



UNIVERSIDADE
FEDERAL DO CEARÁ

ISSN 1678-2089
ISSNe 2178-9258

www.periodicos.ufc.br/contextus

Efetuação e identidade no empreendedorismo: Uma revisão sistemática

Effectuation and identity in entrepreneurship: A systematic review

Efectuación e identidad en el emprendedurismo: Una revisión sistemática

<https://doi.org/10.19094/contextus.2023.81481>

Antonio Donizete Ferreira da Silva

<https://orcid.org/0000-0003-4962-0246>

Diretor da Coordenadoria de Polícia do Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região em São Paulo

Doutor em Administração e Mestre em Direito pela Universidade Nove de Julho (UNINOVE)

antonio.donizete@trtsp.jus.br

Edmilson de Oliveira Lima

<https://orcid.org/0000-0002-1833-8742>

Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da Universidade Nove de Julho (UNINOVE)

Ph.D. e pós-doutorado em Administração na HEC Montreal (Canadá)

edmilsonlima@gmail.com

RESUMO

O estudo objetivou analisar a literatura existente sobre a identidade do empreendedor em conexão com a efetuação (effectuation), caracterizando o estado da arte da pesquisa sobre o tema. Para tanto, realizou-se uma revisão sistemática da literatura que buscou publicações indexadas pela Scopus (23 artigos) e Web of Science (37 artigos) dos últimos 21 anos, sendo operacionalizada com a ferramenta StArt. Os resultados evidenciam que, com a efetuação, a identidade do empreendedor influencia as decisões, o tipo de oportunidade explorada, os objetivos e o comprometimento de parceiros no processo empreendedor. Conclui-se que, com a efetuação, as identidades pessoal e social podem guiar comportamentos efetuais (intuitivos) ou causais (planejados), o que o modela as atividades empreendedoras

Palavras-chave: identidade; efetuação; causação; empreendedorismo; comportamentos.

ABSTRACT

The study aimed to analyze the existing literature on the identity of the entrepreneur in connection with effectuation, characterizing the state of the art of research on the subject. A systematic literature review was carried out, which searched for publications indexed by Scopus (23 articles) and Web of Science (37 articles) from the last 21 years, being operationalized with the StArt tool. The results show that, with effectuation, the identity of the entrepreneur influences decisions, the type of opportunity explored, the objectives and the commitment of partners in the entrepreneurial process. It is concluded that, with effectuation, personal and social identities can guide effectual (intuitive) or causal (planned) behavior, which shapes the entrepreneurial activities.

Keywords: identity; effectuation; causation; entrepreneurship; behaviours.

RESUMEN

El estudio objetivo analizar la literatura existente sobre la identidad del emprendedor en relación con la efectuación, caracterizando el estado del arte de las investigaciones sobre el tema. Se realizó una revisión sistemática de la literatura, la cual buscó publicaciones indexadas por Scopus (23 artículos) y Web of Science (37 artículos) de los últimos 21 años, siendo operacionalizada con la herramienta StArt. Los resultados muestran que la identidad del emprendedor influye en las decisiones, el tipo de oportunidad explorada, los objetivos y el compromiso de los aliados en el proceso emprendedor. Se concluye que las identidades personales y sociales conducen comportamientos de efectuación (intuitivos) o causales (planificados), lo que modela las actividades de emprendimiento

Palabras clave: identidad; efectuación; causación; emprendimiento; comportamientos.

Informações sobre o Artigo

Submetido em 19/08/2022

Versão final em 02/01/2023

Aceito em 02/01/2023

Publicado online em 08/08/2023

Comitê Científico Interinstitucional

Editor-Chefe: Diego de Queiroz Machado

Avaliado pelo sistema *double blind review*

(SEER/OJS – versão 3)



Como citar este artigo:

Silva, A. D. F., & Lima, E. O. (2023). Efetuação e identidade no empreendedorismo: Uma revisão sistemática. *Contextus – Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, 21, e81481. <https://doi.org/10.19094/contextus.2023.81481>

1 INTRODUÇÃO

A identidade é um conceito importante para explicar o empreendedorismo. É particularmente relevante para se compreender um modo de se empreender usando-se apenas o que se tem e que permite realizações importantes, chamado de efetuação (effectuation – Sarasvathy, 2001). Principalmente em condições de pobreza e em outras em que é recomendável o empreendedorismo ser econômico, a efetuação permite empreender e gerar realizações importantes por viabilizar a frugalidade com eficiência (Michaelis et al., 2020). A identidade do empreendedor é uma das bases essenciais para a ocorrência da efetuação, a qual se define como empreender a partir do que possibilitam os meios que ele tem de identidade, conhecimentos e relações respeitando-se um teto de riscos limitados a perdas aceitáveis (Sarasvathy, 2001).

As pesquisas sobre identidade no empreendedorismo são numerosas, segundo já mostraram Alsos et al. (2016) e Mmbaga et al. (2020). Confirmou-se o caráter definidor da identidade para o empreendedorismo a partir da constatação de que os empreendedores normalmente usam seus negócios como veículos de afirmação e defesa de sua identidade ou criam, neles, papéis de interesse para expressá-la (Powell et al., 2014). Apesar da importância da identidade para os negócios, faltam conhecimentos quanto à abordagem e às funções dela na efetuação e às influências dela na ação empreendedora por intermédio da efetuação (Nielsen et al., 2012; Grégoire et al., 2019; Strauss et al., 2020). Impulsionado por essa necessidade de pesquisa, o presente artigo objetiva fazer um levantamento detalhado das publicações já feitas nos principais periódicos sobre o papel da identidade na efetuação a fim de sugerir novos temas e modos de pesquisa promissores para o avanço das pesquisas sobre tal papel.

Como guia resumido para realização desse objetivo, usa-se aqui a seguinte questão de pesquisa: como se caracterizam as contribuições pertinentes já feitas e quais novos estudos são promissores para se explicar o papel da identidade na efetuação? Para responder a essa questão, o presente artigo avalia e sintetiza as pesquisas existentes sobre o tema, organizando suas contribuições com uma revisão sistemática de literatura (RSL). Essa revisão inova nos métodos por combinar dois protocolos de RSL: 1) protocolo de Kraus, Breier & Dasí-Rodríguez (2020), que é específico para o campo do empreendedorismo e; 2) protocolo PRISMA, que é um checklist que norteia a consistência da redação do relatório final dos achados de uma pesquisa feita com RSL. Os protocolos são complementares e usados com o auxílio do software de RSL denominado StArt (State of the Art through Systematic Review), que dá suporte à coleta e à organização dos dados em todas as etapas do estudo. Optou-se por tal combinação metodológica para se assegurar o rigor e a sistematicidade do processo, sem deixar de favorecer a transparência, assim como a possibilidade de replicação e de auditoria dos dados, dos procedimentos e dos resultados.

Este artigo é composto por cinco partes sequenciais e complementares. Além desta introdução, segue uma seção com uma breve fundamentação teórica, cujo objetivo é posicionar o conceito de identidade na literatura em relação à efetuação. Depois, outra seção descreve os métodos do estudo quanto ao protocolo de coleta e tratamento dos dados vindos dos artigos levantados, inclusive em relação aos critérios de inclusão, exclusão e avaliação desses artigos. Em seguida, há uma síntese de resultados e a discussão destes. Por fim, a seção de considerações finais traz sugestões para pesquisas futuras.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A efetuação é um modo de empreender a partir do levantamento de possíveis efeitos dos meios disponíveis (meios efetuais) para o empreendedor referentes a quem ele é (ou identidade), quem ele conhece (ou relações) e o que ele sabe (ou conhecimento) (Sarasvathy, 2001). Com esse levantamento, o empreendedor enumera objetivos possibilitados por tais efeitos e se empenha na realização de um deles usando os meios a sua disposição com riscos restritos a uma perda aceitável (Sarasvathy, 2001; Sarasvathy, Foster & Ramesh, 2020). Por isso, a efetuação possibilita empreender de maneira econômica e pouco arriscada, sendo os meios os definidores dos objetivos e não o contrário, que é chamado de causação por Sarasvathy (2001). Segundo essa autora, a efetuação se dá a partir dos meios à disposição enquanto a causação começa por objetivos. Esta última consiste no modo de empreender baseado na sequência lógica de (1) definir um objetivo, (2) obter meios para realizá-lo e (3) usar os meios em sua efetiva realização.

A teoria da efetuação destaca que as ações empreendedoras podem ser baseadas na causação (método tradicional pautado pela análise prospectiva com previsões e planos, objetivos pré-definidos e obtenção, em seguida, dos recursos necessários para a realização desses objetivos) e/ou na efetuação (com ações iniciadas segundo o que os meios efetuais possuídos permitem fazer, sem previsão e de maneira a evitar incertezas, dado o controle com o uso do que já se tem à disposição, e explorar oportunidades com riscos limitados a perdas aceitáveis – Sarasvathy & Dew, 2005). Ainda que sejam lógicas opostas, a causação e a efetuação são complementares na ação empreendedora. Situações ou problemas mais estáveis e previsíveis favorecem o empreendedorismo com a causação, que dá a ele resultados que tendem a ser superiores aos da efetuação; já as situações de incerteza são mais compatíveis com a efetuação no empreendedorismo (Sarasvathy, 2001). O processo empreendedor frequentemente conta com parte de suas iniciativas em condições de estabilidade e previsibilidade e com alguma outra parte fora dessas condições (Fisher, 2012). A causação e a efetuação tendem, então, a ocorrer em paralelo ou sequencialmente e ser úteis nessas partes, configurando-se a complementaridade de ambas (Fisher, 2012; Grégoire & Cherchem, 2019; Nelson & Lima, 2020).

Com essas características, a efetuação é frequente e necessária particularmente nas realidades de carência de recursos (Fisher, 2012; Michaelis et al., 2020), que tendem a ser mais graves em situações de crise (Nelson e Lima, 2020). Efetuar é semelhante ao que uma cozinheira faz definindo e preparando uma refeição depois de imaginar os pratos de possível preparação com uso apenas do que tem em sua cozinha (Sarasvathy, 2001). Algo parecido já ocorria em tempos antigos, quando restaurantes e albergues rústicos emergiam como prolongamento da casa de pessoas que queriam melhorar seus ganhos, expandindo o que já faziam quanto a alimentação e abrigo em seu próprio lar (Lima, 2022).

Há cinco princípios efetuais que ajudam a descrever como ocorre a efetuação na prática: piloto no avião, pássaro na mão, perda aceitável, colcha de retalhos e limonada (Read et al., 2009). Uma síntese (Nelson & Lima, 2020) é útil aqui quanto a esses cinco princípios, como segue. O princípio do piloto no avião refere-se à preferência do empreendedor por moldar o contexto de acordo com seus objetivos, mais do que se adaptar ao contexto. O pássaro na mão concerne à preferência de usar meios que estejam sob o próprio controle, primando pela autonomia. A perda aceitável refere-se a empreender iniciativas cujo fracasso pode levar no máximo a perdas consideradas aceitáveis a priori. A colcha de retalhos significa reunir, na mesma iniciativa, uma variedade de parceiros autosselecionados com que o empreendedor cultiva relações. O princípio da limonada encerra a noção de explorar problemas como recursos, “transformando o limão em uma limonada”.

2.1 A identidade no processo de efetuação

Na efetuação, a identidade (quem o empreendedor entende que ele é) mostra-se como um aspecto central e fundamental, que atua na ordenação de preferências dele no processo de acessar e combinar recursos, de obter comprometimento de partes interessadas que se tornam

parceiros e de realizar as demais ações empreendedoras (Nielsen & Lassen, 2012). A identidade oferece conteúdos para as iniciativas empreendedoras, mas atua principalmente na definição de como realizá-las, dada a estrutura de valores e preferências que ela preconiza (Hitlin, 2003) e que orienta o comportamento (Nielsen et al., 2012; Sarasvathy, 2001; 2008). Segundo Sarasvathy (2008), os empreendedores frequentemente explicam suas ações e decisões em termos de algo fundamental sobre quem eles são (sua identidade), mais do que segundo suas preferências mais superficiais. Ainda segundo a autora, quando os resultados são imprevisíveis ou as preferências são ambíguas, é suficiente ter um senso forte de identidade (quem somos, mais do que o que queremos) e de processo (como tomar decisões, mais do que quais decisões tomar).

A identidade ajuda a dar forma às iniciativas empreendedoras e a levar a efetuação a romper com o pressuposto de oportunidades e objetivo preexistentes para se empreender usando os meios disponíveis, ainda que restritos (Nielsen et al., 2012). A identidade, na efetuação, é uma das bases para a criação de empreendimentos. Como indicado acima, ela se constitui como um dos três meios (ao lado dos conhecimentos e das relações) cujos efeitos possíveis são considerados para o levantamento e a escolha de objetivos a guiar iniciativas empreendedoras – e tais iniciativas têm riscos limitados a perdas aceitáveis (Sarasvathy, 2001; 2008; Sarasvathy & Dew, 2005). Um exemplo dessa forma de gestão de riscos é começar uma iniciativa empreendedora com um investimento financeiro baixo, que se aceita perder em caso de a iniciativa fracassar. A identidade do empreendedor pode ser uma razão importante para a aplicação do princípio da perda aceitável particularmente quando ele se entende como uma pessoa cautelosa e/ou frugal (Michaelis et al., 2020).

O contexto da identidade na efetuação é mostrado na Figura 1, a qual descreve o processo dinâmico de efetuação com a identidade representada pelo meio efetual “quem sou eu”.

