

INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO: uma análise nas produções científicas e tendências futuras sobre o desafio na longevidade das empresas

**Andrea Mendonça da Silva Bastos¹
Cristiana Fernandes De Muylder²
Aline Mendonça da Silva³
Adriana Mendonça da Silva⁴**

RESUMO

INTRODUÇÃO: O empreendedorismo é responsável pelo crescimento econômico e geração de empregos no país. **PROBLEMA DE PESQUISA:** Qual a relação entre inovação e longevidade na sustentabilidade de micro e pequenas empresas? **OBJETIVOS:** Analisar a relação entre inovação e longevidade na sustentabilidade de micro e pequenas empresas. **MÉTODO E METODOLOGIA:** Tratou-se de estudo exploratório, descritivo de caráter qualitativo, com aplicação de revisão de literatura, utilizando a base de dados de Revista ABS 4 da área de empreendedorismo. **RESULTADOS ALCANÇADOS:** Percebeu-se que a revista Entrepreneurship Theory and Practice foi a que mais publicou com 156 artigos. O ano de 2022 e 2023 destacaram-se e uma possível explicação é a pandemia do COVID-19 que obrigou a inovarem para permanecer no mercado. O empreendedorismo se relaciona com diversos assuntos, evidenciando: inovação, conhecimento e social. Na análise dos artigos mais relevantes, observou-se vários fatores afetando o resultado dos empreendedores: inovação, conhecimento e sustentabilidade estão entre eles. É preciso adotar estratégias inovadoras que garantam vantagem competitiva e sustentabilidade. **CONCLUSÕES:** Os estudos recentes reforçam a relevância dos estudos seminais sobre empreendedorismo e inovação como forma de garantir a vantagem competitiva e a sustentabilidade dos negócios.

PALAVRAS-CHAVE

Empreendedorismo; Gestão; Inovação; Sustentabilidade; Vantagem Competitiva.

- 1 Aluna do Doutorado em Administração da Universidade FUMEC-BH. E-mail: andreamendonca24@gmail.com
- 2 Professora Titular da Universidade FUMEC – Programa de Doutorado e Mestrado em Administração – PDMA. E-mail: cristiana.muylder@fumec.br
- 3 Aluna do Doutorado em Administração – PPAD/UNAMA – Universidade da Amazônia. E-mail: a.mendoncasilva@gmail.com
- 4 Aluna do Doutorado em Administração da Universidade FUMEC-BH. E-mail: adrianamendonca31@gmail.com

INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP: an analysis of scientific productions and future trends on the challenge in the longevity of companies

ABSTRACT

INTRODUCTION: Entrepreneurship is responsible for economic growth and job creation in the country. **RESEARCH PROBLEM:** What is the relationship between innovation and longevity in the sustainability of micro and small companies? **OBJECTIVES:** Analyze the relationship between innovation and longevity in the sustainability of micro and small companies. **METHOD AND METHODOLOGY:** This was an exploratory, descriptive study of a qualitative nature, applying a literature review, using the Journal ABS 4 database in entrepreneurship. **RESULTS ACHIEVED:** It was noticed that the magazine Entrepreneurship Theory and Practice was the one that published the most with 156 articles. The years 2022 and 2023 stood out and a possible explanation is the COVID-19 pandemic that forced them to innovate to stay in the market. Entrepreneurship is related to several subjects, highlighting: innovation, knowledge and social. In the analysis of the most relevant articles, several factors were observed affecting the results of entrepreneurs: innovation, knowledge and sustainability are among them. It is necessary to adopt innovative strategies that guarantee competitive advantage and sustainability. **CONCLUSIONS:** Recent studies reinforce the relevance of seminal studies on entrepreneurship and innovation as a way of ensuring competitive advantage and business sustainability.

KEYWORDS

Entrepreneurship; Management; Innovation; Sustainability; Competitive Advantage.

INTRODUÇÃO

A Revolução Industrial promoveu mudanças significativas na sociedade, principalmente, no que diz respeito a relação de trabalho e as organizações (Audretsch & Moog, 2020). Esse processo exigiu a formação de um complexo de estudos que promovessem a especialização de conhecimentos capazes de alavancar recursos e desenvolver a sociedade; Teóricos defendem a necessidade de formar pessoas especializadas em gerir recursos de forma eficiente e eficaz garantindo, assim, a longevidade das empresas (Badger Newman & Barney, 2024).

O empreendedorismo surge nesse ambiente como uma forma viável de suportar as diferenças sociais e intelectuais existentes e garantir a sobrevivência das pessoas no mundo (Vladasel et al., 2020; Weber et al., 2022). Ele é importante na economia (Vladasel et al., 2020) e na sociedade, pois gera oportunidades de emprego e crescimento econômico (Vladasel et al., 2020; Bergman & McMullen, 2021; Weber et al., 2022; Blaseg & Armin Schwienbacher, 2024; Gustav Hägg et al., 2024). Anand et al. (2021) pontua as atividades sendo motivadas pela criação de valor financeiro.

Com a evolução do mundo e a complexidade do modo de produção, vários tipos de empreendedorismo surgem, a saber: necessidade, oportunidade inovador, tecnológico e de alto crescimento, propriedade empresarial estabelecida, corporativo, digital e produção de inovação (Badger Newman & Alvarez, 2022; Weber et al., 2022; Brieger et al., 2024).

O empreendedor pode assumir dois comportamentos: marginal (cria o empreendimento autônomo e gera emprego principalmente para si) e o ambicioso (aspira criar negócios em grande escala, impactando no crescimento da região e na economia nacional) (Estrin et al., 2020). Independente de qual personalidade assume, ele é responsável pelo crescimento econômico (Shepherd et al., 2020; Gustav Hägg et al., 2024) porque impulsiona a criação de empregos (Weber et al., 2022; Gustav Hägg et al., 2024) e o desenvolvimento de tecnologias e de inovação (Marvel et al., 2020), além de ser um alívio da pobreza.

Várias teorias de condução dos negócios passam a ser desenvolvidas e o empreendedorismo passa a ser visto como uma área que precisa de gestão estratégica para garantir um desempenho e a permanência no mercado (Estrin et al., 2020). Muitos não possuem ajuda, mas abrem suas portas e vão lidando com os problemas à medida que surgem. Para auxiliar esse processo, surgiram várias instituições de apoio a esses negócios; muitas auxiliam na transformação de ideias em investimentos rentáveis (Bergman & McMullen, 2021).

Mas, é preciso ser feito muito mais, torna-se necessário que os governos estimulem esse modelo de criação de negócios através de políticas públicas (McMullen et al., 2021), garantindo que eles criem produtos, processos, serviços ou modelos de negócios no mercado, podendo ou não usar a tecnologia a favor desse ambiente (van Gelderen et al. 2021). Já há alguns incentivos por parte do governo para gerenciar auxílios financeiros e criar regulamentações para salvaguardar as expectativas dos envolvidos no processo (van Gelderen et al. 2021; Deerfield; Elert, 2023). Mas, é preciso que seja feito mais. Deve-se formular mais políticas, principalmente, baseadas em evidências sólidas ao invés de ações baseadas em modismos atuais e serem constantemente avaliadas para que apresentem resultados (McMullen et al., 2020; van Gelderen et al. 2021).

Os empreendedores demandam muito tempo lidando com a formalização e, como muitos acabam apresentando dificuldades, prorrogam o processo de legalização (Estrin et al., 2024; Ugochukwu Chinonso Okolie, 2024). É preciso criar políticas de acesso à legalização, ao capital e a mobilizar dos recursos para permitir que as empresas sobrevivam no mercado. Estudos mostram que elas podem ter um alto desempenho financeiro explorando trabalhadores ou danificando o meio ambiente

(Anand et al., 2021). Pessoas sem conhecimento podem abrir empresas e atuar na ilegalidade e conseguir criar valor para os seus empreendimentos (Weber et al., 2022).

A pandemia da Covid-19 promoveu uma alavancagem no processo de incentivos do governo e nos estudos sobre o empreendedorismo (Stephan et al., 2022). No entanto, surge nesse contexto a competitividade acirrada que cria uma instabilidade emocional onde o não saber o dia de amanhã é ainda preocupante (Stephan et al., 2022). Embora esteja crescendo as pesquisas nessa área de bem-estar do empreendedor ainda é preciso que seja feito mais. Apesar das dificuldades e dos fracassos empresariais (McMullen et al., 2024), muitos continuam a crescer e buscam outros fatores de produção para gerar crescimento e competitividade (Chirico et al., 2022; Blaseg & Armin Schwiendacher, 2024).

Vários estudos buscam avaliar as estratégias de sucesso daquelas que conseguem a produtividade e a longevidade empresarial (Estrin et al., 2020). A inovação e a sustentabilidade surgem nesse contexto como garantia da vantagem competitiva (Marvel et al., 2020; Vladasel et al., 2020; Kraft et al., 2022), pois precisam melhorar a produtividade e o crescimento das organizações (Vladasel et al., 2020).

