



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CERRO LARGO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

JOSUÉ FERREIRA

**ESTUDO BIBLIOMÉTRICO SOBRE EMPREENDEDORISMO DIGITAL NA
PLATAFORMA GOOGLE ACADÊMICO ENTRE OS ANOS 2010 A 2021**

CERRO LARGO

2023

JOSUÉ FERREIRA

**ESTUDO BIBLIOMÉTRICO SOBRE EMPREENDEDORISMO DIGITAL NA
PLATAFORMA GOOGLE ACADÊMICO ENTRE OS ANOS 2010 A 2021**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação apresentado ao Curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), como requisito parcial para a obtenção de grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof. Dra. Luciana Scherer

CERRO LARGO

2023

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Perreira, Josué
Estudo bibliométrico sobre empreendedorismo digital
na plataforma Google Acadêmico entre os anos 2010 a 2021
/ Josué Perreira. -- 2023.
57 f. : il.

Orientadora: Doutorado Luciana Scherer

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de
Bacharelado em Administração, Cerro Largo, RS, 2023.

1. Empreendedorismo Digital. Inovação. Pesquisa
Bibliométrica. Vendas.. I. Scherer, Luciana, orient. II.
Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

Elaborada pelo sistema de Geração Automática de Ficha de Identificação da Obra pela UFFS
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

JOSUÉ FERREIRA

**ESTUDO BIBLIOMÉTRICO SOBRE EMPREENDEDORISMO DIGITAL NA
PLATAFORMA GOOGLE ACADÊMICO ENTRE OS ANOS 2010 A 2021**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de
Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul,
como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel
em Administração.

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi defendido e aprovado pela banca em:
14/02/2023

BANCA EXAMINADORA:

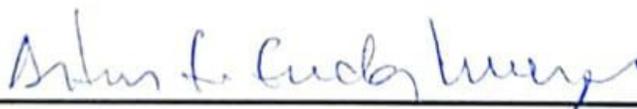


Prof.ª Luciana Scherer – UFFS

Orientadora



Prof. Roberto Ajala – UFFS



Prof. Artur Wuerges - UFFS

RESUMO

O empreendedorismo digital tem grande relevância nos diversos cenários brasileiros por proporcionar que empresários, tanto pequenos ou grandes possam ter acesso a ferramentas digitais e aumentar suas possibilidades de vendas de forma eficiente. Entender a dinâmica desse domínio da atividade humana é, portanto, fundamental para entender como o empreendedorismo digital funciona no âmbito brasileiro. Tendo isso em vista, este trabalho tem como objetivo elaborar uma bibliometria dos artigos publicados sobre empreendedorismo digital na plataforma Google acadêmico entre 2010 a 2021. Para esse propósito, foram descritos sobre o empreendedorismo, sobre o empreendedorismo corporativo e o perfil do empreendedor, além de buscar o contexto sobre empreendedorismo digital, a sua evolução, as oportunidades que oferece e mostrar os exemplos de empreendedorismo. Assim, foi realizada uma pesquisa bibliométrica descritiva que identificou 22 artigos, os quais foram apresentados em forma de um breve resumo para posterior análise sobre temas secundários, evolução ao longo do tempo, métodos utilizados, instituição e número de autores. A evolução dos artigos sobre empreendedorismo digital no Google Acadêmico entre 2010 a 2021, revelando os métodos utilizados nos artigos são na maioria (63%) qualitativo, identificando os seguintes temas secundários mais utilizados nos artigos – Inovação, tecnologia, Comunicação e Empresas. Foram identificadas 22 instituições as quais os autores estão vinculados, sendo 18 brasileiras. O número de autores varia entre 1 e 8 pessoas.

Palavras Chave: Empreendedorismo Digital. Inovação. Pesquisa Bibliométrica. Vendas.

ABSTRACT

Digital entrepreneurship has great relevance in the various Brazilian scenarios as it provides entrepreneurs, whether small or large, with access to digital tools and efficiently increase their sales possibilities. Understanding the dynamics of this domain of human activity is, therefore, fundamental to understanding how digital entrepreneurship works in the Brazilian context. This work aims to elaborate a bibliometrics of articles published on digital entrepreneurship on the Google Scholar platform between 2010 and 2021. For this purpose, entrepreneurship, corporate entrepreneurship, and the entrepreneur's profile were described, in addition to seeking the context on digital entrepreneurship, its evolution, the opportunities it offers and showing examples of entrepreneurship. Thus, descriptive bibliometric research was carried out that identified 22 articles, which were presented in the form of a brief summary for further analysis on secondary topics, evolution over time, methods used, institution and number of authors. The evolution of articles on digital entrepreneurship in google academic between 2010 and 2021, revealing the methods used in the articles are mostly (63%) qualitative, identifying the following secondary themes most used in the articles – Innovation, technology, Communication and Business. We identified 22 institutions to which the authors are linked, 18 of which are Brazilian. The number of authors of each article varies between 1 and 8 people.

Keywords: Digital Entrepreneurship. Innovation. Bibliometric Research. Sales.

LISTA DE QUADROS

Quadro - 1 Perfil do empreendedor	21
Quadro - 2 Dados dos artigos coletados.....	29
Quadro - 3 Plano de coleta de dados com referência aos objetivos.....	31
Quadro - 4 Panorama dos estudos relacionados a empreendedorismo digital	33
Quadro – 5 Área temática dos artigos associada à temático do Empreendedorismo digital	48
Quadro – 6 Vinculação institucional dos autores	48

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Total de artigos.....	46
Gráfico 2 – Abordagem metodológica dos artigos selecionados	47
Gráfico 3 – Demonstração das nacionalidades dos artigos	49
Gráfico 4 – Demonstração das regiões dos artigos.....	50
Gráfico 5 – Quantidade de autores por trabalho.....	51

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Conceitos do empreendedorismo e do empreendedor segundo a literatura... 17	17
Figura 2 - Características do empreendedor corporativo 20	20
Figura 3 – Filtros para preencher no software Publish or Perish..... 28	28
Figura 4 - Assuntos mais abordados entre os artigos coletados 45	45

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	TEMA	13
1.2	PROBLEMA	13
1.3	OBJETIVOS	13
1.3.1	Objetivo geral	13
1.3.2	Objetivos específicos.....	13
1.4	JUSTIFICATIVA.....	14
1.5	ESTRUTURA DO TRABALHO	15
2	REFERENCIAL TEÓRICO	16
2.1	EMPREENDEDORISMO	16
2.1.1	Empreendedorismo corporativo	18
2.1.2	O perfil do empreendedor	21
2.2	EMPREENDEDORISMO DIGITAL.....	23
2.2.1	Evolução do empreendedorismo digital.....	23
2.2.2	Oportunidades do empreendedorismo digital	25
2.2.3	Exemplos de empreendedorismo digital	25
3	METODOLOGIA.....	27
3.1	PESQUISA BIBLIOMÉTRICA	27
3.2	PESQUISA NA BASE DE DADOS.....	28
3.3	COLETA DOS ARTIGOS	28
3.4	ARTIGOS COLETADOS	28
4	ANÁLISE DE DADOS	32
4.1	PANORAMA GERAL DOS ARTIGOS SELECIONADOS	32
4.2	QUANTIFICAÇÕES DAS PRODUÇÕES	46
4.3	TIPOS DE METODOLOGIA ADOTADAS NAS PUBLICAÇÕES	46

4.4	IDENTIFICAÇÃO DOS TEMAS SECUNDÁRIOS EM RELAÇÃO AO TEMA EMPREENDEDORISMO DIGITAL	47
4.5	VINCULAÇÃO INSTITUCIONAL DOS AUTORES.....	48
4.6	IDENTIFICAÇÃO DOS AUTORES QUE PUBLICARAM SOBRE O TEMA EMPREENDEDORISMO DIGITAL	50
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
	REFERÊNCIAS.....	54

1 INTRODUÇÃO

Essa pesquisa tem como principal assunto o empreendedorismo digital, o qual busca apresentar as perspectivas da produção científica na plataforma Google acadêmico. Para Franco et al (2021) O empreendedorismo digital é uma forma de negócio que utiliza meios virtuais (como a Internet) para comercializar um serviço ou produto sem a necessidade de um espaço físico. Assim, cursos online, eBooks, cursos em vídeo, aplicativos, softwares e jogos são alguns dos principais formatos utilizados. As pessoas usam a inovação da Internet para criar novos negócios, no qual podem ser chamadas de "empreendedores da Internet". Muitas pessoas que perderam o emprego durante a Pandemia COVID – 19¹ optam por iniciar seus próprios negócios na Internet, pois abrir um negócio por conta própria traz grandes vantagens, como alta lucratividade, baixo custo de manutenção e boa qualidade de vida (FRANCO et al, 2021). O empreendedorismo digital engloba um grande número de pessoas e está em constante expansão.

Sendo assim no atual cenário em que vivemos a busca constante pelo acesso a tecnologia é muito grande. As pessoas estão procurando maneiras de realizar tarefas cotidianas com rapidez e segurança, como fazer compras, ler, pagar e muito mais, sem sair de casa (OLIVEIRA et al, 2019). Isso deu origem à ideia de ser um empreendedor digital, mas também uma forma de obter uma remuneração e assim transformando em negócios. O desenvolvimento do empreendedorismo digital na sociedade brasileira está cada vez mais atestando isso, pois a partir da criação de negócios focados principalmente em mídias digitais ou na transformação de negócios existentes com novas tecnologias (FANG; COLLIER, 2017).

O empreendedor que investir na internet é preciso situar-se sobre as questões de riscos. Para Maximiano (2006) refere-se aos indivíduos que estão dispostos a realizar o empreendedorismo digital que disponham – se a correr riscos para iniciar um negócio. A pessoa não precisa nascer com as características empreendedoras, mas podendo sim adquiri-las ao longo do tempo, de acordo com as situações vivenciadas (DOLABELLA, 1999).

¹ Pandemia do COVID – 19 pode é compreendida da seguinte forma, o novo coronavírus é designado como síndrome respiratória aguda grave coronavírus-2 (Sars-Cov-2) e doença de coronavírus-19 (COVID-19) doenças que promovem infecção aguda, sem status de infecção crônica e em humanos não são seu hospedeiro natural; 2 a 4 semanas, o vírus é eliminado pelo organismo; se o vírus não encontrar um hospedeiro, a doença acaba; portanto, o sucesso do combate depende da mudança da pandemia.

A partir da importância do empreendedorismo digital tem atualmente, este trabalho tem como escolha a bibliometria sobre o tema empreendedorismo digital. Para Chueke e Amatucci (2015) o estudo bibliométrico na pesquisa é utilizado afim de adquirir contribuição numa área específica, com o intuito de poder reconhecer problemas futuro, e assim, possa estudado, trazendo um conhecimento científico para o desenvolvimento progressivo. A fonte utilizada para a coleta dos artigos relacionados ao tema empreendedorismo digital, delimitando o tempo entre 2010 a 2021 foi na plataforma Google acadêmico, com a ajuda do software *publish or perish*. Esse estudo tem sua importância pelo fato de haver uma verificação na questão da produção de publicações sobre o tema empreendedorismo digital. O intuito é que haja mais pesquisa nesse tema, para que o conhecimento nessa área seja mais evoluído.

1.1 TEMA

Estudo bibliométrico sobre empreendedorismo digital na plataforma Google Acadêmico entre os anos 2010 a 2021

1.2 PROBLEMA

Direcionando para a pesquisa referente sobre a pouca percepção que empresários está tendo com o empreendedorismo digital no Brasil elaborou se um problema de pesquisa, sendo: Quais as características da produção científica sobre empreendedorismo digital na plataforma Google acadêmico entre 2010 a 2021?

1.3 OBJETIVOS

O trabalho tem um objetivo geral e cinco objetivos específicos, que são apresentados a seguir:

1.3.1 Objetivo geral

Elaborar uma bibliometria dos artigos publicados sobre empreendedorismo digital na plataforma Google acadêmico entres 2010 a 2021.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Identificar a evolução do número de artigos publicados ao longo desse período sobre o empreendedorismo digital;
- b) Identificar quais os métodos foram usados nos referidos artigos;
- c) Identificar quais os temas secundários abordados nos trabalhos sobre empreendedorismo digital publicados no período estudado;

- d) Identificar quais são as instituições de ensino com maior quantidade de publicações;
- e) Verificar a quantificação de autores que publicaram estudos sobre empreendedorismo digital.

1.4 JUSTIFICATIVA

O empreendedorismo é essencial para a sociedade, pois está desenvolvendo um papel no qual atinge diretamente as questões econômicas, criando novas interações de trabalho e novos empregos para a sociedade em geral, e também, rompendo os paradigmas impostos pela cultura da sociedade (DORNELAS, 2012). Para que o indivíduo entre no ramo empreendedor é preciso que busque conhecimentos, desenvolvendo suas habilidades pessoal e profissional para que possa atingir seus objetivos, não necessariamente criando um perfil, mas esboçando suas ideias no papel (TAJRA, 2019). Sendo assim o necessário seria essa apropriação de habilidade no ambiente universitário.

Segundo Libardi (2018) quando se está no âmbito universitário a uma incerteza no por parte do estudante em relação ao seu futuro no mercado de trabalho, olhando para um cenário atual e futuro o empreendedor se torna algo muito bem visto como uma oportunidade, sendo que existem pesquisas de diferentes autores sobre o empreendedorismo e empreendedorismo digital.

O empreendedorismo digital possui um baixo custo em relação ao suporte nas telecomunicações, pois possibilita a ingressão de micro e pequenas empresas ao mercado, para que isso possa se realizar o empreendedor precisa ter conhecimento das tecnologias, afim de satisfazer seu público e seus clientes (PEREIRA; BERNARDO, 2016).

O mundo digital trouxe uma mudança muito grande, no qual impacta diretamente no método em que empresários fazem seus negócios hoje (KRAUS et al, 2019). As ferramentas digitais terão que ser usadas a favor dos investidores (empreendedores), para que possam acompanhar o mercado atual, atuando com inteligência, inovação e singularidade, o interesse em pesquisas crescente sobre empreendedorismo digital passa por um número crescente de publicações sobre o tema, mas se encontra poucas publicações em relação ao tema.

Sendo assim o presente trabalho teve como finalidade apresentar a importância que o empreendedorismo digital tem na sociedade e no ambiente acadêmico, pois as ferramentas tecnológicas precisam ter conhecimentos da nova geração. Dessa forma,

para o autor Castells (2003) o uso da internet é um meio de comunicação, pois permite que haja troca de informações entre pessoas de diferentes localidades, cultura, social, economia e política.