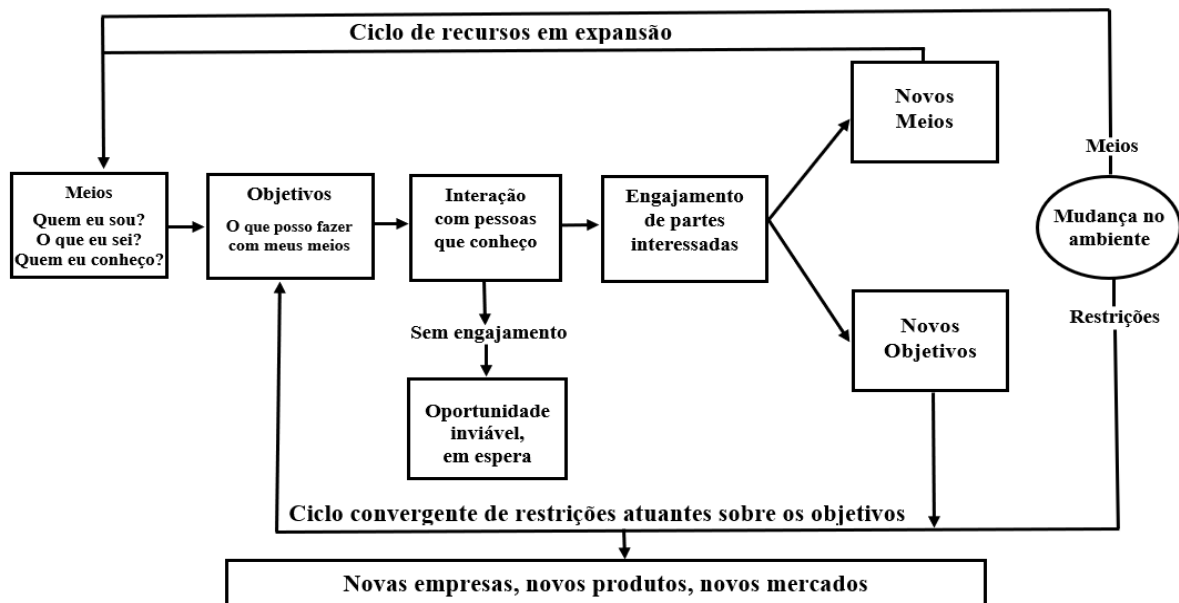


Figura 1. O processo dinâmico de efetuação.
 Fonte: Adaptada a partir de Sarasvathy & Dew (2005).

Como explicam Sarasvathy & Dew (2005), o processo dinâmico de efetuação (Figura 1) começa quando o empreendedor faz um inventário de seus meios efetuais, incluindo sua identidade, perguntando-se quem ele é, o que sabe e quem conhece. A identidade tem particular impacto sobre a definição de como o processo empreendedor ocorre, dado o efeito dos valores e preferências associados a ela sobre escolhas e decisões (Nielsen & Lassen, 2012; Sarasvathy, 2001; 2008). Em seguida, o empreendedor imagina objetivos possíveis que poderia realizar usando seus meios. Desses objetivos, escolhe aquele que vai realizar. Dada a sua realidade de incertezas, o empreendedor protege sua capacidade empreendedora de erros e fracassos limitando suas iniciativas àquelas em que investe apenas o que aceita perder em caso de insucesso de sua iniciativa. Em seguida, interage com pessoas que conhece e, com ao menos parte delas, obtém parcerias e engajamento para iniciativas visadas. Também ao menos parte dessas pessoas torna-se (e/ou ajuda a obter) clientes e apoiadores.

Ainda segundo as explicações de Sarasvathy & Dew (2005), se não consegue engajamento das partes interessadas (stakeholders), o empreendedor tende a não avançar, evitando o esforço normalmente infrutífero de tentar empreender de modo solitário. Sem engajamento de stakeholders, a oportunidade tende a ser inviável, ficando assim em espera para se viabilizar ou até para ser mudada ou abandonada. Se ele obtém engajamento de stakeholders para explorar a oportunidade identificada segundo os objetivos visados, tende a captar deles novos meios adicionais, em um ciclo de recursos em expansão. É também influenciado por eles, o que leva a novos objetivos elaborados a partir do zero ou a partir do ajuste de objetivos precedentes. Há ainda os ciclos mais externos representados na Figura 1, referentes aos efeitos de mudanças do ambiente. Estas podem levar a novas restrições (ciclo convergente de restrições) atuantes nos objetivos e/ou a novos meios úteis a se juntarem aos meios efetuais já possuídos segundo um ciclo de recursos em expansão. Enfim, resultando da efetuação, novos artefatos são criados, como novas empresas, novos produtos ou novos mercados.

No início do processo dinâmico de efetuação, o empreendedor considera quem ele é (identidade), o que reflete nos demais meios efetuais – de conhecimento e da rede de relação. Com isso, ele tem uma tendência a explorar os conhecimentos e relações de maior afinidade com sua identidade. Quanto às relações, por exemplo, essa tendência pode se manifestar com a preferência de se relacionar com pessoas com quem tem algo em comum, como a ligação com um mesmo hobby ou com uma mesma profissão (Haller et al., 2017; Kerr et al., 2020). A teoria da efetuação sugere que, desde o início do processo dinâmico de efetuação, o empreendedor tem uma percepção relativamente clara e coerente de quem ele é e, com base nisso, age para avançar no empreendedorismo (Sarasvathy, 2001; 2008; Nielsen et al., 2012).

A identidade ajuda a revelar uma consciência de si reforçada por experiências de vida ao longo do processo empreendedor. Nada impede que, no decorrer do processo, o próprio processo mude essa consciência de si fazendo com que o empreendedor assimile novas formas de se ver e de ser. Acompanhando o ciclo de recursos em expansão, também pode haver avaliações e ajustes das ações para que estas se mantenham alinhadas com seus interesses e valores pessoais. Portanto, a identidade exerce papel central no empreendedorismo, em particular para os efetadores (Sarasvathy, 2001; 2008; Nielsen et al., 2012). Uma razão para tal centralidade é o papel importante da identidade na moldagem do comportamento e na motivação da ação (Stets & Burke, 2005). Um exemplo disso se deu na WK Sistemas, uma das mais importantes empresas que deram origem ao pólo de produção de softwares de gestão empresarial de Blumenau - SC (Lima, 2005). Pouco após fundar a empresa, seu criador principal, Werner Keske, restringiu a política comercial do negócio às vendas por correio porque já tinha tido experiências positivas fazendo vários cursos postais, mas principalmente porque se via como uma pessoa muito tímida e que não queria visitar clientes para lhes oferecer produtos (Lima, 2004). Essa política comercial “tímida” acabou sendo um grande sucesso nacional. O primeiro software de contabilidade brasileiro a usar cores na tela de um computador foi lançado pela WK Sistemas e teve muita demanda em todo o Brasil por ter aparecido como inovação atraente no principal telejornal brasileiro mostrando o produto em uma feira de informática (Lima, 2004, 2005).

3 METODOLOGIA

A RSL subsidia a descrição das principais contribuições científicas feitas quanto a um tema (Tranfield et al., 2003; Kraus et al., 2020), além de identificar lacunas teóricas e metodológicas sobre ele, contribuindo na formulação de uma agenda para pesquisas futuras (Petticrew e Roberts, 2008). A presente RSL emprega a estratégia de etapas descritas na Tabela 1 (Denyer & Neely, 2004; Tranfield et al. 2003; Kraus et al., 2020) tratando publicações revisadas por pares (pois refletem conhecimento validado – Podsakoff et al. 2005) ocorridas a partir da publicação do artigo seminal de Sarasvathy (2001). A RSL é qualitativa por natureza, de característica exploratória, tendo sido escolhida aqui como método de revisão de literatura por ter procedimentos replicáveis, transparentes e auditáveis. Quanto aos protocolos de procedimentos, dois foram usados:

1) Protocolo de Kraus, Breier & Dasí-Rodríguez (2020) - é um protocolo específico para o campo do empreendedorismo, sintetizado na Tabela 1. Estabelece as etapas da RSL, incluindo as três etapas realizadas aqui com a ferramenta StArt (State of the Art through Systematic Review). Essa ferramenta gratuita auxilia na realização da RSL com detalhamento e registros retraçáveis.

Tabela 1

Etapas de uma RSL

Etapa 1 – Planejamento da RSL	
a)	Identificação da necessidade de uma revisão
b)	Desenvolvimento do plano de revisão
Etapa 2 – Identificação e avaliação de estudos	
Etapa 3 – Extração e síntese de dados	
a)	Realização de extração dos dados
b)	Realização de síntese dos dados
Etapa 4 – Divulgação dos resultados da revisão	

Fonte: Adaptada de Kraus, Breier & Dasí-Rodríguez (2020).

2) Protocolo Prisma - O PRISMA (*Preferred Reporting Items of Systematic Reviews and Meta-Analyses*) é um checklist que assegura o rigor do relatório final dos achados de uma RSL. O presente artigo inclui tal relatório e empregou o PRISMA para inserção no texto de todos os 27 itens que fornecem as evidências qualitativas para a redação final, conforme a Tabela 2. Do PRISMA, também foi utilizado seu fluxograma de quatro etapas (Figura 2).

Tabela 2

Checklist de itens do protocolo PRISMA

1 - Título	15 - Avaliação de certeza
2 - Resumo	16 - Seleção de estudos
3 - Introdução	17 - Características dos estudos
4 - Objetivo	18 - Risco de viés em estudos
5 - Critérios de elegibilidade	19 - Resultados de estudos individuais
6 - Fontes de informação	20 - Resultados de síntese
7 - Estratégia de pesquisa	21 - Relato de vieses
8 - Processo seletivo	22 - Certeza das evidências
9 - Processo de coleta de dados	23 - Discussão
10 - Itens de dados	24 - Registro e protocolo
11 - Estudo de avaliação de viés	25 - Apoio
12 - Medidas de efeito	26 - Interesses concorrentes
13 - Métodos de síntese	27 - Disponibilidade de dados, códigos e outros materiais
14 - Avaliação de viés de relatório	

Fonte: Adaptada de Protocolo PRISMA (2020).

Os dois protocolos foram utilizados de modo complementar, aplicados com o apoio do StArt, que facilitou e organizou a coleta e o tratamento dos dados em todas as etapas da RSL. A ferramenta contempla as três primeiras etapas de uma RSL, qual sejam: Etapa 1 – planejamento (inserção do protocolo); Etapa 2 - execução (identificação e avaliação dos estudos) e; Etapa 3 – sumarização (extração e síntese dos dados). Em cada uma das etapas, a ferramenta permite processos de filtragem, extração de conteúdo das publicações e análises quantitativas e qualitativas.

O uso dos protocolos e da ferramenta auxiliou no atendimento dos seguintes pré-requisitos:

- 1) Validade da revisão - fornecendo um conjunto claro de etapas que permitem a replicação. Os resultados refletem com precisão a situação analisada e válida, com as evidências, as

conclusões (Gregori & Parastuty, 2020; Kraus et al., 2020)

- 2) Rigor da revisão – fornece evidências que sustentam os conteúdos da RSL ao mesmo tempo em que a amostra final é fundamentada, explicitada e documentada incluindo termos de pesquisa, as estratégias de busca, os critérios de inclusão e exclusão (Hall & Roussel, 2014; Whitemore & Knafl, 2005).
- 3) Generalização dos resultados - permite que o conhecimento seja organizado sistematicamente, posicionando claramente o fenômeno, de forma a permitir maior agilidade na divulgação do conhecimento (Whitemore & Knafl, 2005).

3.1 Estratégia de pesquisa: Etapas e critérios de realização

Na Etapa 1 - planejamento, a questão de pesquisa foi determinante para guiar a definição e a execução dos procedimentos metodológicos, assim como para a elaboração do planejamento e a escolha dos protocolos. Com base na questão de pesquisa, foram elaborados o planejamento e a revisão do plano de pesquisa, incluindo dupla verificação dos protocolos e procedimentos, bem como definiu-se a escolha da ferramenta StArt para suporte às etapas do processo. Definiram-se também as *strings* (palavras) de busca, os critérios de inclusão e exclusão de artigos levantados, bem como os critérios de avaliação de qualidade e quais dados seriam extraídos de cada um dos artigos em análise. Na etapa 1, após o término do planejamento e da definição do plano, o protocolo foi validado e revisado para aplicação com o StArt.

Nas *strings*, foi utilizado o asterisco (*) como forma de encontrar, nas buscas, as variações das palavras originais a partir de seu radical. Definiram-se também o período de busca. O levantamento de artigos da RSL foi feito em 2021, mas complementado em novembro de 2022. Foram usados os anos de 2001 até 2022 como marcos temporais de busca. O ano de 2001 foi escolhido por ter sido o ano de publicação do artigo que lançou o conceito de efetuação (Sarasvathy, 2001). As strings usadas foram: *identit** e *effectua**. Esses termos de busca foram usados e dispostos da mesma forma nas duas bases de artigos, com os mesmos marcadores. Quanto a operadores booleanos, usou-se o “AND”. Optou-se por não utilizar o operador booleano “OR” por ele ser do tipo “excludente”, já que poderia trazer artigos que não utilizaram a lente teórica da efetuação ou não trataram de identidade.

A Etapa 2 - execução foi subdividida em identificação e avaliação dos artigos. Teve início com o uso dos termos de busca na Web of Science e no Scopus. Naquele momento, foram selecionados os filtros de ano (2001 a 2022), bem como o filtro de idiomas: inglês, português e/ou espanhol. Não foram usados outros filtros, buscando-se com isso artigos para além da Administração e de Negócios, não excluindo, portanto, estudos da área da Psicologia ou da Educação. Essa filtragem aberta ampliou

ao máximo os resultados da busca sem exclusão a priori. Os artigos resultantes dessa busca, acompanhados de suas respectivas informações de indexação, foram exportados em um arquivo Bibtex e usados na ferramenta StArt. Os resultados das duas bases totalizaram 60 artigos, sendo 37 da Web of Science e 23 da Scopus.