Schumpeter (Estrin et al., 2020) fala que uma pequena parcela de empreendedores realmente desenvolve inovação e quando interligadas promove o sucesso do negócio e impacta na economia do país. É preciso gerar e adquirir conhecimento para empreender (van Gelderen et al. 2021), pois o mercado está dinâmico e só com estratégias elaboradas é capaz de ganhar a vantagem competitiva (Estrin et al., 2020).

A pesquisa sobre essa área ainda é desarticulada e amplamente descritiva, o que limita a compreensão do empreendedorismo e sua influência em diversos setores (Bergman & McMullen, 2021). Estudos mostram que as empresas estão remodelando a dinâmica da inovação. Assim, surge o problema da pesquisa: Qual a relação entre inovação e longevidade na sustentabilidade de micro e pequenas empresas?

O objetivo da presente pesquisa é analisar a relação entre inovação e longevidade na sustentabilidade de micro e pequenas empresas. Para tanto, faz-se um levantamento bibliográfico dos últimos cinco anos da temática analisada em bancos de dados de Revista ABS 4, de maior impacto acadêmico, da área de empreendedorismo, sendo escolhidos os jornais: Entrepreneurship Theory and Practice, Strategic Entrepreneurship Journal e Journal of Business Venturing para a pesquisa.

Justifica-se o estudo para compreender como a inovação pode contribuir para a longevidade dos empreendedores, destacando, aqui, as micro e pequenas empresas. Ao estudar a temática, percebeu-se que o empreendedorismo evoluiu muito ao longo do tempo, contribuindo para o desenvolvimento de economias dos países. Esse fato está relacionado a globalização e ao avanço tecnológico que modifica o contexto que as empresas estão inseridas e precisam adotar estratégias inovadoras para agregar vantagem competitiva e sustentabilidade dos negócios.

Percebe-se inúmeros estudos sobre essa área, mas existe uma lacuna na questão da otimização da inovação e do desempenho organizacional. Assim, questiona-se criticamente esse déficit de conhecimento

e sugere-se novas condições para contornar esse problema. Para alcançar a proposta do artigo, estrutura-se o artigo em tópicos: esta introdução; o referencial teórico, a de métodos que faz a descrição da metodologia aplicada neste estudo e os resultados obtidos a partir da pesquisa. Por fim, discute-se as principais tendências e padrões de análise no tópico das considerações finais seguida das referências.

O estudo contribui para a compreensão do empreendedorismo e as possíveis relações com a longevidade empresarial, destacando que a inovação pode ser um agente contributivo para a permanência no mercado. Além disso, ao se fazer um estudo bibliométrico, pode-se perceber as contribuições acadêmicas sobre o assunto e se houve alteração nas temáticas de pesquisa no campo do empreendedorismo.

REFERENCIAL TEÓRICO

O empreendedorismo cresceu rapidamente no mundo. A pandemia da Covid-19 promoveu uma alavancagem no processo de empreender. Muitos foram obrigados a investir em novos negócios porque ficaram desempregados ou porque perceberam uma oportunidade de crescimento (Anand et al., 2021; Weber et al., 2022). Exigiu-se do governo a criação de programas de incentivos para continuarem existindo no mercado (Stephan et al., 2022). Esse fato deve-se a serem a sustentabilidade da economia, pois emprega e gera renda a diversos públicos-alvo e gera progresso social e econômico (Gustav Hägg et al., 2024).

O crescimento do empreendedorismo deve-se a diversos fatores: excesso de confiança (Kraft et al., 2022) que os empresários possuem sobre seu próprio desempenho ou habilidades (Blaseg & Armin Schwienerbacher, 2024) ou ser a única estratégia para sobreviver no mercado já que não possui habilidades exigidas pelo mercado global (Gustav Hägg et al., 2024).

Acaba que esse fato leva a subestimar o risco e a concorrência e faz com que os gestores tenham erros de julgamento no seu processo de tomada de decisão (Vladasel et al., 2020; Stephan et al., 2022; Blaseg & Armin Schwienerbacher, 2024), levando, assim, ao fracasso empresarial (Kier et al., 2021; Stephan et al., 2022; McMullen et al., 2024).

McMullen et al. (2024) entende que o fracasso também pode estar relacionado a falta de oportunidade para investir. O conhecimento de gestão é necessário para entender o momento certo de agir, pois pode ser cedo demais para agir ou tarde demais (van Gelderen et al. 2021; McMullen et al., 2024), levando outras empresas a ocuparem o mercado. Surgem diversas teorias para explicar esse fenômeno como a teoria do empreendedorismo e a teoria da atualização do empreendedorismo (McMullen et al., 2024).

Os estudos ainda não se consolidaram sobre o assunto (van Gelderen et al. 2021). Aqueles voltados para a prática levam os acadêmicos a olhar para frente de modo a investigar os acontecimentos futuros para identificar novos eventos que possam ter efeito nos empreendedores e no empreendedorismo (van Gelderen et al. 2021). Já aqueles voltados para a teoria pedem para voltar os olhos para trás com o objetivo de verificar o que se sabe e o que pode ainda ser aprendido sobre o assunto (van Gelderen et al. 2021). Mas, há também aqueles que entendem a necessidade dos dois estudos para contribuir com o sucesso de um negócio (Lévesque et al., 2020).

Surgem a cada momento novos estudos sobre o empreendedorismo (Stephan et al., 2022). A preocupação nas pesquisas é ter rigor científico e a relevância no mundo (Lévesque et al., 2020). Há agora a preocupação com a instabilidade emocional dos proprietários e dos funcionários onde o não saber o dia de amanhã é ainda preocupante (Stephan et al., 2022). Embora esteja crescendo as pesquisas nessa área de bem-estar do empreendedor ainda é preciso que seja feito mais (Lévesque et al., 2020).

Discussões sobre o fenômeno empreendedor aumenta, mas a certeza é que podem ocorrer mudanças na questão de agentes, objetivos e configurações, no entanto, o fundamento geral não mudará (van Gelderen et al. 2021; Stephan et al., 2022). Tem-se que pela relevância e importância no desenvolvimento de um país, o estudo dessa área deverá ser multidisciplinar (Gustav Hägg et al., 2024). Foram realizadas diversas pesquisas (Blaseg & Armin Schwiendbacher, 2024) nas áreas de: administração, direito, contabilidade, economia, psicologia etc.

Os estudos querem compreender fatores como: divisão de tarefas, cultura organizacional, clima organizacional, gerenciamento de empresas, qualidade de vida, alavancagem financeira, inovação, longevidade etc. (Blaseg & Armin Schwiendbacher, 2024). Mas, é necessário discutir ainda sobre responsabilidade empreendedora, pois tomam decisões sobre geração de ideias e a própria gestão empresarial e como não tem uma cultura organizacional, acaba comprometendo o seu desenvolvimento (Gustav Hägg et al., 2024).

Não há uma definição unificada sobre o empreendedorismo (van Gelderen et al. 2021). Entende-se apenas que é todos os tipos de trabalho que surgem de forma autônoma onde as pessoas buscam criar valor por conta própria e assumem o risco de ter sucesso ou não (Weber et al., 2022). Pode se manifestar na criação de: novos empreendimentos, novos valores, inovação, novas organizações, novas normas etc. (McMullen et al., 2020). Mas, independentemente de como se manifesta, ele precisa de ação que é feita através de uma estrutura social e que tenha um objetivo específico para ser realizado, como, por exemplo: lucro, legitimidade, emancipação ou desenvolvimento econômico (McMullen et al., 2020; van Gelderen et al. 2021).

Elas podem lidar com recursos limitados que compreendem o capital: humano, social, financeiro e físico (Weber et al., 2022). Esse empreendimento nasce de uma ideia, mas só se formaliza quando encontram receptividade no mercado (Bu & Cuervo-Cazurra, 2020; Estrin et al., 2024; Ugochukwu Chinonso Okolie, 2024).

No início, existiam apenas o empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade (Weber et al., 2022). O primeiro surge quando não há outra opção de subsistência, como, as pessoas estão desempregadas e não conseguem outro meio de gerar recursos para a sobrevivência diária e de longo prazo (Stephan et al., 2022), acabam por desenvolver atividades diversas sem estarem legalizadas (Ugochukwu Chinonso Okolie, 2024). Ressalta-se que as pessoas de alta renda também podem desenvolver esse tipo e ainda ficar na ilegalidade por algum tempo porque precisam verificar o mercado para depois investir (Estrin et al., 2024).

O empreendedor por oportunidade já vê no mercado uma oportunidade de crescimento e investe para expandir (Weber et al., 2022). Ele atua como *motor primus* do crescimento porque incorpora processos de inovação nas atividades empresariais (Bergman & McMullen, 2021; Chirico et al., 2022). Caso, essas inovações forem bem-sucedidas, elas são incorporadas ao mercado. Mas, estudos contínuos destacam que a conduta não era dessa forma, pois, o crescimento econômico não era explicado apenas por fatores de produção. Havia outros relacionados ao desenvolvimento econômico (Henrekson; Johansson; Karlsson, 2023); dentre eles, a inovação (Badger Newman & Alvarez, 2022) onde a criatividade insere-se no contexto para lidar com os gargalos do processo de gerenciamento de empresas (Chirico et al., 2022).