1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

O texto apresenta a estrutura da seguinte forma: no primeiro capítulo apresenta a introdução, fazendo parte o tema de pesquisa, o problema de pesquisa, os objetivos gerais e específicos, a justificativa e termina com a estrutura do trabalho. No segundo capítulo mostra o referencial teórico, onde fala sobre empreendedorismo geral e seus conceitos, empreendedorismo corporativo, Empreendedorismo digital a evolução do empreendedorismo digital as oportunidades em que o empreendedorismo digital oferece e os exemplos de empreendedorismo digital.

O terceiro capítulo é a metodologia usado no trabalho, onde trata de um estudo bibliométrico, sendo assim, conta com três subcapítulos, o primeiro subcapítulo fala sobre a pesquisa no Google acadêmico usando um software passo a passo, o segundo subcapítulo mostra a coletas dos artigos e finaliza com a apresentação dos referidos artigos, mostrando toda a contextualização dos artigos coletados. No quarto capítulo situa-se a análise de dados, onde analisa toda os objetivos específicos do trabalho e no quinto capítulo as considerações finais, sendo o trabalho finalizado com as referências.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo é apresentado os tópicos relacionados ao assunto empreendedorismo e empreendedorismo digital, sendo assim, apresenta o empreendedorismo geral e seus conceitos, empreendedorismo corporativo, qual o perfil empreendedor, empreendedorismo digital e seus conceitos, a evolução do empreendedorismo digital e quais as oportunidades o empreendedorismo digital oferece.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é um termo a ser estudado e aprofundado no Brasil, contudo, está adquirindo espaço e força, crescendo significativamente nos últimos anos e sendo bem vistos por muitos devido a capacidade que tem na inovação dos negócios, por isso obter conhecimento sobre o assunto e conhecer o que é empreendedorismo e o que é empreendedor é essencial. De acordo com Hisrich et al (2014) o empreendedorismo engloba ações empreendedora através de criações de novos produtos/processos ou a entrada em novos mercados, o que pode ocorrer com a atuação de uma organização recém-criada, ou mesmo dentro de uma organização já estabelecida. Para que uma organização seja eficiente é preciso ter um empreendedor qualificado.

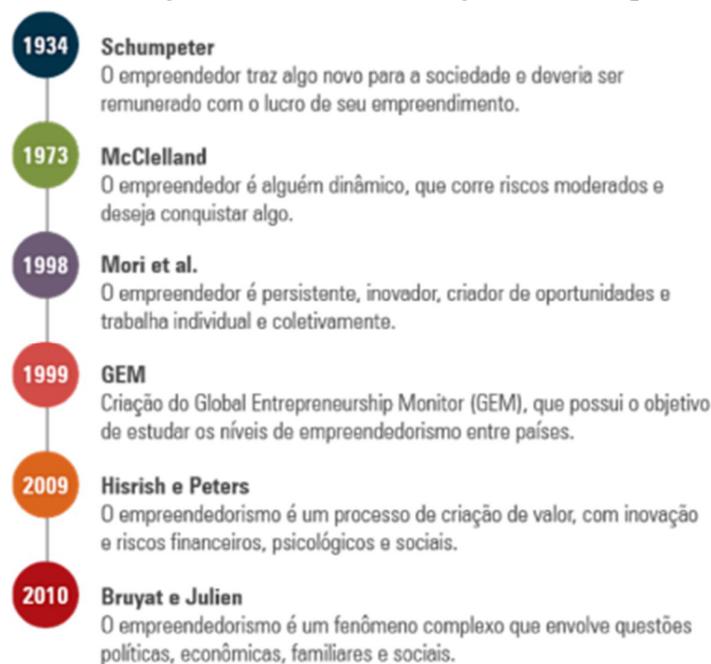
Segundo Mendes (2009) o empreendedor é aquela pessoa capaz de imaginar ou até mesmo modificar algo favorável para os negócios. A relação empreendedorismo com o empreendedor precisa estar diretamente relacionado e ligado, para que fique mais claro será apresentado alguns conceitos históricos do empreendedorismo e do empreendedor.

A principal característica para que possa ser entendido o tema empreendedorismo é compreender o seu conceito. A palavra empreendedorismo tem como tradução do inglês *entrepreneurship*, no qual tem significado “estudo relativos ao empreendedor”, focando em suas características e na atuação de mercado (DORNELAS, 2012). O empreendedorismo possui conceitos e percepções de diferentes pensadores, mas tem algo em comum, a importância para a sociedade em geral. Dolabela (2006, p.30) assegura que “o empreendedorismo é a melhor arma contra o desemprego”. “A palavra empreendedora (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo” (DORNELAS, 2008).

Para compreender qual o conceito é o adequado, é importante esclarecer o que é ser empreendedor. Uma das mais antigas definições é do autor Joseph Schumpeter (1949) “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formulas de organização ou pela

exploração de novos recursos e materiais”. Já para o autor Kirzner (1973) tem uma abordagem diferente, no qual seu conceito diz que o empreendedor consegue criar em tempos de turbulência e caos, algo positivo encontrando um equilíbrio, achando oportunidades em tempos ruins. Esses apresentados acima são conceitos sobre empreendedor considerados os mais antigos no ramo do empreendedorismo, mas não tem como afirmar qual desses é o mais adequado. Já no século recente autores como, Dolabela (2010) esclarece que o principal objetivo do empreendedor é alcançar seus sonhos, ficando claro quando afirma: “O empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade” (DOLABELA, 2010). Conforme o tempo outras percepções do empreendedor foram criadas, com outras definições e conceitos. Na Figura – 1 estão representados as definições e os conceitos do empreendedor e o empreendedorismo segundo a literatura, entre 1934 a 2010.

Figura 1 - Conceitos do empreendedorismo e do empreendedor segundo a literatura



Fonte: RUIZ (2018).

Alguns autores definem que os empreendedores são fundamentais para o empreendedorismo e o novo tipo de negócio ou novas empresas, outros abordam que o empreendedor que puder calcular o risco é capaz de diminuir o mesmo (RUIZ, 2019). Sendo assim é importante compreender o que é o empreendedorismo. Para Barreto (1998, p. 190) “empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”. O empreendedorismo em geral pode ser entendido que é como fazer algo com criatividade e inovação, consistindo em fazer algo prazeroso, tanto como,

projetos pessoais ou pertencentes a organizações, correndo riscos e aproveitando oportunidades (BAGGIO; BAGGIO, 2014). Os conceitos de empreendedorismo são muito amplos.

Uma definição do empreendedorismo no qual é classificada como mais amplo e contemporâneo, Hisrich e Peters (2009) abordam que o empreendedorismo funciona como um processo, onde cria valores com inovação, mas algum risco financeiro, psicológicos e sociais, colocando a questão financeira como recompensa e conseqüentemente a satisfação pessoal. No entanto, como indicam Bruyat e Julien (2010) é difícil controlar – se a essas definições, pois não existe uma única forma de definir e compreender o empreendedorismo ou definir o empreendedor, se tornando assim algo complexo aos olhos de cada um, visto que, empreendedorismo engloba questões como, político e econômico, relações familiares, redes de contatos, etc. Sendo assim, as pesquisas sobre o empreendedorismo veem aumentado, com o intuito de entender mais profundamente o conceito do empreendedorismo.

Conforme colocado por Chiavenato (2007) o empreendedorismo não trata apenas de pequenas empresas e novos empreendimentos, não se trata apenas de criar novos produtos ou serviços, mas trata-se de inovação em todas as áreas de negócios, aplicando-se questões inovadoras, no qual está longe de se esgotar. Quando os colaboradores de uma organização colocam o empreendedorismo em prática, temos como resultado o empreendedorismo corporativo.

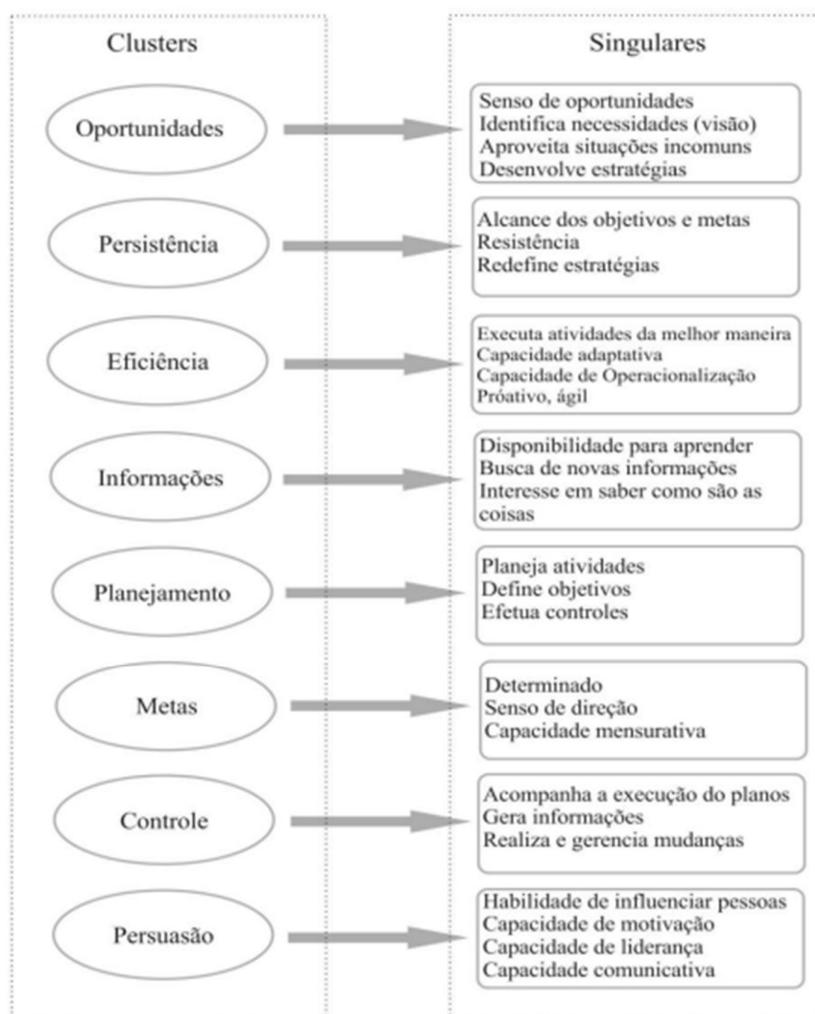
2.1.1 Empreendedorismo corporativo

O empreendedorismo praticado dentro das organizações estruturadas recebe o nome de empreendedorismo corporativo, no qual é denominada como inovação e pode ser desenvolvida juntamente com os conceitos de empreendedorismo, aplicados internamente, ficando claro quando Dornelas (2008) esclarece que “Empreendedorismo corporativo é o processo pelo qual um indivíduo ou um grupo de indivíduos, associados a uma organização existente, criam uma nova organização ou instigam a renovação ou inovação dentro da organização existente”. Burgelman (1984) define o empreendedorismo corporativo como “extensão dos domínios de competência da organização e de oportunidade correspondente determinada pela combinação de novos recursos gerados internamente na organização”. Sendo esses recursos gerados pelas pessoas dentro da organização.

O principal sentido no empreendedorismo corporativo é entender o que é ser uma pessoa empreendedora corporativa. Segundo Rodrigues e Teixeira (2015) o empreendedor corporativo é definido como uma pessoa que tenha imaginação e consiga desenvolver sentidos auxiliando na busca de momentos favoráveis, tanto no presente, quanto no futuro. Sendo assim o esse tipo de empreendedorismo faz com que as pessoas dentro da organização se tornem parceiros, fazendo assim que se tornem independentes e possam tomar iniciativas e conduzir projetos que agreguem valor ao negócio (COSTA; CERICATO; MELO, 2007). Segundo Pinchot (2004) os empreendedores corporativos, são aquelas pessoas capazes de transformar ideias em realidades dentro de uma organização.

Para ficar mais claro sobre o empreendedor corporativo é preciso situar-se sobre as características do mesmo, a partir de uma pesquisa na literatura existem várias características no qual definem o empreendedor corporativo, sendo assim foram classificados em clusters, fazendo assim a organização situar-se das informações de forma compreensível no que foi pesquisado. Na Figura 2 estará apresentado as características do empreendedor corporativo.

Figura 2 - Características do empreendedor corporativo



Fonte: Rodrigues; Teixeira, (2015).

A principal característica do empreendedor corporativo é a inovação. Dentro das organizações, de acordo com a evolução, as aplicações do empreendedorismo corporativo devem garantir sua sobrevivência, e por meio da “inovação” se adaptar ao contexto ambiental. Segundo Chiavenato (2003) em muitos casos, a inovação será consequência da demanda dependendo de qual tipo de segmentos de mercado, por exemplo, a formulação de um novo conceito baseado em um novo conhecimento científico ou técnico, por meio de mudanças tecnológicas e principalmente da inovação, a organização auxiliará para uma atuação superior. Para Porter (1986) “A estratégia competitiva envolve o posicionamento de um negócio de modo a maximizar o valor das características que o

distinguem de seus concorrentes”. Sendo assim, algo competitivo mesmo aplicado dentro de uma organização já estruturada.

2.1.2 O perfil do empreendedor

No âmbito do empreendedorismo existe uma dificuldade em traçar um perfil adequado do empreendedor, pois cada indivíduo se comporta de um jeito, possuindo características diferentes. Segundo Dornelas (2007) traçar um perfil é uma tarefa difícil, pois em algumas ocasiões o mesmo indivíduo possa ter mais de um perfil empreendedor. Segundo Chér (2008) os empreendedores podem surgir de inúmeras maneiras e sob diversas influências. A seguir é apresentado os oito tipos de empreendedores analisados por Dornelas (2007).

