

**A FACE ATUAL DAS PESQUISAS SOBRE EMPREENDEDORISMO DIGITAL:
AVANÇO, RETROCESSO OU ESTAGNAÇÃO?**

**THE CURRENT FACE OF RESEARCH ON DIGITAL ENTREPRENEURSHIP:
PROGRESS, RETROCESS OR STAGNATION?**

**LA CARA ACTUAL DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE EMPRENDIMIENTO
DIGITAL: ¿AVANCE, RETROCESO O ESTANCAMIENTO?**

Juliana Alves Campos

Universidade Federal de Sergipe
juacmenezes@gmail.com

Rosangela Sarmento Silva

Universidade Federal de Sergipe
rosangelasarmento13@gmail.com

Rubia Oliveira Corrêa

Universidade Federal de Sergipe
rubia.ufs@gmail.com

Gustavo Dambiski Gomes de Carvalho

Universidade Tecnológica Federal do Paraná
gustavo.dambiski@gmail.com

Submissão: 12/01/2022

Aprovação: 10/11/2023

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo apresentar uma análise bibliométrica sobre os trabalhos que trazem como núcleo a interseção entre o empreendedorismo e a economia digital. Nele foi exposto o *status quo* das pesquisas sobre empreendedorismo digital, por meio da reunião da literatura publicada na última década. O período de 2010 a 2020 foi selecionado após a constatação de que, antes de 2010, pouco se publicou acerca do tema e que só após 2018 houve um número expressivo de publicações, conforme sinalizou a busca realizada na base de dados *Web Of Science* (2020). Os resultados apontaram que, embora tenha tido uma significativa melhora entre os anos de 2019 e 2020, as pesquisas direcionadas ao tema ainda são incipientes. Apenas 29 artigos relevantes foram encontrados até agora, entre os anos 2010 e 2020 na base de dados *Web Of Science*. Identificou uma predominância dos estudos qualitativos (56%) em relação ao total da amostra. Evidenciou-se que os artigos abordam o tema empreendedorismo digital aliado a outras temáticas atuais, quais sejam: práticas sociomateriais educação empreendedora; feminismo; países emergentes *versus* países desenvolvidos; ecossistema do empreendedorismo digital e escassez de recursos.

Palavras chaves: A Face Atual do Empreendedorismo digital; Avanço nas Pesquisa de Empreendedorismo Digital.

ABSTRACT

The purpose of this article is to present a bibliometric analysis of works that focus on the intersection between entrepreneurship and the digital economy. It exposed the status quo of research on digital entrepreneurship, by gathering the literature published in the last decade. The period from 2010 to 2020 was selected after verifying that, before 2010, little was published on the subject and that only after 2018 there was a significant number of publications, as indicated by the search carried out in the Web Of Science database (2020). The results showed that, although there was a significant improvement between 2019 and 2020, research on the subject is still incipient. Only 29 relevant articles have been found so far, between the years 2010 and 2020 in the Web of Science database. It identified a predominance of qualitative studies (56%) in relation to the total sample. It was evident that the articles address the theme of digital entrepreneurship combined with other current themes, namely: socio-material practices entrepreneurial education; feminism; emerging countries versus developed countries; digital entrepreneurship ecosystem and scarcity of resources.

Keywords: The Current Face of Digital Entrepreneurship; Advances in Digital Entrepreneurship Research.

RESUMEN

El propósito de este artículo es presentar un análisis bibliométrico de trabajos que se centran en la intersección entre el emprendimiento y la economía digital. Expuso el statu quo de la investigación sobre emprendimiento digital, al reunir la literatura publicada en la última década. Se seleccionó el período de 2010 a 2020 luego de verificar que, antes de 2010, se publicaba poco sobre el tema y que solo después de 2018 hubo una cantidad importante de publicaciones, como lo indica la búsqueda realizada en la base de datos Web Of Science (2020). Los resultados mostraron que, aunque hubo una mejora significativa entre 2019 y 2020, la investigación sobre el tema aún es incipiente. Solo se han encontrado 29 artículos relevantes hasta el momento, entre los años 2010 y 2020 en la base de datos de Web Of Science. Se identificó un predominio de estudios cualitativos (56%) en relación al total de la muestra. Se evidenció que los artículos abordan el tema del emprendimiento digital combinado con otros temas actuales, a saber: prácticas socio materiales de educación emprendedora; feminismo; países emergentes versus países desarrollados; ecosistema de emprendimiento digital y escasez de recursos.