A literatura mostra diferentes tipos de empreendedorismo: oportunidades, em necessidades, inovador, tecnológico e de alto crescimento, propriedade empresarial estabelecida, corporativo e produção de inovação (Brieger et al., 2024; Lévasseur et al., 2024). Pode ocorrer de diversas formas, ligadas a criação de: novos empreendimentos, novos valores, novas organizações, novas normas ou, simplesmente, de inovação (McMullen et al., 2020).

O empreendedor pode ser aquele que desenvolve negócios por recompensas, também denominado de empreendedor alerta, por sempre estar atento a oportunidades que dão lucro (Kraft et al., 2022; Zahra et al., 2024). Ele é considerado um agente de inovação ou capaz de realizar novas combinações, pois é capaz de tomar decisões em ambientes de incertezas (Vladasel et al., 2020; Badger Newman & Alvarez, 2022).

Mas, só é importante se ele conseguir colocar em práticas suas ideias, pois ele, como está sempre alerta, percebe em momentos específicos oportunidades de geração de riqueza (Weber et al., 2022; Brieger et al., 2024). Nesse momento, tem-se o empreendedor por oportunidades que tem insights e gera negócios de alto potencial, que podem trazer inovação e melhorar a competitividade geral (Badger Newman & Alvarez, 2022). Estudos mostram que nesse cenário surge o empreendedorismo de funcionário - spinouts (formação de novas empresas por ex-funcionário) que ver uma oportunidade para inovar, oferece ao superior e, este, por não compreender corretamente, decide não explorar (Chila & Shivaram Devarakonda, 2024).

Identifica-se, aqui, a necessidade de possuir habilidades para tal ação, pois empreender envolve ao mesmo tempo recompensas e riscos calculados (Weber et al., 2022; Brieger; Hechavarría; Newman, 2024). Há, a necessidade de capacitar e treinar as pessoas envolvidas no processo de gerenciamento

para que possa visualizar campos de atividades (McMullen; et al., 2020) e não descartar qualquer projeto, inclusive os oferecidos pelos seus funcionários que podem sair da zona de conforto e se aventurar em novos negócios (Stephan et al., 2022).

Ainda, conceitua-se com base no comportamento: marginal ou ambicioso onde o primeiro gera emprego principalmente para si e o segundo, cria negócios em larga escala promovendo desenvolvido local e econômico da região ou, até mesmo, do país (Estrin et al., 2020). Este último gera empresas à medida que percebe as imperfeições no mercado; mas, para isso, deve possuir conhecimento preciso para arriscar no mercado (van Gelderen et al. 2021), é o empreendedor schumpeteriano (McMullen et al., 2020; Estrin et al., 2020), que desenvolve atividades pelo fato de criar valor financeiro (Anand et al., 2021).

Existe uma variedade de denominações que o empreendedorismo pode ter, sendo necessário fazer a diferença entre eles. McMullen et al. (2020) entendem como um termo substantivo ou como adjetivo (Tabela 1). No primeiro, remete-se a: empreendedorismo econômico, social (abrange o ambiental, sustentável e de desenvolvimento), corporativo (empreendedorismo estratégico), internacional e o institucional (abrange o cultural). No segundo, liga-se a ação, orientação, processo, cultura (McMullen; Brownell; Adams, 2021).

Tabela I - Empreendedorismo como termo substantivo e adjetivo

| SUBSTANTIVO | | | | |
|---|--|--|---|--|
| Empreendedorismo como sendo um termo substantivo | Estrutura social que precisa de transformação | Ação empreendedora necessária | Barreira estrutural que obstrui a mudança | Elemento de agência que permite a mudança |
| E. Corporativo | Empresa estabelecida | Renovação estratégica, inovação ou engajamento em empreendimentos corporativos | Rigidez organizacional – por exemplo, burocracia | Processo / Capacidade – por exemplo, Habilidade política excepcional ou capacidade de minimizar a política por meio de empreendimentos corporativos externos |
| E. Social | Estruturas de apoio social | Novo modelo de negócio e/ou melhoria do serviço ao beneficiário | Miopia financeira – por exemplo, egoísmo | Motivação – por exemplo, preferências relacionadas com os outros, com motivos pró-sociais (por exemplo, compaixão) |
| E. Internacional | Economia internacional/ empresa nacional | Internacionalizar vendas ou operações | Fricções internacionais – por exemplo, instituições nacionais desconhecidas (ou seja, cultura, costumes, leis) | Oportunidade – por exemplo, criar empreendimentos que "nasçam globais" |
| E. Institucional | Condições institucionais atuais | Introduzir novas ideias | Enraizamento institucional – por exemplo, falta de exposição a sistemas sociais ou visões de mundo alternativas | Institucional – por exemplo, múltipla integração |
| ADJETIVO | | | | |
| Empreendedorismo como termo adjetivo | Unidade de análise (quem) | Barreira estrutural e construção focal (o quê) | Facilitador focal (por quê) | Antecedente/ acelerador do ativador (como) |
| Orientação Empreendedora | Empresa ou líder de empresa | Barreira: Rotina passiva. Construto focal: Postura estratégica | Comportamento inovador; comportamento de risco, proatividade competitiva | Incentivar os membros da organização a serem ou a incitarem indivíduos com elevada orientação empreendedora ou suas dimensões |

| | | | | |
|------------------------|--|--|--|--|
| Intenção Empreendedora | Empreendedor iniciante (geralmente um estudante) | Barreira: Falta de intenção de se envolver em ação empreendedora. Construto focal: Intenção | Atitude, norma subjetiva e controle comportamental percebido que são parciais ao empreendedorismo | Aumentar a exposição direta ou indireta ao empreendedorismo por meio de educação ou treinamento, modelos, mentores ou intermediários |
| Cognição Empreendedora | Fundador de novo empreendimento | Barreira: "Empreendedor" é um proxy para uma demanda ocupacional ou contexto considerado adverso pela população em geral. Tolerância à ambiguidade | "Inoculação" à procura ocupacional ou condição contextual que se pensa "infectar" a população em geral com inação | Desenvolver atitudes, disposições ou estratégias, com a confiança na heurística tomada de decisões para inocular os indivíduos nas condições adversas à ação do empreendedorismo |
| Ação Empreendedora | Agente empreendedor (empresa ou indivíduo) | Barreira: Consciência de oportunidades que de outra forma seriam obscurecidas pela ignorância ou incerteza. Construto focal: Ação | Escapar da ignorância generalizada e pessoal e/ou possuir a vontade e capacidade de suportar a incerteza - por exemplo, alterar ou estratégia eficaz | Conhecimento, habilidades, capacidades e outras características, como experiência empreendedora e imaginação, que alertam os indivíduos sobre o potencial e os equipam para a ação |

Fonte: adaptado de McMullen et al (2021)

A discussão ainda é grande entre os teóricos do empreendedorismo e isto se torna surpreendente pela relevância que apresenta na economia e na sociedade (McMullen et al., 2021; Kier et al., 2021; Blaseg & Armin Schwienbacher, 2024).

Torna-se necessário o estudo dessa área para entender o porquê de muitos entrarem e serem bem-sucedidos e outros fracassarem em pouco tempo (McMullen et al., 2021; Stephan et al., 2022). Entender o fracasso é importante porque permite que novos empreendedores não cometam o mesmo erro (Bergman & McMullen, 2021; Stephan et al., 2022), pois o fracasso gera custos financeiros, sociais e psicológicos para os envolvidos e para a sociedade (Blaseg & Armin Schwienbacher, 2024; McMullen et al., 2024).

Sabe-se que a competitividade é grande e se a pessoa não estiver preparada e atualizada, acaba ficando fora do processo, pois existem diversos desafios que precisa enfrentar para desenvolver um empreendimento, dentre os quais: condições socioeconômicas frágeis, infraestrutura local deficiente e escassez de recursos financeiros (Weber et al., 2022).

Brieger et al. (2024) coloca o empreendedorismo cotidiano e o schumpeteriano, além daquele baseado em oportunidades, em necessidades, inovador, tecnológico e de alto crescimento, propriedade empresarial estabelecida, corporativo e produção de inovação. Schumpeter (Estrin et al., 2020) fala que uma pequena parcela de empreendedores realmente desenvolve inovação e quando interligadas promove o sucesso do negócio e promove um impacto econômico no país.

Defende-se a ideia do conhecimento que cria uma lógica estratégica para que possam selecionar processos ou, também, permite identificar, capturar e explorar oportunidades rentáveis (Anand et al., 2021; van Gelderen et al. 2021).