Nessa etapa 2, os artigos foram avaliados e classificados um a um, identificando-se os artigos duplicados e os excluindo a partir da leitura dos títulos, resumos e palavras-chave, já considerando quais artigos poderiam ser mais relevantes para responder à questão de

pesquisa do presente artigo. Esse processo excluiu 16 artigos duplicados, ou seja, que constavam nas duas bases, e outros seis artigos que não tratavam de fato dos temas visados (identidade e efetuação no empreendedorismo). Após essa triagem preliminar, restaram 38 artigos para uma análise mais detalhada, com leitura completa dos artigos. Com tal leitura, cada artigo foi avaliado segundo os critérios de qualidade e inclusão, com registros marcados no StArt conforme cada artigo era lido.

Os critérios de inclusão são indicados na Tabela 3.

Tabela 3

Critérios de inclusão

Critério	Descrição do critério de inclusão
CI1	Ter boa correspondência às <i>strings</i> de busca
CI2	Ter vínculo com a teoria da efetuação
CI3	Tratar de algum dos aspectos da identidade do empreendedor
CI4	Tratar da identidade pessoal ou social do empreendedor
CI5	Tratar de autoidentidade, <i>self</i> ou sinônimos de identidade do empreendedor
CI6	Estar publicado e poder ser acessado nas bases científicas consultadas
CI7	Ser de qualquer área de conhecimento, mas dentro do escopo da pesquisa

Fonte: Adaptada de Protocolo PRISMA.

Quanto aos critérios de qualidade, duas foram as abordagens: critérios objetivos e subjetivos, respectivamente sintetizados nas Tabelas 4 e 5. Cada ocorrência analisada sob os critérios objetivos foi registrada na ferramenta StArt com 'sim' ou 'não'. Na leitura em

profundidade dos textos, foram usados critérios subjetivos baseados em quatro questões de pesquisa complementares, mostradas na Tabela 5. As quatro questões ajudam na confirmação da qualidade dos artigos e na sumarização da Etapa 3.

Tabela 4

Critérios de qualidade

Critério	Descrição dos Critérios de Qualidade
CQ1	Coerência do texto com os temas focados na pesquisa = {Sim, Não}
CQ2	Trata de forma direta ou indireta do conceito de identidade = {Sim, Não}
CQ3	Trata de conceitos relacionados ao empreendedorismo = {Sim, Não}
CQ4	Utilizou o conceito de identidade pessoal do empreendedor = {Sim, Não}
CQ5	Usa a teoria da efetuação = {Sim, Não}
CQ6	Há detalhamento da aplicação prática da pesquisa = {Sim, Não}
CQ7	Há detalhamento da área de aplicação = {Sim, Não}

Fonte: Adaptada de Protocolo PRISMA.

Tabela 5

Perguntas de Pesquisa Complementares

Pergunta	Descrição das Perguntas
P1	O que podemos descrever sobre a identidade em ligação com a efetuação?
P2	Como a identidade está sendo abordada nos estudos tratando também da efetuação?
P3	Quais são os outros tipos de identidade tratados nos estudos que também abordam a efetuação?
P4	Em pesquisas realizadas sobre a identidade em ligação com a efetuação, quais são as lacunas de conhecimento que merecem estudos futuros?

Fonte: Adaptada de Protocolo PRISMA.

Ao longo da leitura dos artigos, a aplicação dos critérios de inclusão e qualidade na avaliação de todos os 38 artigos resultou na retirada de 10 artigos por estes critérios. Assim, 10 artigos foram excluídos na Etapa 2. Reteram-se 28 artigos para extração e síntese da Etapa 3.

Na Etapa 3 - extração e síntese dos dados, os critérios de extração ajudaram a formar as evidências para a discussão dos artigos selecionados; com o StArt, foi preparado um banco de dados no formato de quadro com as seguintes categorias temáticas: (i) título do artigo; (ii) autores e ano de publicação; (iii) objetivo geral do artigo; (iv)

tipo de identidade estudada; (v) contribuições sobre a identidade ligada à efetuação e; (vi) temas de pesquisas futuras sugeridos pelo artigo, além de eventuais destaques de resultados quanto à identidade como meio efetual. A partir de uma análise iterativa, os achados foram consolidados na Tabela 6.

Usando-se uma abordagem híbrida, buscou-se um equilíbrio entre codificação dedutiva (uso de categorias de análise vindas da literatura) e codificação indutiva (uso de novas categorias de análise, emergentes dos artigos) para obtenção de resultados e redação do presente artigo

(Fereday e Muir-Cochrane, 2006). A codificação dedutiva usou a técnica de correspondência de padrões na análise dos dados (Yin, 2005) relacionando os dados a códigos conceituais vindos da literatura. Os resultados da pesquisa, que consideram os artigos retidos, estão sintetizados na seção 4.

A Etapa 4 - divulgação dos resultados da revisão é realizada pelo presente artigo contendo a síntese geral dos

achados e, a partir deles, a identificação de lacunas de pesquisa e a proposta de uma agenda de pesquisas futuras.

A Figura 2 traz um resumo esquemático dos processos de busca e seleção dos artigos analisados segundo um fluxograma baseado no protocolo PRISMA.

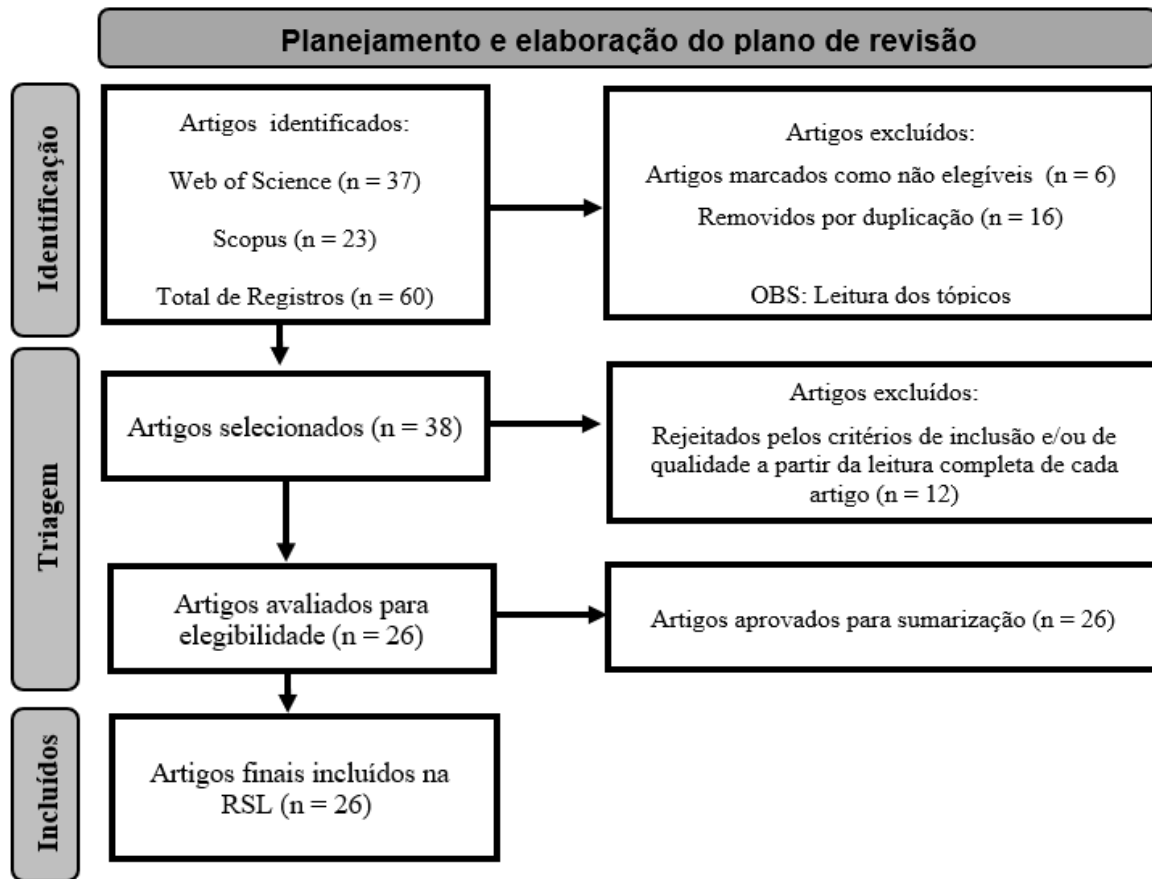


Figura 2: Fluxograma das etapas da RSL

Fonte: Elaborada pelos autores com base no protocolo PRISMA (<http://www.prisma-statement.org/>)

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A Figura 3 apresenta uma evolução histórica da publicação dos artigos que tratam da identidade em conexão com a efetuação e que estão disponibilizados nas bases Scopus e WoS. Nela, nota-se o início das publicações sobre o tema em 2001, ano de publicação do artigo seminal sobre o tema (Sarasvathy, 2001). Nota-se que, após a publicação de Sarasvathy (2001), a autora desenvolveu mais seus conceitos originais com a publicação da Figura 1, que descreve o processo dinâmico de efetuação e auxilia a compreender a identidade no contexto de todo esse processo (Sarasvathy & Dew, 2005). A partir de 2001, e até 2013, houve a publicação de oito artigos tratando do papel da identidade na efetuação. Não ocorreu publicação sobre o tema em 2014 e 2015, mas aumentaram as publicações a partir de 2016, com destaque para o ano de 2019, quando houve sete publicações de artigos que trataram do tema. De modo geral, é baixa a quantidade de publicações encontradas (26 retidas na

RSL). Como o tema continua sendo importante, isso reforça a persistência da necessidade de pesquisa sobre ele, ainda que tenha havido uma concentração das publicações nos últimos cinco anos considerados

Artigos com o tema Identidade e Efetuação

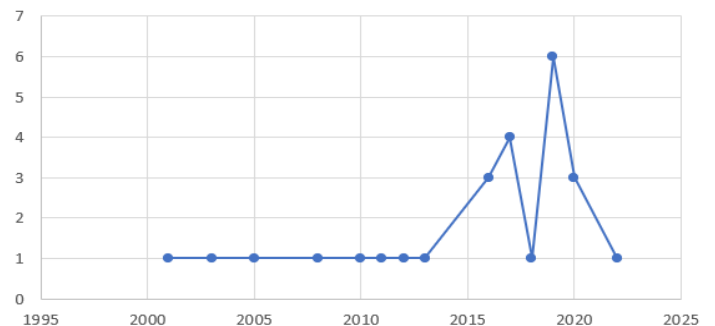


Figura 3: Evolução histórica das publicações.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Foi preferível não aprofundar as análises com a abordagem estatística. Com uma amostra relativamente

pequena, não haveria contribuição a emergir dessa abordagem. Ao invés disso, aprofundaram-se as discussões sobre o conteúdo dos estudos, o que resultou na identificação e na análise de duas correntes predominantes de ligação da identidade com a efetuação. As duas se constituem respectivamente em torno dos seguintes temas: identidade pessoal, segundo o conceito de Korsgaard (1996; 2009), e identidade social, segundo o conceito de Alsos, Clausen, Hytti & Solvoll (2016). A identidade pessoal refere-se a como a pessoa percebe a si mesma (Korsgaard, 1996; 2009), enquanto a social refere-se a como a pessoa se vê enquanto integrante de um grupo e fruto das influências deste (Alsos et al. 2016). Ambas as correntes fornecem elementos úteis para se entender como a identidade influencia o comportamento efetual, ao mesmo tempo em que destacam a influência de fatores externos na construção da identidade.

Amenizando a inadequação de uma análise estatística detalhada, a análise de coocorrências de palavras-chave dos artigos (Figura 4) ajuda a compreender a associação com outros temas, a semelhança de tratamentos e a variedade de perspectivas usadas na literatura para os conceitos da identidade e da efetuação. Segundo a Figura 4, ambos os conceitos coocorreram na literatura com muitos outros, dentre os quais, os mais frequentes foram *causation* (11 ocorrências), *entrepreneurship* (7 ocorrências), *performance* (5 ocorrências), *sustainability* (5 ocorrências), *management* (5 ocorrências), *uncertainty* (4 ocorrências) e *decision making* (4 ocorrências). Na figura de coocorrências, o tamanho de cada ponto de ligação é proporcional à frequência de

citações de sua respectiva palavra-chave na primeira página dos artigos levantados. As linhas ligam entre si as palavras-chave que coocorrem em um mesmo artigo. Uma linha significa que houve ao menos uma coocorrência das duas palavras-chave ligadas. Uma linha mais espessa ou com um tom de cor mais forte significa que houve mais de uma coocorrência para as duas palavras-chave ligadas. Quanto mais distantes dois pontos estão um do outro, menos compartilhamento (ou nenhum compartilhamento, para os mais distantes entre si) das mesmas referências bibliográficas ocorreu entre artigos que citaram as respectivas palavras-chave.