Palabras-clave: La Cara Actual del Emprendimiento Digital; Avances en la Investigación del Emprendimiento Digital.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é largamente reputado como sendo responsável pelo crescimento econômico de uma região (OLIVEIRA JÚNIOR, *et al.* 2018). Como campo acadêmico, vem crescendo qualitativamente e ganhando legitimidade (LANDSTROM; HARIRCHI, 2019). Dada a sua importância, muitas pesquisas têm consolidado o status de campo científico ao empreendedorismo, trazendo ao debate novas perspectivas, estabelecendo subcampos ao abordar a relação entre empreendedorismo e temas como sustentabilidade e compromisso social (MAIR e MARTI, 2006; SILVA, *et al.* 2015; BEZERRA-DE-SOUSA e TEIXEIRA, 2019), rede social (GRANOVETTER, 2005), comportamento empreendedor (SARAVASTHY, 2001; SIGAHI, 2018), dentre outros.

Uma outra abordagem que vem, mesmo de forma incipiente, ocupando espaço nas pesquisas sobre empreendedorismo é aquela que trata da interseção entre empreendedorismo e economia digital (HAIR, 2012; DUTOT, HORNE, 2015; NAMBISAN, 2017; STANDING; MATTSSON, 2016; NGOASONG, 2017; BASLY; HAMMOUDA, 2020). Para Basly e Hammouda (2020), essa tendência advém do fato de que, atualmente, a economia digital vem revolucionando as economias de todo o mundo, haja vista o motivo pelo qual as principais organizações transnacionais não atuam mais apenas no âmbito industrial, mas estão inseridas intensamente em uma economia digital. Esse tipo de exemplo traz à tona uma ruptura, uma mudança irreversível nos modelos de negócios (CHRISTENSEN, 2012), colocando a economia digital em lugar de destaque, tirando-a da posição de escolha, para promovê-la a uma posição de necessidade (BASLY, HAMMOUDA, 2020). Sendo assim, os empreendimentos que se desenvolvem nesse ambiente de economia digital configuram essa nova vertente dos estudos em empreendedorismo.

Ante o cenário de notável evolução, autores como Basly e Hammouda (2020) e Nambisan (2017) ressaltam a importância de estudos que sistematizem os trabalhos sobre empreendedorismo digital. Tendo em vista que o empreendedorismo digital pode impulsionar o crescimento econômico, a competitividade das empresas e a geração de novos modelos de negócios (BASLY; HAMMOUDA, 2020; DAVIDSON; VAAST, 2010; SARAVASTHY, 2001), este trabalho contribui teoricamente para a compreensão das dimensões nas quais o empreendedorismo digital se apoia, quais os tópicos mais importantes que sustentam as pesquisas da última década e quais os avanços na área. Além disso, apresenta como contribuição prática um portfólio com os trabalhos que evidenciam as melhores condutas e políticas que estimulam o empreendedorismo no âmbito digital.

Diante do exposto e salientando a relevância da temática para o desenvolvimento da economia (STANDING; MATTSSON, 2016) e da sociedade como um todo (SARAVASTHY, 2001), o presente artigo tem por objetivo apresentar uma análise bibliométrica sobre os trabalhos que trazem como núcleo a interseção entre o empreendedorismo e a economia digital. Nele será exposto o *status quo* das pesquisas sobre empreendedorismo digital, por meio da reunião da literatura publicada na última década. O período de 2010 a 2020 foi selecionado após a constatação de que, antes de 2010, pouco se publicou acerca do tema e que só após 2018 houve um número expressivo de publicações, conforme sinalizou a busca realizada na base de dados *Web Of Science* (2020).

A análise dos principais achados de dez anos de pesquisa, seus dados bibliométricos e o exame das redes de citação (cocitação, coocorrência e coautoria) permitem uma melhor compreensão da atual face do empreendedorismo digital e sinalizam se neste período houve avanço, retrocesso ou estagnação das pesquisas acerca do tema. Essa constatação é importante, pois promove novas oportunidades de pesquisa, bem como constitui um marco referencial para pesquisadores e estudantes do campo.

Este artigo está disposto em seis tópicos: a introdução, definida como tópico um; a base teórica, pela qual esta pesquisa se delinea, discutida no tópico dois; os dados quantitativos do método bibliométrico, demonstrados no tópico três; a descrição dos resultados da pesquisa bibliométrica, detalhados no tópico quatro; os achados da pesquisa, apresentados no tópico cinco; e, por fim, as considerações finais, alocadas no tópico seis.

2 O AVANÇO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS E A EXPANSÃO DO EMPREENDEDORISMO ON-LINE

As novas tecnologias desenvolvidas na segunda revolução industrial (iniciada no final do século XIX e início do século XX) e na revolução digital (a partir de 1960) impulsionaram o desenvolvimento da digitalização dos negócios (SCHWAB, 2016), causando uma ruptura no modelo tradicional de comercialização, uma mudança radical na forma como o mercado compra e vende produtos e serviços, e, conseqüentemente, na forma como o homem empreende (CHRISTENSEN, 2012).