Gera-se uma vantagem de desempenho sustentável (Anand et al., 2021), pois permite o acúmulo de experiências e conhecimento, facilitando, assim, a tomada de decisão (Kier et al., 2021). Entende-se que não existe uma regra para geração de riquezas, pois muitos sem conhecimentos (van Gelderen et al. 2021) enfrentam desafios econômicos e institucionais e, mesmo assim, conseguem criar valor para seu negócio. Percebe-se que muitos, no seu estágio inicial, não apresentam histórico de recursos financeiros e desenvolvem suas ações mediante as situações que enfrentam no dia a dia e, para isso, precisa de conhecimento para gerenciar suas empresas e atrair investidores (Dumont, 2024).

Muitos decidem entre inovar um produto/serviço ou adotar um modelo de negócio já existente (Marvel et al., 2020; Estrin et al., 2024). Independente de qual modelo adote, vai apresentar riscos variados; mas precisam ter habilidades, motivação, oportunidade, imunização institucional e habilidade de processo para estar nesse mercado (Anand et al., 2021). Estas características podem transformar o contexto estrutural de uma organização (McMullen et al., 2020).

Além disso, McMullen et al. (2020) entendem que a inovação só ocorre se os clientes entenderem que os produtos novos são úteis e apropriados o suficiente para tal adoção, mesmo que essa ação seja mais do que a imitação de outra pessoa. Deve-se criar valor ao cliente para ter um processo de inovação (McMullen et al., 2024)

Destaca-se que o investimento em capital humano pode minimizar esse efeito por ser capaz de identificar onde o produto/serviço possa ser melhorado (Marvel et al., 2020; McMullen et al., 2020). Também, relaciona-se que ele pode restringir a descoberta de oportunidades e a exploração da inovação (Anand et al., 2021); por isso, deve ser treinado e estimulado a interagir com a organização (McMullen et al., 2020).

A inovação só é útil quando atende as necessidades do cliente (Marvel et al., 2020) e, nesse contexto, devem adotar diversas estratégias para se consolidar. Pode-se inovar: produtos (melhorando a posição no mercado, pois cria uma diferenciação), serviço ou processos (impulsiona a produtividade, lucratividade e o crescimento do emprego) (Estrin et al., 2020).

O surgimento da inovação pode ser visto de forma rudimentar no processo da Revolução Industrial, quando se passou a produzir em escala através da utilização das máquinas. Mas, a evidência maior ocorre com o empreendedorismo, pois, por diversas razões, pessoas abrem negócios em

áreas diversificadas e passam adotar estratégias diferentes de gestão para permanecer no mercado (Webb et al. 2020), sendo considerado um evento multifacetado (Tang et al., 2024).

Mas, para isso, é preciso que haja a adoção de uma estratégia de gestão relacionada a capacitação e qualificação do capital humano (Chila & Shivaram Devarakonda, 2024) onde se possa desenvolver novas competências e habilidades, ter pensamento criativo de modo a gerar vantagem competitiva (Lu & Dimov, 2023; Tang et al., 2024) e estes, por sua vez, buscam melhorar produtos ou serviços e, também, processos de gestão, financeiro ou operacional, e na tecnologia usada nas organizações (Tang et al., 2024) e produtos para oferecer aos seus clientes, acompanhando assim o processo de globalização e desenvolvimento sustentável (Tang et al., 2024) .

A inovação passa a ser um diferencial para as empresas de modo que possam permanecer e competir no mercado (Chila & Shivaram Devarakonda, 2024), sendo algumas estratégias adotadas: armazenagem de estoque, flexibilidade de preços, inovação de processos, produtos e internacionalização (Tang et al., 2024). Além disso, destaca-se o uso de recursos locais, a cooperação informal, os programas de apoio e os feedbacks dos clientes como agentes que contribuem para o processo de inovação nas empresas. Mas, Chila & Shivaram Devarakonda (2024) entendem que a inovação depende também do papel do gestor no processo de direcionar os esforços e as ações para tal ação.

Destaca-se o estudo de Tang et al. (2024) quando aborda sobre o processo de formalização de um empreendimento que influencia nas atividades empresariais e que as instituições reguladoras, as normativas e a cultura são fatores que explicam as diferenças existentes entre os níveis de empreendedorismo e de inovação dos países. Aborda ainda que se não existem regulações no país, as empresas acabam se acomodando e passam a ser imitadoras de outros países (Tang et al., 2024). Além disso, precisa ter políticas de incentivo ao financiamento para que possam inovar no mercado.

Estudos mostram que são poucas as empresas que inovam sendo a tradição um fator de resistência a esse processo (Yamauchi & Hjorth, 2024). Aqueles que não adotarem processos de inovação estarão fadados a falência empresarial, mesmo que a justificativa seja o alto risco na sua realização, fazendo com que muitos empresários não queiram adotar tal procedimento ou, então, consideram ser uma estratégia de longo prazo (Chirico et al., 2022), sem retorno imediato e com investimentos altos que a empresa não possui. Aquelas que investirem em conhecimento terão mais chance de crescer (Chirico et al., 2022; Rawhouser et al., 2024). Assim, torna-se essencial compreender os determinantes da inovação no empreendedorismo de empresas (Chirico et al., 2022).

As inovações podem ser de cinco formas: “introdução de novos produtos, a introdução de novos métodos de produção, a abertura de novos mercados, a conquista de novas fontes de suprimento e novos métodos de organização de uma empresa ou indústria” (Henrekson et al., 2023).

Ela deve ser trabalhada em grupos e difundida quando apresentar resultados. Mas, deve seguir padrões e regularidades e em variedade de condições, inovações e culturas, precisando ter a aceitação de um grupo para a sua aplicabilidade e não apenas dos canais de massa. Quando esse processo é desenvolvido, torna-se mais atrativo para as organizações avaliarem a rentabilidade da adoção dessas

estratégias, principalmente, as de pequeno porte já que as de grande estão focadas no curto prazo e em gerenciamento de ações operacionais (Waldkirch et al. 2021).

A inovação desempenha um papel de destaque no crescimento, na produtividade, na lucratividade e na sobrevivência das empresas (Chirico et al., 2022). Aliado a isso, é vital para o progresso social e o desenvolvimento econômico dos países (Blaseg & Armin Schwiendbacher, 2024; Nguyen et al, 2024). Isto ocorre porque as empresas enfrentam desafios e para superar precisam adotar estratégias inovadoras adaptadas as exigências do mercado e as condições em que se desenvolvem (Chirico et al., 2022).

Ela não surge de forma espontânea e precisa de planejamento, organização e recursos. Autores destacam que a criatividade é o ponto de partida para alcançar o sucesso no empreendedorismo (Chirico et al., 2022), pois são capazes de identificar, explorar e inovar novas oportunidades de negócios ou de tecnologia (Qin et al., 2020) e se ajudados nesses processos, mais resultados positivos se ter no ambiente econômico, financeiro e social.

O estudo sobre inovação apresenta relevância para a economia, principalmente quando associado ao desenvolvimento sustentável (Anand et al., 2021). Tem-se aqui o empreendedorismo sustentável (Mitchell et al., 2021; Alessia Argiolas et al., 2024) que trabalha não só a geração do lucro, mas também a criação de valor para o planeta, geração de empregos e a melhoria da qualidade de vida das pessoas que estão ao seu redor (Mitchell et al., 2021; Alessia Argiolas et al., 2024).

É preciso resolver grandes desafios ambientais e sociais e é aqui que os empreendedores podem ter destaque porque gera oportunidades de resolver questões que o mercado não conseguiu ainda resolver (Mansouri & Momtaz, 2022); mas, Mitchell et al. (2021) destaca que é preciso enfrentar esse desafio com equilíbrio, pois deve relacionar a sustentabilidade com as necessidades de lucro e as questões interculturais em contextos globais, ou seja, determinar se é viável ou não investir nessa área (Mansouri & Momtaz, 2022).

Entende-se que não se pode confundir com o empreendedorismo social, pois este está ligado a resolver questões sociais enquanto o sustentável, liga-se em buscar o equilíbrio entre economia, meio ambiente e sociedade, podendo ou não ter um foco nas questões sociais de forma evidente (Shepherd et al., 2023).

Contudo, determinar se uma empresa atende as metas sociais e financeiras é complexo porque depende de interações subjetivas e de normas e partes interessadas locais (Alessia Argiolas et al., 2024), ou seja, os stakeholders (Mitchell et al., 2021). Ainda, destaca-se que os estudos estão crescendo sobre essa área (Anand et al., 2021), mas ainda não se tem como avaliar a contribuição para a economia e para o meio ambiente. Há lacunas que precisam ser pesquisadas, principalmente, no que diz respeito a medir os impactos dessas ações no longo prazo (Anand et al., 2021).

MÉTODOS

A análise bibliométrica apresenta popularidade nas pesquisas que tratam sobre empreendedorismo. Esse fato ocorre por ser este um método objetivo e empírico capaz de tratar grandes volumes de dados científicos e produzir um elevado impacto na investigação, tal como observar as tendências nas pesquisas acadêmicas (Anand et al., 2021).

