AUGMENTED SOLOPRENEURSHIP: UM FRAMEWORK CONCEITUAL SOBRE IA GENERATIVA E ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA INDIVIDUAL

AUGMENTED SOLOPRENEURSHIP: A CONCEPTUAL FRAMEWORK ON GENERATIVE AI AND INDIVIDUAL ENTREPRENEURIAL ORIENTATION

CARLOS EDUARDO PEREIRA
UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

Comunicação:
O XIV SINGEP foi realizado em conjunto com a 14th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) e com a SPARK (Society for Promoting Academic Research and Knowledge), em formato híbrido, com sede presencial na UNINOVE - Universidade Nove de Julho, no Brasil.

AUGMENTED SOLOPRENEURSHIP: UM FRAMEWORK CONCEITUAL SOBRE IA GENERATIVA E ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA INDIVIDUAL

Objetivo do estudo
Propor o framework Augmented Solopreneurship, modelo conceitual que explica como o uso de IA generativa amplia a orientação empreendedora individual de solopreneurs por meio de um encadeamento cognitivo sequencial composto pelo reconhecimento e pela exploração de oportunidades de negócio.

Relevância/originalidade
O solopreneur permanece unidade analítica periférica na literatura de IA e empreendedorismo. O estudo é o primeiro a articular a AIET com a cognição empreendedora e a reposicionar a orientação empreendedora como construto cognitivo individual no contexto do solopreneurship.

Metodologia/abordagem
Ensaio teórico com revisão bibliográfica integrativa. Mobiliza a AI-enabled Individual Entrepreneurship Theory, a literatura de cognição empreendedora e a teoria de orientação empreendedora individual para propor cinco proposições teóricas sintetizadas em modelo conceitual de mediação sequencial.

Principais resultados
O framework propõe que a IAGen não amplia a orientação empreendedora do solopreneur diretamente, mas por meio da reconfiguração cognitiva que habilita o reconhecimento de oportunidades e, subsequentemente, sua exploração, elevando a inovatividade e a proatividade do ator.

Contribuições teóricas/metodológicas
Reposiciona a orientação empreendedora como construto cognitivo individual; articula a AIET com a literatura de cognição empreendedora; e propõe framework operacionalizável para investigação empírica futura, respondendo à lacuna identificada em revisão de 345 artigos sobre IA e empreendedorismo.

Contribuições sociais/para a gestão
Para solopreneurs: o impacto estratégico da IAGen depende da qualidade do uso cognitivo, não apenas da adoção. Para formuladores de políticas: programas de capacitação devem incorporar competências de reconhecimento e exploração de oportunidades, além do letramento tecnológico.

Palavras-chave: Augmented solopreneurship, IA generativa, Orientação empreendedora, Cognição empreendedora, Reconhecimento de oportunidades

AUGMENTED SOLOPRENEURSHIP: A CONCEPTUAL FRAMEWORK ON GENERATIVE AI AND INDIVIDUAL ENTREPRENEURIAL ORIENTATION

Study purpose
To propose the Augmented Solopreneurship framework, a conceptual model explaining how generative AI use enhances individual entrepreneurial orientation among solopreneurs through a sequential cognitive chain comprising opportunity recognition and opportunity exploitation.

Relevance / originality
Solopreneurs remain a peripheral analytical unit in AI and entrepreneurship literature. This study is the first to articulate AIET with entrepreneurial cognition theory and to reposition entrepreneurial orientation as an individual cognitive construct in the solopreneurship context.

Methodology / approach
Theoretical essay with integrative literature review. Draws on AI-enabled Individual Entrepreneurship Theory, entrepreneurial cognition literature, and individual-level entrepreneurial orientation theory to develop five theoretical propositions synthesized into a sequential mediation conceptual model.

Main results
The framework proposes that generative AI does not enhance solopreneurs' entrepreneurial orientation directly, but through cognitive reconfiguration enabling opportunity recognition and, subsequently, opportunity exploitation, ultimately elevating the individual's innovativeness and proactivity.

Theoretical / methodological contributions
Repositions entrepreneurial orientation as an individual cognitive construct; articulates AIET with entrepreneurial cognition literature; and proposes an operationalizable framework for future empirical investigation, addressing a gap identified in a review of 345 AI-entrepreneurship articles.

Social / management contributions
For solopreneurs: strategic impact of generative AI depends on cognitive use quality, not mere adoption. For policymakers: capacity-building programs should embed opportunity recognition and exploitation competencies alongside technological literacy.

Keywords: Augmented solopreneurship, Generative AI, Entrepreneurial orientation, Entrepreneurial cognition, Opportunity recognition

AUGMENTED SOLOPRENEURSHIP: UM FRAMEWORK CONCEITUAL SOBRE IA GENERATIVA E ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA INDIVIDUAL

1 Introdução

Este artigo propõe um framework conceitual para explicar de que forma o uso de inteligência artificial generativa (IAGen) amplia a orientação empreendedora (OE) de *solopreneurs*, argumentando que esse efeito opera por meio de um encadeamento cognitivo sequencial composto pelo reconhecimento e pela exploração de oportunidades de negócio. O *solopreneur*, definido como o empreendedor individual que opera, escala e sustenta um negócio de forma deliberadamente solo, sem contratar empregados, consolidou-se como forma estrutural crescente de inserção no mercado de trabalho em economias digitalizadas: em países europeus, mais de 70% dos novos empreendedores enquadram-se nessa categoria (Cieślik e van Stel, 2024). Simultaneamente, ferramentas de IAGen passaram a compor o arsenal operacional cotidiano desses trabalhadores, que figuram entre os usuários mais intensivos de tecnologias de IA entre as populações economicamente ativas (Fossen, McLemore e Sorgner, 2024). O problema de pesquisa que orienta este estudo é: de que forma o uso de IAGen reconfigura a orientação empreendedora do *solopreneur*, e por quais mecanismos cognitivos esse efeito opera? O objetivo é propor um framework conceitual integrador que articule teoricamente essas relações, oferecendo base para investigação empírica futura.