Dado que a busca dos artigos foi feita procurando-se por artigos que tratam conjuntamente de efetuação e identidade, as palavras-chave *effectuation* e *identity* são as mais citadas pelos autores no campo de palavras-chave da primeira página de cada um dos 26 artigos levantados. Dentre estes, 22 artigos apresentam (84,6%) *effectuation* e 22 (84,6%) apresentam *identity* como palavra-chave. Tais números foram aferidos não apenas computando-se a palavra-chave *identity* ou *effectuation* em si, mas somando-se à contagem dela as suas variações (p. ex.: *social identity*, *founder identity*, *role identity* e *social identity theory* ou *effectuation theory*, *effectual logic* e *effectual entrepreneur*). Quatro artigos não tiveram *effectuation* em seu campo de palavras-chave. O mesmo ocorreu no mesmo número de artigos para *identity*. O fato sugere que os dois temas não foram tratados como foco central em quatro artigos (não necessariamente os mesmos quatro artigos para os dois temas), ainda que seu estudo receba contribuições importantes de todos os 26 artigos.

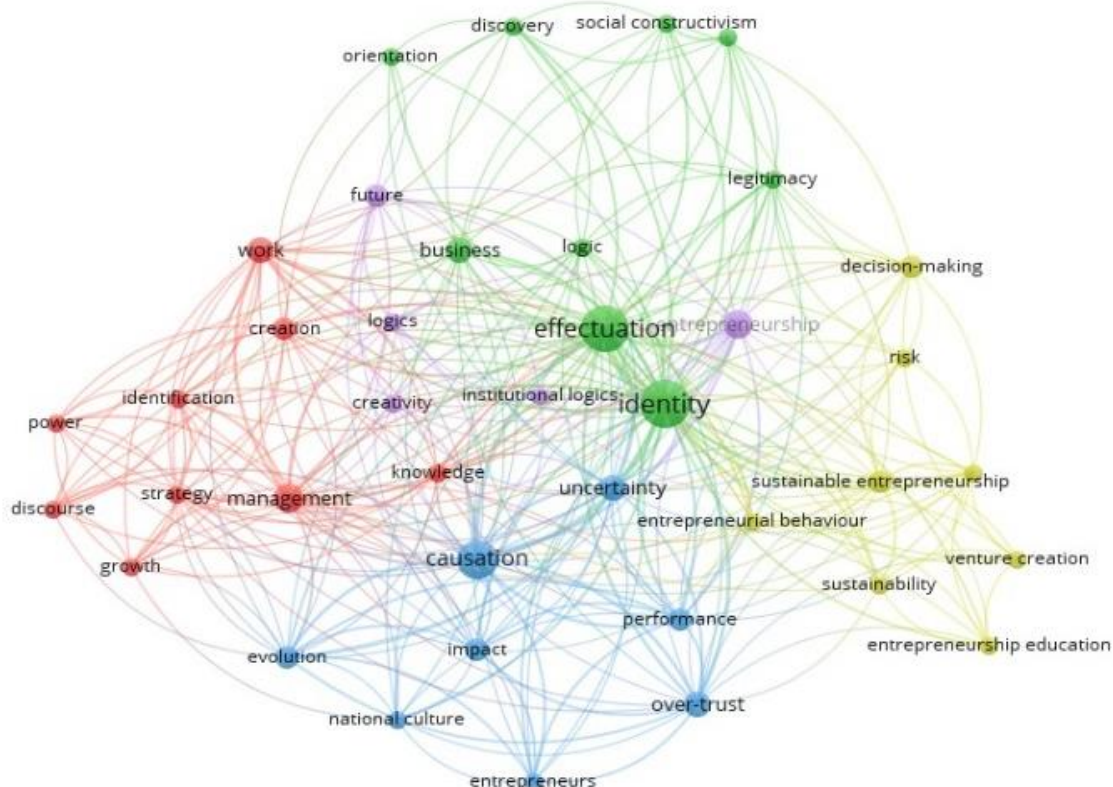


Figura 4. Coocorrências de palavras-chave

Fonte: Elaborada pelos autores.

Nota: Rede de coocorrências preparada com o *software* VOSViewer.

Com base no nível de compartilhamento das mesmas referências bibliográficas, cinco *clusters* de similaridade temática foram identificados: os de linhas e pontos verdes, amarelos, lilás, azuis e vermelhos. Quanto mais perto da interseção dos *clusters* uma palavra-chave está, mas ela é citada em diferentes *clusters*. A palavra-chave tende também a ser mais citada na ampla variedade dos artigos analisados, tendo muitas linhas de conexão, se for representada por um ponto maior e estiver mais no centro da rede completa. Como se poderia esperar, ambas as situações acontecem principalmente para as palavras-chave *effectuation* e *identity*, pois o tema da identidade tratado na abordagem da efetuação foi usado como foco de busca dos artigos analisados. Devido ao mesmo motivo, *effectuation* e *identity* têm muitas linhas de ligação entre si e com mais temas. Adicionalmente, a palavra-chave *causation* apareceu com alta frequência (11 ocorrências) e está próxima ao centro por ser um tema comum tratado nos artigos sobre efetuação, como um contraste para ela.

As condições de ocorrência das lógicas empreendedoras da efetuação e da causação, assim como as situações de transição do emprego das duas lógicas, são temas recorrentes nas publicações que utilizam a teoria da efetuação, sendo a incerteza, associada à imprevisibilidade, um importante dificultador contextual da causação a demandar a efetuação (p. ex.: Alsos et al., 2016; Fisher, 2012; Mattes & Freiling, 2019; Sarasvaty, 2001). O interesse por tais condições se repete na literatura sobre a identidade em ligação com a efetuação, na qual Alsos et al. (2016) se destacam por abordarem muito direta e explicitamente as relações da identidade social com a preferência por comportamento efetual ou causal. Trata-se agora de uma característica do empreendedor sob consideração, e não do contexto como no caso da incerteza. Os autores concluíram que a identidade social influencia o emprego predominante da efetuação ou da causação, o que contribui para se dar a necessária atenção à identidade (e a suas variações que ajudam a caracterizar os empreendedores como heterogêneos) como definidora do modo com que os empreendedores empreendem. A Tabela 6 também ajuda a entender a descrição feita aqui de contribuições vindas dos artigos retidos na RSL.

Por sua vez, o estudo de Hensel & Visser (2019) foca a personalidade, que é um dos aspectos a definir a identidade dos empreendedores. Esses autores concluíram que padrões específicos de efeitos moderadores decorrentes de traços de personalidade são relevantes

influências para se estabelecer o comportamento do empreendedor e sua identidade. Um exemplo dessas influências é oferecido pela aplicação dos princípios da colcha de retalhos e do pássaro na mão segundo traços de sensibilidade a *feedback*, sociabilidade e ambição. Também estudando aspectos de personalidade, mas ligados aos traços da tríade negra (narcisismo, psicopatia e maquiavelismo), Shirokova et al. (2022) identificaram que os efeitos dessa tríade são moderados pela percepção do nível de incerteza no ambiente de negócios de pequenas e médias empresas. A incerteza percebida enfraquece as ligações entre os traços da tríade negra e as lógicas efetual e de causação. Os autores concluíram também que diretores dessas empresas com níveis mais elevados de psicopatia tendem a empregar a causação, enquanto os maquiavélicos tendem a usar a efetuação.

Também definindo o modo como os empreendedores empreendem, a identidade dos empreendedores, segundo uma perspectiva da efetuação, molda as estratégias de combinação de recursos, o que leva à proposição do conceito de mobilização de recursos com base na identidade (Onishi et al., 2018). Estrada-Cruz, Verdu-Jover & Gomez-Gras (2019) relembram que a teoria da efetuação rompe com a suposição de oportunidades, mercados etc. pré-existentes e foca em como os empreendedores enfrentam o desafio de desenhar uma maneira de pensar e agir quanto ao negócio usando seus recursos limitados, em situação de imprevisibilidade e sem objetivos pré-existentes. Os resultados do estudo desses autores mostram que níveis de medida da efetuação estão relacionados a identidades sociais específicas (variando segundo a tipologia de darwinianos, comunitários e missionários – Fauchart & Gruber, 2011)¹, que acabam por também influenciar a causação. A identidade social, inclusive por seus efeitos sobre a efetuação e a causação, reflete no tipo de oportunidade e de propósito do empreendimento. A identidade de darwiniano tem um efeito mais forte sobre a lógica efetual do que sobre a causal e leva o empreendedor a focar nos objetivos empreendedores e planejados como sua principal motivação; os comunitários tendem a usar mais a efetuação, sendo motivados por um interesse em apoiar (e ser apoiados por) sua comunidade; e os missionários usam causação e efetuação de modo complementar, sendo motivados por um objetivo muito específico quando operam em um mercado incerto (Estrada-Cruz, Verdu-Jover & Gomez-Gras, 2019).

¹ Os darwinianos são motivados por benefícios econômicos e tomam decisões principalmente para estabelecerem negócios fortes e lucrativos; os comunitários se assemelham aos empreendedores-usuários, dado que criam ideias de negócios a partir de seu próprio uso e as compartilham com sua comunidade, sendo uma identidade muito ligada ao grupo social ao qual o

empreendedor pertence, o que o faz tomar decisões muito baseadas na identidade social (“quem eu sou no meu grupo”); os missionários têm perfil próximo ao do empreendedor social, visto que têm uma forte crença de que seus negócios são um instrumento para melhorar a sociedade (Estrada-Cruz, Verdu-Jover & Gomez-Gras, 2019).

4.1 Síntese

Tabela 6

Sumarização do tratamento dos 26 artigos

Título	Autores	Objetivo	Sobre a identidade	Contribuições	Pesquisas futuras
1 Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency	Sarasvathy, 2001	Explicar como se dá a criação de novos empreendimentos por meio da noção de efetuação como uma lógica de controle, comparando-a com a causação, que é uma lógica de previsão.	A identidade pessoal é apresentada como meio efetual e fundamental para o processo de tomada de decisão.	Apresenta a base teórica da efetuação, elaborando seu conceito, sendo o artigo seminal da teoria. Apresenta os elementos, princípios e aplicações da lógica de tomada de decisão efetual.	Fazer mais pesquisas empíricas sobre os construtos e componentes da efetuação.
2 Managing managerial identities: Organizational fragmentation, discourse and identity struggle	Sveningsson & Alvesson, 2003	Abordar a interação entre discursos organizacionais, expectativas de papéis, autoidentidade narrativa e trabalho identitário.	A identidade pessoal é conceituada em termos processuais como trabalho identitário.	Pretende contribuir para uma teoria da identidade pessoal orientada para o processo organizacional e a identificação pessoal com o processo.	Explorar os aspectos de como as pessoas se definem e se redefinem e como elas se veem como membros das organizações e/ou como se percebem e se identificam nelas.
3 Entrepreneurial logics for a technology of foolishness	Dew & Sarasvathy, 2005	Identificar as lógicas que constituem elementos de trabalho de uma tecnologia do contrassenso.	Identidade pessoal aplicada no modelo de efetuação dinâmica.	Cada lógica sugere critérios de decisão complementares que usam identidade (quem você é), conhecimento (o que você conhece) e redes (quem você conhece) de maneiras inusitadas.	Estudar como (1) construir e sustentar um forte senso de identidade; (2) agir no mundo para mudar estimativas de probabilidade; e (3) remendar compromissos das partes moldando seus propósitos.
4 Identity matters: Reflections on the construction of identity scholarship in organization studies	Alvesson, Ashcraft & Thomas, 2008	Abordar teoricamente as identidades pessoal e social em um contexto organizacional.	Identidade pessoal e identidade social em um contexto organizacional.	A identidade pessoal implica formas de subjetividade (muitas vezes positivas) e entrelaça sentimentos, valores e comportamentos e os aponta em direções particulares (às vezes conflitantes).	Tratar a identidade como chave no processo de construção organizacional, com os quais as identidades são engajadas no processo.
5 Institutional Logics as Identity Projects	Lok, 2010	Analisar como a gestão e os investidores institucionais retrabalharam sua identidade e práticas em resposta às mudanças institucionais.	A construção da identidade pessoal nos processos de institucionalização.	Identifica três maneiras pelas quais os atores, por meio do trabalho identitário cotidiano, podem paradoxalmente acomodar e resistir à prática e às implicações identitárias de novas lógicas institucionais ao mesmo tempo.	Estudar as identificações que podem persistir apesar da institucionalização dos modos de difusão de práticas, pois é necessário ampliar a compreensão do papel da identidade nos processos institucionais.
6 On the relevance of the concept of entrepreneurial capabilities	Obrecht, 2011	Trazer à tona a visão de um conjunto contextual dinâmico de capacidades que sustentam a proatividade do empreendedor.	Identidade pessoal como uma capacidade empreendedora.	Admite a ideia de que as capacidades empreendedoras são dependentes do contexto, pois são ancoradas nos indivíduos e dependem do ambiente da agência e de fatores culturais e sociais.	Estudar como as capacidades empreendedoras podem promover uma visão de um contexto dinâmico de capacidades pessoais distintas e interdependentes.

