Repercussões para as Organizações GESTAO DA INCERTEZA E INCERTEZA NA GESTÃO: A INOVAÇÃO COMO PROCESSO. *Grabbing Lightning: Building a Capability for Breakthrough Innovation*. Retrieved from http://sistemas-producao.net/lgi/wp-content/uploads/2013/11/ASD01-Enegep-2011-Gestão-da-Incerteza_LAVG-RBB-DOS-MSS.pdf
- Greenman, A. (2013). Everyday entrepreneurial action and cultural embeddedness: An institutional logics perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(7–8), 631–653. <https://doi.org/10.1080/08985626.2013.829873>
- Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. (2006). Optimism and Environmental Uncertainty: Implications for Entrepreneurial Performance. *Frontiers of Entrepreneurship Research Babson Park MA Babson College*, (1996). <https://doi.org/papers://BA75DBD3-74D3-4A2D-AAAC-910414082C6C/Paper/p12859>
- Hmieleski, K. M., Carr, J. C., & Baron, R. A. (2015). INTEGRATING DISCOVERY AND CREATION PERSPECTIVES OF ENTREPRENEURIAL ACTION: THE RELATIVE ROLES OF FOUNDING CEO HUMAN CAPITAL, SOCIAL CAPITAL, AND PSYCHOLOGICAL CAPITAL IN CONTEXTS OF RISK VERSUS UNCERTAINTY. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9, 289–312. <https://doi.org/10.1002/sej>
- Hmieleski, K. M., & Corbett, A. C. (2006). Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 45–63. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2006.00153.x>
- Ikpaahindi, L. (1985). *An Overview of Bibliometrics: Its Measurements, Laws and Their Applications* (35th ed.). Libri.
- Jalonen, H. (2011). The uncertainty of innovation: a systematic review of the literature. *Journal of Management Research*, 4(1). <https://doi.org/10.5296/jmr.v4i1.1039>
- Kaul, A. (2013). Entrepreneurial Action, Unique Assets, and Appropriation Risk: Firms as a Means of Appropriating Profit from Capability Creation. *Organization Science*, 24(6), 1765–1781. <https://doi.org/10.1287/orsc.1120.0817>
- Kitching, J., & Rouse, J. (2017). Opportunity or dead end? Rethinking the study of entrepreneurial action without a concept of opportunity. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 35(5), 558–577. <https://doi.org/10.1177/0266242616652211>
- Klein, P. G. (2008). OPPORTUNITY DISCOVERY, ENTREPRENEURIAL ACTION, AND ECONOMIC ORGANIZATION. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2, 175–190. <https://doi.org/10.1002/sej>
- Knight, F. H. (1921). Risk, Uncertainty, and Profit. Retrieved October 3, 2017, from <http://www.econlib.org/library/Knight/knRUP.html>

- Litwin, mark S. (1995). *How to measure survey reliability and validity* (7^a). London: Sage Publications.
- Lopes, A. P. V. B. V., & de Carvalho, M. M. (2018). Evolution of the open innovation paradigm: Towards a contingent conceptual model. *Technological Forecasting and Social Change*, 132(April 2016), 284–298. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.02.014>
- 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>
- McKelvie, A., Haynie, J. M., & Gustavsson, V. (2011). Unpacking the uncertainty construct: Implications for entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 273–292. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.10.004>
- McMullen, J. S., Bagby, D. R., & Palich, L. E. (2008). Economic freedom and the motivation to engage in entrepreneurial action. *Entrepreneurship Theory & Practice*, (32), 875–895.
- Meek, W. R., Pacheco, D. F., & York, J. G. (2010). The impact of social norms on entrepreneurial action: Evidence from the environmental entrepreneurship context. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 493–509. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.007>
- Mitchell, J. R., & Shepherd, D. A. (2010). To thine own self be true: Images of self, images of opportunity, and entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 25(1), 138–154. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.08.001>
- Navis, C., & Glynn, M. A. (2011). LEGITIMATE DISTINCTIVENESS AND THE ENTREPRENEURIAL IDENTITY : INFLUENCE ON INVESTOR JUDGMENTS OF NEW VENTURE PLAUSIBILITY Author (s): CHAD NAVIS and MARY ANN GLYNN Source : The Academy of Management Review , Vol . 36 , No . 3 (July 2011) , pp . 479-499. *Academy of Management Review*, 36(3), 479–499.