Quadro - 1 Perfil do empreendedor

TIPOS DE EMPREENDEDOR	CARACTERÍSTICAS
Empreendedor Nato	Geralmente começam a trabalhar muito jovens, adquirindo habilidades de negociação e vendas. Consequentemente são conhecidos por suas histórias brilhantes.
Empreendedor que aprende	Esse tipo de empreendedor é aquele mais comum entre todos, pois quando se deparam com uma oportunidade de negócio toma a decisão de focar apenas nisso.
Empreendedor Serial	É aquele apaixonado em empreender, onde cria sua empresa e não se contenta em quanto o seu negócio virar uma grande corporação.
Empreendedor Corporativo	Geralmente são executivos muito competentes, obtém conhecimentos e são capazes de gerenciar ferramentas administrativa.
Empreendedor Social	Seu objetivo é construir um mundo melhor para a sociedade. Envolvendo-se em causas humanitárias, no qual tem um forte desejo de mudar o mundo criando oportunidades para quem não tem acesso, o que o diferencia de outros tipos de empreendedores é que eles fazem isso vendo seus projetos trazerem resultados para outros.
Empreendedor por Necessidade	Criam seus próprios negócios por não ter escolha, não tendo outra opção a não ser trabalhar por conta própria, muitas vezes já obtendo acordos com negócios informais realizando tarefas simples, prestando serviços com pouco retorno financeiro.
Empreendedor Herdeiro	Recebem a missão de herdar o legado da família muito cedo. A empresa familiar faz parte de negócios em todos os países.
Normal ou Empreendedor de sucesso	Ele vê o planejamento como uma das atividades mais importantes do desenvolvimento empresarial. Empreendedores que planejam minimizar riscos, se preocupam com os próximos passos do negócio, têm visão de futuro e trabalham de acordo com metas.

Fonte: Adaptado Dornelas (2007).

A representação do Quadro – 1 mostra que os empreendedores possuem diferenças entre si, pois contém traços específicos que se destacam daqueles tipicamente encontrados em gestores, no qual, estes anseiam por poder, promoção e recompensas, enquanto os empreendedores, eles querem a liberdade de continuar seus projetos. Em uma pesquisa de Schmidt e Bohnenberger (2009) fizeram um estudo da base dos conceitos do perfil empreendedor. Construindo assim uma estrutura e suas características do perfil empreendedor, onde está representada na Tabela 1, a seguir:

Tabela 2 – Características do perfil empreendedor

Características	Descrição
Auto eficaz	É a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercitar controle sobre eventos na sua vida.
Assume riscos calculados	Pessoa que, diante de um projeto pessoal, relaciona e analisa as variáveis que podem influenciar o seu resultado, decidindo, a partir disso, a continuidade do projeto.
Planejado	Pessoa que se prepara para o futuro.
Detecta oportunidades	Habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança.
Persistente	Capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até mesmo a privações sociais, em projetos de retorno incerto.
Sociável	Grau de utilização da rede social para suporte à atividade profissional.
Inovador	Pessoa que relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa.
Liderança	Pessoa que, a partir de um objetivo próprio, influencia outras pessoas a adotarem voluntariamente esse objetivo.

Fonte: Schmidt; Bohnenberger, (2009).

O estudo de Schmidt e Bohnenberger (2009) foi definido oito características do perfil empreendedor, assim descritos pelos autores: Autoeficaz; Assume riscos calculados; Planejador; Detecta oportunidades; Persistente; Sociável; Inovador; e Líder.

2.2 EMPREENDEDORISMO DIGITAL

O empreendedorismo digital só foi possível ser criado pelo fato de a internet ser criada. Limeira (2007) afirma que a internet é uma rede interconectada e também uma rede mundial de computadores, no qual são ligadas por cabos ou sem fio (wireless), possibilitando assim que aja interação entre as pessoas do mundo todo de forma rápida e com custos baixos. Mas para que aja compreensão sobre o empreendedorismo digital é preciso conhecer a sua história e o seu surgimento. Segundo Bastos (2016) o empreendedorismo digital surgiu na década de 1970, mesma época em que a internet surgiu, e conseqüentemente quem tivesse condições poderiam acessar qualquer tipo de rede, se tornando aliada nessa inovação, usando as técnicas corretas poderá ter um propósito de oferecer serviço ou produto a fins de gerar lucro.

A internet obteve uma maior expressão apenas nos anos 1990, quando teve incentivos e apoio. Para Monteiro (2001) a internet no Brasil teve uma maior expressão na década de 1990, com os incentivos dos ministérios das comunicações, ciência, tecnologia e inovação e também do governo federal. Segundo Chiavenato (2008) a internet conseguiu fazer uma revolução significativa, principalmente no mundo dos negócios, no qual as empresas podem colocar seus produtos e serviços à disposição dos consumidores a qualquer hora e em qualquer lugar do mundo, fazendo como uma vitrine online.

Sendo assim, o empreendedorismo digital, de uma forma concreta, é caracterizado quando o empreendedor consegue identificar as oportunidades no meio digital, sabendo utilizar as ferramentas das mídias disponíveis para criar seu negócio (CAETANO, 2014).

2.2.1 Evolução do empreendedorismo digital

Com o passar dos anos tudo evolui: as crianças crescem, as plantas crescem, pensamentos mudam e juntamente com essa evolução a tecnologia muda, por exemplo, a internet, no qual sua evolução é determinante para os negócios. Segundo Terra (2021) atualmente com o crescimento da internet fica muito fácil acessar qualquer tipo de rede, sendo que esse acesso pode ser feito por qualquer tipo de máquina, computadores e

celular, no qual esse último pode ser carregado com facilidade. Chiavenato (2008) afirma que a Internet modernizou, principalmente no mundo dos negócios, onde as empresas podem oferecer seus produtos e serviços aos consumidores a qualquer hora, em qualquer lugar. A Internet desempenha um papel fundamental na criação de empresas no ambiente digital, deixando claro que sem isso a digitalização seria impossível.

Com a facilidade ao acesso à internet aos poucos se tornou algo rotineiro na vida das pessoas. Szalavetz (2020) a tecnologia se tornou algo presente na rotina das pessoas, possibilitando obter as relações e as atividades entre essas pessoas, assim como a tecnologia, o relacionamento entre pessoas e empresas contem também uma constante evolução, se direcionando principalmente para a utilização dos meios digitais, através de um equipamento. Com essa facilidade ao acesso à internet muitas empresas optaram por utilizar ao seu favor, como consta no próximo parágrafo. Segundo MARTINS (2019) 90% das empresas utilizam a transformação digital ao seu favor e que 50% dessas empresas iniciaram digitalmente em menos de um ano, esses tipos de investidores veem com bons olhos os pontos que os favorecem. Existindo assim possibilidade para empreendedores investir no empreendedorismo digital, e com o surgimento da Pandemia COVID-19 muitas empresas tiveram que correr para o empreendedorismo digital.

Esse investimento faz com que a empresa crie estruturas adequadas para se manterem no mercado. Na opinião de Chen et al (2019) A ascensão de empresas cada vez mais modernas depende da falta de infraestrutura digital e custos marginais, produtos e serviços digitais são distribuídos por meio de canais virtuais e instantaneamente acessíveis a usuários em todo o mundo. A subida de um número crescente de empresas modernas depende da ausência de infraestrutura digital e do custo marginal de produtos e serviços digitais distribuídos por meio de canais virtuais e acesso instantâneo a usuários em todo o mundo.

Segundo Nambisan (2017) os alicerces do empreendedorismo digital desempenham um papel crítico na definição de resultados e limites de negócios. Especificamente, as características dos produtos e plataformas digitais, por si e em conjunto, podem injetar novas capacidades em diferentes ambientes de mercado, reformular caminhos existentes ou abrir novos caminhos para criar valor, reduzindo assim os constrangimentos das ofertas e oportunidades de mercado existentes.

2.2.2 Oportunidades do empreendedorismo digital

Os negócios via internet são os que mais atraem os empreendedores, sendo uma das causas o uso de investimentos. Segundo Degen et al (2009) fazer negócios pela Internet é um dos setores organizacionais que mais atrai os futuros empreendedores, sendo um dos motivos mais relevantes é o investimento relativamente baixo em comparação com as empresas físicas. Por outro lado, é sempre necessário Fique de olho nos seus concorrentes, pois a concorrência é mais intensa na internet.

Dessa forma a maior consequência do rápido aumento da internet foi o empreendedorismo digital, no qual ocorre quando o empreendedor busca novas oportunidades pela internet. Sendo dessa forma que o empreendedor lucra digitalmente (CAETANO, 2014). Essa oportunidade fez com que empresas físicas migrassem para o ambiente virtual. Para Gomes e Taveira (2003) as empresas migraram para a internet e a forma de fazer negócios mudou, levando os empreendedores a se adaptarem ao ambiente virtual. Agora na internet eles são chamados de "e-empendedor", "web-empendedor" e "empendedor virtual".

Para que o empreendedor seja de sucesso e possa aproveitar as oportunidades é preciso estar ciente das questões variáveis, por exemplo, a concorrência que a no ambiente virtual. Portanto, um empreendedor que deseja entrar no ambiente digital deve ter em mente que precisa correr riscos para obter vantagem competitiva sobre seus concorrentes (PEREIRA; BERNARDO, 2016).

2.2.3 Exemplos de empreendedorismo digital

Com o crescimento da internet o empreendedor colocou ao seu fazer, criando novas oportunidades de investir, no brasil a muito exemplos de empreendedorismo digital, pois são as empresas que sempre priorizam a tecnologia e inovação. (G1, 2022) essas empresas colocam a tecnologia e a inovação em primeiro lugar, entregando soluções digitais aos consumidores de forma inovadora, prática e rápida. São inúmeros exemplos de empreendedorismo digital, para (Gums, 2021) existem três investimentos que chamou muita a atenção dos empreendedores, são, curso de churrasco, aulas de dança pela internet e Curso online de veterinária. São alguns exemplos de empreendedorismo digital.

No Brasil não falta exemplos de empreendedorismo digital. Exemplos de empreendedorismo digital não faltam, pode ser colocados, como exemplos, empresas de streaming de vídeos, de cursos online, marketplaces, e-commerces, aplicativos, softwares e negócios de criptomoeda G1 (2022). Na internet e no empreendedorismo

digital a lugar para todos os tipos de perfis. Para Godoy (2022) existem cinco tipos de empreendedorismo digital capaz de oferecer oportunidades a qualquer área profissional, são, Marketing de afiliados; Freelancer de conteúdo; Influenciador digital; E-commerce e Curso EAD.

Após o surgimento da Pandemia COVID – 19 praticamente todos os negócios possuem algumas características digitais, desde o varejo, passando pelo agronegócio. E quem não estava digitalizado precisou se adaptar no mercado atual (TORRES, 2021).

3 METODOLOGIA

O capítulo 3 apresenta a metodologia utilizada nesta pesquisa, no qual apontou os passos metodológicos para alcançar os objetivos, no presente trabalho a pesquisa foi composta por uma análise bibliométrica. Sendo assim, foi dividido em três partes: o primeiro passo a pesquisa sobre o tema na plataforma Google acadêmico, usando a ferramenta “*Publish or Perish*”. O segundo passo foi a coleta de artigos denominados científicos nos quais se referem ao mesmo assunto ou mesmo sentido, o terceiro passo foi a apresentação dos artigos coletados, sendo assim, foi realizado a análise para atingir os objetivos propostos.

3.1 PESQUISA BIBLIOMÉTRICA

A pesquisa do referido trabalho é classificada como pesquisa bibliométrica, no qual terá a finalidade de analisar as características e publicações sobre empreendedorismo digital na plataforma Google Acadêmico entre os anos de 2010 a 2021. Muito embora a Bibliometria tenha surgido como uma técnica quantitativa e estatística no qual tem a finalidade medir os índices de produção e disseminação do conhecimento científico (ARAÚJO, 2006), ela também pode ser analisada de forma qualitativa, sem o uso das técnicas e softwares de análises estatísticas, como um método flexível para avaliar a tipologia, a quantidade e a qualidade das fontes de informação citadas em pesquisas (PREDIGER; SCHERER; ALLEMBRAND, 2018)

De acordo com Vanti (2002) os principais objetivos da bibliometria são: Identificar as tendências e o crescimento do conhecimento em uma área; Identificar as revistas do núcleo de uma disciplina; Mensurar a cobertura das revistas secundárias; Identificar os usuários de uma disciplina; Prever as tendências de publicação; Estudar a dispersão e a obsolescência da literatura científica; Prever a produtividade de autores individuais, organizações e países; Medir o grau e padrões de colaboração entre autores; Analisar os processos de citação e co-citação; Determinar o desempenho dos sistemas de recuperação da informação; avaliar os aspectos estatísticos da linguagem, das palavras e das frases; Avaliar a circulação e uso de documentos em um centro de documentação; por fim, Medir o crescimento de determinadas áreas e o surgimento de novos temas. Usando o método bibliométrico neste trabalho poderemos obter resultados significativos referente ao tema, onde é um assunto importante e de momento.

O trabalho é classificado como uma pesquisa descritiva. Segundo Gil (2018) esse modelo de pesquisa visa caracterizar uma determinada população ou fenômeno e

possivelmente identificar possíveis relações entre as variáveis. Neste estudo, será descrita características do trabalho científico analisado, como o tipo de pesquisa utilizada, a natureza da pesquisa, os detalhes da pesquisa, o número de autores e os temas relacionado ao empreendedorismo digital.

3.2 PESQUISA NA BASE DE DADOS

Este subcapítulo apresenta os passos para realizar a pesquisa na plataforma Google acadêmico, usando o software *Publish or Perish*. Segundo Santos (2019) o Google acadêmico é uma ferramenta online utilizada por pesquisadores afim de localizar artigos, teses, dissertações e outras publicações. O primeiro passo então foi a instalação do software, logo depois colocado os filtros, foi preenchido no *title words*, ou palavras do título em português as seguintes palavras chave usando aspas “Empreendedorismo digital”, após isso, foi filtrado os anos, entre 2010 a 2021. Na Figura 3 mostra como é a página inicial do software para aplicar os filtros.

Figura 3 – Filtros para preencher no software *Publish or Perish*

The screenshot shows the search interface of the Publish or Perish software. It features several input fields and controls:

- Authors:** An empty text input field.
- Publication name:** An empty text input field.
- Title words:** A text input field containing the phrase "Empreendedorismo digital" in quotes.
- Keywords:** An empty text input field.
- Years:** A range filter set to "2010 - 2021".
- Maximum number of results:** A dropdown menu set to "1000".
- Include:** Checkboxes for "CITATION records" (checked) and "Patents" (unchecked).
- Action buttons:** "Search", "Search Direct", "Clear All", "Revert", and "New" (with a dropdown arrow).
- Help:** A small blue link in the top right corner.

Fonte: Elaborado pelo Autor (2022).

3.3 COLETA DOS ARTIGOS

Após realizar a filtragem na ferramenta *Publish or Perish*, o software mostrou um total de 60 artigos, contendo artigos publicados em revistas, bibliotecas digitais, congressos, repositórios e conferencias, contudo, foi feito manualmente uma eliminação de artigos publicados em congressos, bibliotecas digitais e conferências. Com a eliminação concluída, foram escolhido um total de 22 artigos.