7	Identity in entrepreneurship effectuation theory: a supplementary framework	Nielsen & Lassen, 2012	Desafiar e avançar a visão da teoria da efetuação sobre identidade pessoal	Identidade pessoal nas perspectivas dinâmica e construtivista.	Propõe uma estrutura alternativa de criação de sentido de identidade como uma forma de integrar a conceitualização dinâmica e construtivista de identidade.	Investigar a estrutura da criação de sentido de identidade integrando a perspectiva dinâmica e construtivista de identidade na teoria da efetuação.
8	Entrepreneurship in action: bringing together the individual, organizational and institutional dimensions of entrepreneurial action	Watson, 2013	Considerar empírica e teoricamente as contribuições de pesquisadores para se compreender o empreendedorismo contextualizado.	Identidade individual e os ambientes econômico e social.	A história de um negócio é também a história da vida das pessoas, pois uma ação empreendedora, trabalho de identidade individual e orientações de vida em mudança, lógicas institucionais e o processo de efetuação	Criar conhecimentos sobre como as ações empreendedoras se relacionam com lógicas institucionais e do estado, da religião, da família etc.
9	Exploring environmental entrepreneurship: Identity coupling, venture goals, and stakeholder incentives	York, O'Neil & Sarasvathy, 2016	Teorizar sobre os porquês e os como de os indivíduos se envolverem no empreendedorismo ambiental.	Identidade pessoal e sua relação com a rede de relação e com o estabelecimento de compromissos efetuais.	Contribui para os fluxos de literatura sobre organização híbrida da identidade empresarial e para o potencial de o empreendedorismo resolver a degradação ambiental.	Adotar uma abordagem de processo para explorar o acoplamento de identidades fortes, avaliando se a identidade do empreendedor muda quando há vários caminhos possíveis
10	Entrepreneurs' social identity and the preference of causal and effectual behavior in start-up processes	Alsos, Clausen, Hytti & Solvoll, 2016	Avançar no conhecimento da relação entre o tipo de identidade social de um empreendedor e o comportamento empreendedor.	Identidade social e sua relação com os comportamentos causais e/ou efetuais.	Enfoca a identidade como fator importante na formação do comportamento empreendedor, a partir das identidades darwiniana, missionária e comunitária, com os comportamentos causais ou efetuais.	Estudar o comportamento das identidades híbridas. Além disso, examinar aspectos relacionados à identidade e sua relação com os comportamentos efetual e causal.
11	Sustainable entrepreneurship education: A new field for research in step with the 'effectual entrepreneur'	Obrecht, 2016	Sugerir um possível desenho de um programa de educação para o empreendedorismo que considere a identidade e o como capacidades empreendedoras.	Identidade pessoal e sua relação com a educação empreendedora.	A identidade, capacidade preeminentemente idiossincrática, é geralmente considerada como o mais importante fator de condução ou mudança do comportamento.	Investigar como a diversidade de identidades empreendedoras pode levar a uma mentalidade aberta em relação à sustentabilidade e à compreensão de sua complexidade
12	Enacted identities in the university spin-off process-bridging an imaginative gap	Hannibal, 2017	Explorar as interdependências entre identidades de papéis representados e lógicas comportamentais.	Identidades pessoais decretadas e as lógicas comportamentais.	A efetuação permite que os empreendedores reutilizem suas identidades acadêmicas como meios-chave no processo empreendedor. Já a causalização orienta o descarte da identidade acadêmica na busca de oportunidades	Estudar os processos de interação social entre os fundadores e o contexto que molda os novos empreendimentos que objetivam a internacionalização ou que nascem internacionalizados.
13	Effectuation in the undergraduate classroom: three barriers to entrepreneurial learning	Gunzel-Jensen & Robinson, 2017	Explorar como alunos que são empreendedores iniciantes reagem efetivamente ao trabalho e quais barreiras enfrentam ao aplicar lógicas efetuais de tomada de decisão em um curso universitário.	Identidade pessoal e sua relação com a educação empreendedora e a educação para o empreendedorismo.	A contribuição é tríplice: a) compreensão da aplicabilidade da efetuação em sala de aula; b) articulação de fatores que dificultam a aprendizagem quando a efetuação é utilizada c) destacamento da importância dos fatores contextuais para a aprendizagem individual.	Fazer pesquisas para responder duas questões: a) quais são os antecedentes do comportamento efetual dos alunos – além de <i>expertise</i> ? b) Como educadores podem preparar os alunos de todos os níveis para lidar com um mundo imprevisível em rápida mudança?

14	An understanding of peer support in an effectual entrepreneurial process: Case of French wine-entrepreneurs	Haller, Santoni & Barth, 2017	Determinar o papel específico do que chamamos de parceria estratégica individual no processo de efetuação empreendedora.	Identidade pessoal e a conexão com parcerias estratégicas com pares (rede de relação).	Desenvolve a relação teórica entre a efetuação e o apoio dos pares baseado em identidade comum, promovida pela paixão por um mesmo objeto de desejo. Adota uma abordagem empírica sobre a formação de redes de relação.	Usar uma amostra maior para enriquecer os achados, assim como uma abordagem longitudinal para fornecer mais informações sobre a relação entre as pessoas e a formação de redes de relação.
15	Influence of the entrepreneur's social identity on business performance through effectuation	Estrada-Cruz, Verdu-Jover & Gomez-Gras, 2017	Examinar como as identidades sociais influenciam a forma como o empreendedor gerencia sua empresa e suas consequências para o desempenho empresarial.	Identidade social e sua relação com comportamentos causais e/ou efetuais.	A identidade social do empreendedor é uma variável importante no desenvolvimento da empresa e a efetuação é o “veículo” do desempenho empresarial.	Estudar a relação entre causação, efetuação e identidade social, analisando esta última em relação aos objetivos do empreendedor na criação de empresas.
16	An effectual perspective on how social entrepreneurs select, combine, and orchestrate resources	Onishi, Burkemper, Micelotta & Wales, 2018	Investigar como o desenvolvimento de oportunidades de empreendedorismo social é facilitado com a seleção, a combinação e a orquestração de recursos nas diferentes fases desse desenvolvimento.	Identidade pessoal como recurso e sua relação com o empreendedorismo social e a formação de redes baseada em valores pessoais.	O ES pode operar em ambientes limitados em recursos; porém, pode ser simultaneamente rico em recursos em termos de identidade, conhecimento e redes. Com isso, é proposta a noção de “mobilização de recursos baseados na identidade”. Há evidências de que a identidade desempenha um papel crítico em influenciar na seleção de recursos	Investigar quais fatores são mais salientes nesse processo e identificar se os sucessos e fracassos passados dos empreendedores sociais em circunstâncias semelhantes permitem que eles encontrem o ajuste certo? A extensão da insuficiência de recursos obriga os empreendedores sociais a buscar o tipo certo de recursos?
17	The influence of culture on the relationship between the entrepreneur's social identity and decision-making: Effectual and causal logic	Estrada-Cruz, Verdu-Jover, Gomez-Gras, 2019	Responder se as identidades sociais se relacionam com a criação efetual ou causal e se a cultura nacional pode influenciar essa relação.	Identidade social e a cultura como influências na escolha pelo uso das lógicas efetual e causal.	A identidade do indivíduo reflete no tipo de oportunidade explorada e no propósito do empreendimento, além de confirmar que o fenômeno empreendedor é complexo e requer estudos sobre características sociológicas dos indivíduos.	Aprofundar a compreensão das dimensões de segunda ordem que compõem a lógica efetual e analisar como cada dimensão é influenciada por aspectos culturais comparando outros países e outras dimensões.
18	Individual-level antecedents of the entrepreneurial approach: the role of different types of passion in the Italian craft brewing industry	Cannatelli, Pedrini & Braun, 2019	Explorar a relação entre lógicas de ação empreendedora de acordo com os princípios de efetuação e causação.	Identidade pessoal (paixão) e a opção pela efetuação ou causação em dois aspectos	A paixão pelo produto ou atividade é um antecedente da efetuação, enquanto a paixão pelo crescimento dos negócios é um antecedente da causação.	Enfocar as condições sob as quais as mudanças de identidade ocorrem e como elas afetam a abordagem empreendedora na tomada de decisões estratégicas importantes.
19	Understanding shifts of entrepreneurial decision-making: a process study of effectual and causal logics in the venture creating process	Mattes & Freiling, 2019	Investigar empreendedores individuais sobre suas tendências de mudança de lógica de tomada de decisão durante as respectivas fases do processo de criação do empreendimento.	Identidade pessoal e suas diferenças em relação à identidade social nos processos de aplicação das lógicas efetual e causal	O estudo mostra como ambas as lógicas empreendedoras – a baseada no planejamento (causação) e a flexível (efetuação) – pertencem uma à outra e se complementam e se combinam no processo de criação do empreendimento.	Aferir aspectos da tomada de decisão efetual e causal individual ao longo do tempo, avaliando o desdobramento das tarefas nas quais as decisões se devem ao isolamento de vértices associados às ações.

20	Toward a theory of affordable loss	Martina, 2019	Fazer contribuições teóricas e empíricas sobre a definição de perda tolerável na teoria da efetuação.	Identidade pessoal e sua relação com níveis de aversão à perda.	A aversão à perda é influenciada pela identidade: quem os empreendedores são e quem eles querem se tornar. Eles usam suas identidades para criar legitimidade na relação com partes interessadas.	Explicar como identidades empreendedoras influenciam a aversão à perda e se indivíduos com imagem heroica de empreendedores são avessos às perdas.
21	Well-trodden highways and roads less traveled: Entrepreneurial-oriented behavior and identity construction in international entrepreneurship narratives	Korhonen & Leppaaho, 2019	Investigar as construções de identidade contextual e de criação de sentido de fundadores-CEOs de novos empreendimentos precoces e rapidamente internacionalizados.	Identidade pessoal, identidade social e orientação para o empreendedorismo internacional.	Os resultados mostram: (a) como as narrativas carregadas de significado emergem da construção de sentido no nível individual; e (b) como as narrativas alimentam a construção da identidade. Indivíduos têm scripts diferentes de progressão institucional.	(a) Examinar roteiros individuais e suas implicações mais amplas; (b) fazer comparações interculturais entre roteiros narrativos e construções de identidade e seus contextos; (c) aprofundar os aspectos “internacionais” do processo.
22	Does personality influence effectual behaviour?	Hensel & Visser, 2019	Analisar quais traços de personalidade impactam as habilidades cognitivas e sociais de tomada de decisão estratégica originada na efetuação.	Identidade pessoal e as relações da personalidade com três dimensões centrais da efetuação.	Foram identificadas relações da personalidade com questões-chave relativas à efetuação.	Melhorar a compreensão sobre o princípio da limonada como uma dimensão central na efetuação especificando sua relevância nas diversas fases do negócio.
23	Effectual thinking and music education: One view of creative adaptation in an underserved urban middle school	Hanson, 2020	Contribuir com a discussão sobre como os educadores musicais ensinam música em cenários piores do que as ideais diante do “choque de realidade”	Identidade pessoal e identidade profissional no contexto da educação / ensino de música.	Os modelos convencionais de ensino de música tendem a se basear na lógica causal. Sugere-se que se deve concentrar nos meios disponíveis, usando-se a lógica efetual para se chegar ao sucesso.	Entender como a teoria da efetuação pode explicar a fluidez do desenvolvimento da identidade do professor para sua exploração.
24	Weaving network theory into effectuation: A multi-level reconceptualization of effectual dynamics	Kerr & Coviello, 2020	Posicionar a efetuação como um fenômeno condutor e dependente da rede de relação na dinâmica da efetuação.	Identidade pessoal e identidade social como apoiadoras da rede de relação na efetuação.	O conhecimento, a identidade e o capital social influenciam as percepções de incerteza entre os atores e, também, as noções de tempo, dimensões e contexto.	Abordar questões do tipo 'quais processos cognitivos influenciam o grau em que o raciocínio efetual é transferível de uma área para outra.
25	Determining the influence of national culture: insights into entrepreneurs' collective identity and effectuation	Strauss, Greven & Brettel, 2020	Descrever como o comportamento efetual é moldado pela identidade coletiva sob diferentes níveis de condicionamento cultural.	Identidade social, identidade individual e a cultura nacional como influências nas lógicas efetual e causal.	O comportamento efetual dos empreendedores difere devido ao seu condicionamento cultural nacional. A identidade coletiva afeta o comportamento causal.	Explorar as relações em diferentes contextos culturais nacionais para examinar a generalização e adicionar contexto de outras nacionalidades para analisar uma diversidade ampla.
26	Unravelling the Relationship between Dark Triad Traits and Effectuation and Causation within Small- and Medium-sized Enterprises	Shirokova, Selivanovskikh, Morris & Bordunos, 2022	Ampliar a compreensão dos antecedentes, em nível individual, examinando o papel do lado escuro da personalidade do CEO nos processos de tomada de decisão em pequenas empresas.	Identidade pessoal e três características de personalidade: narcisismo, psicopatia e maquiavelismo.	Os resultados sugerem que os diretores com pontuação mais alta de psicopatia tendem a adotar uma lógica causal, enquanto aqueles com pontuação indicando serem maquiavélicos tendem a utilizar mais a lógica efetual.	Aprofundar estudos sobre as relações entre a tríade negra e a opção por determinados comportamentos na tomada de decisão.

Fonte: Elaborada pelos autores.

4.2 A corrente da identidade pessoal

A identidade de um empreendedor está associada às suas atitudes, crenças, significados e comportamentos que tipificam uma linha de trabalho no processo empreendedor, seja buscando oportunidades, seja realizando iniciativas ou mesmo avaliando e fazendo um inventário sobre os recursos que possui para uma tomada de decisão (Saravathy, 2001; Hoang et al. 2010; Shepherd et al., 2009). Um empreendedor, ao tomar as decisões sobre seu negócio, mesmo sem saber, está externando sua identidade em decisões e ações (Puhakka & Stewart, 2015). A identidade pessoal constitui um meio efetual fundamental para o processo de tomada de decisão (Saravathy, 2001). Essa identidade e suas narrativas ao longo da trajetória de vida de cada empreendedor dão a ele uma noção própria de sentido para suas experiências e ações (que também influenciam a identidade) balizando a progressão dos negócios (Korhonen et al., 2019; Sveningsson et al, 2003)

Há evidências de que uma visão mais socioconstrutivista sobre a identidade é valiosa para apoiar a efetuação, pois deve-se considerar a construção complexa, múltipla e contínua da identidade sob a influência de mais pessoas e de variadas circunstâncias (Nielsen et al., 2012). Segundo essa corrente, a identidade pessoal é múltipla e nem sempre coerente. Esse fato evidencia que o modo como o empreendedor busca empreender é influenciado não apenas de forma intraindividual, mas também pelas interações interindividuais, o que sugere que a teoria da efetuação pode ser mais bem entendida se abordarmos a identidade a partir de um nível individual/pessoal para, então, considerá-la no âmbito das interações sociais (Nielsen et al., 2012). Os aspectos econômicos, sociais e culturais influenciam a identidade pessoal (Obrecht, 2011).