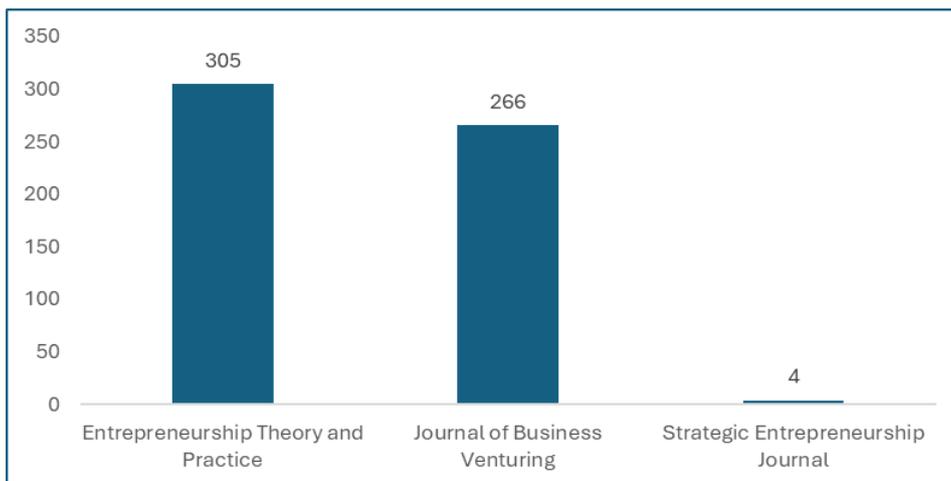
Ela utiliza metodologias estatísticas com a finalidade de analisar as contribuições científicas da temática pesquisada (Anand et al., 2021), tanto em termos de teoria quanto de fluxos de pesquisas e de contribuições dos principais periódicos para o campo. É associado como complemento as revisões estruturadas tradicionais porque fornece dados para explorar tendências e desempenho de pesquisas atuais e futuras (Anand et al., 2021).

Para seguir corretamente a metodologia bibliométrica, far-se-á a descrição das etapas desenvolvidas na pesquisa: 1) descreve-se a busca e coleta de dados desenvolvida; 2) define-se os critérios de inclusão e exclusão; 3) análise dos dados. Destaca-se a importância dessa realização por observar o estudo de Anand et al. (2021) que enfatiza haver falta de transparência em torno dos protocolos metodológicos desenvolvidos nas pesquisas. Não há dados suficientes relacionados a coleta de dados, seleção de amostra e análise de dados, bem como falta de sentido para as escolhas de indicadores tradicionais utilizados como: contagens de citações, palavras-chaves e autores principais (Anand et al., 2021).

Assim, na primeira fase da pesquisa, fez-se a seleção da base de dados capaz de oferecer confiabilidade, qualidade e abrangência sobre o tema pesquisado. Assim, fez-se a escolha dos artigos indexados no banco de dados da *Web of Science* (<https://www.webofscience.com/>). A escolha das revistas a serem utilizadas para a busca dos artigos foram da Lista ABS, com classificação AJG 2021, nível 4 (maior indicador), que trata sobre empreendedorismo, sendo escolhidos os jornais: *Entrepreneurship Theory and Practice*, *Strategic Entrepreneurship Journal* e *Journal of Business Venturing* para a pesquisa.

A pesquisa foi feita no dia 28 de setembro de 2024. Adotou-se a procura (search) em documentos (documents) usando “publication titles” e “or” entre os nomes dos jornais selecionados e o “title” entrepreneurship e innovation com a expressão “and” entre eles. Por fim, buscou-se “publication date” com “last 5 year”, ou seja, pediu-se para selecionar todas as publicações dos últimos cinco anos. Da busca feita, obteve-se um total de 575 trabalhos relacionados a pesquisa (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Números de artigos obtidos

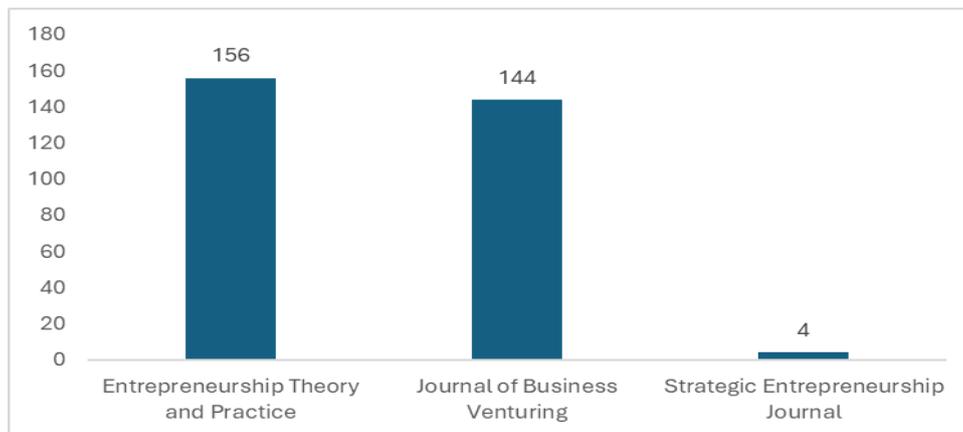


Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

O número de artigos selecionados foi grande. Como era inviável a leitura de todos, procedeu-se com uma nova análise, lendo os resumos para identificar aqueles que tinham relação com o tema proposto. Obteve-se 304 artigos relacionados com a proposta de análise (Gráfico 2). A figura 1 sintetiza o procedimento realizado de modo que fica mais fácil o entendimento das etapas feitas no processo da obtenção dos artigos analisados.

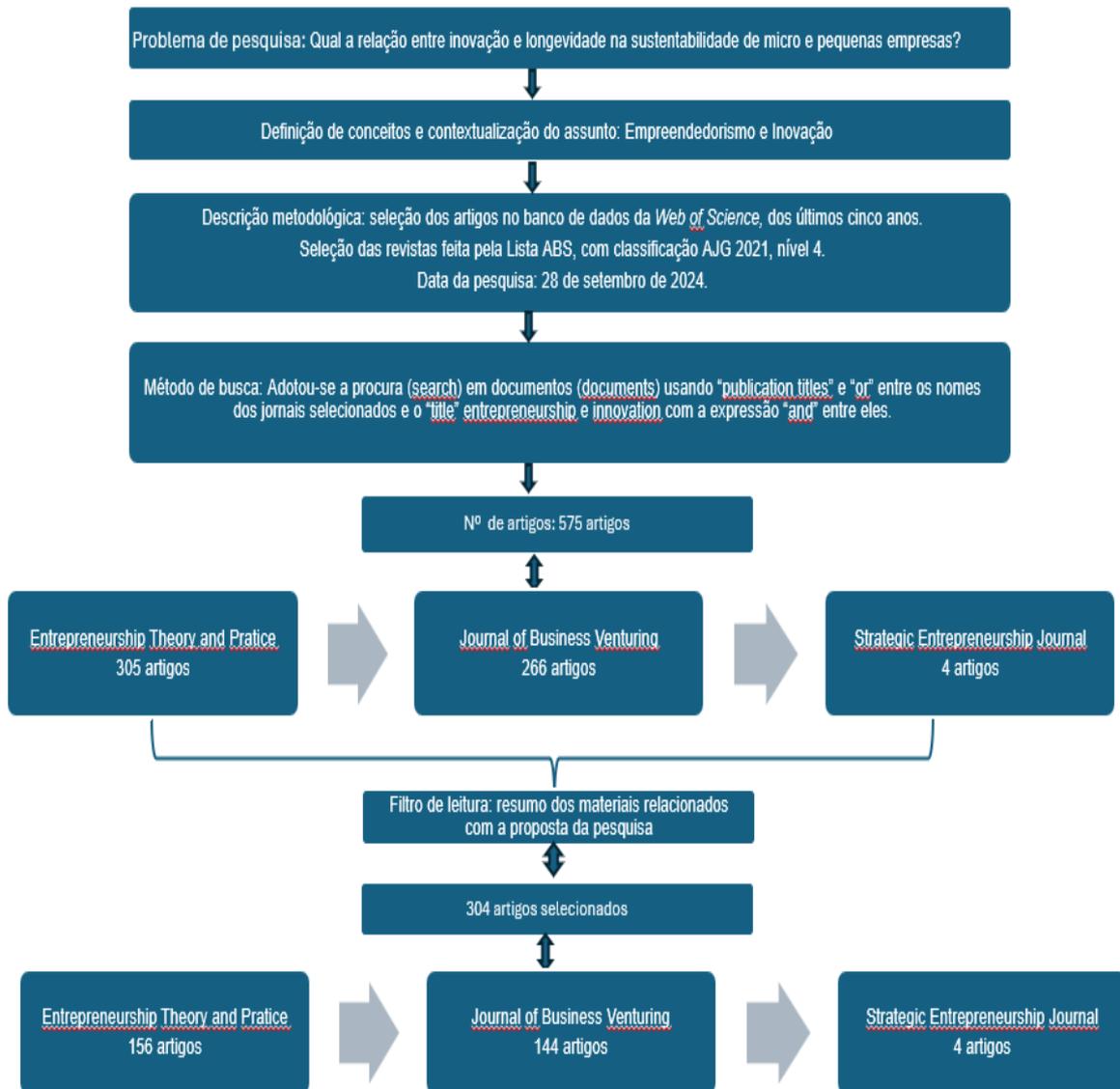
Para desenvolver o estudo bibliométrico, utilizou-se o software VOS onde permite verificar as redes bibliométricas, de coocorrência de termos relevantes, palavras-chaves, de autores principais e países de publicação extraídos da literatura científica (Anand et al., 2021). Destaca-se que 304 artigos foram importados para o software com o objetivo de identificar tópicos de pesquisa e comunidades centrais no campo. Todos os documentos pesquisados são artigos científicos. Priorizou-se as publicações mais citadas e excluiu as menos.