Schumpeter (1934) defende que o empreendedorismo possui como alicerce a inovação. Esta, por sua vez, apoia-se na criação de novos mercados e na ação do empreendedor. Para o autor, a inovação surge ao “combinar materiais e forças que estão ao nosso alcance” (SCHUMPETER, 1934, p.76). Concordando com Schumpeter (1934), Adam Smith (1996) reforça a necessidade de se buscar a riqueza de uma nação por meio da inovação e do empreendedorismo, alegando que o patrimônio de um país não reside na sua habilidade em acumular metais em seus cofres, como defendia o mercantilismo, mas na habilidade de seus cidadãos em produzir bens e comercializá-los (SMITH, 1996).

Os achados das pesquisas sobre o empreendedorismo levam a inferir que, de forma geral, o tema apresenta como essência a relação entre risco e oportunidade percebida. O termo surgiu na década de 1700 para descrever “o porte do risco de comprar a um determinado preço e vender a preços incertos” (DAVIDSON; VAAST, 2010, p.1). A literatura mostra que os pesquisadores vêm tentando apresentar um único conceito, no entanto é fato que não há consenso sobre o que é empreendedorismo e, conseqüentemente, sobre o que é ser um empreendedor.

Gartner (1989) já alertava para a impossibilidade de assumir uma única definição para os termos, mas admite, contudo, que a essência do empreendedorismo é a criação de organizações, enquanto o estudo sobre “as características e traços do empreendedor” é a única forma de entender o fenômeno e suas implicações na área (GARTNER, 1989, p.47). Diante desse cenário, é possível constatar que o empreendedorismo busca inovação por meio de uma oportunidade emergente, o que independe de um conceito genérico.

De fato, o empreendedorismo mostra-se como um grande impulsionador da economia, uma fonte de novos empregos e renda para milhares de pessoas. No Brasil, de acordo com o GEM 2019/20 (*Global Entrepreneurship Monitor*), em 2019, o país atingiu a sua 2ª maior taxa de empreendedorismo total, considerando uma análise feita em duas décadas de pesquisa, indicando que 38,7% da população adulta vive por meio da atividade empreendedora (GEM, 2020). Além disso, o Sebrae destaca que, em 2022, no Brasil, a cada 10 postos de trabalho disponíveis, 8 foram criados pelas micro e pequenas empresas, tomando por base um levantamento feito por meio do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados - Caged (SEBRAE, 2023).

Tendo em vista essas informações e retomando o posicionamento de Schumpeter (1934), Smith (1996), Basly e Hammouda (2020) Gartner (1989) sobre a importância da inovação para o empreendedorismo, salienta-se que as transformações que as tecnologias da informação e as mídias sociais trouxeram para a sociedade impulsionaram a economia que ocorre no âmbito virtual, por meio da internet. Esta economia é tida como digital por estar fundamentada no processamento de “bits de informação”, no lugar de apenas “bens materiais”,

em que a matéria prima é a “produção e circulação de informações e serviços baseados em conhecimento” (DAVIDSON e VAAST, 2010, p. 1).

Aliado a isso, constata-se que a popularização da internet e a disseminação das redes sociais, ancoradas em plataformas digitais como Instagram, Facebook, Tiktok, Youtube, entre outras (HE, 2019), viabilizaram o desenvolvimento de um novo *locus* de atuação do empreendedor: o meio digital, por meio da economia digital. A atuação desses negócios passa agora para uma esfera muito mais ampla, a GLOCAL, ou seja, local e global ao mesmo tempo (ROUDOMETOF, 2015). Para Davidson e Vaast (2010), o *locus* de atuação do empreendedorismo digital poder ser classificado em três grandes grupos: classificação de digital empresarial, digital do conhecimento e digital institucional. No entanto, os autores acrescentam que uma organização pode pertencer a dois ou até três grupos simultaneamente.

O primeiro grupo, empreendedorismo digital empresarial, é formado por empresas que geram lucro com a comercialização de seus produtos e serviços, por meio de canais digitais, como a *Amazon*. A segunda categoria é o empreendedorismo digital do conhecimento, caracterizado como os empreendimentos que se desenvolvem no meio digital, por meio da busca por circulação, desenvolvimento e expansão de uma base de domínio de informação e conhecimento, como fazem alguns jornalistas, consultores e acadêmicos.

Por fim, o terceiro grupo, empreendedorismo digital institucional, ocorre quando os sujeitos que já pertencem a alguma organização buscam novas oportunidades de negócios no meio digital, partindo de recursos já existentes em sua organização, criando instituições ou transformando as já existentes.