A literatura sobre IA e empreendedorismo avançou consideravelmente na última década. Obschonka e Audretsch (2020) foram os primeiros a sistematizar a IA como *external enabler* do processo empreendedor, e Chalmers, MacKenzie e Carter (2021) consolidaram o argumento de que ela reconfigura as condições de entrada, escala e sustentabilidade de novos empreendimentos. A contribuição teórica mais diretamente relevante para este estudo é a *AI-enabled Individual Entrepreneurship Theory* (AIET), proposta por Ganuthula (2025), que articula três mecanismos pelos quais a IAGen redefine o empreendedorismo individual: o aumento de capacidades cognitivas, a transformação da estrutura de capital e a modificação do perfil de risco percebido. Paralelamente, a literatura de orientação empreendedora consolidou-se ao redor do construto proposto por Lumpkin e Dess (1996) e operacionalizado por Knight (1997), com extensa evidência empírica no nível da firma (Wales et al., 2013). A literatura de cognição empreendedora, por sua vez, estabeleceu o reconhecimento de oportunidades como processo cognitivo central (Baron, 2006; Mitchell et al., 2002), e Kuckertz et al. (2017) demonstraram a distinção conceitual e empírica entre reconhecer e explorar oportunidades como etapas sequenciais do comportamento empreendedor.

Apesar desse avanço, três lacunas persistem e justificam a proposição deste framework. Primeira: a orientação empreendedora foi quase exclusivamente estudada no nível da firma, ignorando que, no contexto do *solopreneur*, indivíduo e organização são a mesma entidade, o que torna a OE, em sua essência, uma disposição cognitiva individual (Anderson et al., 2015; Sawy et al., 2025). Segunda: o nexo entre IAGen e *solopreneurship* carece de síntese sistemática e de modelos causais articulados; Uriarte et al. (2025), em revisão com 345 artigos, e Giuggioli e Pellegrini (2023) confirmam que o *solopreneur* permanece unidade analítica periférica ou ausente na literatura de IA e empreendedorismo. Terceira: embora a AIET de Ganuthula (2025) represente o esforço teórico mais ambicioso para preencher esse vazio, ela permanece carente de articulação com a literatura de cognição empreendedora, particularmente no que se refere ao mecanismo cognitivo que conecta o uso de IAGen à orientação estratégica individual. É precisamente essa articulação que o presente estudo propõe.

Para o desenvolvimento do framework, adota-se uma abordagem de ensaio teórico com revisão bibliográfica integrativa, mobilizando a AIET (Ganuthula, 2025), a literatura de cognição empreendedora (Baron, 2006; Mitchell et al., 2002; Kuckertz et al., 2017), a teoria de

orientação empreendedora no nível individual (Anderson et al., 2015; Knight, 1997; Lumpkin e Dess, 1996) e a literatura emergente sobre solopreneurship e IA (Cieślik e van Stel, 2024; Fossen et al., 2024; Sawy et al., 2025). A integração dessas correntes permite propor um modelo conceitual de mediação sequencial que especifica os mecanismos pelos quais a IAGen amplia a OE do solopreneur, estruturado em proposições teóricas discutidas e representado graficamente no *framework Augmented Solopreneurship.*

O framework proposto argumenta que a IAGen não amplia a orientação empreendedora do *solopreneur* de forma direta, mas por meio da reconfiguração cognitiva que habilita o reconhecimento de oportunidades e, subsequentemente, sua exploração, elevando a inovatividade e a proatividade do ator. Esse encadeamento cognitivo, articulado a partir dos mecanismos de *capability augmentation* e de modificação do perfil de risco previstos pela AIET, constitui a contribuição teórica central do estudo. Adicionalmente, o artigo reposiciona a OE como construto cognitivo individual no contexto do *solopreneurship*, avançando além da tradição organizacional dominante, e propõe uma agenda de pesquisa empírica para validação quantitativa do modelo por meio de modelagem de equações estruturais com mínimos quadrados parciais (PLS-SEM).

2 Referencial Teórico

2.1 IA Generativa como Habilitador Estratégico do *Solopreneur*

A inteligência artificial emergiu nas últimas décadas como uma tecnologia de propósito geral com capacidade de reconfigurar estruturalmente os fundamentos do empreendedorismo. Obschonka e Audretsch (2020) foram os primeiros a sistematizar essa transformação, argumentando que a combinação entre IA e *big data* inaugurou uma nova era para a pesquisa e prática empreendedora, caracterizada pela ampliação das oportunidades de mercado, pela redução de custos operacionais e pelo apoio à tomada de decisão em ambientes de alta incerteza. Nessa perspectiva, a IA opera como um *external enabler* da atividade econômica, uma força exógena capaz de alterar as condições de entrada, escala e sustentabilidade dos novos empreendimentos (Chalmers, MacKenzie e Carter, 2021).