Gráfico 2 - Números de artigos selecionados



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Figura 1 – Resumo da parte metodológica da pesquisa

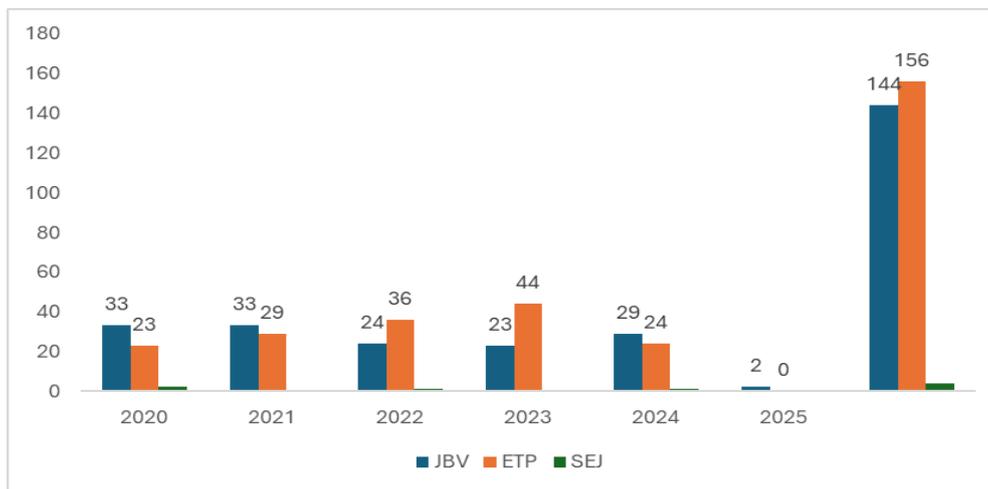


Fonte: Desenvolvido pelos autores, 2024.

Após esse procedimento, fez-se a descrição dos dados e uma revisão sistemática da literatura, permitindo identificar lacunas de conhecimento, bem como a evolução do campo de pesquisa (Anand et al., 2021).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa na base de dados da *Web of Science* com as devidas seleções permitiu verificar a relação dos estudos com a inovação, o empreendedorismo e a sustentabilidade. Considerou-se apenas 304 artigos selecionados e se demonstra uma variação dos números de artigos publicados nos últimos cinco anos (Gráfico 3).



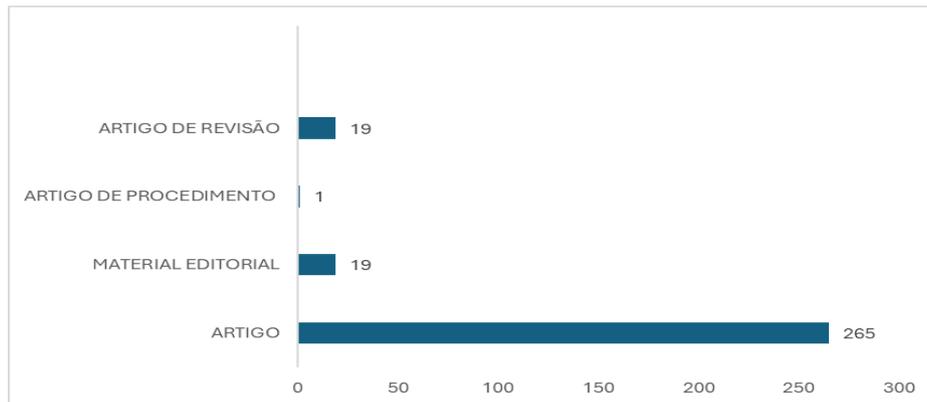
Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

As publicações distribuem-se por ano em: 2020 (58 artigos), 2021 (62 artigos), 2022 (61 artigos), 2023 (67 artigos) e 2024 (54 artigos). Nota-se que já há publicações para o ano de 2025, no *Journal Business Venturing*, no total de 2 artigos. Desses, 4 falam de negócios e 4 de gerenciamento, de acordo com a análise da *Web of Science*.

O *Jornal Entrepreneurship Theory and Practice* apresentou um número considerado de artigos publicados no ano de 2023, 44 relacionados a pesquisa. Acredita-se que esse aumento de artigos está relacionado a necessidade de inovar para permanecer no mercado visto que se saía de uma pandemia e as empresas precisaram se reestruturar, pois agora o consumidor estava interessado em novas ideias.

No aspecto tipo de publicação, pode-se observar que eles variaram sendo o destaque para o artigo científico tradicional (Gráfico 4).

Gráfico 4 – Tipos de documentos

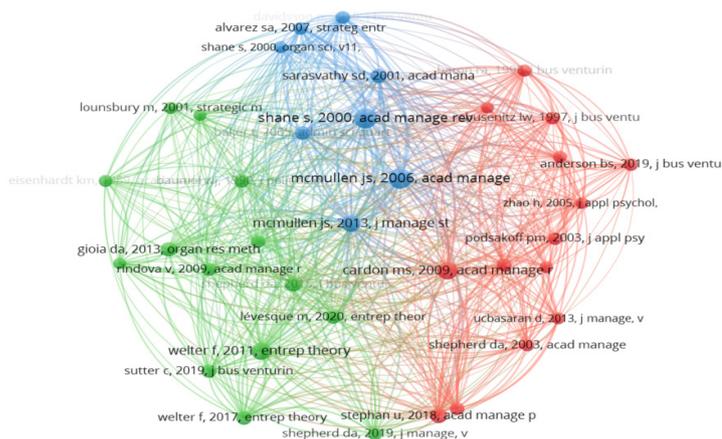


Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Existem poucos artigos de revisão e, principalmente, aqueles que utilizam a bibliometria, no total de 3 artigos usando essa técnica de pesquisa. Anand *et al.* (2020) relaciona que essa técnica é usada para rastrear o desenvolvimento de teorias e fluxos de pesquisas. Elas são combinadas com software de mapeamento científico de modo que os pesquisadores possam teorizar e conceituar o campo de pesquisa e compreender a distribuição das publicações.

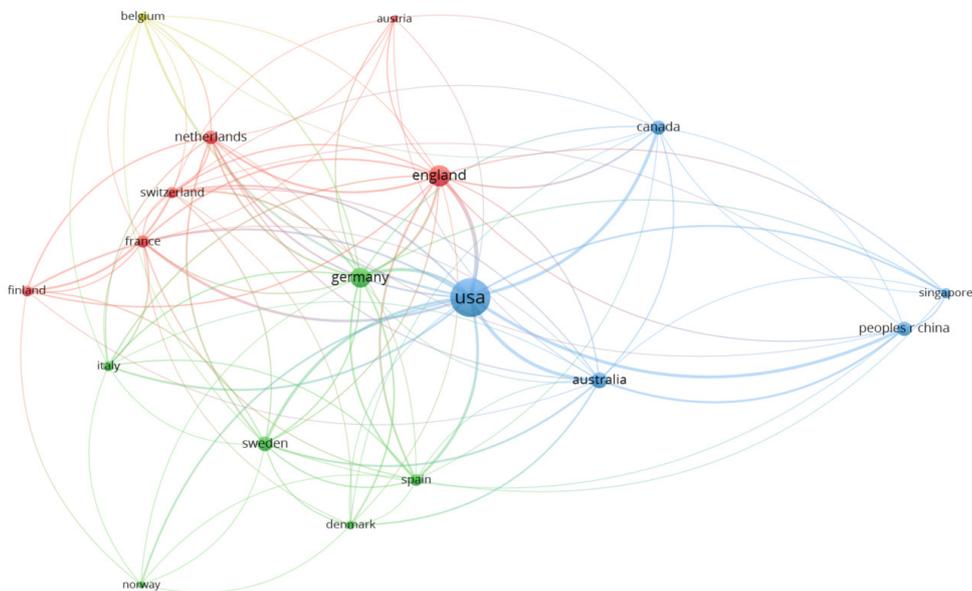
Assim, utilizando o programa Vosviewer, fez-se o uso da análise do tipo de cocitação usando como unidade de análise as referências citadas. A figura 2 mostra os mapas com base em dados bibliográficos. Usou-se o número mínimo de 20 citações nas referências citadas. Do total de 22.525 referências citadas, 36 citações de referências atendem ao limite. Deu-se preferência para colocar os citados mais de 25 vezes.