Além da classificação de Davidson e Vaast (2010), o Quadro 1 apresenta um resumo das principais definições de empreendedorismo digital, de acordo com os artigos que constam no portfólio desta pesquisa.

Quadro 1: Principais definições de Empreendedorismo Digital

Autor(es)	Definição
Davidson e Vaast (2010, p. 8)	“Busca por novas oportunidades de risco apresentadas pelas novas mídias e tecnologias de internet” (tradução nossa).
Hair et al. (2012, p. 2)	“Empreendedorismo em que alguns ou todo o empreendimento empresarial ocorrem digitalmente ao invés de em formatos mais tradicionais” (tradução nossa).
He (2019, p. 2)	Empreendedorismo digital é tido “como um empreendedor que aplica TIC (tecnologia da informação e comunicação) para criar negócios no ciberespaço” (tradução nossa).
Hull <i>et al.</i> (2007, p. 293).	"o empreendedorismo digital é uma subcategoria de empreendedorismo em que parte ou tudo o que seria físico em uma organização tradicional foi digitalizado" (tradução nossa).
Dutot; Horne (p.81)	“O empreendedorismo digital implica atividades de empreendedorismo associadas a algum grau de bens ou serviços digitais ou com outras formas de atividade digital” (tradução nossa).

Fonte: autores, conforme dados da pesquisa (2020)

Partindo da premissa de que não há consenso sobre uma única definição do termo (KRAUS, *et al.*, 2018; HANSEN, 2019) e considerando autores como Hair (2012), Dutot e Horne (2015), Nambisan (2017), Standing e Mattsson (2016), Ngoasong (2017), Basly e Hammouda (2020), neste trabalho, o empreendedorismo digital consistirá no processo de criação e desenvolvimento de um negócio que utiliza uma infraestrutura digital, que se apoia em uma economia cujas principais fontes de valor são a disseminação, a troca e o compartilhamento de produtos, serviços e informações em redes digitais. Essas redes são fundamentadas em novas tecnologias, como computação móvel, computação em nuvem e inteligência artificial, podendo gerar benefícios econômicos, ora diretos ora indiretos ou, simplesmente, um favor social. De forma resumida, é o empreendedorismo que ocorre no meio

digital, tanto em sua totalidade quanto parcialmente, em substituição a empreendimentos consolidados apenas em uma estrutura física clássica, tida como tradicional.

Nos últimos 10 anos, nota-se um crescimento considerável tanto dos negócios digitais quanto das pesquisas sobre o tema (LADEIRA *et al.*, 2019). Para Ladeira *et al.* (2019), o crescente interesse pelo empreendedorismo digital ocorre por alguns motivos específicos, como o grande alcance proporcionado pelas tecnologias digitais, os baixos custos gerados pela ausência de infraestrutura física e o maior engajamento com o cliente, este último fruto de uma cocriação de valor com as partes interessadas. Entretanto, embora as pesquisas sobre empreendedorismo digital sejam de certa forma expressivas em países como Estados Unidos, Inglaterra e Alemanha, por exemplo, no Brasil há uma baixa gama de publicações em revistas internacionais.

De maneira geral, portanto, verifica-se que, a partir de 2018, o empreendedorismo digital ganhou espaço nas pesquisas acadêmicas de forma mais intensa, como mostram os dados deste trabalho. Ademais, acresce-se informar que o empreendedorismo digital pode ser analisado sob vários prismas, por exemplo, por meio do enfoque do empreendedorismo familiar, das práticas sociomateriais, da intenção empreendedora de jovens que operam em um ambiente digital, dentre outros. Tal conteúdo pode ser visto no portfólio deste trabalho e na análise bibliométrica que se desenvolve na sequência, nos próximos tópicos.