Os estudos revelam que é necessário reconhecer que as identidades das pessoas, as orientações emergentes e as ações empreendedoras estão inseridas no contexto de lógicas sociais e institucionais, emergindo da interação entre a agência individual e as estruturas institucionais, o que molda a criação e o desenvolvimento dos negócios (Lok, 2010). Nota-se assim que há uma conexão estreita entre trabalho, identidade, vida e envolvimento empreendedor na vida, em particular na fase "pré-empreendedora" das pessoas, que será relevante na definição do porquê, do quê e do como empreender (Watson, 2013). Além disso, a identidade pessoal implica formas de subjetividade (muitas vezes positivas) entrelaçadas a sentimentos, valores e comportamentos que apontam em direções particulares (às vezes conflitantes) em afinidade com a personalidade do ator ao longo do tempo (Alvesson et al., 2008). As relações entre identidade e personalidade podem revelar evidências de como os empreendedores optam por adotar uma lógica causal ou uma lógica efetual (Shirokova et. al, 2022).

Quando vista na condição de precedente do comportamento empreendedor, a identidade constitui-se

como fornecedora de meios com os quais os empreendedores podem, paradoxal e concomitantemente, se acomodar e resistir à prática e às implicações identitárias de novas lógicas institucionais conforme as mudanças de contexto e de status influenciam o "quem sou eu" (Lok, 2010). A identidade, como meio efetual, relaciona-se com o conhecimento e a rede de relação sendo orientadora das ações subsequentes, afetando diretamente a tomada de decisão estratégica, a definição do nível de perda aceitável e a escolha das parcerias efetuais (Hensel et al., 2019; Deligianni et al., 2022).

A estreita relação da identidade pessoal com a efetuação não parte simplesmente de um conceito estático de "quem sou eu", pois a percepção que o indivíduo tem de si mesmo resulta de um processo contínuo de construção social e de interação com o seu círculo social que leva a um conjunto de múltiplas identidades diferentes, cada uma estando vinculada a um papel socialmente esperado (Nielsen et al., 2012; Watson, 2013; Powell et al., 2014). Nessa perspectiva, a identidade pessoal atua definindo a lógica da efetuação e, também, a da causação, refletindo na relação entre autoeficácia (crença na própria capacidade de fazer com sucesso o que se deseja – Bandura 1986) e orientação empreendedoras (Kvitastein et al., 2019).

4.3 A corrente da identidade social

A identidade social consiste em como uma pessoa se vê enquanto integrante de um grupo e fruto das influências dele (Alsos et al. 2016; Fauchart et al., 2011; Mills & Pawson, 2012). Inclui como a pessoa entende o "quem sou eu" no espaço social, que molda seu comportamento e suas ações, inclusive seu comportamento empreendedor (Gruber & MacMillan, 2017). A identidade social é uma das justificativas do como e do porquê o empreendedor assume comportamentos efetuais ou causais (Estrada-Cruz et al., 2017). Ela ajuda a dar forma ao comportamento efetual (Alsos et al. 2016; Estrada-Cruz et al., 2017; Mattes et al., 2019).

Há três tipos de identidade social reveladas na pesquisa de Fauchart & Gruber (2011) e aprofundadas por Alsos et al. (2016): darwiniana, comunitária e missionária. A darwiniana refere-se ao empreendedor clássico, para quem o lucro, a adequação ao mercado e a sobrevivência do negócio estão acima das causas sociais, de pouca relevância para ele. A comunitária tem por característica central a motivação de se assegurar autorrealização, hobby ou interesse de lazer para si mesmo e um grupo de indivíduos com interesses semelhantes – como se vê com os empreendedores de estilo de vida (Ateljevic e Doorne, 2000; Klapper, Upham & Kurronen, 2018; Wallis et al., 2020). A identidade de missionário é fortemente orientada para a promoção de uma causa e/ou de atividades de responsabilidade social, com a busca por ganhos financeiros sendo secundária – como ocorre com os empreendedores sociais.

Alsos et al. (2016) avançaram na pesquisa e identificaram que as identidades sociais denominadas de

darwiniana e missionária são mais associadas ao comportamento causal, ou seja, aquele comportamento tido como tradicional, planejado e com objetivos estabelecidos a priori, seguidos do levantamento de recursos para atingi-los. Para os darwinianos, o objetivo é obter lucro e vencer a concorrência. Para os missionários, o objetivo é promover uma causa social e o sucesso é derivado do alcance desse objetivo. Alsos et al. (2016) apontaram ainda que, na identidade social comunitária, prevalece o comportamento efetual, o que converge com a centralidade da efetuação no empreendedorismo de estilo de vida - EEV (Lima, 2022). Segundo os autores, para começar um negócio, empreendedores com identidade comunitária precisam se identificar como parte de sua comunidade social e, em seguida, trabalham gerando respostas para as necessidades dessa comunidade à medida que identificam tais necessidades.

Na sociedade, os valores culturais nacionais promovem ou dificultam o comportamento efetual segundo a identidade coletiva que nela o empreendedor forma sob influência desses valores (Estrada-Cruz et al., 2019). A identidade social é moldada e influenciada por aspectos culturais e, conseqüentemente, molda e influencia os comportamentos de ação empreendedora na efetuação (Strauss et al., 2020). Uma identidade social prevaiente fornece ao indivíduo as referências com as quais ele pode interpretar tanto as situações sociais quanto os comportamentos; como a criação de um negócio é uma atividade social, os empreendedores moldam seus comportamentos em relação a como eles se percebem quanto aos outros e agem com base nisso (Fauchart e Gruber, 2011; Alsos et al. 2016). O desenvolvimento dos negócios desafia os empreendedores e lhes impõe variadas identidades à medida que eles aspiram atingir seus objetivos, podendo-se ter diversas identidades conforme os papéis de interesse reconhecidos ao longo do desenvolvimento dos negócios (Ekinci, Gordon-Wilson & Slade, 2020).

4.4 Discussões com mais publicações além da RSL

É central, na literatura estudada, a noção de que a identidade desempenha o importante papel na efetuação de impulsionadora e direcionadora de pensamentos, decisões e comportamentos para se empreender, incluindo definições quanto aos produtos oferecidos pelos negócios (p. ex., como mostraram York, O'Neil & Sarasvathy, 2016), assim como do interesse e da forma de se agir como empreendedor (Onishi et al., 2018). Quando se usa a efetuação, a identidade influencia também a preparação de estudantes para empreender, visto que eles experimentam uma identidade de empreendedor e seus potenciais durante a educação em empreendedorismo apoiada na efetuação (Gunzel-Jensen & Robinson, 2017).

Na efetuação, a identidade reflete no tipo de oportunidade explorada e no propósito dos empreendimentos (Estrada-Cruz et al., 2019), assim como em ações e modos de pensar e agir no empreendedorismo,

segundo informa a literatura mais geral a extrapolar o tema da efetuação (Mmbaga et al., 2020; Radu-Lefebvre et al., 2021; Wagenschwanz, 2020). Esses efeitos da identidade devem-se, em grande parte, ao seu papel comum de estabelecer vontades, valores e preferências. Tais efeitos ocorrem em associação frequente com os correlatos da identidade, como a personalidade (Hensel & Visser, 2019; Shirokova et al., 2022) e a paixão empreendedora (Cannatelli, Pedrini & Braun, 2019). A paixão empreendedora consiste em sentimentos positivos e conscientemente acessíveis que resultam de um engajamento em atividades que têm significado em afinidade com a identidade e saliência para o empreendedor (Cordon & Kirk, 2015).

De acordo com essas considerações, a identidade constitui um fator central de distinção da efetuação em comparação com a abordagem racional-formal presente na causação, dado que o direcionamento que ela produz se pauta predominantemente por fatores pessoais e idiossincráticos dos empreendedores (p. ex.: valores, preferências, paixões e ideologias) e não pelo que preconiza a abordagem clássica, que é o cálculo racional, lógico, ou até mesmo matemático, do que é melhor para o desenvolvimento das atividades empreendedoras. Para ilustrar essas ideias, um exemplo que se pode criar aqui diz respeito à produção de vinhos. Um empreendedor produtor de vinhos poderia insistir em produzir e vender um tipo específico de vinho, dada a sua identidade ligada a questões emocionais e a uma tradição familiar que privilegia esse vinho, em detrimento de outro tipo comprovadamente mais lucrativo segundo critérios da racionalidade formal. A identidade se mostra frequentemente como uma razão importante para não se aderir completamente ou para se contrariar critérios racionais de crescimento e/ou lucratividade. Isso ocorre em particular no EEV. Este é um tipo de empreendedorismo que ocorre como forma de se viver um estilo de vida desejado priorizando-se o bem-estar geralmente relacionado à autorrealização e ao alinhamento de trabalho, paixão, renda, vida pessoal, valores e família (Ateljevic & Doorne, 2000). Nele, os empreendedores têm uma identidade fortemente vinculada a um estilo de vida escolhido, normalmente prazeroso. Assim, eles não querem abrir mão desse estilo de vida, o que os leva a se imporem uma cerca de limite comportamental (*“stay within the fence”*) evitando ferir seu estilo de vida com muita dedicação à lucratividade e ao crescimento (Ateljevic e Doorne, 2000).

Na RSL aqui apresentada, notou-se a ausência de estudos sobre o EEV explorando as conexões entre efetuação e identidade. O EEV apoia-se muito na efetuação, principalmente quando o empreendimento está em seu início, pois é comum que ocorra a partir de um estilo de vida já estabelecido, que fornece meios efetuais ao empreendedor úteis para empreender. Um exemplo disso é um esportista passar a viver seu estilo de vida esportivo também em conexão com (e com o apoio de) um negócio.

No EEV, a identidade é ainda mais central, já que as preferências que ela estabelece estão ligadas a um grande respeito pelo estilo de vida que os empreendedores entendem como definidor de (e necessário ao) seu jeito de ser, fazendo-os empreender em alinhamento com esse estilo de vida (Lima, 2022; Cardon et al., 2009). Assim, é comum que ecologistas que querem empreender, impulsionados por sua identidade, estendam e passem a apoiar seu estilo de vida com o empreendedorismo ecológico (p. ex.: serviços de imersão na natureza e turismo de aventura em interação respeitosa com a biodiversidade – Ateljevic e Doorne, 2000). Algo similar acontece comumente também para outros estilos de vida, como o de skatistas, surfistas, viajantes e aficionados de muitos hobbies (Lima, 2022).

Casos extremos de adesão a um estilo de vida não são raros, com empreendedores de estilo de vida persistindo em suas atividades mesmo em situações de baixa lucratividade, prejuízo ou grande restrição de recursos e possibilidades. É o que se viu no empreendedorismo turístico, de esportes e ecológico de muitas restrições no vilarejo de Playa Gigante, Nicarágua, o qual ofereceu qualidade de vida para seus empreendedores e desenvolvimento socioeconômico sua região (Klapper, Upham & Kurronen, 2018). A persistência dos empreendedores de estilo de vida, ancorada em sua identidade e por motivos não econômicos, lhes atribui um papel relevante de promoção do desenvolvimento em comunidades desfavorecidas (Mouraviev e Avramenko, 2020), assim como em lugares carentes e remotos (Ciasullo, Montera e Pellicano, 2019; Klapper, Upham e Kurronen, 2018). Essa persistência diante de restrições alimentada pela identidade e viabilizada pelo “fazer muito com o pouco que se tem” da efetuação (Michaelis et al., 2020). Tal persistência parece irracional em situações mais extremadas de escassez, mas acaba sendo uma importante fonte de soluções e desenvolvimento até mesmo na base da pirâmide em contexto de violência (Servantie e Rispal, 2018) e em crises de desastre (Nelson e Lima, 2020). Algo semelhante ocorreu no caso de empreendedoras de quatro empresas sociais da Índia e da Colômbia usando a efetuação (e os efeitos-chave da identidade, pode-se deduzir) para persistir e superar a falta de recursos e as incertezas impostas pela pobreza na promoção da saúde (Rosca, Agarwal & Brem, 2020). Essas constatações complementam o estudo de Mouraviev e Avramenko (2020), sobre o potencial do EEV para comunidades carentes, apontando o caráter promissor de novos estudos dos efeitos da identidade na efetuação portadora de desenvolvimento para contextos de carência.

Combinando papéis de direcionadora e de motivadora, assim como de alimentação da persistência (inclusive por intermédio da paixão – Cardon & Kirk, 2015), a identidade, por definição, também oferece aos empreendedores um nível de consciência sobre suas próprias características pessoais e, por conseguinte, sobre suas capacidades e potenciais. Perceber claramente e com

realismo suas próprias características, incluindo suas condições pessoais, ajuda os empreendedores a entender o que são capazes de fazer e modula seu nível de crença na capacidade de realizar com sucesso as iniciativas que desejam (autoeficácia – Bandura, 1986). São particularmente úteis para tal percepção e para tal modulação as experiências em realizações passadas, as quais elevam a autoeficácia – ou seja, sabendo que conseguiram fazer algo, os empreendedores acreditam mais em sua capacidade de fazer o mesmo novamente e até de fazer mais (Bandura, 1986). Nesse sentido, podem crescer ao longo do tempo e das experiências dos empreendedores a sua clareza sobre sua identidade e suas características, assim como o desenvolvimento de sua própria identidade (Nielsen & Lassen, 2012). Esses desenvolvimentos acabam por oferecer, a eles, habilidades a explorar (Obrecht, 2011). No entanto, o desenvolvimento da identidade nos processos efetuais não tem sido estudado, assim como as relações da identidade como meio efetual com a autoconsciência e a autoeficácia.