3.4 ARTIGOS COLETADOS

Neste subcapítulo apresenta os artigos coletados no software *Publish or Persish*, no qual serviu para acessar a plataforma Google acadêmico. O Quadro 1 apresenta todos os dados dos artigos coletados no portal Google acadêmico.

Quadro - 2 Dados dos artigos coletados

Autores	Ano	Título
Karine P. de Souza; Adelina Moura; Bento Silva.	2013	Desenvolvimento de inovações pedagógicas para o currículo de empreendedorismo digital em Portugal
Cristina Vieira Araújo Sá	2013	Empreendedorismo digital: estudo para implantação de um Centro de inteligência compartilhada para empreendedores digitais e startups no distrito federal.
Romário de Lima Moreno	2015	Empreendedorismo digital: Desafios da utilização do e-business
Jaiane Aparecida Pereira; Adriana Bernardo.	2016	Empreendedorismo digital estudo do projeto negócios digitais realizado pelo Sebrae-PR em Maringá
Alexandre Albuquerque Domingues; Kathryn Floyd-Wheeler.	2017	Empreendedorismo digital: um estudo sobre o uso da Tecnologia como alavancagem de negócios em uma Startup educacional
Laís Novaes Pillar de Oliveira Castro; José Gabriel Peixoto Rodrigues; Allan Johnys da Silva Rosa; Kívia dos Santos Soares; Maysa Abreu da Fonseca; Hugo Ferreira Neves Maciel; Larissa Ribeiro Messias.	2017	Empreendedorismo digital – mídias sociais e o impacto de sua Adoção nas empresas do ramo de varejo
André Luiz Ferreira Barbosa; Anne Caetano de Jesus Oliveira; Marina Caetano de Jesus.	2017	Empreendedorismo digital: A relação humanizada entre petlovers e animais de estimação cria novas oportunidades de negócio
Francinéa da S. B. Cajango; Jondina X. de C. Nascimento; Marcos A. V. Silva.	2018	Integração do Business Model Canvas e do WhatsApp Business como ferramentas pedagógicas para ensino do Empreendedorismo Digital, no Centro Juvenil de Ciência e Cultura (Barreiras-BA).
Sílvia Carvalho da Conceição; Alan César Belo Angeluci.	2019	As Literacias de Mídia e Informação como suporte para o empreendedorismo digital de jovens de baixa renda
Aline Aparecida Sousa Oliveira; Rosário Ribeiro de Queiroz Neto; Jusceni de Fátima Aparecida Queiroz; Silvana Duarte;	2019	Empreendedorismo digital: suas contribuições no âmbito econômico e social
Fillipe Cruz dos Santos Cortes Maria Eduarda dos Santos	2020	Empreendedorismo digital como estratégia de negócios de micro e pequenas empresas
Alexandre Rodrigues Pinto; Tainá Alves dos Santos; Cristina Dai Prá Martens.	2021	Impactos da pandemia de COVID-19 sobre o empreendedorismo digital nas

		instituições bancárias brasileiras: uma análise à luz das forças isomórficas
Ana Vitória Mendes; Isabela Karen Corgosinho de Abreu; Juliana Franco Nogueira; Laura de Paula Oliveira; Maria de Lourdes Faria; Maria Eduarda Gomes Silva; Michele Rose Reis Ribeiro; Graciane Saliba.	2021	Empreendedorismo digital
Tayana dos Santos Oliveira.	2021	Plataformas digitais de Autopublicação e o empreendedorismo digital: Evidências Empíricas do Brasil
Raquel Meira Braga; Ercília de Stefano; Alberto Eduardo Besser Freitag; Ana Carolina Rios Coelho.	2021	Impacto da gestão da informação e inovação tecnológica no empreendedorismo digital
Maurílio Benedito dos Santos; Larissa de Araújo Batista Suárez.	2021	A ascensão do empreendedorismo digital em pequenas empresas
Cátia Andrade Moreira.	2021	Empreendedorismo digital: avaliação do impacto das redes sociais na área da nutrição clínica
Amanda Menezes Pereira Costa	2021	Empreendedorismo digital feminino e os processos envolvidos na criação de infoprodutos
Isaias da Silva Costa	2021	Empreendedorismo digital: Empreendedores que montaram seus negócios em Umarizal-RN durante a pandemia da COVID-19
Flávia Dayany Fonsêca da Silva	2021	Empreendedorismo digital: Como as redes sociais estão ajudando a incrementar os pequenos empreendimentos no município de Redenção – CE.
Max Yan Alves Melo; Juliana Luíza Moreira Del Fiaco.	2021	Empreendedorismo digital: evolução do e-commerce
Rubens Teixeira	2021	Empreendedorismo digital: um estudo descritivo utilizando Google ADS

Fonte: Elaborado pelo Autor (2022).

Com a realização da leitura de em geral dos artigos coletados, após os passos anteriores, foi feita a identificação das características relevantes para o estudo, como: temas secundários, nome dos autores, ano da publicação, a quais instituições os autores faziam parte no momento da publicação e a metodologia empregada. Para que possa ficar de melhor forma entendido, no Quadro – 3 foi criado um esquema de tarefa, no qual foi realizado para a realização dos objetivos da pesquisa.

Quadro - 3 Plano de coleta de dados com referência aos objetivos

Objetivo geral	Objetivo específico	Como será realizado?
Elaborar uma bibliometria dos artigos publicados sobre empreendedorismo digital na plataforma Google acadêmico entres 2010 a 2021.	Identificar a evolução do número de artigos publicados ao longo desse período sobre o empreendedorismo digital;	Leitura dos referidos artigos; colocação dos dados dos artigos em uma planilha e realizar a contagem.
	Identificar quais os métodos foram usados nos referidos artigos;	Leitura da metodologia dos artigos; colocação do método utilizado em uma planilha para avaliação.
	Identificar quais os temas secundários abordados nos trabalhos sobre empreendedorismo digital publicados no período estudado;	Leitura do tema de cada artigo; colocação dos temas em uma planilha para avaliação.
	Identificar quais são as instituições de ensino com maior quantidade de publicações.	Leitura da primeira página dos artigos; colocação das instituições em uma planilha para avaliação.
	Verificar a quantificação de autores que publicaram o estudo sobre empreendedorismo digital.	Leitura da primeira página dos artigos; colocação da quantificação dos autores em uma planilha para contagem.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

4 ANÁLISE DE DADOS

Este capítulo tem por finalidade apresentar a análise de dados que foram coletados durante a pesquisa. Para isso foram elaborados gráficos no intuito de auxiliar a análise e sua apresentação, assim como alguns autores associados ao tema empreendedorismo e empreendedorismo digital. Foram considerados relevantes aspectos quantitativos, metodológicos, instituições, autorais e temáticos. Os objetivos específicos propostos para o alcance do objetivo geral foram: a) Identificar a evolução do número de artigos publicados ao longo desse período sobre o empreendedorismo digital; b) Identificar quais os métodos foram usados nos referidos artigos; c) Identificar quais os temas secundários abordados nos trabalhos sobre empreendedorismo digital publicados no período estudado; d) Identificar quais são as instituições de ensino com maior quantidade de publicações; e) Verificar a quantificação de autores que publicaram o estudo sobre empreendedorismo digital. Os subcapítulos, a seguir, mostram essa disposição para dar conta desses objetivos.

4.1 PANORAMA GERAL DOS ARTIGOS SELECIONADOS

O Quadro 4, a seguir, apresenta os panoramas gerais analisados nos artigos selecionados. Os panoramas pontuais dos artigos são apresentados nas seções seguintes.

Quadro - 4 Panorama dos estudos relacionados a empreendedorismo digital

Nº	TTEMA	AUTORES	Nº AUTORES	ANO	INSTITUIÇÃO	METODOLOGIA	ÁREA TEMÁTICA
1º	Desenvolvimento de inovações pedagógicas para o currículo de empreendedorismo digital em Portugal	Karine P. de Souza; Adelina Moura; Bento Silva.	3	2013	Universidade do Minho, Portugal	Análise descritiva	Tecnologia, Educação, empreendedorismo digital
2º	Empreendedorismo digital: estudo para implantação de um Centro de inteligência compartilhada para empreendedores Digitais e startups no distrito federal.	Cristina Vieira Araújo Sá	1	2013	Centro Universitário de Brasília Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento - ICPD	Pesquisa qualitativa	Empreendedorismo digital, Tecnologia
3º	Empreendedorismo digital: Desafios da utilização do e-business	Romário de Lima Moreno	1	2015	Fundação Universidade Federal de Rondônia - unir	Método qualitativa	Empreendedorismo digital, Tecnologia
4º	Empreendedorismo Digital Estudo do Projeto Negócios Digitais Realizado pelo Sebrae-PR em Maringá	Jaiane Aparecida Pereira; Adriana Bernardo.	2	2016	Editora Unijuí	Pesquisa qualitativa, quantitativa	Empreendedorismo Digital, Tecnologia e comunicação
5º	Empreendedorismo digital: um estudo sobre o uso da Tecnologia como alavancagem de negócios em uma Startup educacional	Alexandre Albuquerque Domingues; Kathryn Floyd-Wheeler.	2	2017	Revista Inteligência Competitiva	Pesquisa quantitativa	Empreendedorismo digital, Tecnologia
6º	Empreendedorismo digital: A revelação humanizada entre petlovers e animais de estimação cria novas oportunidades de negócios	André Luiz Ferreira Barbosa; Anne Caetano de Jesus Oliveira; Marina Caetano de Jesus.	3	2017	Universidade Santo Amaro	Método exploratório	Empreendedorismo digital, Produção e trabalho
7º	Empreendedorismo digital – mídias sociais e o impacto de sua Adoção nas empresas do ramo de varejo	Láís Novaes Pillar de Oliveira Castro; José Gabriel Peixoto Rodrigues; Allan Johnys da Silva Rosa; Kívia dos Santos Soares; Maysa Abreu da Fonseca; Hugo Ferreira Neves Maciel; Larissa Ribeiro Messias.	7	2017	Revista Perspectivas Online: Humanas & Sociais Aplicadas (POHSA)	Pesquisa descritiva	Empreendedorismo digital, Comunicação

8°	Integração do Business Model Canvas e do WhatsApp Business como ferramentas pedagógicas para ensino do Empreendedorismo Digital, no Centro Juvenil de Ciência e Cultura (Barreiras-BA).	Francinéa da S. B. Cajango; Jondina X. de C. Nascimento; Marcos A. V. Silva.	3	2018	Universidade do Estado da Bahia	pesquisa de campo	Tecnologia, educação, empreendedorismo Digital
9°	As Literacias de Mídia e Informação como suporte para o empreendedorismo digital de jovens de baixa renda	Silvia Carvalho da Conceição; Alan César Belo Angeluci.	2	2019	Graduação em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS) em 2019.	Revisão bibliográfica	Comunicação, empreendedorismo digital
10°	Empreendedorismo digital: suas contribuições no âmbito econômico e social	Aline Aparecida Sousa Oliveira; Rosário Ribeiro de Queiroz Neto; Jusceni de Fátima Aparecida Queiroz; Silvana Duarte.	4	2019	EAUFBA – Escola de Administração Universidade Federal da Bahia	Pesquisa bibliográfica	Empreendedorismo digital, âmbito econômico e social
11°	Empreendedorismo digital como estratégia de negócios de micro e pequenas empresas	Fillipe Cruz dos Santos Cortes Maria Eduarda dos Santos	2	2020	Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos	Pesquisa de natureza exploratória e quantitativa	Empreendedorismo digital, Produção e trabalho
12°	Empreendedorismo digital: um estudo descritivo utilizando Google ADS	Rubens Teixeira	1	2021	Faculdade de Tecnologia, Ciências e Educação – FATECE	Pesquisa qualitativa	Empreendedorismo digital, tecnologia
13°	Empreendedorismo digital: evolução do e-commerce	Max Yan Alves Melo; Juliana Luíza Moreira Del Fiaco.	2	2021	Centro Universitário de Anápolis - UniEVANGELICA-Brasil	Pesquisa bibliográfica	Empreendedorismo digital, tecnologia
14°	EMPREENDEDEDORISMO DIGITAL: Como as redes sociais estão ajudando a incrementar os pequenos empreendimentos no município de Redenção – CE.	Flávia Dayany Fonsêca da Silva	1	2021	Universidade da integração internacional Da lusofonia Afro brasileira – unilab	Pesquisa de natureza descritiva, pesquisa de campo, pesquisa bibliográfica e quanti-qualitativa	Empreendedorismo digital, comunicação, tecnologia

15°	EMPREENDEDORISMO DIGITAL: Empreendedores que montaram seus negócios em Umarizal-RN durante a pandemia da COVID-19	Isaias da Silva Costa	1	2021	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Pesquisa descritiva e quali-quantitativa	Empreendedorismo digital, Produção e trabalho
16°	Empreendedorismo digital feminino e os processos envolvidos na criação de infoprodutos	Amanda Menezes pereira costa	1	2021	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Pesquisa bibliográfica	Empreendedorismo, cultura
17°	Empreendedorismo digital: avaliação do impacto das redes sociais na área da nutrição clínica	Cátia Andrade Moreira	1	2021	Instituto superior de Contabilidade E Administração de Lisboa	Técnica de investigação	Empreendedorismo digital, saúde
18°	A ascensão do empreendedorismo digital em pequenas empresas	Maurílio Benedito dos Santos; Larissa de Araújo Batista Suárez.	2	2021	Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP).	Levantamento bibliográfico	Empreendedorismo digital, Produção e trabalho
19°	Impacto da Gestão da Informação e Inovação Tecnológica no Empreendedorismo Digital	Raquel Meira Braga; Ercilia de Stefano; Alberto Eduardo Besser Freitag; Ana Carolina Rios Coelho.	4	2021	Brazilian journal of development	Pesquisa bibliográfica e abordagem qualitativa	Tecnologia, empreendedorismo digital
20°	Plataformas digitais de Autopublicação e o empreendedorismo digital: Evidências Empíricas do Brasil	Tayana dos Santos Oliveira	1	2021	Universidade Beira Interior	Análise quantitativa e qualitativa	Empreendedorismo Digital, comunicação
21°	Empreendedorismo digital	Ana Vitória Mendes; Isabela Karen Corgosinho de Abreu; Juliana Franco Nogueira; Laura de Paula Oliveira; Maria de Lourdes Faria; Maria Eduarda Gomes Silva; Michele Rose Reis Ribeiro; Graciane Saliba.	8	2021	Faculdade de Pará de Minas - FAPAM	Coleta de dados	Empreendedorismo digital
22°	Impactos da pandemia de COVID-19 sobre o empreendedorismo digital nas instituições bancárias brasileiras: uma análise à luz das forças isomórficas	Alexandre Rodrigues Pinto; Tainá Alves dos Santos; Cristina Dai Prá Martens.	3	2021	Universidad ICESI	Natureza qualitativa	Empreendedorismo digital, financeira

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

A seguir é apresentado o resumo de cada artigo, analisando resumidamente os artigos selecionado, para ter uma base do assunto de cada pesquisa.