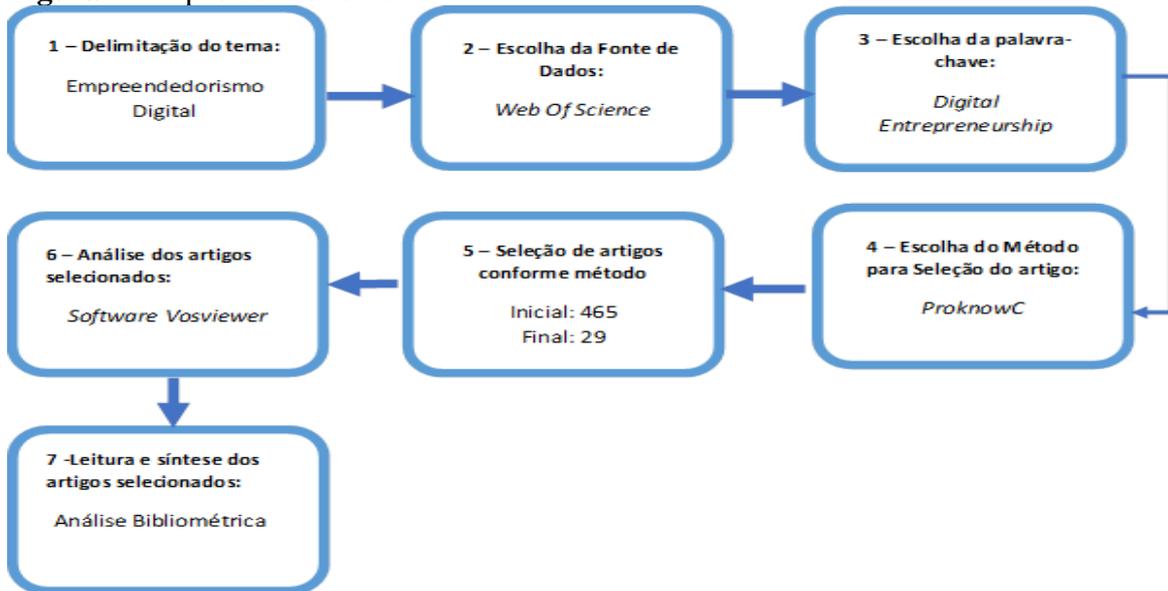
3 METODOLOGIA

A abordagem metodológica adotada neste estudo foi a bibliometria, atrelada à análise de redes de relacionamentos (cocitação, coocorrência e coautoria) entre autores e publicações científicas. Quanto ao nível de pesquisa, este estudo pode ser classificado como descritivo, por possuir como finalidade “a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2019, p. 27). No âmbito do tipo de pesquisa, e por optar pela abordagem bibliométrica, este artigo pode ser caracterizado como uma pesquisa quantitativa, visto que se trata de um levantamento estatístico de dados literários e, também, qualitativa, por se debruçar em uma análise minuciosa dos achados teóricos (Creswell, 2010).

Inserida neste contexto, esta pesquisa buscou identificar os principais trabalhos publicados na área de empreendedorismo digital, que tratam especificamente deste tema, de acordo com a fundamentação teórica aqui presente. Nesse sentido, a pesquisa bibliométrica mostra-se eficaz para o desenvolvimento de um campo, pois permite traçar um panorama geral do tema, inclusive permitindo, por vezes, a identificação de subcampos específicos, além de demonstrar sua localização no espaço e no tempo (ZUPIC; CATER, 2015; MACHADO *et al.*, 2019). Para Zupic e Cater (2015, p. 3), “métodos bibliométricos introduzem rigor quantitativo na avaliação subjetiva da literatura”.

Considerando essas premissas, o estudo seguiu o seguinte roteiro: (1) delimitação do tema de pesquisa; (2) escolha da fonte de dados; (3) escolha das palavras-chave; (4) escolha do método apropriado; (5) seleção dos artigos conforme método escolhido; (6) análise e síntese dos artigos selecionados. A Figura 1 demonstra as etapas seguidas para este estudo:

Figura 1: Etapas da Bibliometria

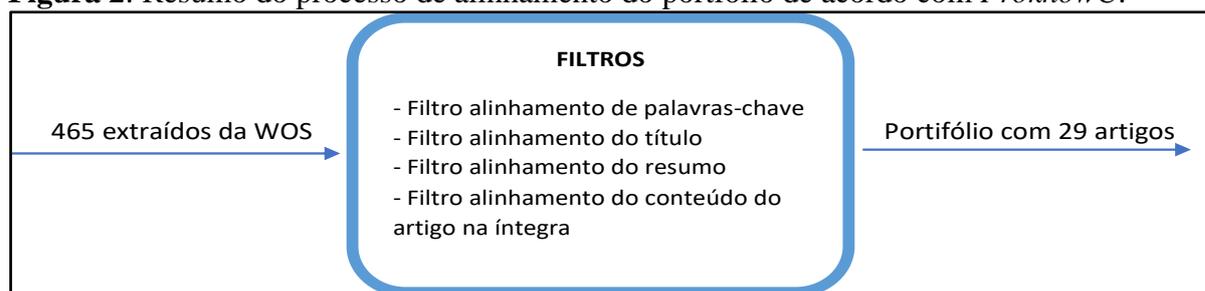


Fonte: elaborado pelos autores

Por se tratar de uma pesquisa bibliométrica, a *Web Of Science* foi escolhida pelo fato de ser uma base de dados multidisciplinar que trabalha com índice de citações. Além disso, conta com um acervo de mais de 25 mil periódicos e é usada como fonte de dados por diversos pesquisadores que publicam trabalhos utilizando a bibliometria como ferramenta de análise (CARVALHO *et al.*, 2021; DOCAMPO e SAFÓN, 2021). A filtragem obedeceu aos seguintes critérios: por tópico, somente artigos e no período de janeiro de 2010 até maio de 2020. Estes critérios foram pré-estabelecidos com o propósito de identificar a evolução da pesquisa sobre o tema na última década, pois, antes de 2010, não havia publicação de trabalhos relevantes e, entre 2010 a 2017, poucas obras foram encontradas, conforme busca na base de dados *Web Of Science* (2020).