Além das várias necessidades de estudo indicadas nos últimos parágrafos sobre a identidade como meio efetual, faltam estudos que detalhem como a identidade interage com e influencia os demais meios efetuais, de conhecimento e relações. Essa falta de pesquisas ocorre apesar de a literatura já destacar a existência de uma interação próxima entre os três meios efetuais (p. ex.: Haller et al., 2017; York, O’Neil & Sarasvathy, 2016). Chamam particularmente à atenção, como necessidade de estudo, os efeitos da identidade sobre redes de relação e o aproveitamento destas. A identidade delimita o escopo de pensamentos e ações desejáveis e aceitáveis no processo dinâmico de efetuação (Figura 1 acima) e do processo empreendedor em geral, de modo que se empreende naquilo (e da forma) que tem afinidade com ela. É o que ocorreu no processo, descrito por York, O’Neil & Sarasvathy (2016), de conceber ideias, realizar e agir no empreendedorismo ambiental porque as características identitárias dos empreendedores apontam para isso.

Tampouco, não se localizaram estudos com foco na centralidade da identidade agindo como estímulo de desenvolvimento diferenciado das organizações (p. ex.: a identidade dos empreendedores gerando diferenciais estratégicos via efetuação). Esse é um tema importante, pois os empreendedores muitas vezes explicam suas ações e decisões de acordo com preferências estabelecidas por sua identidade (Sarasvathy, 2001; 2008). Como já repetido neste artigo, a identidade reflete diretamente na opção por determinadas formas de ação ou estratégias nas lógicas causal e efetual (Estrada-Cruz et al., 2017). Principalmente em situações ambíguas, ela baliza o empreendedor na decisão estratégica visando ao desenvolvimento de sua empresa (Ceresia & Mendola, 2020).

A identidade é um meio efetual (Sarasvathy, 2001) e uma capacidade (Obrecht, 2011) a serem explorados pelos (e em combinação com os) meios efetuais das relações e dos conhecimentos. Esse papel da identidade atua, por

exemplo, no senso de pertencimento a uma coletividade específica de pessoas (identidade social – Alsos et al. 2016) que têm identidades similares e, por afinidade, se ajudam mutuamente. Esse suporte mútuo entre pares (p. ex.: empreendedores de diferentes empreendimentos) favorece trocas e realizações conjuntas movidas por interesses comuns, assim como colaboração e confiança (Haller et al., 2017).

Sendo facilitadas a colaboração e a confiança, propicia-se a formação, comum na efetuação, de engajamentos úteis de parceiros variados na colcha de retalhos com relações colaborativas. Nos ciclos recursivos do processo efetual representado na Figura 1, a identidade impulsiona a ampliação gradativa da disponibilidade dos três meios efetuais dentro do escopo que ela estabelece, com o empreendedor buscando sempre respeitar e usar sua identidade. Assim, mesmo com a expansão de suas atividades empreendedoras e dos níveis de perda aceitável em suas iniciativas, o empreendedor avança buscando evitar o desconforto de desalinhamentos em relação a sua identidade, que também evolui ao longo do tempo. Tais considerações contribuem para ampliar a suplementação proposta por Nielsen & Lassen (2012) quanto ao papel e às dinâmicas da identidade na teoria da efetuação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O interesse central deste artigo foi de analisar a literatura existente sobre identidade na efetuação, caracterizando o estado da arte da pesquisa sobre o tema. A escolha pela realização de uma RSL se mostrou um caminho frutífero para atingir tal objetivo. A questão de pesquisa foi respondida, revelando que a identidade ligada à efetuação tem sido um importante objeto de estudo, principalmente a partir de 2011, mas também que há lacunas importantes de conhecimento, como mostra a seção precedente. Mais pesquisas são necessárias para aprofundamento do conhecimento, principalmente em relação ao desenvolvimento dinâmico e processual da identidade ao longo do processo empreendedor – para que se complemente os conhecimentos apresentados acima quanto a como ela molda as atividades empreendedoras sendo usada na efetuação. Com a efetuação, a identidade, segundo as pesquisas levantadas, pode determinar não apenas o tipo de oportunidade a ser explorado, mas também o propósito da atividade empreendedora, o modo de empreender, os objetivos efetuais traçados e a rede de relação e de comprometimentos desenvolvidos com parceiros. A identidade e seus efeitos impactam também a persistência – como visto no EEV em contextos de carência – e a autoeficácia dos empreendedores.

Da análise dos estudos, conclui-se ainda que a identidade não deve ser tratada como estável, mas sim dinâmica, processual e influente nas decisões e ações empreendedoras. Valores e objetivos pessoais estabelecidos de acordo com a identidade são relevantes nas iniciativas empreendedoras. À medida que os

indivíduos agem, eles também consideram quem são, o que querem e se estão no caminho adequado de ações alinhadas com sua identidade, podendo ajustar aspectos de sua identidade ao longo do tempo em paralelo a mudanças de ações visando melhores resultados e autorrealização (está sendo muito enfatizada no EEV).

A identidade se assemelha ao centro de uma bola de neve, que é definidor para que se acrescentem, em seu entorno, camadas de valores, interesses, preferências, direcionamentos, realizações, contextos, fatos e realidades que dão vida ao processo empreendedor e estabelecem as características deste. Portanto, a construção dinâmica, a evolução e os impactos da identidade ao longo do tempo precisam ser mais bem conhecidos na efetuação e no empreendedorismo.

Quanto a pesquisas futuras, sugere-se estudar os empreendedores que se utilizam da identidade para mover seu intento empreendedor por efetuação, como, por exemplo, empreendedores de estilo de vida, pois, nesses tipos de empreendedores, a identidade é particularmente relevante para a tomada de decisão e o direcionamento da ação empreendedora. Assim, o estudo desses empreendedores pode aprofundar a compreensão de aspectos da identidade que agem como força motriz do comportamento efetual. A partir dos resultados obtidos, não previsíveis a priori e, portanto, não passíveis de tratamento na fundamentação teórica deste artigo, quatro linhas de investigação parecem promissoras para pesquisas futuras:

- 1) Estudos sobre a identidade social e a formação de valor social no empreendedorismo social (York, O'Neil & Sarasvathy, 2016; Alsos, Clausen, Hytti & Solvoll, 2016; Estrada-Cruz, Verdu-Jover & Gomez-Gras, 2017; 2019; Onishi, Burkemper, Micelotta & Wales, 2018);
- 2) Estudos da identidade ligada aos empreendedores de estilo de vida, avaliando como e por que esses empreendedores fazem o que fazem (Popp, 2016; Lima, 2022; Lima, Nelson & Lopes, 2020; Wallis, Walmsley, Beaumont & Sutton, 2020; Horst, Thesleff, & Latre, 2019);
- 3) Estudo da identidade pessoal em interação e complementaridade com os meios efetuais do conhecimento e da rede de relação (Obrecht, 2011; Watson, 2013; Obrecht, 2016; York, O'Neil & Sarasvathy, 2016; Martina, 2019; Kerr & Coviello, 2020);
- 4) Identidade como instrumento motivacional e motriz do comportamento efetual, principalmente nas suas dinâmicas em relação às estratégias de negócio (Nielsen & Lassen, 2012; Haller, Santoni & Barth, 2017; Martina, 2019; Mattes & Freiling, 2019; Cannatelli, Pedrini & Braun, 2019; Kerr & Coviello, 2020).

REFERÊNCIAS

- Alsos, G. A., Clausen, T. H., Hytti, U., & Solvoll, S. (2016). Entrepreneurs' social identity and the preference of causal

- and effectual behaviours in start-up processes. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(3-4), 234-258. <https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1155742>
- Alvesson, M., Lee Ashcraft, K., & Thomas, R. (2008). Identity matters: Reflections on the construction of identity scholarship in Organization Studies. *Organization*, 15(1), 5-28. <https://doi.org/10.1177/1350508407084426>
- Ateljevic, I., & Doorne S., (2000). Staying within the Fence: Lifestyle Entrepreneurship in Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5), 378-392. <https://doi.org/10.1080/09669580008667374>
- Bandura, A., & National Inst. of Mental Health. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory* (1 ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Cannatelli, B., Pedrini, M., & Braun, M. (2019). Individual-level antecedents of the entrepreneurial approach: The role of different types of passion in the Italian craft brewing industry. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, 1193-1219. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00585-6>
- Cardon, M. S., & Kirk, C. P. (2013). Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), 1027-1050. <https://doi.org/10.1111/etap.12089>
- Cardon, M. S., & Kirk, C. P. (2015). Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), 1027-1050. <https://doi.org/10.1111/etap.12089>
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511-532. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.40633190>
- Ceresia, F., & Mendola, C. (2020). Am I an entrepreneur? Entrepreneurial self-identity as an antecedent of entrepreneurial intention. *Administrative Sciences*, 10(3), 46. <https://doi.org/10.3390/admsci10030046>
- Ciasullo, M. V., Montera, R., & Pellicano, M. (2019). To what extent are heretics lifestyle entrepreneurs? Insights from tourism SMEs in remote destinations. *Piccola Impresa/Small Business*, 2, 75-96. <https://doi.org/10.14596/pisb.309>
- Deligianni, I., Sapouna, P., Voudouris, I., & Lioukas, S. (2020). An effectual approach to innovation for new ventures: The role of entrepreneur's prior start-up experience. *Journal of Small Business Management*, 60(1), 146-177. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1698432>
- Denyer, D., & Neely, A. (2004). Introduction to special issue: Innovation and productivity performance in the UK. *International Journal of Management Reviews*, 5-6(3-4), 131-135. <https://doi.org/10.1111/j.1460-8545.2004.00100.x>
- Ekinçi, Y., Gordon-Wilson, S., & Slade, A. (2020). An exploration of entrepreneurs' identities and business growth. *Business Horizons*, 63(3), 391-401. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.02.003>
- EstradaCruz, M., VerdúJover, A. J., & GómezGras, J. M. (2018). Influence of the entrepreneur's social identity on business performance through effectuation. *European Research on Management and Business Economics*, 24(2), 90-96. <https://doi.org/10.1016/j.iemeen.2017.11.003>
- EstradaCruz, M., VerdúJover, A. J., & GómezGras, J. M. (2019). The influence of culture on the relationship between the entrepreneur's social identity and decision-making: Effectual and causal logic. *BRQ Business Research Quarterly*, 22(1), 226-244. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2018.10.002>
- Fauchart, E., & Gruber, M. (2011). Darwinians, communitarians, and missionaries: The role of founder identity in entrepreneurship. *Academy of Management Journal*, 54(5), 935-957. <https://doi.org/10.5465/amj.2009.0211>
- Fereday, J., & Muir-Cochrane, E. (2006). The role of performance feedback in the self-assessment of competence: A research study with nursing clinicians. *Collegian*, 13(1), 10-15. [https://doi.org/10.1016/S1322-7696\(08\)60511-9](https://doi.org/10.1016/S1322-7696(08)60511-9)
- Fisher, G. (2012). Effectuation, causation, and bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5), 1019-1051. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00537.x>
- Grégoire, D. A., & Cherchem, N. (2019). A structured literature review and suggestions for future effectuation research. *Small Business Economics*, 54(3), 621-639. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00158-5>
- Gregori, P., & Parastuty, Z. (2020). Investigating the process of entrepreneurial team member exits: A systematic review and future research directions. *Review of Managerial Science*, 15(4), 847-878. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00377-1>
- Gruber, M., & MacMillan, I. C. (2017). Entrepreneurial behavior: A reconceptualization and extension based on Identity Theory. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(3), 271-286. <https://doi.org/10.1002/sej.1262>
- Günzel-Jensen, F., & Robinson, S. (2017). Effectuation in the undergraduate classroom: Three barriers to entrepreneurial learning. *Education + Training*, 59(7/8), 780-796. <https://doi.org/10.1108/ET-03-2016-0049>
- Hall, H., & Roussel, L., 2014. *Evidence-based practice* (1st ed). Burlington, MA: Jones & Bartlett Learning.
- Haller, C., Santoni, J., Barth, I., & Augarde, C. (2017). An understanding of peer support in an effectual entrepreneurial process: Case of French wine-entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 32(1/2): 208-228. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2017.085990>
- Hannibal, M. (2016). Enacted identities in the university spin-off process – bridging an imaginative gap. *Journal of International Entrepreneurship*, 15(3), 239-265. <https://doi.org/10.1007/s10843-016-0168-x>
- Hanson, J. (2020). Effectual thinking and music education: One view of creative adaptation in an underserved urban middle school. *International Journal of Music Education*, 38(4), 625-643. <https://doi.org/10.1177/0255761420944034>
- Hensel, R., & Visser, R. (2019). Does personality influence effectual behavior? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(3), 467-484. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2019-0343>
- Hitlin, S. (2003). Values as the core of personal identity: Drawing links between two theories of self. *Social Psychology Quarterly*, 66(2), 118-137. <https://doi.org/10.2307/1519843>
- Hoang, H., & Gimeno, J. (2010). Becoming a founder: How founder role identity affects entrepreneurial transitions and persistence in founding. *Journal of Business Venturing*, 25(1), 41-53. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.07.002>
- Kerr, J., & Coviello, N. (2019). Weaving network theory into effectuation: A multi-level reconceptualization of effectual dynamics. *Journal of Business Venturing*, 35(2). <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.05.001>
- Klapper, R., Upham, P., & Kurronen, K. (2018). Social capital, resource constraints and low growth communities: Lifestyle entrepreneurs in Nicaragua. *Sustainability*, 10(10), 3813. <https://doi.org/10.3390/su10103813>
- Korhonen, S., & Leppäaho, T. (2019). Well-trodden highways and roads less traveled: Entrepreneurial-oriented behavior and identity construction in international entrepreneurship narratives. *Journal of International Entrepreneurship*, 17(3), 355-388. <https://doi.org/10.1007/s10843-019-00246-3>
- Korsgaard, C. M. (1996). *The Sources of Normativity* (1 ed.),