Figura 2 – Análise de cocitação do mapa de referência



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Figura 8 – Cluster identificados por coautoria de países



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Em seguida, analisou-se a rede de coautoria identificando os países (Figura 8) que mais colaboram e contribuem conjuntamente para o tema analisado. Usou-se o número mínimo de 5 documentos por países. Do total de 46 países, 18 atendem ao limite. Percebe-se a existência de 4 clusters, sendo: o primeiro e o segundo com 6 itens, o terceiro com 5 itens e o quarto com 1 item.

A tabela 2 mostra os países que desenvolvem pesquisas na área de empreendedorismo. Os Estados Unidos lideram com um total de 179 publicações. É necessário que outros países estudem esse fenômeno para identificar se há regras na atuação ou podem desenvolver variáveis nos processos de obtenção de recursos e desenvolvimento que possa contribuir para a longevidade empresarial.

Tabela 2 – Publicações sobre empreendedorismo por países

| País | Documentos | Citações | Força total do link |
|------------|------------|----------|---------------------|
| EUA | 179 | 4424 | 156 |
| Inglaterra | 55 | 1588 | 72 |
| Alemanha | 50 | 1353 | 61 |
| Austrália | 31 | 887 | 49 |
| Suécia | 27 | 579 | 40 |
| Holanda | 23 | 882 | 35 |
| Espanha | 17 | 458 | 34 |

| | | | |
|----------------------------|----|-----|----|
| Suíça | 16 | 599 | 34 |
| Canadá | 25 | 539 | 30 |
| República Popular da China | 24 | 445 | 30 |
| França | 19 | 432 | 29 |
| Itália | 13 | 530 | 24 |
| Finlândia | 14 | 519 | 23 |
| Bélgica | 10 | 388 | 18 |
| Dinamarca | 10 | 127 | 17 |
| Cingapura | 12 | 474 | 15 |
| Noruega | 6 | 58 | 11 |
| Áustria | 6 | 127 | 10 |

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo da presente pesquisa foi de analisar a relação entre inovação e longevidade na sustentabilidade de micro e pequenas empresas. Percebeu-se que o termo empreendedorismo é foco de estudo relevante em todo mundo, talvez motivado pelo potencial de geração de crescimento econômico, melhoria de renda e possibilidades de trabalho.

Ao estudar a temática, percebeu-se que a evolução do empreendedorismo está relacionada à competição global e avanço tecnológico que caracteriza o contexto que as empresas estão inseridas e precisam adotar estratégias inovadoras para agregar vantagem competitiva e sustentabilidade dos negócios. Percebeu-se que existem vários estudos sobre essa área, mas ainda há lacunas na questão da otimização da inovação e do desempenho organizacional, pois muitos empreendimentos nascem, mas não permanecem por muito tempo (Blaseg & Armin Schwenbacher, 2024), apresentando desafios dinâmicos para a sua continuidade.

As razões para essa estatística podem ser relatadas na literatura como: excesso de confiança no desempenho ou habilidades para garantir o sucesso (Kraft et al., 2022; Blaseg & Armin Schwenbacher, 2024), falta de informação sobre o mercado e a gestão financeira, concorrência desleal (Sydow et al., 2020;), tradição e inovação na condução dos negócios etc. Ainda, destaca-se que muitos abrem suas portas na ilegalidade e, quando conseguem equilibrar suas contas, promovem sua regulação frente aos órgãos governamentais (Badger Newman & Barney, 2024).

Entende-se que registrar um negócio é importante porque garante direitos e deveres (Badger Newman & Alvarez, 2022; Badger Newman & Barney, 2024) a todos os envolvidos, empregador e empregado, além de gerar renda para o governo através dos impostos e é um meio de alavancagem financeira porque os empreendedores podem captar crédito com instituições financeiras para que possa crescer e expandir ou, até mesmo, liquidar débitos existentes dentro da empresa.

Ocorre que os custos desse processo são elevados e acaba desestimulando a formalização, principalmente, se ainda não consegue verificar sua permanência no mercado. Há a necessidade de mais estímulo pelo poder público. Estudos demonstram que essa falta de incentivo governamental se deve a informalidade dos negócios (Badger Newman & Barney, 2024), que acaba comprometendo informações de quantos são e o que precisam para expandirem e permanecer no mercado.

Entende-se que o capital financeiro não é apenas o necessário, sendo preciso combinar capital humano e social para garantir a sobrevivência no mercado. Percebe-se que estudos mostram o conhecimento como elemento importante nessa longevidade empresarial. O treinamento para empreendedores é importante porque faz com que eles tenham maior iniciativa no crescimento dos seus negócios, chegando até mesmo a inovar nos processos e produtos que ofereciam ao mercado.

Os estudos mostram que o desenvolvimento das incubadoras auxiliam no processo estratégico e de valor agregado porque são monitorados e assistidos por pesquisadores das Universidades (Bergman & McMullen, 2021), gerando, assim, vantagem competitiva.

Mas, apesar de todos esses estudos sobre o empreendedorismo, percebe-se que ainda é preciso ir mais longe (Chrisman et al., 2022), buscando entender o mecanismo da capacidade de inovação, seja na transformação dos negócios ou criação de novos, pois esse fato é responsável pelo desenvolvimento e pela sustentabilidade. A criatividade é o ponto de partida para alcançar o sucesso no empreendedorismo, pois são capazes de identificar, explorar e inovar novas oportunidades de negócios ou de tecnologia (Qin et al., 2020).

Compreende-se que a inovação é uma forma de gerar valor e vantagem competitiva, permitindo, assim, a permanência no mercado. É preciso investir em capacitação profissional para os trabalhadores e inovar em processos e serviços/produtos. A inovação desempenha um papel de destaque no crescimento, na produtividade, na lucratividade e na sobrevivência das empresas. Aliado a isso, é vital para o progresso social e o desenvolvimento econômico dos países (Blaseg & Armin Schwiembacher, 2024; Nguyen et al., 2024).

Ela não surge de forma espontânea e precisa de planejamento, organização e recursos, fazendo com que muitos empresários não queiram adotar tal procedimento ou, então, consideram ser uma estratégia de longo prazo, sem retorno imediato e com investimentos altos que a empresa não possui.

A inovação deve ser trabalhada em grupos e difundida quando apresentar resultados. Esse processo de difusão foi estudado dentro de um contexto de padrões e regularidades e em variedade de condições, inovações e culturas, precisando ter a aceitação de um grupo para a sua aplicabilidade e não apenas dos canais de massa. Quando esse processo é desenvolvido, torna-se mais atrativo para as organizações avaliarem a rentabilidade da adoção dessas estratégias, principalmente, as de pequeno porte já que as de grande estão focadas no curto prazo e em gerenciamento de ações operacionais (Waldkirch et al. 2021).

De acordo com Henrekson et al. (2023), a sociedade está sempre em desenvolvimento, a cada dia surgem novas ideias para serem implementadas e, por isso, há a necessidade de investimento

em capital intelectual. Entende-se que para investir em inovação é preciso ter recursos financeiros e pessoal qualificado, pois o mercado atual expandiu-se, trabalha-se além das fronteiras e com usos de tecnologias da informação para atrair clientes e investidores (Webb et al. 2020).

Na análise bibliométrica, percebeu-se que os pesquisadores não desenvolvem com frequência esse tipo de pesquisa, embora esteja em evidência nos últimos anos. Destaca-se que os anos de 2022 e 2023 foram os que mais tiveram pesquisa, na amostra selecionada e este fato pode estar relacionado a pandemia onde as empresas precisaram se inovar para continuar existindo.

Destaca-se ainda que o número de pesquisas sobre empreendedorismo é alto, mesmo assim o número de falência empresarial é grande, sendo preciso estudar esse fenômeno. Pode-se sugerir que as informações geradas ou não são divulgadas ou não são aplicadas no contexto empresarial, sendo preciso um estudo específico sobre isso. O presente artigo não buscou esgotar o assunto sobre o empreendedorismo, mas sim indicar como estudos relacionam a temática com o desenvolvimento desse tipo de negócios dentro do mercado visto que são importantes para a econômica de um país.