A literatura recente distingue duas categorias funcionalmente distintas de IA com implicações específicas para o empreendedorismo. A IA preditiva potencializa a capacidade analítica dos empreendedores ao processar grandes volumes de dados para identificar padrões e reduzir incertezas estruturais. A IA generativa, por sua vez, representa um salto qualitativo ao criar conteúdo novo a partir de padrões aprendidos, ampliando o espectro de tarefas que podem ser automatizadas ou aumentadas (Obschonka et al., 2025). Fossen, McLemore e Sorgner (2024) demonstram empiricamente, com dados do *German Socio-economic Panel*, que trabalhadores autônomos estão entre os usuários mais intensivos dessas tecnologias, superando os trabalhadores assalariados na adoção de ferramentas de IA para tarefas cognitivas e operacionais. Os autores distinguem ainda entre tecnologias de automação, associadas ao empreendedorismo de necessidade, e tecnologias de aumentação (*augmentation*), associadas ao empreendedorismo de oportunidade. Essa distinção é central para o presente framework, uma vez que a IAGen opera predominantemente como tecnologia de aumentação, ampliando capacidades cognitivas do empreendedor individual em vez de simplesmente substituir tarefas.

A contribuição teórica mais ambiciosa nesse domínio é a *AI-enabled Individual Entrepreneurship Theory* (AIET), proposta por Ganuthula (2025), que articula três mecanismos centrais pelos quais a IA redefine a lógica do empreendedorismo individual. O primeiro é o aumento de capacidades (*capability augmentation*), pelo qual ferramentas de IA ampliam habilidades cognitivas, operacionais e criativas do empreendedor individual, permitindo que uma única pessoa execute tarefas que anteriormente demandavam equipes especializadas. O segundo é a transformação da estrutura de capital, pelo qual modelos de IA como serviço

reduzem radicalmente os custos de acesso a capacidades avançadas, democratizando recursos historicamente disponíveis apenas para organizações com maior poder econômico. O terceiro é a modificação do perfil de risco, pelo qual a IA reduz a incerteza associada à entrada em novos mercados e ao desenvolvimento de produtos, ao oferecer suporte analítico e preditivo que melhora a qualidade das decisões sob ambiguidade.

No contexto específico da IAGen, Nzembayie e Urbano (2025) identificam quatro mecanismos de habilitação: provisão de infraestrutura, *capability scaffolding*, legitimação de mercado e orquestração de ecossistema, revelando ainda um paradoxo constitutivo do fenômeno: as mesmas plataformas que democratizam o acesso a capacidades avançadas geram dependências estruturais que expõem os empreendedores a riscos de governança. Townsend e Hunt (2019) acrescentam que a IA altera a natureza do julgamento empreendedor ao oferecer novos mecanismos para lidar com a incerteza genuína que caracteriza a atividade empreendedora.

No contexto do *solopreneur*, esses mecanismos adquirem relevância particular. Cieślik e van Stel (2024) propõem o conceito de *blurred trinary divide*, argumentando que os *solo self-employed* representam um terceiro segmento da força de trabalho, qualitativamente distinto dos empregados e dos empregadores, com restrições estruturais de escala e recursos que historicamente os colocavam em desvantagem competitiva. A IAGen, ao operar como substituto funcional para equipes especializadas, reconfigura exatamente essas restrições. Rezazadeh e Bonehgazy (2025) avançam nessa direção ao propor que agentes de IA podem atuar como *digital co-founders*, auxiliando o *solopreneur* na estruturação de ideias, validação de modelos de negócio e execução operacional. Nesse enquadramento, o mecanismo de *capability augmentation* da AIET sugere que a IAGen amplia diretamente a capacidade cognitiva do *solopreneur* de escanear o ambiente em busca de padrões e possibilidades ainda não exploradas, criando as condições para o reconhecimento de oportunidades.

2.2 Cognição Empreendedora: do Reconhecimento à Exploração de Oportunidades

A cognição empreendedora ocupa posição central na teoria do empreendedorismo contemporâneo. Mitchell et al. (2002) definem cognição empreendedora como as estruturas de conhecimento que os indivíduos utilizam para fazer avaliações, julgamentos e decisões relacionadas à criação, ao desenvolvimento e ao crescimento de novos empreendimentos. Nessa perspectiva, o comportamento empreendedor não emerge diretamente de condições ambientais, mas da forma como o indivíduo percebe, interpreta e processa essas condições, posicionando os mecanismos cognitivos como elos causais entre estímulos externos e ação empreendedora (Powell, Lovallo e Fox, 2011).

O reconhecimento de oportunidades é definido como a capacidade cognitiva de identificar possibilidades de negócio ainda não exploradas a partir de sinais ambíguos do ambiente (Kirzner, 1979; Shane e Venkataraman, 2000). Baron (2006) descreve esse processo como reconhecimento de padrões: empreendedores com maior base de conhecimento e maior capacidade de atenção são capazes de conectar informações dispersas e identificar configurações de oportunidade que permanecem invisíveis a outros. Trata-se, portanto, de um processo fundamentalmente cognitivo, sensível à qualidade e à velocidade de processamento das informações disponíveis ao indivíduo. Kuckertz et al. (2017) operacionalizam esse construto distinguindo-o da exploração de oportunidades: o reconhecimento envolve a percepção de que uma oportunidade existe, enquanto a exploração envolve a decisão de agir sobre ela.