- Massachusetts: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2016.078029>
- Korsgaard, C. M. (2009). *Self-Constitution, Agency, Identity, and Integrity*. New York: Oxford University Press.
- Kraus, S., Breier, M., & Dasí-Rodríguez, S. (2020). The art of crafting a systematic literature review in entrepreneurship research. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 1023-1042. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00635-4>
- Lima, E. (2004). *Équipe de direction, vision partagée et apprentissage dans le management stratégique de PME* (Thesis for Ph.D). Programme conjoint de Ph.D. en administration, HEC Montréal – Canada. https://www.researchgate.net/publication/35949485_Equipe_de_direction_vision_partagee_et_apprentissage_dans_le_management_strategique_de_PME
- Lima, E. (2005). Microdinâmicas da difusão de inovações entre micro, pequenas e médias empresas. In E. Lima, *Arranjos produtivos locais: Estratégias de cooperação e desenvolvimento* (pp. 83-120). Blumenau: Nova Letra.
- Lima, E. (2022). Empreender com modos não Schumpeterianos (ou alternativos): Efetuação e bricolagem para superar crises. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 11(3), 1-10. <https://doi.org/10.14211/ibjesb.e2344>
- Lok, J. (2010). Institutional logics as identity projects. *Academy of Management Journal*, 53(6), 1305-1335. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.57317866>
- Martina, R. A. (2019). Toward a theory of affordable loss. *Small Business Economics*, 54(3), 751-774. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00151-y>
- Mattes, K., & Freiling, J. (2019). Understanding shifts of entrepreneurial decision-making: A process study of effectual and causal logics in the venture creating process. *2019 IEEE International Conference on Engineering, Technology and Innovation (ICE/ITMC)*, 1-19. <https://doi.org/10.1109/ice.2019.8792672>
- Michaelis, T. L., Carr, J. C., Scheaf, D. J., & Pollack, J. M. (2020). The frugal entrepreneur: A self-regulatory perspective of resourceful entrepreneurial behavior. *J. Bus. Ventur.*, 35, 105969. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.105969>
- Mills, C., & Pawson, K. (2012). Integrating motivation, risk-taking and self-identity: A typology of ICT enterprise development narratives. *International Small Business Journal*, 30(5), 584-606. <https://doi.org/10.1177/0266242610390594>
- Mmbaga, N. A., Mathias, B. D., Williams, D. W., & Cardon, M. S. (2020). A review of and future agenda for research on identity in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 35(6), 106049. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106049>
- Mouraviev, N., & Avramenko, A. (2020). *Entrepreneurship for deprived communities*. Bingley: Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/9781789739855>
- Nelson, R., & Lima, E. (2020). Effectuations, social bricolage and causation in the response to a natural disaster. *Small Business Economics*, 54, 721-750. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00150-z>
- Nielsen, S. L., & Lassen, A. H. (2012). Identity in entrepreneurship effectuation theory: A supplementary framework. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(3), 373-389. <https://doi.org/10.1007/s11365-011-0180-5>
- Obrecht, J. J. (2011). On the relevance of the concept of entrepreneurial capabilities. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(2), 107. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2011.040755>
- Obrecht, J. J. (2016). Sustainable entrepreneurship education: A new field for research in step with the “effectual entrepreneur”. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 29(1), 83. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2016.078029>
- Onishi, T., Burkemper, A. C., Micelotta, E. R., & Wales, W. J. (2018). An effectual perspective on how social entrepreneurs select, combine, and orchestrate resources. *Academy of Management Proceedings*, 2018(1), 18687. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2018.2>
- Petticrew, M., & Roberts, H. (2008). Systematic reviews - Do they “work” in informing decision-making around health inequalities? *Health Economics, Policy & Law*, 3-2, 197-211. <https://doi.org/10.1017/s1744133108004453>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Bachrach, D. G., & Podsakoff, N. P. (2005). The influence of management journals in the 1980s and 1990s. *Strategic Management Journal*, 26(5), 473-488. <https://doi.org/10.1002/smj.454>
- Powell, E. E., & Baker, T. (2014). It’s what you make of it: Founder identity and enacting strategic responses to adversity. *Academy of Management Journal*, 57(5), 1406-1433. <https://doi.org/10.5465/amj.2012.0454>
- Puhakka, V., & Stewart, H. (2015). Social creation of opportunities: Breaking boundaries to create mutually attractive business. *Journal of Innovation Economics*, 18(3), 53. <https://doi.org/10.3917/jie.018.0053>
- Radu-Lefebvre, M., Lefebvre, V., Crosina, E., & Hytti, U. (2021). Entrepreneurial identity: A review and research agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(6), 1550-1590. <https://doi.org/10.1177/10422587211013795>
- Read, S., Dew, N., Sarasvathy, S. D., Song, M., & Wiltbank, R. (2009). Marketing under uncertainty: The logic of an effectual approach. *Journal of Marketing*, 73(3), 1-18. <https://doi.org/10.1509/jmkq.73.3.001>
- Rosca, E., Agarwal, N., & Brem, A. (2020). Women entrepreneurs as agents of change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets. *Technological Forecasting and Social Change*, 157. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120067>
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *The Academy of Management Review*, 26(2), 243. <https://doi.org/10.2307/259121>
- Sarasvathy, S. D. (2008). *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Sarasvathy, S. D., & Dew, N. (2005). Entrepreneurial logics for a technology of foolishness. *Scandinavian Journal of Management*, 21(4), 385-406. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2005.09.009>
- Sarasvathy, S. D., Forster, W., & Ramesh, A. (2020). From Goldilocks to Gump: Entrepreneurial mechanisms for everyday entrepreneurs. *REGEPE – Entrepreneurship and Small Business Journal*, 9(1), 189-220. <https://doi.org/10.14211/regepe.v9i1.1803>
- Servantie, V., & Rispal, M. H. (2018). Bricolage, effectuation, and causation shifts over time in the context of social entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 30(3-4), 310-335. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1413774>
- Shepherd, D., & Haynie, J. M. (2009). Family business, identity conflict, and an expedited entrepreneurial process: A process of resolving identity conflict. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(6), 1245-1264. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00344.x>
- Shirokova, G., Selivanovskikh, L., Morris, M. H., & Bordunos, A. (2022). Unravelling the relationship between dark triad traits and effectuation and causation within small and medium-sized enterprises. *British Journal of Management*, 33(4), 1757-1773. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12646>
- Stets, J. E., & Burke, P. J. (2005). New directions in identity control theory. *Advances in Group Processes*, 22(1), 43-64.

[https://doi.org/10.1016/S0882-6145\(05\)22002-7](https://doi.org/10.1016/S0882-6145(05)22002-7)

- Strauss, P., Greven, A., & Brettel, M. (2020). Determining the influence of national culture: Insights into entrepreneurs' collective identity and effectuation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1025-1052. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00645-2>
- Sveningsson, S., & Alvesson, M. (2003). Managing managerial identities: Organizational fragmentation, discourse and identity struggle. *Human Relations*, 56(10), 1163-1193. <https://doi.org/10.1177/00187267035610001>
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207-222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Wagenschwanz, A. M. (2020). The identity of entrepreneurs: Providing conceptual clarity and future directions. *International Journal of Management Reviews*, 23(1), 64-84. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12241>
- Wallis, L., Walmsley, A., Beaumont, E., & Sutton, C. (2020). 'Just want to surf, make boards and party': How do we identify lifestyle entrepreneurs within the lifestyle sports industry? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1), 917-934. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00653-2>
- Watson, T. J. (2013). Entrepreneurship in action: Bringing together the individual, organizational and institutional dimensions of entrepreneurial action. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(5-6), 404-422. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.754645>
- Whitemore, R., & Knafl, K. (2005). The integrative review: Updated methodology. *Journal of Advanced Nursing*, 52(5), 546-553. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2005.03621.x>
- Yin, R. K. (2005). *Case Study Research: Design and Methods* (5th ed). New York: SAGE Publications Inc.
- York, J. G., O'Neil, I., & Sarasvathy, S. D. (2016). Exploring environmental entrepreneurship: Identity coupling, venture goals, and stakeholder incentives. *Journal of Management Studies*, 53(5), 695-737. <https://doi.org/10.1111/joms.12198>

CONTEXTUS

REVISTA CONTEMPORÂNEA DE ECONOMIA E GESTÃO.

ISSN 1678-2089

ISSNe 2178-9258

1. Economia, Administração e Contabilidade – Periódico
 2. Universidade Federal do Ceará. FEAAC – Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE (FEAAC)

Av. da Universidade – 2486, Benfica
 CEP 60020-180, Fortaleza-CE

DIRETORIA: Paulo Rogério Faustino Matos
 Danielle Augusto Peres

Website: www.periodicos.ufc.br/contextus

E-mail: revistacontextus@ufc.br

**EDITOR-CHEFE**

Diego de Queiroz Machado (UFC)

EDITORES ADJUNTOS

Alane Siqueira Rocha (UFC)

Márcia Zabdiele Moreira (UFC)

EDITORES ASSOCIADOS

Adriana Rodrigues Silva (IPSantarém, Portugal)

Alessandra de Sá Mello da Costa (PUC-Rio)

Allysson Alex Araújo (UFC)

Andrew Beheregarai Finger (UFAL)

Armando dos Santos de Sousa Teodósio (PUC-MG)

Brunno Fernandes da Silva Gaião (UEPB)

Carlos Enrique Carrasco Gutierrez (UCB)

Cláudio Bezerra Leopoldino (UFC)

Dalton Chaves Vilela Júnior (UFAM)

Elionor Farah Jreige Weffort (FECAP)

Ellen Campos Sousa (Gardner-Webb, EUA)

Gabriel Moreira Campos (UFES)

Guilherme Jonas Costa da Silva (UFU)

Henrique César Muzzio de Paiva Barroso (UFPE)

Jorge de Souza Bispo (UFBA)

Keysa Manuela Cunha de Mascena (UNIFOR)

Manuel Anibal Silva Portugal Vasconcelos Ferreira (UNINOVE)

Marcos Cohen (PUC-Rio)

Marcos Ferreira Santos (La Sabana, Colômbia)

Mariluce Paes-de-Souza (UNIR)

Minelle Enéas da Silva (La Rochelle, França)

Pedro Jácome de Moura Jr. (UFPB)

Rafael Fernandes de Mesquita (IFPI)

Rosimeire Pimentel (UFES)

Sonia Maria da Silva Gomes (UFBA)

Susana Jorge (UC, Portugal)

Thiago Henrique Moreira Goes (UFPR)

CONSELHO EDITORIAL

Ana Sílvia Rocha Ipiranga (UECE)

Conceição de Maria Pinheiro Barros (UFC)

Danielle Augusto Peres (UFC)

Diego de Queiroz Machado (UFC)

Editinete André da Rocha Garcia (UFC)

Emerson Luís Lemos Marinho (UFC)

Eveline Barbosa Silva Carvalho (UFC)

Fátima Regina Ney Matos (ISMT)

Mario Henrique Ogasavara (ESPM)

Paulo Rogério Faustino Matos (UFC)

Rodrigo Bandeira-de-Mello (FGV-EAESP)

Vasco Almeida (ISMT)

CORPO EDITORIAL CIENTÍFICO

Alexandre Reis Graeml (UTFPR)

Augusto Cezar de Aquino Cabral (UFC)

Denise Del Pra Netto Machado (FURB)

Ednilson Bernardes (Georgia Southern University)

Ely Laureano Paiva (FGV-EAESP)

Eugenio Ávila Pedrozo (UFRGS)

Francisco José da Costa (UFPB)

Isak Kruglianskas (FEA-USP)

José Antônio Puppim de Oliveira (UCL)

José Carlos Barbieri (FGV-EAESP)

José Carlos Lázaro da Silva Filho (UFC)

José Célio de Andrade (UFBA)

Luciana Marques Vieira (UNISINOS)

Luciano Barin-Cruz (HEC Montréal)

Luis Carlos Di Serio (FGV-EAESP)

Marcelle Colares Oliveira (UFC)

Maria Ceci Araujo Misoczky (UFRGS)

Mônica Cavalcanti Sá Abreu (UFC)

Mozar José de Brito (UFL)

Renata Giovinazzo Spers (FEA-USP)

Sandra Maria dos Santos (UFC)

Walter Bataglia (MACKENZIE)



A Contextus está classificada no sistema Qualis – Capes como periódico B1, na área de Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo (2013-2016).



A Contextus está de acordo e assina a Declaração de São Francisco sobre a Avaliação de Pesquisas (DORA).



A Contextus é associada à Associação Brasileira de Editores Científicos (ABEC).



Esta obra está licenciada com uma licença Creative Commons Atribuição – Não Comercial 4.0 Internacional.