Com o intuito de identificar os trabalhos que tratassem do empreendedorismo digital como núcleo central, ou seja, como integrante do objetivo do artigo pesquisado, a única palavra-chave usada na busca foi “digital entrepreneurship”. Após a seleção dos 465 artigos, foi feita a exportação de todas as informações coletadas na base de dados para o *software* Excel, no qual todos os dados relacionados aos trabalhos foram analisados pelo método bibliométrico *ProknowC*. Afonso *et al.* (2011, p.47) assevera que o *ProknowC* é um método de “grande validade para a construção de conhecimento em determinado campo de pesquisa, proporcionando um procedimento estruturado, rigoroso e que minimiza o uso de aleatoriedade e subjetividade no processo de revisão bibliográfica”. Para alcançar o objetivo da pesquisa, o trabalho seguiu os critérios de filtragem do método, conforme Figura 2.

Figura 2: Resumo do processo de alinhamento do portfólio de acordo com *ProknowC*.



Fonte: autores, conforme Lacerda *et al.* (2012)

Dos 465 artigos iniciais, 75 passaram pelo crivo do alinhamento de palavras-chave e alinhamento de título, seguidos de 29 artigos que se adequaram ao alinhamento de resumo. Para a elaboração do portfólio, porém, não foi possível acessar a íntegra de todos os artigos. Sendo assim, dos 29 selecionados pelas etapas do método, 26 foram examinados minuciosamente, ou seja, quase 90% da amostra. O quantitativo final (26 artigos) passou por uma leitura meticulosa, com a intenção de verificar se os trabalhos tratavam especificamente do tema empreendedorismo digital ou se havia uma relação com conteúdos correlatos, tais como empreendedorismo feminino, sustentabilidade, países emergentes, dentre outros, assegurando o objetivo proposto neste estudo. As etapas do método de seleção mostraram-se adequadas e precisas, não sendo necessário aplicar a repescagem em nenhuma etapa.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os dados coletados foram analisados de forma sistemática e apresentados nas seções que seguem. No subtópico 1, um Quadro com algumas informações sobre as obras do portfólio desta pesquisa será apresentado, já no subtópico 2, expõem-se as informações sobre a análise bibliométrica.

4.1 OBRAS DO PORTFÓLIO

A seguir, o Quadro 2 expõe alguns dados relevantes extraídos dos artigos selecionados, como o título, o método de pesquisa, o ano de publicação e o objetivo das obras. O Quadro 2 foi elaborado com o intuito de fornecer uma visão geral dos estudos relevantes, extraídos da base *Web Of Science* e direcionados ao empreendedorismo digital, no período entre 2010 e 2020.

Quadro 2: Portfólio de artigos sobre empreendedorismo digital (entre 2010 e 2020)

AUTOR E ANO DE PUBLICAÇÃO	MÉTODO DE PESQUISA	OBJETIVO
Davidson e Vaast (2010)	Qualitativo-Estudo de caso	Investigar três formas de oportunidades do empreendedorismo na economia digital (negócios, conhecimento e institucional), em conjunto com as práticas sociomateriais, por meio das quais são promulgadas (tradução nossa).
Hair <i>et al.</i> (2012)	Ensaio Teórico	Explorar o papel da orientação de mercado no empreendedorismo digital e discutir a sinalização das tecnologias Web 2.0 e comunidades eletrônicas na construção de sua orientação de mercado (tradução nossa).
Dutot e Horne (2015)	Qualitativo-Estudo de caso	Introduzir um modelo conceitual para olhar a intenção empreendedora de jovens empreendedores, que operam em um ambiente digital, onde algumas ou todas as suas atividades empresariais ocorrem (tradução nossa).
Standing e Mattsson (2016)	Qualitativo-Estudo de caso	Analisar o estágio inicial de desenvolvimento do modelo de negócio digital, que envolve a identificação de oportunidades e a componentização até o ponto de um conceito de negócio viável (tradução nossa).
Richter <i>et al.</i> (2017)	Qualitativo-composta por entrevistas guiadas com 14 empresas da Alemanha, Áustria e Suíça	Lançar luz sobre o tema “economia compartilhada”, que ainda está em sua infância (tradução nossa).