[1] Desenvolvimento de inovações pedagógicas para o currículo de empreendedorismo digital em Portugal. (2013).

SOUZA; MOURA e SILVA (2013, p. 2) esclarecem:

Este artigo pretende analisar a aplicação do Projeto Agentes Digitais em torno da problemática da inovação curricular, com o envolvimento da abordagem empreendedora por meio das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC). Com análise descritiva da ação de investigação, apresentando os resultados da contribuição sob o uso de uma nova abordagem com vista ao desenvolvimento de competências empreendedoras com 27 jovens portugueses da Escola Secundária Carlos Amarante. O estudo parte da análise da adequação das atividades e de um questionário, em que diagnosticamos os seguintes pontos: (i) adaptação do conteúdo com ferramentas da Web 2.0; (ii) se as atividades propostas no conteúdo oportunizaram o desenvolvimento de ações empreendedoras. Diante disso, implementamos novas estratégias com recursos digitais com a adequação das atividades que contou com a colaboração da professora da turma e com a inserção de ferramentas tecnológicas que já faziam parte do universo dos alunos. Nesse sentido o recurso didático corresponde a proposta inovadora sobre Empreendedorismo Digital e ressalta a necessidade de ampliação de atividades com o desenvolvimento de competências que visem o empreendedorismo e as tecnologias educativas no ensino básico, visto esse ser um dos aspetos do Plano da Comissão Europeia.

[2] Empreendedorismo digital: estudo para implantação de um Centro de inteligência compartilhada para empreendedores digitais e startups no distrito federal. (2013).

SÁ (2013, p.4) esclarece:

A ascensão do empreendedorismo vem paralelamente ao processo de privatização das grandes estatais e abertura do mercado interno para concorrência externa. Por isso, é importante incentivar empreendedores que ajudem o país no seu crescimento e gere possibilidade de trabalho, renda e maiores investimentos. Neste aspecto, o marketing tem muitas contribuições a oferecer o estudo do empreendedorismo, em especial porque possui uma função crucial que é alinhar criatividade e inovação, dois fatores essenciais ao empreendedorismo. Uma das formas recentes de empreendedorismo no final da década de 1990 no Brasil, é as tartup, termo plenamente utilizado no cenário de tecnologia, passou a designar grupos de pessoas trabalhando em uma ideia original com potencial de “fazerdinheiro”. Atualmente, o termo é largamente utilizado para designar empresas nascentes de tecnologia, em especial as que lidam com internet. A escolha deste tema deve-se ao interesse de compreender a ascensão e crescimento do mercado brasileiro. A ascensão de uma nova classe média, a pequena competição no setor digital e a crise nos EUA e Europa tornaram o Brasil o novo paraíso de startups. Além disso, ao preço dos internautas brasileiros pelas redes sociais e a popularização da banda larga e da internet móvel descortinam um horizonte de oportunidades nos setores de tecnologia e internet. Assim, a questão que se quer investigar neste estudo é: É possível a implantação de um centro de inteligência compartilhada para

empreendedores digitais e startups, com foco nos desenvolvedores de soluções web, no Distrito Federal? O objetivo geral do estudo é discutir a implantação de um centro de inteligência compartilhada para empreendedores digitais startups, com foco nos desenvolvedores de soluções web, no Distrito Federal. Os objetivos específicos são: Esclarecer o significado da palavra empreendedorismo; Contextualizar diversos conceitos sobre startups e investimento anjo como novo modelo de mercado no Brasil; Discutir através da pesquisa de campo, as necessidades e anseios dos empreendedores digitais do Distrito Federal; Discutir a viabilidade e benefícios da implantação de um centro de inteligência no Distrito Federal. A pesquisa foi organizada em cinco capítulos, respondendo aos objetivos específicos levantados neste estudo. A metodologia adotada para o desenvolvimento da pesquisa foi à pesquisa qualitativa, com a técnica exploratória, descritiva simples. A conclusão deste estudo aponta para considerações importantes sobre Startups na Internet no Brasil, como empresas com custos de manutenção baixos, mas que conseguem crescer rapidamente e gerar lucros cada vez maiores. Além disso, o negócio desenvolvido deve ser viável, ou seja, que ele será não só sustentável, mas que apresente também potencial de sucesso. No Distrito Federal, de acordo com a pesquisa realizada com empreendedores, estes aprovam a criação de um CIC – Centro de Inteligência Compartilhada.

[3] Empreendedorismo digital: Desafios da utilização do e-business. (2015).

MORENO (2015, p. 4) esclarece:

A internet é um dos maiores e mais rápidos meios de comunicação da atualidade, atuando também como forma de negócios. Esse estudo buscou fazer uma pesquisa realizada junto a gestores de empresas imobiliárias dos municípios de Cacoal e Presidente Médici, Rondônia, sobre a importância do empreendedorismo digital. A pesquisa tem como objetivo a identificação dos principais desafios enfrentados pelos empreendedores no processo de inserção de suas empresas no e-business. Para se obter os dados, utilizou-se da pesquisa descritiva, o método dedutivo e a abordagem qualitativa. Foram utilizadas como técnicas de coleta de dados a pesquisa bibliográfica e a entrevista semiestruturada, contando com vinte e sete questões, entre abertas e fechadas, utilizando a ferramenta de coleta de dados Formulário Google para a tabulação das perguntas fechadas e para as perguntas abertas foi feita uma análise dos dados e interpretação por parte do autor. O resultado então mostrou que a média das empresas que utilizam do e-business são de cinco anos de atuação no mercado; o empreendedor é aquele que tem como principais características eficiência e qualidade, além da iniciativa; a maior dificuldade na implementação do e-business são os profissionais capacitados na região, fazendo com que seja feita a contratação em outros estados; para todos os pesquisados o e-business melhorou a forma de negócio, sendo considerado pela maioria como de fácil implementação e que recomendariam para outras empresas, sendo assim, todas as empresas conseguem vender o seu produto além de seu município, quebrando a barreira geográfica e facilitando a forma de negócio.

[4] Empreendedorismo digital estudo do projeto negócios digitais realizados pelo Sebrae-PR em Maringá. (2016).

PEREIRA e BERNARDO (2016, p. 1) esclarece:

Fazer negócios no meio digital popularizou-se diante do barateamento da infraestrutura de telecomunicações e nesse ambiente a competitividade torna-se cada vez mais acirrada. Com o intuito de apoiar o micro e pequeno empreendedor durante esse processo, o Sebrae Paraná concebeu o Projeto

Negócios Digitais, que posteriormente foi operacionalizado por unidades municipais, como o Sebrae Maringá. Isto posto, o objetivo do presente estudo é compreender como o Projeto Negócios Digitais realizado pelo Sebrae Maringá auxilia no desenvolvimento do empreendedorismo digital em micro e pequenas empresas. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa por meio de entrevistas semiestruturadas com os gestores do Projeto e o acompanhamento de três empresas que participaram. Também foi desenvolvida uma análise quantitativa descritiva para caracterizar o perfil do público participante. Por fim, os resultados obtidos mostram que as motivações dos participantes estavam relacionadas à busca de conhecimento sobre ferramentas e estratégias utilizadas no meio digital, porém a falta de tempo e de recursos financeiros retardam esse processo. Além disso, aponta-se a importância de iniciativas como a do Projeto e sugestões de melhoria.

[5] Empreendedorismo digital: um estudo sobre o uso da Tecnologia como alavancagem de negócios em uma Startup educacional. (2017).

DOMINGUES e FLOYD-WHEELER (2017, p. 1) esclarece:

Este relato versa sobre como a tecnologia da informação (TI) influencia no aumento da qualidade da atividade empreendedora. Devido à nova realidade brasileira que se apresenta em um universo complexo e multifacetado, acaba exigindo grande flexibilidade do empreendedor para se conectar com o cliente através de aplicativos e dispositivos móveis que passam a ser acessíveis à sociedade brasileira, garantindo flexibilidade e novas relações de negócios em atividades tradicionais como a educação ou outras atividades do terceiro setor. Neste sentido o estudo objetivo explicar como a política de tecnologia da informação auxilia na melhoria dos serviços em uma organização educacional. Com base em pesquisa quantitativa como método um “Startup” foi utilizado como objeto de estudo e validou o aumento da produção dos serviços educacionais através da publicação de aplicativos propostos na ESPEDUC, desta forma a metade divulgação para oferta e de demanda de público foi atingida através de uma política de geração de produtos e acessos móveis digitais a futuros e atuais clientes.

[6] Empreendedorismo digital – mídias sociais e o impacto de sua Adoção nas empresas do ramo de varejo. (2017).

CASTRO; ET AL (2017, p. 1) esclarecem:

Atualmente há uma crescente necessidade de empreender e cada vez mais é necessário que os empreendedores sejam inovadores, para que seus empreendimentos tenham chances reais de sucesso em seus mercados cada dia mais competitivos. Este projeto tem por objetivo, avaliar o impacto da adoção de mídias sociais digitais nas empresas. As redes sociais possuem um público muito grande, que as utiliza por várias horas no dia, sendo assim um meio de comunicação com o consumidor, muito relevante e permitindo ao empreendedor divulgar sua marca a uma quantidade muito maior de potenciais consumidores. O estudo busca, por meio de observação e análise dos resultados, da aplicação prática de mídias sociais em empresas do ramo de varejo, avaliar se há impacto positivo significativo nas vendas. O projeto prevê a elaboração de Estratégia de marketing digital baseada em mídia social, implantação em empresa de varejo; análise e comparação da evolução do volume de negócios antes e depois da adoção da mídia social, Análise dos pontos relevantes da identificados no comportamento das vendas. Esse trabalho visa avaliar o ganho obtido como o uso de mídias sociais como parte do plano de marketing em empresas de varejo.

[7] Empreendedorismo digital: A relação humanizada entre petlovers e animais de estimação cria novas oportunidades de negócio. (2017).

BARBOSA; OLIVEIRA e JESUS (2017, p. 7) esclarecem:

Com o constante avanço tecnológico surgem oportunidades para a criação de novos produtos e serviços que têm por finalidade trazer maior praticidade e agilidade a uma sociedade com acesso cada vez mais rápido às informações e conteúdo. Visando este cenário, o presente projeto apresenta um estudo sobre o mercado tecnológico, mercado de aplicativos e mercado pet no Brasil, propondo a criação de um aplicativo para a plataforma móvel android voltado ao consumidor potencial dos mercados estudados. Objetivamos através do aplicativo proposto servir como um assistente pessoal aos proprietários com os cuidados de seus pets, para tal coletamos relevantes dados que justificam a inserção do produto no mercado, através de pesquisas de macro e microambiente, além da pesquisa de campo a fim de conhecer melhor os públicos-alvo e, sobretudo adquirir informações pertinentes de forma com que o aplicativo possa ser bem-sucedido com um elevado número de downloads e clientes ativos.

[8] Integração do Business Model Canvas e do WhatsApp Business como ferramentas pedagógicas para ensino do Empreendedorismo Digital, no Centro Juvenil de Ciência e Cultura (Barreiras-BA). (2018).

DA SB ET AL (2018, p. 1) esclarecem:

O objetivo deste trabalho foi apresentar o *Business Model Canvas* (BMC) e *WhatsApp Business*® (WAB) como ferramentas pedagógicas no processo de criação de um novo negócio de *m-commerce* (*mobile commerce*) para um público de estudantes do Centro Juvenil de Ciências e Cultura de Barreiras. Os estudantes aprendizes (Empreendedores Juniors – EPjs) são oriundos de duas turmas (matutino e noturno), sendo cinco grupos da turma matutina e três grupos da turma noturna do Projeto da Oficina EMPREENDA. O caminho para cumprir o escopo do trabalho foi particionado em dois momentos: a) Preparação Teórica e b) Oficina de Planejamento com o BMC e WAB. Os resultados mostraram-se satisfatórios à medida em que se constatou o planejamento considerando o BMC e montagem do negócio com o WAB, e o empenho dos EPjs na condução de todas as etapas. A partir das atividades propostas na Oficina EMPREENDA, escopo da presente pesquisa, infere-se que: a) O Perfil de cada EPj influenciou na maneira decisiva quando foi forjada a atividade chave para o negócio (sustentabilidade ambiental e social); b) O BMC é uma ferramenta promissora, quando utilizada de forma didática, e cumpre um papel relevante no planejamento ao criar condições apropriadas da Ideia e do modelo de negócio a serem implementados de forma eficiente e dentro do contexto de cada EPj; c) Ficou patente a contribuição dos recursos de planejamento do BMC integrado ao recurso eletrônico de canal de venda WAB, que permitiram, a priori afirmar a capacidade potencial dos EPjs em conduzir esses processos estruturados com eficácia na realização do empreendedorismo digital, dentro da modalidade de negócio *m-commerce*.

[9] As Literacias de Mídia e Informação como suporte para o empreendedorismo digital de jovens de baixa renda. (2019).

ANGELUCI e CONCEIÇÃO (2019, p. 1) esclarecem:

O presente artigo tem como desígnio analisar fatores que determinam a aprendizagem por meio das Literacias de Mídia e Informação (MIL) e alcançam o trabalho de jovens de baixa renda, transformando-os em empreendedores digitais. A proposta foi edificada a partir de revisão bibliográfica e análise dos relatos orais de atores sociais envolvidos, cinco jovens de bairros periféricos da cidade de Praia Grande – SP. Adotou-se a estratégia de pesquisa participante e técnica de entrevista aberta para a coleta de dados. Por meio do ATLAS.ti foram levantados os relatos mais usuais dos entrevistados, representativos do empreendedorismo digital ocorrido por meio das MIL. Com essa discussão levantam-se questões de interesse público e novos olhares para a temática.

[10] Empreendedorismo digital: suas contribuições no âmbito econômico e social. (2019).