A IAGen opera diretamente sobre os determinantes cognitivos do reconhecimento de oportunidades. Ao ampliar a capacidade de síntese de informações, reduzir o tempo de processamento e sugerir conexões não óbvias entre domínios distintos, ferramentas de IAGen

funcionam como amplificadores de atenção e memória de trabalho do *solopreneur*. No contexto em que o indivíduo concentra em si todas as funções estratégicas do negócio, sem equipe de inteligência competitiva ou P&D dedicado (Cieślik e van Stel, 2024; Sawy et al., 2025), a IAGen pode ser interpretada como substituto funcional para essas capacidades coletivas, democratizando o acesso a recursos analíticos que anteriormente estavam disponíveis apenas para organizações com maior poder econômico (Ganuthula, 2025).

A relação entre reconhecimento e exploração de oportunidades é sequencial e bem documentada: indivíduos que reconhecem mais oportunidades tendem a explorar mais, especialmente quando a incerteza percebida é reduzida e os recursos disponíveis são suficientes para a ação (McMullen e Shepherd, 2006). A exploração envolve a alocação concreta de recursos e o início de ações em direção à materialização de uma oportunidade reconhecida (Shane e Venkataraman, 2000; Kuckertz et al., 2017). É o ponto de transição entre cognição e ação, entre percepção e comportamento empreendedor observável. No contexto do *solopreneur*, esse vínculo é potencialmente mais direto do que em organizações maiores: a ausência de processos formais de aprovação e a fusão entre identidade pessoal e identidade do negócio (Sawy et al., 2025) reduzem a distância entre perceber e agir, tornando a cadeia cognitiva reconhecimento-exploração particularmente relevante como mecanismo de análise nesse contexto.

2.3 Orientação Empreendedora no Nível Individual

A orientação empreendedora (OE) é um construto que captura a disposição estratégica de um ator frente à incerteza e à novidade, operacionalizada por Lumpkin e Dess (1996) a partir de cinco dimensões: inovatividade, proatividade, tolerância ao risco, autonomia e agressividade competitiva. O presente framework mobiliza as duas dimensões centrais operacionalizadas por Knight (1997), a inovatividade e a proatividade/tolerância ao risco, que constituem o núcleo mais robusto e replicado do construto na literatura empírica (Wales et al., 2013). A inovatividade reflete a tendência de engajar-se em experimentação criativa e na busca por soluções novas, enquanto a proatividade/tolerância ao risco reflete a disposição de antecipar demandas futuras e agir sob incerteza antes que as condições sejam plenamente conhecidas.
A tradição dominante na literatura de OE opera no nível da firma (Lumpkin e Dess, 1996; Wales et al., 2013). No entanto, o *solopreneur* como unidade de análise exige o reposicionamento da OE no nível individual, tratando-a como disposição cognitiva e decisória do indivíduo, não como propriedade organizacional. Anderson et al. (2015) apontam exatamente nessa direção ao propor um novo conceito de OE que captura padrões de pensamento e ação do empreendedor frente à incerteza. No contexto do *solopreneur*, onde indivíduo e organização são a mesma entidade (Sawy et al., 2025; Cieślik e van Stel, 2024), esse reposicionamento é não apenas pertinente, mas necessário. Gkypali e Roper (2024), em análise de *solopreneurs* britânicos, demonstram que as intenções de inovação são determinadas pela autoeficácia empreendedora e pela aprendizagem acumulada em experiências anteriores, confirmando que a OE no nível individual responde a mecanismos cognitivos e experienciais.

A exploração de oportunidades é um dos mecanismos pelos quais a OE se manifesta e se reforça. Ao agir concretamente sobre possibilidades identificadas, o *solopreneur* desenvolve rotinas cognitivas associadas à busca de novidades (inovatividade) e à antecipação de movimentos de mercado (proatividade), ao mesmo tempo em que calibra sua tolerância ao risco a partir dos resultados obtidos (Cope, 2005; Lisboa et al., 2011). Esse ciclo de ação-aprendizagem-reorientação é o mecanismo pelo qual a OE, mais do que uma disposição estática, fortalece-se ao longo da trajetória do *solopreneur*. A articulação entre exploração de oportunidades e OE individual constitui, portanto, um dos elos centrais do framework proposto,

conectando o comportamento empreendedor concreto à orientação estratégica que o sustenta e amplifica ao longo do tempo.

3 Metodologia

Este artigo adota a abordagem de ensaio teórico com revisão bibliográfica integrativa como estratégia metodológica. Essa abordagem é adequada ao objetivo do estudo, que é propor um framework conceitual integrador, e está alinhada à tradição de pesquisa em empreendedorismo que reconhece os ensaios teóricos como contribuição legítima e necessária para o avanço do campo, especialmente em domínios emergentes onde a base empírica ainda é incipiente (Giuggioli e Pellegrini, 2023; Uriarte et al., 2025).