Nambisan (2017)	Ensaio Teórico	Articular a promessa e o valor da perspectiva tecnológica digital, considerando como ela se basearia e enriqueceria as teorias de empreendedorismo existentes (tradução nossa).
Akhter (2017)	Quantitativo e Qualitativo	Explorar o nível de dependência dos processos de negócios sobre tecnologias para crescimento e sustentabilidade do empreendedorismo digital saudita (tradução nossa).
Li <i>et al.</i> (2017)	Qualitativo- estudo de caso único em Zhongguancun, o Vale do Silício da China	Estudar como um ecossistema de empreendedorismo digital (DEEs) se desenvolve, pois o conceito é em grande parte subestimado. O estudo pretende preencher essa lacuna (tradução nossa).
Ngoasong (2017)	Qualitativo – Estudo de caso em Camarões	Explorar criticamente como o contexto antecedente das competências digitais empreendedoras (EDCs) influencia o empreendedorismo digital em um ambiente escasso de recursos (tradução nossa).
Kraus <i>et al.</i> (2018)	Quantitativo e Qualitativo	Reunir a literatura da última geração sobre empreendedorismo digital e fornecer uma compilação atualizada dos principais temas e métodos discutidos na literatura relevante (tradução nossa).
Dy, Martin e Marlow (2018)	Qualitativo - composto por entrevistas semiestruturadas e aprofundadas com 26 mulheres empreendedoras digitais com sede na Inglaterra e Escócia	Analisar o empreendedorismo digital, que é apresentado no discurso popular como um meio de empoderamento e maior participação econômica para pessoas com poucos recursos e pessoas socialmente marginalizadas, mas que, na verdade, se baseia em uma ontologia plana que não considera suficientemente as condições de habilitação necessárias para o sucesso da atividade empresarial digital (tradução nossa).
Balocco <i>et al.</i> (2019)	Qualitativo - estudo de caso múltiplo	Propor uma estrutura enxuta para apoiar novos empreendimentos digitais no processo de mudança de modelo de negócio (tradução nossa).
Geissinger <i>et al.</i> (2019)	Qualitativo- estudo de caso históricos de empreendedorismo digital na cidade de Estocolmo	Explorar o papel das cidades na facilitação do empreendedorismo digital e na superação da resistência institucional à inovação (tradução nossa).
Dong (2019)	Qualitativo – estudo longitudinal aprofundado em uma startup digital holandesa	Lançar alguma luz sobre ambiente regulatório, das startups digitais, para tomar ações empreendedoras "disruptivas" com plataformas digitais, superando os inibidores regulatórios e barreiras dos negócios (tradução nossa).
Cavallo <i>et al.</i> (2019)	Quantitativo- por meio de uma regressão linear	Investigar como grupos de anjos e venture capital (VC) financiam o crescimento de novos empreendimentos digitais em sua fase de startup (tradução nossa).
He (2019)	Ensaio Teórico	Oferecer um quadro conceitual para vincular o empreendedorismo digital rural e a dedução da pobreza (tradução nossa).
Kraus, Roig-Tierno e Bouncken (2019)	Quantitativo e qualitativo	Servir como uma revisão em primeira rodada de algumas das submissões à revista <i>Review of Managerial Science</i> (tradução nossa).

Leung e Cossu (2019)	Qualitativo	Examinar a importância do empreendedorismo digital no leste da Ásia como trabalho informal, baseado em pesquisas empíricas em Taiwan e Tailândia (tradução nossa).
Hansen (2019)	Qualitativo	Explorar o empreendedorismo digital e o impacto do empreendedorismo digital; digitalização sobre o ambiente empreendedor em Pequim (tradução nossa).
Vorbach, Poandl e Korajman (2019)	Quantitativo	Contribuir para uma melhor compreensão das habilidades, oportunidades e riscos necessários decorrentes do uso dos MOOCs (<i>massive open online courses</i>) como forma de ensinar o empreendedorismo (tradução nossa).
Ladeira <i>et al.</i> (2019)	Quantitativo	Desenvolver um mapa cognitivo nebuloso (FCM) para identificar e analisar os determinantes do empreendedorismo digital (tradução nossa).
Elia, Margherita e Passiante (2019)	Qualitativo	Propor uma fragmentação do ecossistema de empreendedorismo digital, destacando as perspectivas integradas de produção digital e ambiente digital (tradução nossa).
Beliaeva <i>et al.</i> (2019)	Quantitativo e Qualitativo	Investigar a dinâmica do empreendedorismo digital e o papel do ecossistema de inovação na sua formação, aplicando uma perspectiva multinível sobre o fenômeno (tradução nossa).
McAdam (2020)	Qualitativa	Examinar o engajamento das mulheres no empreendedorismo digital em economias emergentes com práticas sociais e culturais restritivas (tradução nossa).
Ghezzi e Cavallo (2020)	Qualitativo	Explorar como as LSAs (<i>Lean Startup Approaches</i>) atuam como métodos ágeis para a Inovação de Modelo de Negócios em Empreendedorismo Digital (tradução nossa).
Basly e Hammouda (2020)	Ensaio Teórico	Responder à pergunta: Como as empresas familiares poderiam abraçar os valores e superar os obstáculos ao empreendedorismo digital? (tradução nossa).