OLIVEIRA ET AL (2019, p. 1) esclarecem:

O empreendedorismo digital surgiu como consequência da disseminação da internet, de forma que as empresas passaram a buscar novas oportunidades através dela para obter lucro e melhoria na qualidade vida. Deste modo, o estudo objetiva analisar as contribuições do empreendedorismo digital para a economia e sociedade, fazendo uma análise das vantagens e oportunidades oferecidas pela internet para um empreendimento, além de ações voltadas para o bem-estar social. Para tanto, foi utilizada como metodologia a pesquisa bibliográfica, para se obter embasamento teórico nas considerações obtidas. Ao fim da pesquisa pôde-se considerar que o empreendedorismo digital tem significativa contribuição para o âmbito econômico e social, pois promove o crescimento econômico através da geração de empregos que eleva a renda da sociedade e, conseqüentemente, promove o desenvolvimento econômico e social melhorando as condições sociais.

[11] Empreendedorismo digital como estratégia de negócios de micro e pequenas empresas. (2020).

CORTES e SANTOS (2020, p. 4) esclarecem:

O empreendedorismo digital pode ser conceituado como inovação tecnológica de algo novo ou já existente objetivando uma contribuição a sociedade e a obtenção de lucro. O Comercio digital ou e-commerce, tem transformado a relação de compra e potencializado o negócio das micro e pequenas empresas com possibilidade de alcance de clientes antes inexploráveis. Diante disso, o artigo tem como objetivo geral analisar o empreendedorismo digital como estratégia de negócios de micro e pequenas empresas. Metodologicamente, utilizou-se de uma pesquisa de natureza exploratória e com a análise dos dados de forma quantitativa, sendo os principais autores abordados, Chiavenato e Kotler. O questionário foi aplicado a micro e pequenas empresas, com atuação de comercialização pela internet. Assim, observa-se que as maiores dificuldades dos empreendedores digitais na fidelização de seu público alvo estão relacionadas ao marketing de relacionamento.

[12] Impactos da pandemia de COVID-19 sobre o empreendedorismo digital nas instituições bancárias brasileiras: uma análise à luz das forças isomórficas. (2021).

PINTO; MARTENS e DOS SANTOS (2021, p. 2) esclarecem:

Este estudo tem como objetivo avaliar as mudanças ocorridas em instituições bancárias brasileiras tradicionais em direção ao empreendedorismo digital, em decorrência da pandemia de COVID-19. A pesquisa é de natureza qualitativa e exploratória e foi realizada nas instituições Itaú Unibanco, Bradesco e Banco do Brasil. Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas e avaliados sob a ótica do empreendedorismo digital e do isomorfismo institucional. Os resultados evidenciam mudanças na operacionalização dos negócios e no relacionamento com os clientes, com destaque à migração da quase totalidade de produtos e serviços do formato físico para digital e avanço dos segmentos e escritórios digitais nas instituições. Com relação ao isomorfismo, identificou-se a existência de movimentos coercitivos, miméticos e normativos.

[13] Empreendedorismo digital. (2021).

MENDAS ET AL (2021, p. 1) esclarecem:

O presente artigo tem como objetivo o Empreendedorismo Virtual, abordamos as diversas formas como esse Empreendedorismo pode ser feito, abordamos também como era antes da pandemia e como está agora, fizemos entrevistas via redes sociais com pessoas que escolheram esse ramo como fonte de renda.

[14] Plataformas digitais de Autopublicação e o empreendedorismo digital: Evidências Empíricas do Brasil. (2021).

OLIVEIRA (2021, p. 7) esclarece:

Assim como a grande maioria das transformações que ocorreram na sociedade nas últimas décadas, a globalização e as inovações tecnológicas também impulsionaram a digitalização do livro e a expansão do empreendedorismo digital. Esse processo de inovação tecnológica afetou o mercado do livro com um impacto direto no comportamento dos escritores que se autopublicam uma vez que permitiu a emergência das plataformas de autopublicação digital. Ao longo dos últimos dez anos, o mercado editorial brasileiro vem enfrentando uma crise sem precedentes enquanto, no mesmo cenário econômico, a autopublicação digital vem crescendo e ganhando força. No entanto, a autopublicação ainda é marginalizada e escritores autopublicados são, por vezes, julgados como “menos profissionais” que os escritores publicados por uma editoria, o que torna saliente os estudos sobre como o empreendedorismo digital, através das plataformas de autopublicação, viabiliza a profissionalização dos mesmos. Os objetivos do presente trabalho visam compreender o escritor autopublicado digitalmente no Brasil como empreendedor digital, identificar a motivação desses escritores e estabelecer um maior entendimento dos resultados alcançados através dos e-books, nas plataformas digitais, em termos de lucro e satisfação. Os métodos utilizados para alcançar tais objetivos de investigação tiveram um propósito descritivo, com forma de investigação indutiva e de natureza social subjetiva constituída de uma análise de dados quantitativa, mediante o recurso a questionário e qualitativa, através do uso a entrevista. Os principais resultados revelam que o conjunto de características, habilidades e competências empreendedoras dos escritores brasileiros é diretamente proporcional à satisfação dos mesmos com o seu lucro. Em contrapartida, a satisfação dos escritores é inversamente proporcional ao perfil empreendedor. Outra evidência da pesquisa é a motivação contextual dos escritores para se autopublicar, identificou-se que os escritores se enquadram no tipo de empreendedorismo por oportunidade. As principais implicações, tanto teóricas quando práticas mostram a busca dos escritores pela consolidação em um mercado alternativo em decorrência da baixa receptividade que eles encontram em casas editoriais; o paradoxo do

escritor exausto, porém satisfeito; a necessidade de os escritores estudarem sobre empreendedorismo e a urgência de assessorias e agências que ofereçam todo o suporte para escritores que querem viver exclusivamente da autopublicação. Para além de serem raros os estudos sobre a profissionalização do escritor autopublicado no contexto brasileiro, este estudo se caracteriza como o único que utiliza o empreendedorismo digital como ferramenta de viabilização da profissão do escritor.

[15] Impacto da gestão da informação e inovação tecnológica no empreendedorismo digital. (2021).

BRAGA ET AL (2021, p. 1) esclarecem:

A era digital revolucionou os modelos de negócios uma vez que, em meio a um cenário repleto de oportunidades, surgem possibilidades e estratégias mais eficazes comparados aos modelos tradicionais. Os avanços contínuos das tecnologias digitais levaram a transformação atual do que se refere ao empreendedorismo, acarretando a chegada de novas organizações. Sendo assim, com a alta competitividade atrelada ao alto crescimento destas empresas, o uso de estratégias e meios tecnológicos são características que um novo empreendimento pode utilizar para se destacar dos demais. Com o uso adequado da gestão de informações e aplicação de inovações tecnológicas, as empresas podem potencializar processos e alavancar resultados. Dessa forma, o objetivo do presente trabalho é apresentar métodos e tecnologias capazes de proporcionar aos empreendimentos digitais vantagens competitivas a fim de conquistarem espaço neste mercado altamente desafiador. O estudo foi efetuado através de uma metodologia baseada em procedimentos de pesquisa bibliográfica e abordagem qualitativa. Ademais, a fim de exemplificar o estudo inicial, também foi desenvolvido um projeto de implantação de chatbots em uma startup de divulgação e venda de infoprodutos digitais, principal resultado deste trabalho.

[16] A ascensão do empreendedorismo digital em pequenas empresas. (2021).

DOS SANTOS e SÚAREZ (2021, p. 1) esclarecem:

A informatização tem ocasionado mudanças no cenário do empreendedorismo de modo que as empresas invistam mais no meio digital. Desse modo, O tipo de estudo da presente pesquisa é uma revisão integrativa, onde há o levantamento bibliográfico de artigos científicos, cujos tenham a ver com o tema supracitado. Os autores selecionados para a pesquisa foram Trindade (2020), Rosa et al(2020), Oliveira et al.(2019), Costa (2020) e Pereira e Bernardo (2019). Com isso, foi possível obter os resultados, onde, a pandemia do Coronavírus também tem sido o estopim para que as pessoas empreendam e de maneira mais fácil no meio digital devido a necessidade de maior comunicação e necessidade de sobrevivência em razão da quarentena. Portanto, foi possível constatar que o empreendedorismo digital tende a crescer conforme o passar do tempo e é de suma importância para o setor econômico e social.

[17] Empreendedorismo digital: avaliação do impacto das redes sociais na área da nutrição clínica. (2021).

MOREIRA (2021, p. 7) esclarece:

Existem atualmente cerca de 3,8 bilhões de utilizadores de redes sociais espalhados pelo mundo (We are Social, 2020, p. 77). As redes sociais têm um

enorme potencial para as empresas alcançarem os seus clientes e consequentemente aumentarem o seu lucro, reduzirem custos e aumentarem a produtividade (Ahmadinejad & Asli, 2017, p. 80). Esta dissertação pretende contribuir para o estudo sobre o papel das redes sociais na área da nutrição clínica. O objetivo deste estudo passa por avaliar o impacto das redes sociais na área da nutrição clínica. Foram realizados dois inquéritos por questionário aos nutricionistas e clientes de nutrição e os respetivos dados analisados no programa SPSS. Em relação ao estudo efetuado aos nutricionistas, concluiu-se que 56,2% dos nutricionistas inquiridos utilizam redes sociais para fins profissionais. Cerca de 84,4% dos nutricionistas consegue aumentar o número de consultas totais devido à utilização das redes sociais, sendo que maioria dos nutricionistas consegue fidelizar mais de 75% dos clientes (46,7%). Relativamente à eficácia, 51,1% considera que as abordagens dietéticas através de redes sociais são igualmente eficazes a abordagens presenciais, sendo os direitos de autor o único risco percecionado nas redes sociais (75%). Em relação ao estudo efetuado aos clientes de nutrição, 45,5% dos clientes inquiridos é acompanhado nutricionalmente via redes sociais. Os clientes de nutrição em média conseguem perder 2,1kg na primeira semana após iniciarem a dieta nas redes sociais e 92,9% dos inquiridos considera que consegue adquirir hábitos alimentares saudáveis. Relativamente aos riscos percecionados, 81,8% considera seguro adquirir estes serviços através das redes sociais. O aumento de procura e interesse por serviços online pode constituir uma oportunidade de negócio ou uma oportunidade de emprego para os nutricionistas, que atravessam maiores dificuldades devido ao panorama geral vivido na Europa e, em particular, em Portugal.

[18] Empreendedorismo digital feminino e os processos envolvidos na criação de infoprodutos. (2021).

COSTA (2021, p. 5) esclarece:

Ao longo do tempo, podemos observar a árdua jornada da mulher na luta pelo seu espaço no mercado de trabalho. As circunstâncias envolvendo a primeira e segunda guerra mundial e a revolução industrial foram marcos importante para que elas se fizessem essenciais no meio trabalhista. Muitas foram às conquistas, mas até nos tempos atuais, as mulheres continuam enfrentando desafios nesta área. O empreendedorismo surge para elas como uma saída tanto para a falta de oportunidades de emprego, como para conquistarem sua independência financeira. O Marketing Digital se torna uma plataforma acessível e com bom alcance para que os planos sejam tirados do papel, e esta pesquisa tem como objetivo entender os processos envolvidos em específico das mulheres que atuam na área de criação de Infoprodutos, conhecendo o trabalho de três empreendedoras digitais e encontrando pontos em comum entre elas. Os resultados levantados revelaram que alguns pontos como a definição de processos, ouvirem a audiência, organização, e criar com intencionalidade, são comuns nas jornadas das criadoras.

[19] Empreendedorismo digital: Empreendedores que montaram seus negócios em Umarizal-RN durante a pandemia da COVID-19. (2021).

COSTA (2021, p. 5) esclarece:

O empreendedorismo digital consiste no ato de montar ou inovar um empreendimento através de mecanismos que atenda suas demandas digitais, pois ambientes digitais podem ser um ótimo lugar de sucesso, o mundo digital popularizou-se devido as pessoas estarem mais conectadas com a internet. Este trabalho teve como proposta analisar os mecanismos digitais que auxilia a divulgação dos empreendimentos, os quais contribuíram para alavancar a

economia dos microempreendedores diante das dificuldades enfrentadas na pandemia da covid-19 em Umarizal/RN e abordar conceitos do empreendedorismo digital e suas contribuições para microempreendedores que montaram os seus negócios e se adequaram as mudanças causadas durante a pandemia da covid-19. O trabalho foi realizado por meio de uma entrevista socioeconômica e uma pesquisa descritiva quali-quantitativa através do google forms com a participação de 13 microempreendedores da cidade de Umarizal/RN, no período de 15 a 20 de julho de 2021, na pesquisa socioeconômica observou-se que maior parte dos entrevistados são homens e tem entre 18 e 30 anos, os quais em sua maioria têm renda média de até um salário mínimo, como também 69,3% do total possui nível superior completo ou incompleto. Conforme os resultados da pesquisa descritiva detectaram-se que os motivos que mais contribuíram para início dos empreendimentos foi a necessidade financeira e os meios mais utilizados para a divulgação dos empreendimentos foram whatsapp, instagram e facebook, os quais possibilitam as divulgações e vendas dos empreendedores.

[20] Empreendedorismo digital: Como as redes sociais estão ajudando a incrementar os pequenos empreendimentos no município de Redenção – CE. (2021).

SILVA (2021, p. 6) esclarece:

O empreendedorismo digital está ganhando cada vez mais espaço devido ao crescimento da internet, revolucionando a maneira de fazer compras e dando visibilidade aos empreendedores, consequentemente aumentando o número de clientes. É uma plataforma de baixo custo e isso abre oportunidades para quem quer empreender. A cidade escolhida foi a de Redenção – CE, por conter poucos habitantes e ter se tornado uma cidade universitária, gerando oportunidades para aumentar o número de empreendimentos. Metodologicamente, utilizou-se uma pesquisa de natureza descritiva, os procedimentos escolhidos foram a pesquisa de campo e a pesquisa bibliográfica, e a análise de dados possui a abordagem quanti-qualitativa. Foi realizado um questionário com aplicação à pequenos empresários da cidade de Redenção, com o intuito de analisar o perfil do empreendedor e suas características sociodemográficas, buscou-se respostas sobre a forma como as redes sociais estão incrementando os pequenos negócios e quais são as formas de marketing adotado por eles. Observando assim, o impacto que as redes sociais têm dentro das micro e pequenas empresas.