A revisão bibliográfica integrativa difere da revisão sistemática por não se restringir a um protocolo único de busca e seleção, permitindo a combinação de diferentes correntes teóricas e abordagens metodológicas para a construção de uma síntese conceitual original (Torraco, 2005). Essa flexibilidade é particularmente adequada ao presente estudo, que mobiliza literaturas de campos distintos, a saber, IA e empreendedorismo, cognição empreendedora, orientação empreendedora e *solopreneurship*, com o propósito de integrá-las em um modelo conceitual coerente.

A construção do framework seguiu três etapas. Na primeira etapa, foram identificadas e mapeadas as correntes teóricas relevantes para o problema de pesquisa, com ênfase em publicações dos últimos dez anos nas bases *Web of Science* e *Scopus*, utilizando os termos *solopreneur*, *generative artificial intelligence*, *entrepreneurial orientation*, *opportunity recognition* e *entrepreneurial cognition*, isolados e em combinação. Na segunda etapa, as contribuições centrais de cada corrente foram analisadas quanto à sua pertinência para explicar os mecanismos pelos quais a IAGen pode reconfigurar a OE do *solopreneur*, com atenção especial à AIET de Ganuthula (2025) como teoria articuladora. Na terceira etapa, as relações teóricas identificadas foram sintetizadas em proposições conceituais e representadas graficamente no framework *Augmented Solopreneurship*, apresentado na seção seguinte.

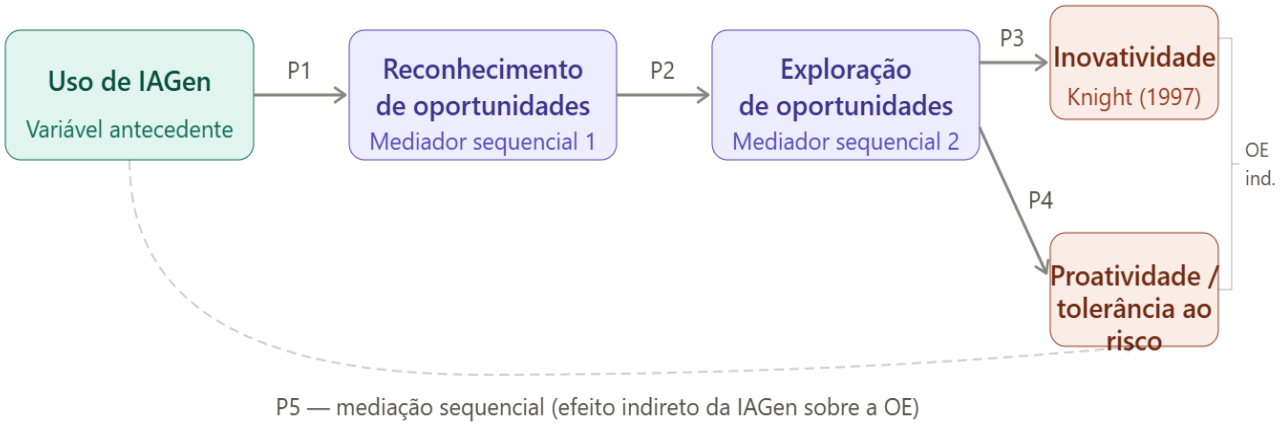
A escolha pelo ensaio teórico como modalidade de contribuição justifica-se pela natureza do campo investigado. Uriarte et al. (2025), em revisão com 345 artigos sobre IA e empreendedorismo, identificam a ausência do *solopreneur* como unidade analítica distinta e a carência de modelos causais que articulem IAGen, cognição empreendedora e orientação estratégica individual. Nesse contexto, a proposição de um framework conceitual que organize essas relações e ofereça base para investigação empírica futura constitui contribuição metodológica e teórica independente, anterior e necessária ao teste quantitativo das relações propostas.

4 Análise dos Resultados e Discussões

4.1 O Framework *Augmented Solopreneurship*

O framework *Augmented Solopreneurship* proposto neste estudo sintetiza as relações teóricas desenvolvidas na revisão de literatura em um modelo conceitual de mediação sequencial. Quatro construtos são mobilizados: o uso de IAGen como variável antecedente; o reconhecimento de oportunidades e a exploração de oportunidades como mecanismos cognitivos sequenciais; e a orientação empreendedora, operacionalizada pelas dimensões de inovatividade e proatividade/tolerância ao risco, como construto consequente. O argumento central é que a IAGen não amplia a OE do *solopreneur* de forma direta, mas por meio da reconfiguração cognitiva que habilita primeiro o reconhecimento de oportunidades e, subsequentemente, sua exploração. Esse encadeamento é representado na Figura 1.

Figura 1: *Framework Augmented Solopreneurship*.



Fonte: elaborado pelo autor com base em Ganuthula (2025), Baron (2006), Kuckertz et al. (2017), McMullen e Shepherd (2006), Lumpkin e Dess (1996) e Knight (1997).

O framework organiza-se em cinco proposições teóricas discutidas nas subseções seguintes. As proposições não constituem hipóteses a serem testadas neste estudo, mas articulações teóricas fundamentadas que orientam a agenda de pesquisa empírica proposta nas considerações finais.