REFERÊNCIAS

Anand, A., Argade, P., Barkemeyer, R., & Salignac, F. (2021). Trends and patterns in sustainable entrepreneurship research: A bibliometric review and research agenda. *Journal of Business Venturing*, 36(3), 106092. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106092>

Alessia Argiolas, Rawhouser, H., & Sydow, A. (2024). Social entrepreneurs concerned about Impact Drift. Evidence from contexts of persistent and pervasive need. *Journal of Business Venturing*, 39(1), 106342–106342. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2023.106342>

Audretsch, D. B., & Moog, P. (2020). Democracy and Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(2), 104225872094330. <https://doi.org/10.1177/1042258720943307>

Bergman, B. J., & McMullen, J. S. (2021). Helping Entrepreneurs Help Themselves: A Review and Relational Research Agenda on Entrepreneurial Support Organizations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(3), 104225872110287. <https://doi.org/10.1177/10422587211028736>

Blaseg, D., & Armin Schwiendbacher. (2024). Biased Calibration: Exacerbating Instead of Mitigating Entrepreneurial Overplacement with Reference Values. *Entrepreneurship Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/10422587241227051>

Brieger, S. A., Hechavarría, D. M., & Newman, A. (2024). Entrepreneurship and Democracy: A Complex Relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/10422587231221797>

Bu, J., & Cuervo-Cazurra, A. (2020). Informality costs: Informal entrepreneurship and innovation in emerging economies. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14(3), 329–368. <https://doi.org/10.1002/sej.1358>

Chila, V., & Shivaram Devarakonda. (2024). The effects of firm-specific incentives (stock options) on mobility and employee entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 39(3), 106382–106382. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2024.106382>

Chrisman, J. J., Neubaum, D. O., Welter, F., & Wennberg, K. (2022). Knowledge Accumulation in Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 104225872210933. <https://doi.org/10.1177/10422587221093321>

Chirico, F., Duane Ireland, R., Pittino, D., & Sanchez-Famoso, V. (2022). Radical innovation in (multi)family owned firms. *Journal of Business Venturing*, 37(3), 106194. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.106194>

Deerfield, A., & Elert, N. (2022). Entrepreneurship and Regulatory Voids: The Case of Ridesharing. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 104225872210933. <https://doi.org/10.1177/10422587221093300>

Dumont, G. (2024). Evaluating the Credibility of Entrepreneurs' Impact Promises in Early-Stage Impact Investing. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 48(6), 1525–1555. <https://doi.org/10.1177/10422587241249337>

Estrin, S., Korosteleva, J., & Mickiewicz, T. (2020). Schumpeterian Entry: Innovation, Exporting, and Growth Aspirations of Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(2), 104225872090977. <https://doi.org/10.1177/1042258720909771>

Estrin, S., Guerrero, M., & Mickiewicz, T. (2024). A framework for investigating new firm entry: The (limited) overlap between informal-formal and necessity-opportunity entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 39(4), 106404. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2024.106404>

Gustav Hägg, Haataja, V., Agnieszka Kurczewska, & McKelvie, A. (2024). Entrepreneurial Responsibility: A Conceptual Framework to Understand Ethical Dualism Throughout the Entrepreneurial Process. *Entrepreneurship Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/10422587241227072>

Henrekson, M., Johansson, D., & Karlsson, J. (2023). To Be or Not to Be: The Entrepreneur in Neo-Schumpeterian Growth Theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 104225872211416. <https://doi.org/10.1177/10422587221141679>

Kier, A. S., McMullen, J. S., & Kuratko, D. F. (2021). How Venture Team Recommendations Influence Undue Entrepreneurial Persistence: The Impact of Self-Regulation and Experience. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 104225872110497. <https://doi.org/10.1177/10422587211049740>

Kraft, P. S., Günther, C., Kammerlander, N. H., & Lampe, J. (2022). Overconfidence and entrepreneurship: A meta-analysis of different types of overconfidence in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 37(4), 106207. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.106207>

Levasseur, L., Lanivich, S. E., Sai Chittaranjan Kalubandi, & Apurva Sanaria. (2024). Time Perspective and Entrepreneurs' Alertness. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 48(6), 1358–1403. <https://doi.org/10.1177/10422587241241823>

Lévesque, M., Obschonka, M., & Nambisan, S. (2020). Pursuing Impactful Entrepreneurship Research Using Artificial Intelligence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(4), 104225872092736. <https://doi.org/10.1177/1042258720927369>

Lu, J., & Dimov, D. (2023). A system dynamics modelling of entrepreneurship and growth within firms. *Journal of Business Venturing*, 38(3), N.PAG–N.PAG. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.106285>

- Mansouri, S., & Momtaz, P. P. (2022). Financing sustainable entrepreneurship: ESG measurement, valuation, and performance. *Journal of Business Venturing*, 37(6), 106258. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.106258>
- McMullen, J. S., Ingram, K. M., & Adams, J. (2020). What Makes an Entrepreneurship Study Entrepreneurial? Toward A Unified Theory of Entrepreneurial Agency. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(5), 104225872092246. <https://doi.org/10.1177/1042258720922460>
- Marvel, M. R., Wolfe, M. T., & Kuratko, D. F. (2020). Escaping the knowledge corridor: How founder human capital and founder coachability impacts product innovation in new ventures. *Journal of Business Venturing*, 35(6), 106060. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106060>
- McMullen, J., Fitzsimmons, J. R., Shetty, K., & Stratos Ramoglou. (2024). A temporal typology of entrepreneurial opportunities: Implications for the optimal timing of entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 39(1), 106356–106356. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2023.106356>
- Mitchell, J. R., Israelsen, T. L., Mitchell, R. K., & Lim, D. S. K. (2021). Stakeholder identification as entrepreneurial action: The social process of stakeholder enrollment in new venture emergence. *Journal of Business Venturing*, 36(6), 106146. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106146>
- Badger Newman, A., & Alvarez, S. (2022). Questioning boundedly rational frameworks in practice: The case of women entrepreneurs in Kumasi, Ghana. *Journal of Business Venturing*, 37(4), 106205. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.106205>
- Badger Newman, A. & Barney, J. B. (2024). Entrepreneurial Political Action in the Informal Economy: The Case of the Kumasi Petty Traders. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 48(1), 3–34. <https://doi.org/10.1177/10422587221136075>
- Nguyen, B., Tran, H.-A., Stephan, U., Ha Nguyen Van, & Hoang, T. (2024). “I can’t get it out of my mind” - Why, how, and when crisis rumination leads entrepreneurs to act and pivot during crises. *Journal of Business Venturing*, 39(4), 106395–106395. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2024.106395>
- Ugochukwu Chinonso Okolie. (2024). A Longitudinal Study of Conditional Student Entrepreneurship in an Emerging Economy. *Entrepreneurship Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/10422587241254062>
- Qin, X., Shepherd, D. A., Lin, D., Xie, S., Liang, X., & Lin, S. (2020). The Dark Side of Entrepreneurs’ Creativity: Investigating How and When Entrepreneurs’ Creativity Increases the Favorability of Potential Opportunities That Harm Nature. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(4), 104225872091558. <https://doi.org/10.1177/1042258720915582>
- Rawhouser, H., Sutter, C., Holzaepfel, N., Conger, M., & Newbert, S. L. (2024). Knowledge-Related Resourcefulness for Growth in Weak Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/10422587241259393>
- Shepherd, D. A., Parida, V., & Wincent, J. (2020). Entrepreneurship and Poverty Alleviation: The Importance of Health and Children’s Education for Slum Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(2), 104225871990077. <https://doi.org/10.1177/1042258719900774>

Shepherd, D.A., Seyb, S., & Williams, T.A. (2023). Empathy-driven entrepreneurial action: Well-being outcomes for entrepreneurs and target beneficiaries. *Journal of Business Venturing*, 38(2), 106290. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2023.106290>

Stephan, U., Zbierowski, P., Pérez-Luño, A., Wach, D., Wiklund, J., Alba Cabañas, M., Barki, E., Benzari, A., Bernhard-Oettel, C., Boekhorst, J. A., Dash, A., Efendic, A., Eib, C., Hanard, P.-J., Iakovleva, T., Kawakatsu, S., Khalid, S., Leatherbee, M., Li, J., & Parker, S. K. (2022). Act or Wait-and-See? Adversity, Agility, and Entrepreneur Wellbeing across Countries during the COVID-19 Pandemic. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(3), 104225872211048. <https://doi.org/10.1177/10422587221104820>

Tang, J., Ye, W., Hu, M., Zhang, S. X., & Khan, S. A. (2024). The gendered effect of populism on innovation. *Journal of Business Venturing*, 39(4), 106393–106393. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2024.106393>

van Gelderen, M., Wiklund, J., & McMullen, J. S. (2021). Entrepreneurship in the Future: A Delphi Study of ETP and JBV Editorial Board Members. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 104225872110105. <https://doi.org/10.1177/10422587211010503>

Vladasel, T., Lindquist, M. J., Sol, J., & van Praag, M. (2020). On the origins of entrepreneurship: Evidence from sibling correlations. *Journal of Business Venturing*, 36(5), 106017. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106017>

Waldkirch, M., Kammerlander, N., & Wiedeler, C. (2021). Configurations for corporate venture innovation: Investigating the role of the dominant coalition. *Journal of Business Venturing*, 36(5), 106137. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106137>

Webb, J. W., Houry, T. A., & Hitt, M. A. (2020). The Influence of Formal and Informal Institutional Voids on Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(3), 104225871983031. <https://doi.org/10.1177/1042258719830310>

Weber, C., Fasse, A., Haugh, H. M., & Grote, U. (2022). Varieties of Necessity Entrepreneurship – New Insights From Sub Saharan Africa. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 104225872211117. <https://doi.org/10.1177/10422587221111737>

Yamauchi, Y., & Hjorth, D. (2024). Tradition, entrepreneurship, and innovation: The craft of Japanese fine dining. *Strategic Entrepreneurship Journal*. <https://doi.org/10.1002/sej.1512>