[21] Empreendedorismo digital: evolução do e-commerce. (2021).

MELO (2021, p. 1) esclarece:

O empreendedorismo é essencial para se construir e impulsionar qualquer negócio na atualidade. Define-se Empreendedorismo Digital como o processo de criação empresarial de valor digital, por meio do uso de vários habilitadores digitais sociotécnicos para apoiar a aquisição, processamento, distribuição e consumo de informação digital. O empreendedorismo digital abrange todos os novos empreendimentos e a transformação de negócios existentes que impulsionam a economia e a sociedade, criando e usando novas tecnologias digitais. O e-commerce, envolve a comercialização e distribuição de produtos e serviços aos consumidores através da internet, tendo vantagens para varejistas, atacadistas e consumidores. Dessa forma, o objeto de estudo deste trabalho é o empreendedorismo digital e a evolução do e-commerce, tendo como objetivo geral compreender o conceito de empreendedorismo digital e como se deu a evolução do e-commerce no Brasil e os objetivos específicos mostrar as perspectivas do empreendedorismo digital; relatar a história e a atualidade do e-commerce no mundo e no Brasil e, pensar o futuro do e-

commerce como empreendedorismo digital. O resultado da pesquisa bibliográfica demonstrou que o empreendedorismo digital é um mercado em plena expansão e o e-commerce é uma ferramenta de grande importância para as empresas que buscam possibilidades de interagir e atingir os clientes de longa distância, sem mesmo sair de casa e ter acesso 24 horas. O tema é de relevância para empresas e empresários que atuam ou desejam investir neste segmento, assim como, para acadêmicos que buscam informações mais profundas a respeito do e-commerce.

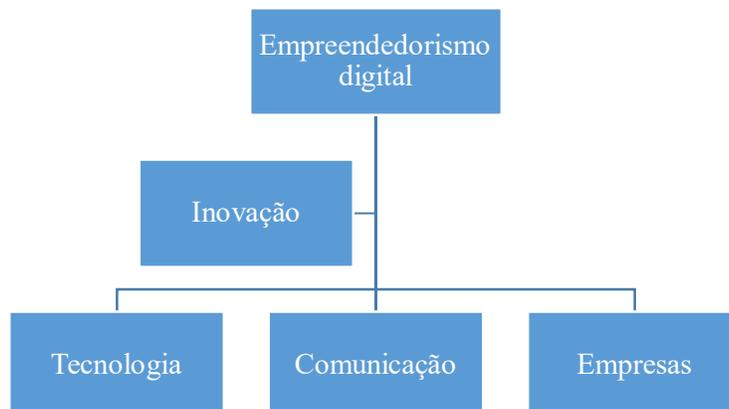
[22] Empreendedorismo digital: um estudo descritivo utilizando Google ADS. (2021).

TEIXEIRA (2021, p. 1) esclarece:

O objetivo do presente trabalho é analisar de forma descritiva uma campanha teste no Google Ads. Assim, investigou as contribuições do empreendedorismo e Marketing digital para a economia e população em geral. Nesse sentido foi utilizada uma pesquisa qualitativa como metodologia, empregando uma investigação bibliográfica para se obter embasamento teórico nas considerações obtidas. Decidiu-se também utilizar uma pesquisa quantitativa como metodologia, aplicando a estatística descritiva para análise dos resultados de uma campanha teste. Os resultados revelaram o uso das ferramentas do Marketing digital acessível a todos quanto se dispuserem aprender, que podem promover aumento de renda extra e um negócio onde se assegura viver integralmente deste mercado, a promoção do crescimento empresarial e o aumento de renda nas famílias. Contemplaram-se as contribuições da pesquisa na área acadêmica, visto a diversidade de aplicações das pesquisas na plataforma de busca do Google, aplicando-se a demais áreas de conhecimento científico, podendo-se divulgar e encontrar resultados esperados de um público alvo desejado.

Analisando o resumo de cada artigo selecionado percebeu-se que os trabalhos sobre empreendedorismo digital remetem ao avanço da tecnologia, ou o seu uso como ferramenta. Quando se fala em empreendedorismo digital, não se remete apenas em investimento no ramo tecnológico, mas sim um crescimento empresarial englobando o aumento e a fonte de renda de muitas pessoas.

Figura 4 - Assuntos mais abordados entre os artigos coletados



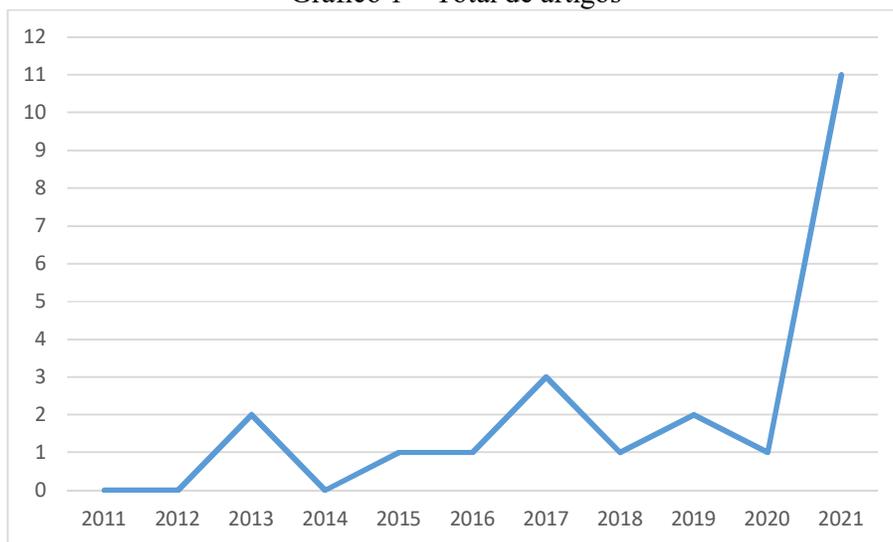
Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

. Na grande maioria dos artigos coletados o que se destaca é a inovação, tecnologia, comunicação e empresas.

4.2 QUANTIFICAÇÕES DAS PRODUÇÕES

Os artigos que foram selecionados abrangem o período entre 2010 a 2021, estabelecendo 11 anos, compondo assim **22** artigos publicado no Google Acadêmico. Entre esses 11 anos a média de produção de artigos é de cerca de 2 artigos, sendo o maior número em 2021 com 11 publicações, seguindo 2017 com 4 publicações, 2013 e 2019 com 2 publicações cada ano e 2015, 2016, 2018 e 2020 com 1 publicação em cada ano. 2011, 2012, 2014 não contaram com publicações e 2021 contou com um número bem considerável de publicações.

Gráfico 1 – Total de artigos



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Isso pode indicar um interesse no assunto empreendedorismo digital, pois a internet pode ter se tornado um grande aliado, Conforme Almeida (2020), A Internet tornou-se uma aliada no contexto econômico, política, através da qual é possível surgir e abrir novos empreendimentos virtuais, A área cresce exponencialmente ao longo dos dias.

4.3 TIPOS DE METODOLOGIA ADOTADAS NAS PUBLICAÇÕES

Neste subcapítulo, destacam-se os aspectos metodológicos dos artigos selecionados, evidenciando a abordagem metodológica. Considerou-se as seguintes classificações: Pesquisa Quantitativa, Pesquisa Qualitativa, Pesquisa Quanti-Quali.

O Gráfico, a seguir, mostra a distribuição dos artigos de acordo com a metodologia adotada por cada artigo.

Gráfico 2 – Abordagem metodológica dos artigos selecionados



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Deve-se notar que a análise dos métodos de trabalho requer uma leitura exploratória da seção de métodos para buscar os termos-chave que definem o escopo do método. Essa leitura é necessária porque alguns artigos não expressam claramente as informações metodológicas do estudo e é necessário definir o método a partir da análise do vocabulário na seção de métodos.

4.4 IDENTIFICAÇÃO DOS TEMAS SECUNDÁRIOS EM RELAÇÃO AO TEMA EMPREENDEDORISMO DIGITAL

Nos artigos que foram selecionados, observou-se a existência de temas que aparecem vinculados ao empreendedorismo digital, descrevendo o jeito que o empreendedorismo digital é conduzindo e a relação com essas áreas. Pensando nisso, com base na leitura exploratória, são organizadas as seguintes categorias temáticas: Tecnologia; Comunicação; Produção e trabalho; Educação; Financeira; Economia; Social; Saúde; Cultura.

Quadro – 5 Área temática dos artigos associada à temático do Empreendedorismo digital

Área Temática	Nº de artigos
Tecnologia	11
Comunicação	5
Produção e trabalho	4
Educação	2
Financeira	1
Economia	1
Social	1
Saúde	1
Cultura	1

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Conforme mostrado no Quadro 5, o desempenho da tecnologia é o tema com maior tema relacionado ao empreendedorismo digital. Isso se deve ao fato de muitos autores vincular o tema com o avanço da tecnologia, esse fato os impulsiona a entender como a instituição funciona e a buscar formas de contribuir com sua área de atuação.

Conforme verificou-se durante a pesquisa, o empreendedorismo digital tem uma grande relevância na comunicação para a sociedade da área da administração. Os trabalhos demonstram também áreas que envolvem questões práticas cotidianos de trabalhos em empreendedorismo digital, demonstrando a dedicação e o comprometimento desses pesquisadores por meio de suas relações.

4.5 VINCULAÇÃO INSTITUCIONAL DOS AUTORES

Para determinar as filiações institucionais dos autores, foi feita uma pesquisa que analisaram os artigos do Currículo Lattes de 2010 a 2021, considerando que os autores só passaram a identificar suas filiações institucionais em artigos a partir de 2017. Em artigos com múltiplos autores, a filiação institucional foi escolhida o primeiro autor, onde está considerada para interpretação no Quadro 6.

Quadro – 6 Vinculação institucional dos autores

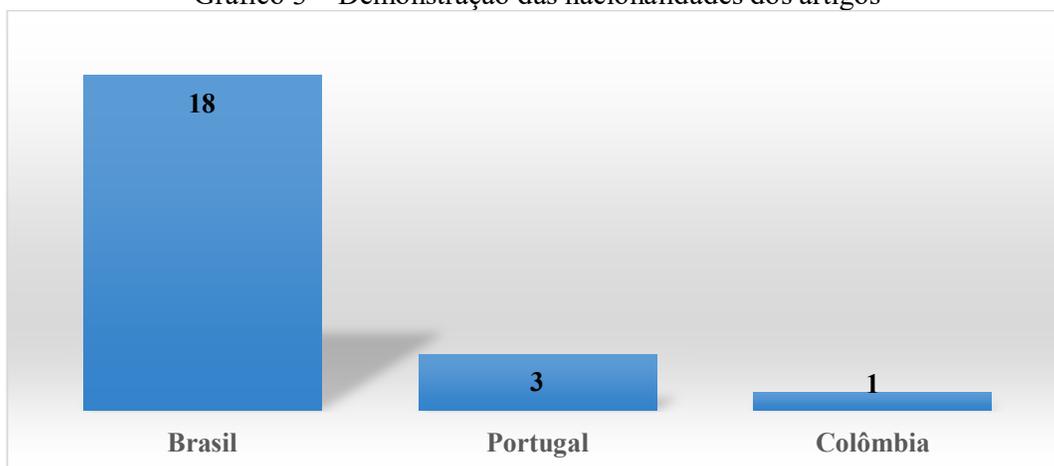
Instituição	Região	Quantidade
Universidad ICESI	Sudoeste (Colombia)	1
UNINOVE – Universidade Nove de Julho	Sudeste (Brasil)	1
Faculdade de Pará de Minas – FAPAM	Sudeste (Brasil)	1
EAUFBA – Escola de Administração Universidade Federal da Bahia	Nordeste (Brasil)	1
Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS)	Sudeste (Brasil)	1

Revista Perspectivas Online: Humanas e Sociais Aplicadas (POHA)	Sudeste (Brasil)	1
Unijui	Sul (Brasil)	1
Universidade Beira Interior	Centro (Portugal)	1
Centro Universitário de Brasília Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento – ICPD	Centro-Oeste (Brasil)	1
Fundação Universidade Federal de Rondônia – unir	Norte (Brasil)	1
Universidade Santo Amaro	Sudeste (Brasil)	1
Brazilian Journal of development	Sul (Brasil)	1
Universidade do Minho	Norte (Portugal)	1
Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP).	Nordeste (Brasil)	1
Revista Inteligência Competitiva	Sudeste (Brasil)	1
Instituto superior de Contabilidade E Administração de Lisboa	Sul (Portugal)	1
Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Norte (Brasil)	2
Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos	Centro-Oeste (Brasil)	1
Universidade da integração internacional Da lusofonia Afro brasileira – unilab	Nordeste (Brasil)	1
Centro Universitário de Anápolis – UniEVANGELICA- Brasil	Centro-Oeste (Brasil)	1
Faculdade de Tecnologia, Ciências e Educação – FATECE	Sudeste (Brasil)	1
Universidade do Estado da Bahia	Nordeste (Brasil)	1

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

A partir desses dados, foi possível fazer um mapeamento das regiões com maior interesse no empreendedorismo digital.

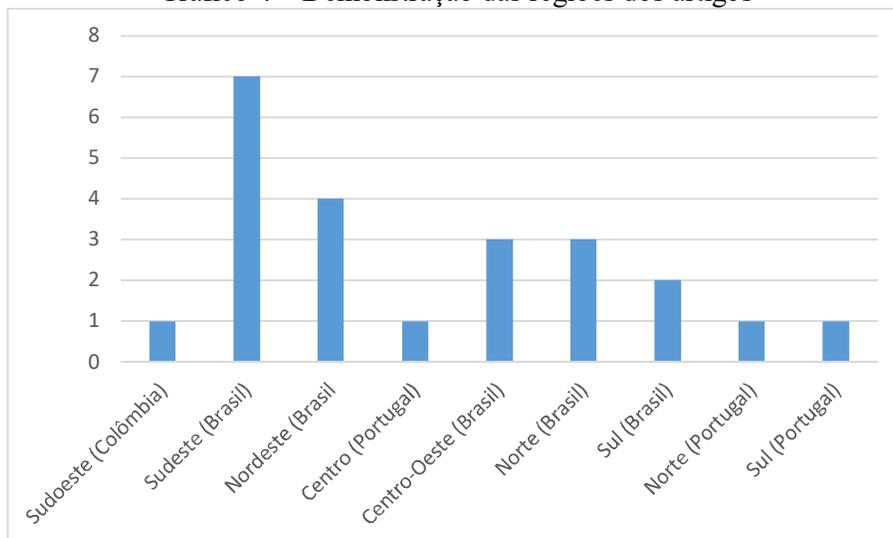
Gráfico 3 – Demonstração das nacionalidades dos artigos



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

No gráfico 3 demonstra a nacionalidade dos artigos selecionados, levando em conta que todos foram publicados em Português (brasileiro), por autores com nacionalidade brasileira sendo assim, são 18 publicados em instituição brasileira, seguida de Portugal com três e Colômbia com uma.