4.2 IAGen como Amplificador Cognitivo: o Caminho para o Reconhecimento de Oportunidades

A primeira proposição do framework estabelece que o uso de IAGen amplia a capacidade do *solopreneur* de reconhecer oportunidades de negócio. Esse argumento ancora-se no mecanismo de *capability augmentation* da AIET (Ganuthula, 2025) e na concepção do reconhecimento de oportunidades como processo de reconhecimento de padrões (Baron, 2006). A IAGen atua sobre os determinantes cognitivos desse processo ao ampliar a capacidade de síntese de informações, reduzir o tempo de processamento e sugerir conexões não óbvias entre domínios distintos, funcionando como amplificador de atenção e memória de trabalho do *solopreneur*.

No contexto específico do empreendedor individual, esse mecanismo adquire relevância estrutural. O *solopreneur* opera sem equipe de inteligência competitiva, sem P&D dedicado e sem os recursos analíticos que organizações maiores dispõem para escanear o ambiente em busca de oportunidades (Cieślik e van Stel, 2024; Sawy et al., 2025). A IAGen reconfigura exatamente essas restrições ao operar como substituto funcional para essas capacidades coletivas, democratizando o acesso a recursos analíticos historicamente indisponíveis para o empreendedor solo (Ganuthula, 2025). Fossen et al. (2024) reforçam esse argumento ao demonstrar empiricamente que tecnologias de aumentação estão associadas ao empreendedorismo de oportunidade, cujo traço definitório é exatamente a capacidade de perceber possibilidades antes que as condições sejam plenamente conhecidas.

P1: O uso de IAGen amplia a capacidade cognitiva do solopreneur de reconhecer oportunidades de negócio, por meio do mecanismo de capability augmentation previsto pela AIET.

4.3 Do Reconhecimento à Exploração: a Cadeia Cognitiva do *Solopreneur*

A segunda proposição estabelece a relação sequencial entre reconhecimento e exploração de oportunidades como elo central da cadeia cognitiva mediada. Kuckertz et al. (2017) demonstraram a distinção conceitual e empírica entre os dois construtos: reconhecer uma oportunidade é condição necessária, mas não suficiente, para explorá-la. A exploração envolve a transição da cognição para a ação, a alocação concreta de recursos e o início de movimentos em direção à materialização da oportunidade percebida (Shane e Venkataraman, 2000). McMullen e Shepherd (2006) documentam que indivíduos que reconhecem mais oportunidades tendem a explorar mais, especialmente quando a incerteza percebida é reduzida e os recursos disponíveis são suficientes para a ação.

No contexto do *solopreneur*, a distância entre reconhecer e explorar é estruturalmente mais curta do que em organizações maiores. A ausência de processos formais de aprovação, a fusão entre identidade pessoal e identidade do negócio e a concentração de todas as funções decisórias em um único ator reduzem as fricções institucionais que, em contextos organizacionais tradicionais, retardam ou impedem a transição da percepção para a ação (Sawy et al., 2025). Adicionalmente, o mecanismo de modificação do perfil de risco da AIET (Ganuthula, 2025) sugere que a IAGen reduz a incerteza percebida associada à exploração, ao oferecer suporte analítico que melhora a qualidade das decisões sob ambiguidade e ao reduzir os custos de experimentação, tornando a ação sobre oportunidades percebidas mais acessível ao empreendedor individual.

P2: O reconhecimento de oportunidades afeta positivamente a exploração de oportunidades pelo solopreneur, uma vez que a percepção de possibilidades de negócio é condição necessária, mas não suficiente, para a ação empreendedora, e a distância cognitiva entre reconhecer e explorar é estruturalmente mais curta no contexto do empreendedor individual do que em organizações maiores.

4.4 Exploração de Oportunidades e Orientação Empreendedora Individual

As terceira e quarta proposições do framework estabelecem que a exploração de oportunidades afeta positivamente as duas dimensões da OE individual mobilizadas neste estudo: a inovatividade e a proatividade/tolerância ao risco. O argumento central é que a OE não deve ser compreendida apenas como antecedente do comportamento empreendedor, mas também como seu consequente, fortalecida pelo próprio ciclo de ação empreendedora (Anderson et al., 2015).

Ao agir concretamente sobre possibilidades identificadas, o *solopreneur* desenvolve rotinas cognitivas associadas à busca por soluções novas (inovatividade) e à antecipação de movimentos de mercado (proatividade), ao mesmo tempo em que calibra sua tolerância ao risco a partir dos resultados obtidos (Cope, 2005; Lisboa et al., 2011). Esse ciclo de ação-aprendizagem-reorientação é o mecanismo pelo qual a OE, mais do que uma disposição estática, fortalece-se ao longo da trajetória do *solopreneur*. Gkypali e Roper (2024) confirmam empiricamente, em análise de *solopreneurs* britânicos, que as intenções de inovação são determinadas pela autoeficácia empreendedora e pela aprendizagem acumulada em experiências anteriores, o que é consistente com o argumento de que a exploração recorrente de oportunidades alimenta e desenvolve a orientação estratégica individual.

O reposicionamento da OE como construto cognitivo individual, e não apenas como propriedade organizacional, é uma das contribuições conceituais centrais do framework. Anderson et al. (2015) apontam nessa direção ao propor que a OE captura padrões de pensamento e ação do empreendedor frente à incerteza. No contexto do *solopreneur*, onde

indivíduo e organização são a mesma entidade, esse reposicionamento é não apenas pertinente, mas necessário para que o construto mantenha validade conceitual.