- Prasad, S., & Tata, J. (2005). Publication patterns concerning the role of teams/groups in the information systems literature from 1990 to 1999. <https://doi.org/10.1016/j.im.2005.01.003>
- Santos, F. M., & Eisenhardt, K. M. (2009). CONSTRUCTING MARKETS AND SHAPING BOUNDARIES: ENTREPRENEURIAL POWER IN NASCENT FIELDS. *Academy of Management Journal*, 52(4), 643–671. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2009.43669892>
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and Effectuation : Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency Authors (s): Saras D . Sarasvathy Source : The Academy of Management Review , Vol . 26 , No . 2 (Apr . , 2001) , pp . 243-263 Published by. *The Academy of Management Review*, 26(2), 243–263. <https://doi.org/10.5465/AMR.2001.4378020>
- Sarasvathy, S. D., & Dew, N. (2005). New market creation through transformation. *Journal of Evolutionary Economics*, 15(5), 533–565. <https://doi.org/10.1007/s00191-005-0264-x>
- Schmitz, A., Urbano, D., Dandolini, G. A., de Souza, J. A., & Guerrero, M. (2017). Innovation and entrepreneurship in the academic setting: a systematic literature review. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(2), 369–395. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0401-z>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). THE PROMISE OF ENTREPRENEURSHIP AS A FIELD OF RESEARCH. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Spedale, S., & Watson, T. J. (2014a). The emergence of entrepreneurial action: At the crossroads between institutional logics and individual life-orientation. *International Small Business Journal*, 32(7), 759–776. <https://doi.org/10.1177/0266242613480376>
- Spedale, S., & Watson, T. J. (2014b). The emergence of entrepreneurial action: At the crossroads between institutional logics and individual life-orientation. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 32(7), 759–776. <https://doi.org/10.1177/0266242613480376>

- Takey, S. M., & Carvalho, M. M. (2016). Fuzzy front end of systemic innovations: A conceptual framework based on a systematic literature review. *Technological Forecasting and Social Change, 111*, 97–109. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.06.011>
- Van Gelderen, M., Kautonen, T., & Fink, M. (2015). From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing, 30*(5), 655–673. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2015.01.003>
- Vasconcelos Gomes, L. A. de, Salerno, M. S., Phaal, R., & Probert, D. R. (2018). How entrepreneurs manage collective uncertainties in innovation ecosystems. *Technological Forecasting and Social Change, 128*, 164–185. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.11.016>
- Venkataraman, S. (1997). The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research. *Advances in Entrepreneurship, Firms Emergence and Growth, 3*, 119–138. <https://doi.org/10.1007/s11192-011-0445-3>
- Wang, S., Li, P., & Wang, Y. (2015). How do IT Competence , Organizational Agility and Entrepreneurial Actions Coevolve : The Case of Entrepreneurial Etailers on Ecommerce Platforms. *Association for Information Systems - AIS Electronic Library*, 65–76.
- Watson, T. J. (2009). Entrepreneurial Action, Identity Work and the Use of Multiple Discursive Resources. *International Small Business Journal, 27*(3), 251–274.
- Watson, T. J. (2013). Entrepreneurship in action: Bringing together the individual, organizational and institutional dimensions of entrepreneurial action. *Entrepreneurship and Regional Development, 25*(5–6), 404–422. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.754645>
- Wood, M. S., Williams, D. W., & Drover, W. (2017). Past as prologue: Entrepreneurial inaction decisions and subsequent action judgments. *Journal of Business Venturing, 32*(1), 107–127. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.10.008>
- Yessoufou, A. W., Blok, V., & Omta, S. W. F. (2018). The process of entrepreneurial action at the base of the pyramid in developing countries: a case of vegetable farmers in Benin. *Entrepreneurship and Regional Development, 30*(1–2), 1–28. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1364788>
- Zhang, W., & White, S. (2016). Overcoming the liability of newness: Entrepreneurial action and the emergence of China's private solar photovoltaic firms. *Research Policy, 45*(3), 604–617. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2015.11.005>