Gráfico 4 – Demonstração das regiões dos artigos



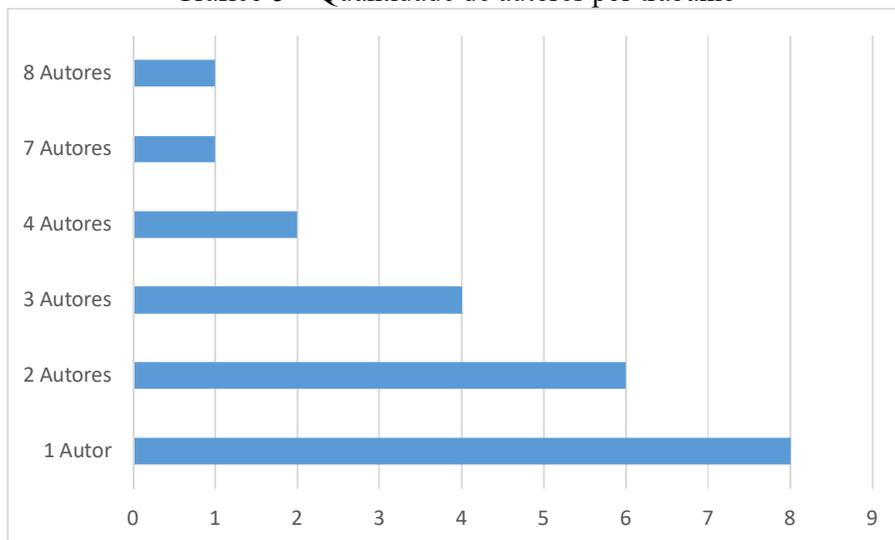
Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Com maior número concentrado no Sudeste, ao total sete instituições na região, seguida da região Nordeste com quatro instituições na região, região Centro-oeste e Norte possuem três instituições cada, na região sul possui duas instituições e as regiões do sudoeste da Colômbia, Centro de Portugal, Norte de Portugal e Sul de Portugal possuem uma instituição cada região, como é demonstrada no Gráfico 4.

4.6 IDENTIFICAÇÃO DOS AUTORES QUE PUBLICARAM SOBRE O TEMA EMPREENDEDORISMO DIGITAL

Ao observar o número de dois autores por trabalho, o número de artigos é o maior e varia muito em relação ao número de outros autores. O trabalho em equipe é comum em áreas de estudo como Contabilidade e Administração, pois é comum alunos e orientadores apresentarem trabalhos. Nos trabalhos analisados, a quantidade de autores por trabalho é apresentada no Gráfico 5.

Gráfico 5 – Quantidade de autores por trabalho



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Dentre os 22 trabalhos analisados foram identificados um artigo com oito autores, seguido de outro trabalho com sete autores, logo após vem dois trabalhos com quatro autores cada, quatro trabalhos com três autores cada, Seis trabalhos com dois autores cada e oito trabalhos com apenas um autor. Não possuindo o mesmo autor em mais de um artigo selecionados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este referido trabalho teve como o principal objetivo elaborar uma bibliometria dos artigos publicados sobre empreendedorismo digital na plataforma Google Acadêmico entre 2010 a 2021. Para conseguir dar conta do objetivo, foram inicialmente identificados a evolução do número de artigos publicados ao longo desse período sobre o empreendedorismo digital, o que evidenciou aumento significativo no ano de 2021, seguindo de 2017 com 4 publicações, 2013 e 2019 com 2 publicações cada ano e 2015, 2016, 2018 e 2020 com 1 publicação em cada ano, entre esses 11 anos a média é de duas publicações por ano.

Seguidamente, identificar quais as abordagens metodológicas foram usadas nos referidos artigos, verificou-se principalmente são utilizado o método qualitativo com 63% dos artigos analisados, seguindo com 25% quali-quantitativo e 12% para quantitativo, no qual está relacionado ao empreendedorismo digital. Esse tema requer uma pesquisa que envolve a compreensão do ponto de vista do indivíduo, o que requer uma análise qualitativa dos dados gerados durante o processo de pesquisa.

Posteriormente, ao identificar os temas secundários abordados nos trabalhos sobre empreendedorismo digital, verificou-se que os temas com maiores repetições são: Tecnologia (11), Comunicação (5), Produção e trabalho (4), Educação (2) e Financeira, Economia, Social, Saúde e Cultura com 1 repetição.

Portanto, para atingir os objetivos específicos, foi realizado uma identificação das instituições às quais os autores pertenciam quando publicaram sobre empreendedorismo digital, sendo mapeada a região de cada publicação, no qual indicou a região sudeste e nordeste como as maiores interessadas pelo tema empreendedorismo digital, foram identificadas 22 instituições as quais os autores estão vinculados, sendo 18 brasileiras. Por fim, ao verificar a quantificação de autores que publicaram o estudo sobre empreendedorismo digital, indicando que os autores não possuem uma carreira editorial acadêmica, mas sendo autores esporádico movido por uma necessidade específica. O número de autores de cada artigo varia entre 1 e 8 pessoas.

Deste modo, nesta pesquisa teve como método um estudo bibliométrico, as métricas bibliométricas permitem que a produção acadêmica seja medida em relação aos dados da literatura científica, mas cautela e maior atenção são necessárias ao ler estudos que usam essa abordagem, usando critérios de inclusão e exclusão de estudos para entender o que os autores determinam o corte em vez de não risco incorrendo em análise

precipitada. Objetivando compreender aspectos das pesquisas sobre empreendedorismo digital publicadas no Google Acadêmico no período selecionado. Por se tratar de uma rica área de pesquisa, espera-se que este trabalho possa inspirar novas pesquisas sobre o tema. Novos trabalhos podem ser realizados considerando novas fontes e novos períodos para comparação com os achados e a área de estudo que está sendo estudada.

Além da sugestão para a elaboração de novos quantitativos sobre o tema, é preciso obter uma quantificação sobre o empreendedorismo digital em si, fazendo coletas e comparativos entre pessoas que englobam o assunto, como, consumidores que utilizam ferramentas digitais para comprar produtos e serviços, assim como, comerciantes e empreendedores que utilizam ferramentas digitais para realizar vendas e empreender no mundo digital.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Fernanda Cardoso. **O Empreendedorismo como Fundamento Educacional do Instituto Federal do Pará-Campus Óbidos**. Editora Dialética, 2020.
- ARAÚJO, Carlos. **Bibliometria: evolução histórica e questões atuais**. Em *Questão*, 12(1). <http://doi.org/10.19132/1808-5245121>, 2006.
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. *Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia*, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.
- BARRETO, Luís Pereira. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, (1998).
- BRUAYT, Christian; JULIEN, Pierre – André. **Defining the field of research in entrepreneurship**. *Journal of Business Venturing*. Elsevier Science In. 16, p. 165-180, 2010.
- BURGELMAN, Roberto. Andrew. **Designs for Corporate entrepreneurship**. *California Management Review*, vol. 26, 1984.
- CAETANO, Ricardo. **O gigante crescimento do empreendedorismo digital**. Retrieved October 8, 2014. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/o-gigante-crescimento-doempreendedorismo-digital>. Acesso em: 15 de jul. 2022.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- CHEN, Liang; et al. **The international penetration of ibusiness firms: Network effects, liabilities of outsidership and country clout**. *Journal of International Business Studies*, 50(2), 172–192. Disponível em: <https://doi.org/10.1057/s41267-018-0176-2>. 2019. Acesso em: 16 de jul. 2022.
- CHÉR, Rogério. **Empreendedorismo na veia: um aprendizado constante**. Elsevier: SEBRAE, 2008.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. Ed. Rev.e atualizada. – SP, Saraiva, 2007.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. Elsevier Brasil, 2008.
- COSTA, Alexandre Marino; Cericato, Domingo; Melo, Pedro Antonio. **Empreendedorismo corporativo: Uma nova estratégia para a inovação em organizações contemporâneas**. v.12, n.4,p.32-43, *Revista de negócios*, Blumenau, 2007.

Crescimento do mercado de IoT no Brasil é impactado pela chegada do 5G. Terra, 2021. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/crescimento-do-mercado-de-iot-no-brasil-e-impactado-pela-chegada-do-5g,048ef591c13042364e9ab1604fe587cc499uw7pw.html>. Acesso em: 11 de nov. 2022.

DEGEN, Ronald Jean et al. **Curso de empreendedorismo: Para promover o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza.** LOPES, RMA Educação empreendedora: conceitos modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier, p. 207-230, 2009.

DOLABELLA, Fernando. **O segredo de Luiza.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELA, Fernando. **A corda e o sonho.** Revista HSM Management, 80, pp. 128-132. 2010.

DOLABELA, Fernando. **O SEGREDO DE LUÍSA.** 30. ed. rev. e atual. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

DORNELAS, José. **EMPREENDEDORISMO: Transformando ideias em negócios.** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José C. A. **EMPREENDEDORISMO: Transformando ideias em negócios.** 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo: conceitos e aplicações.** Revista de negócios, v. 9, n. 2, 2007.

Fang, Z. & Collier, A. (2017). **Digital Entrepreneurship: Research and Practice.** 9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, (September), 2173-2182.

FRANCO, Michele Maria Silva et al. **Empreendedorismo feminino: Características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas.** Encontro de Estudo em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas empresas (EGEPE). Goiânia, Goiás, Brasil, v. 8, 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018. ISBN 978-85-97-01292-7.

GODOY, Fabio. **Tipos de empreendedorismo digital: 5 exemplos para ganhar dinheiro na internet.** EAD Plataforma, 09 de mar. 2022.

GOMES, Jonas; TAVEIRA, Victor. **O empreendedorismo e a gestão da inovação.** Jornal O Valor Econômico, Caderno Eu&, Ano, v. 4, 2003.

GUMS, Elyson. **3 exemplos de empreendedorismo digital de sucesso.** Edools, 17 de set. 2021.

HISRICH, Roberto D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean. A. **Empreendedorismo.** 9. ed. Porto Alegre: AMDH, 2014.

HISRICH, Roberto. D.; PETERS, Michael. P.; SHEPHERD, Dean. A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2009.

KIRZNER, Israel. **Competition and entrepreneurship**. Chicago: Chicago University Press, 1973.

KRAUS, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. **Digital entrepreneurship: a research agenda on new business models for the twenty-first century**. 2019.

LIBARDI, Luciana. Tendência Empreendedora: Perfil dos Acadêmicos do Curso de Administração da UFFS, Campus Cerro Largo. UFFS, Cerro Largo. 2018. Disponível em <<https://rd.uffs.edu.br/handle/prefix/2231>>. Acesso em: 08 ago. 2018.

LIMEIRA, Tania. Maria. Vidigal. **E-marketing: o marketing na internet com casos brasileiros**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

MARTINS, Heitor et al. **Transformações digitais no Brasil: insights sobre o nível de maturidade digital das empresas no país**. McKinsey & Company, 2019.

MARTINEZ, Fernanda. **O que é empreendedorismo digital? Veja exemplos**. G1, 01 de jun. 2022.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. 2006.

MENDES, Jerônimo. **Manual do empreendedor: como construir um empreendimento de sucesso**. Editora Atlas SA, 2009.

MONTEIRO, Luís. **A internet como meio de comunicação: possibilidades e limitações**. In: Congresso Brasileiro de Comunicação. 2001.

NAMBISAN, Satish. **Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship**. Entrepreneurship theory and practice, v. 41, n. 6, p. 1029-1055, 2017.

OLIVEIRA, Aline Aparecida Sousa et al. **EMPREENDEDORISMO DIGITAL: SUAS CONTRIBUIÇÕES NO ÂMBITO ECONÔMICO E SOCIAL**. Revista Eletrônica Organizações e Sociedade, v. 8, n. 9, p. 56-68, 2019.

PEREIRA, Jaiane Aparecida; BERNARDO, Adriana. **Empreendedorismo Digital: estudo do Projeto Negócios Digitais desenvolvido pelo SEBRAE-PR em Maringá**. Desenvolvimento em Questão, v. 14, n. 37, p. 293-327, 2016.

PREDIGER, RENE PEDRO; SCHERER, LUCIANA; ALLEBRANDT, SÉRGIO LUIS. **Hermenêutica de profundidade e suas possibilidades metodológicas: um levantamento bibliométrico da produção científica com essa metodologia**. Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (enero-marzo 2018)

PINCHOT, Gifford. **Innovation Through Intrapreneuring**. Research Management, March-April 1987, Volume XXX, n. 2. Disponível em: <https://intrapreneur.com/>. Acesso em: 27 jun. 2022.

PORTER, Michael. **Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Michael E. Porter; tradução de Elizabeth Maria de Pinho Braga; revisão técnica Jorge A. Garcia Gomes – 7ª ed. – Rio de Janeiro: Campus, 1986.

RODRIGUES, Daniel; TEIXEIRA, Rafael. **As contribuições do empreendedorismo corporativo à implementação de estratégias**. v.14, n.1, p. 61-75, RIAE – Revista Ibero-Americana de Estratégia, 2015.

RUIZ, Fernando Martinson. **Empreendedorismo**. Senac, 2019.

SANTOS, Pedro. **Google Acadêmico: como usar essa rica ferramenta de pesquisas do Google**. Rockcontent.blog, 19 de abr. 2019.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. **Perfil empreendedor e desempenho organizacional**. Revista de Administração Contemporânea, v. 13, p. 450-467, 2009.

SCHUMPETER, Joseph A. Science and ideology. **American economic review**, v. 39, n. 2, p. 345-359, 1949.

SZALAVETZ, Andrea. **Digital transformation—enabling factory economy actors’ entrepreneurial integration in global value chains?**. Post-Communist Economies, v. 32, n. 6, p. 771-792, 2020.

TORRES, Vitor. **Pós-pandemia: qual o caminho para os negócios digitais?**. Contabilizei.blog. 2021.

TAJRA, SANMYA FEITOSA. **Empreendedorismo: conceitos e práticas inovadoras**. Saraiva Educação SA, 2014.