P3: A exploração de oportunidades afeta positivamente a inovatividade do solopreneur, ao desenvolver rotinas cognitivas de busca por soluções novas.

P4: A exploração de oportunidades afeta positivamente a proatividade e a tolerância ao risco do solopreneur, ao calibrar a disposição para agir sob incerteza a partir da aprendizagem acumulada.

4.5 A Mediação Sequencial como Mecanismo Central do Framework

A quinta e central proposição do framework articula as relações anteriores em um modelo de mediação sequencial, proposto aqui como a configuração teoricamente mais parcimoniosa para explicar de que forma a IAGen amplia a OE do *solopreneur*: predominantemente de forma indireta, por meio do encadeamento cognitivo reconhecimento de oportunidades seguido de exploração de oportunidades. Esse tipo de mediação sequencial é teoricamente coerente com a perspectiva da estratégia comportamental, que situa os mecanismos cognitivos como elos causais entre condições ambientais e comportamentos estratégicos observáveis (Powell, Lovallo e Fox, 2011).

O argumento central é que a IAGen não torna o *solopreneur* mais empreendedor de forma automática ou direta, mas age sobre a forma como ele percebe possibilidades no ambiente e sobre a disposição subsequente para agir sobre elas. É esse encadeamento cognitivo que, ao se consolidar em rotinas de uso estratégico da IAGen, eleva a inovatividade e a proatividade do ator. Nesse sentido, o framework *Augmented Solopreneurship* posiciona a IAGen não como substituta da disposição empreendedora, mas como amplificadora das condições cognitivas que a sustentam e desenvolvem.

Esse argumento dialoga diretamente com a agenda proposta por Obschonka et al. (2025), que identificam a cognição empreendedora mediada por IA como uma das fronteiras mais promissoras e ainda pouco exploradas da pesquisa em empreendedorismo. O framework contribui para essa agenda ao especificar o mecanismo cognitivo mediador e ao ancorá-lo em construtos operacionalizáveis, oferecendo base para o teste empírico das relações propostas.

P5: O efeito do uso de IAGen sobre a orientação empreendedora do solopreneur é mediado sequencialmente pelo reconhecimento de oportunidades e pela exploração de oportunidades, configurando um encadeamento cognitivo no qual a tecnologia opera como amplificador da disposição estratégica individual.

5 Conclusões e Considerações Finais

Este artigo propôs o framework *Augmented Solopreneurship* como modelo conceitual integrador que articula teoricamente os mecanismos pelos quais o uso de inteligência artificial generativa amplia a orientação empreendedora do *solopreneur*. A partir da integração entre a *AI-enabled Individual Entrepreneurship Theory* (Ganuthula, 2025), a literatura de cognição empreendedora (Baron, 2006; Kuckertz et al., 2017; Mitchell et al., 2002) e a teoria de orientação empreendedora no nível individual (Anderson et al., 2015; Knight, 1997; Lumpkin e Dess, 1996), o estudo desenvolveu cinco proposições teóricas que estruturam um modelo de mediação sequencial: a IAGen amplia a OE do *solopreneur* predominantemente de forma indireta, por meio do encadeamento cognitivo composto pelo reconhecimento e pela exploração de oportunidades de negócio.

Do ponto de vista teórico, as contribuições do estudo organizam-se em três frentes. A primeira é o reposicionamento da OE como construto cognitivo individual no contexto do *solopreneurship*, avançando além da tradição organizacional dominante (Lumpkin e Dess, 1996; Wales et al., 2013) e respondendo à demanda de Anderson et al. (2015) por uma reconceituação da OE que capture padrões de pensamento e ação do empreendedor individual. A segunda é a articulação da AIET (Ganuthula, 2025) com a literatura de cognição empreendedora, especificando o mecanismo cognitivo que conecta o uso de IAGen à orientação estratégica individual, lacuna identificada por Uriarte et al. (2025) em revisão com 345 artigos sobre IA e empreendedorismo. A terceira é o próprio framework *Augmented Solopreneurship*, que oferece um modelo conceitual estruturado e operacionalizável para investigação empírica futura, respondendo à agenda proposta por Obschonka et al. (2025) sobre cognição empreendedora mediada por IA como fronteira prioritária do campo.

Do ponto de vista prático, o framework oferece implicações relevantes para dois públicos. Para os próprios *solopreneurs*, o modelo sugere que o impacto estratégico da IAGen depende menos da adoção da ferramenta em si e mais da qualidade do uso cognitivo que dela se faz: ferramentas de IAGen utilizadas ativamente para explorar o ambiente, identificar padrões e reduzir incertezas de entrada tendem a produzir efeitos mais duradouros sobre a orientação estratégica do que usos meramente operacionais ou de automação de tarefas. Para formuladores de políticas de fomento ao empreendedorismo individual, o framework indica que programas de capacitação em IAGen para *solopreneurs* devem incorporar o desenvolvimento de competências cognitivas de reconhecimento e exploração de oportunidades como componente central, e não apenas o letramento tecnológico.

Este estudo apresenta limitações inerentes à sua natureza teórica. A ausência de teste empírico das proposições formuladas é a principal delas: as relações articuladas no framework *Augmented Solopreneurship* permanecem como proposições conceituais até que sejam submetidas à validação quantitativa ou qualitativa. Adicionalmente, o framework foi desenvolvido a partir de literatura predominantemente produzida em contextos do Norte Global, o que pode limitar sua aplicabilidade direta ao contexto brasileiro, onde as condições institucionais, o acesso a ferramentas de IAGen e o perfil do *solopreneur* apresentam especificidades que merecem investigação própria.

Como agenda de pesquisa futura, propõe-se o teste empírico do modelo de mediação sequencial por meio de modelagem de equações estruturais com mínimos quadrados parciais (PLS-SEM), método adequado à natureza exploratória e preditiva do modelo e às características de amostras de nicho específico (Hair et al., 2016). A coleta de dados junto a *solopreneurs* brasileiros usuários de IAGen permitiria não apenas validar as proposições do framework, mas também contribuir para a construção e validação de uma medida psicométrica para o uso estratégico de IAGen como variável individual, lacuna metodológica identificada por Uriarte et al. (2025). Estudos qualitativos com *solopreneurs* de diferentes setores e trajetórias poderiam, adicionalmente, aprofundar a compreensão dos mecanismos cognitivos propostos e revelar condicionantes contextuais não capturados pelo modelo conceitual atual.

Referências

Anderson, B. S., Kreiser, P. M., Kuratko, D. F., Hornsby, J. S. e Eshima, Y. (2015). Reconceptualizing entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 36(10), 1579-1596.

Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: how entrepreneurs connect the dots to identify new business opportunities. *Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119.

Chalmers, D., MacKenzie, N. G. e Carter, S. (2021). Artificial intelligence and entrepreneurship: implications for venture creation in the fourth industrial revolution. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(5), 1028-1053.
Cieślik, J. e van Stel, A. (2024). Solo self-employment: key policy challenges. *Journal of Economic Surveys*, 38(3), 759-792.
Cope, J. (2005). Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 373-397.
Fossen, F. M., McLemore, T. e Sorgner, A. (2024). Artificial intelligence and entrepreneurship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 20(3), 199-354.
Ganuthula, V. R. R. (2025). AI-enabled individual entrepreneurship theory: redefining scale, capability, and sustainability in the digital age. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(85), 1-21.
Giuggioli, G. e Pellegrini, M. M. (2023). Artificial intelligence as an enabler for entrepreneurs: a systematic literature review and an agenda for future research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 29(4), 816-837.
Gkypali, A. e Roper, S. (2024). Innovation and sales growth intentions among the solopreneurs: the role of experience and entrepreneurial self-efficacy. *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123201.
Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. e Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity, and profit*. University of Chicago Press.
Knight, G. A. (1997). Cross-cultural reliability and validity of a scale to measure firm entrepreneurial orientation. *Journal of Business Venturing*, 12(3), 213-225.
Kuckertz, A., Kollmann, T., Krell, P. e Stöckmann, C. (2017). Understanding, differentiating, and measuring opportunity recognition and opportunity exploitation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 23(1), 78-97.
Lisboa, A., Skarmeas, D. e Lages, C. (2011). Entrepreneurial orientation, exploitative and explorative capabilities, and performance outcomes in export markets: a resource-based approach. *Industrial Marketing Management*, 40(8), 1274-1284.
Lumpkin, G. T. e Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
McMullen, J. S. e Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31(1), 132-152.
Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A. e Smith, J. B. (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 93-104.
Nzembayie, K. F. e Urbano, D. (2025). Generative AI platforms as institutional catalysts of digital entrepreneurship: enablement, dependence and power dynamics. *Technology in Society*, 84, 103074.
Obschonka, M. e Audretsch, D. B. (2020). Artificial intelligence and big data in entrepreneurship: a new era has begun. *Small Business Economics*, 55(3), 529-539.
Obschonka, M., Grégoire, D. A., Nikolaev, B., Ooms, F., Lévesque, M., Pollack, J. M. e Behrend, T. S. (2025). Artificial intelligence and entrepreneurship: a call for research to prospect and establish the scholarly AI frontiers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 49(3), 620-641.
Powell, T. C., Lovallo, D. e Fox, C. R. (2011). Behavioral strategy. *Strategic Management Journal*, 32(13), 1369-1386.
Rezazadeh, F. e Bonehgazy, P. (2025). Digital co-founders: transforming imagination into viable solo business via agentic AI. *arXiv preprint*, arXiv:2511.09533.

Sawy, A., Bögenhold, D., O'Hagan-Luff, M. e van Stel, A. (2025). 'I am my business': solo entrepreneurs' self-presentation on social media. *Journal of Management and Organization*, 31, 2726-2747.

Shane, S. e Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Torraco, R. J. (2005). Writing integrative literature reviews: guidelines and examples. *Human Resource Development Review*, 4(3), 356-367.

Townsend, D. M. e Hunt, R. A. (2019). Entrepreneurial action, creativity, and judgment in the age of artificial intelligence. *Journal of Business Venturing Insights*, 11, e00126.

Uriarte, S., Baier-Fuentes, H., Espinoza-Benavides, J. e Inzunza-Mendoza, W. (2025). Artificial intelligence technologies and entrepreneurship: a hybrid literature review. *Review of Managerial Science*, 20(1), 251-299.

Wales, W. J., Gupta, V. K. e Mousa, F. T. (2013). Empirical research on entrepreneurial orientation: an assessment and suggestions of future research. *International Small Business Journal*, 31(4), 357-383.