Fonte: Autores, conforme portfólio da pesquisa (2020).

4.2 ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DOS DADOS

Os resultados bibliométricos desta pesquisa estão dispostos de acordo com as redes de cocitação, redes de coautoria, temas de pesquisa e países com maior número de publicações aos quais pertencem.

Como dito anteriormente, a pesquisa selecionou 29 artigos da coleção principal da base de dados *Web of Science* (WoS). Deste total, percebe-se que a grande maioria das obras foi publicada em 2019, embora o volume de publicações de 2020 venha aumentando com o decorrer do tempo, podendo ultrapassar o quantitativo de 2019. O Gráfico 1 demonstra essas e outras informações que serão comentadas a seguir.

Gráfico 1: Quantidade de obras por ano de publicação

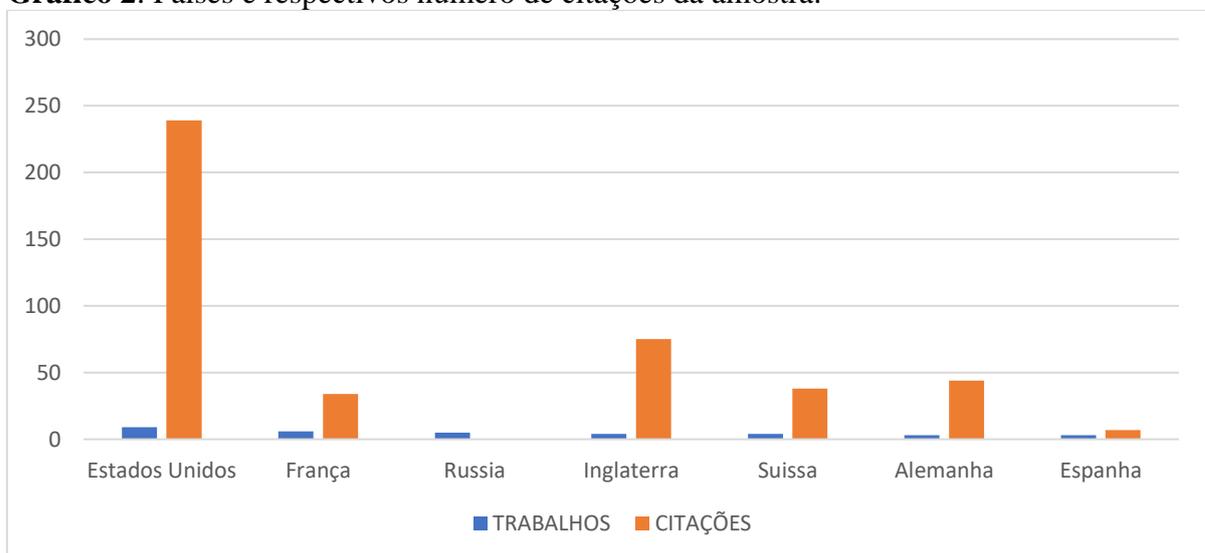


Fonte: autores, conforme dados da pesquisa (2020)

Observando o Gráfico 1, percebe-se que não houve publicações relevantes sobre o tema nos anos de 2011, 2013 e 2014, e apenas 1 publicação nos anos de 2010, 2012 e 2015. Esse número reduzido de artigos publicados demonstra quão incipiente é a pesquisa sobre empreendedorismo digital e quão lenta foi sua evolução desde o ano de 2010 até 2018, conforme assevera Ladeira *et al.*, (2019). Dado o movimento ascendente do empreendedorismo digital (KRAUS, *et al.* 2018), entre os anos de 2019 e 2020, o número de artigos publicados alcança quase que 64% do total de publicações da década, contrastando com os 36% que representa a soma dos artigos publicados entre 2010 e 2018.

Partindo para uma análise a nível de **citação** (grifo nosso) por países, tem-se como resultado os dados demonstrados pelo Gráfico 2, conforme pode ser visto na sequência.

Gráfico 2: Países e respectivos número de citações da amostra.



Fonte: elaborada pelos autores (2020).

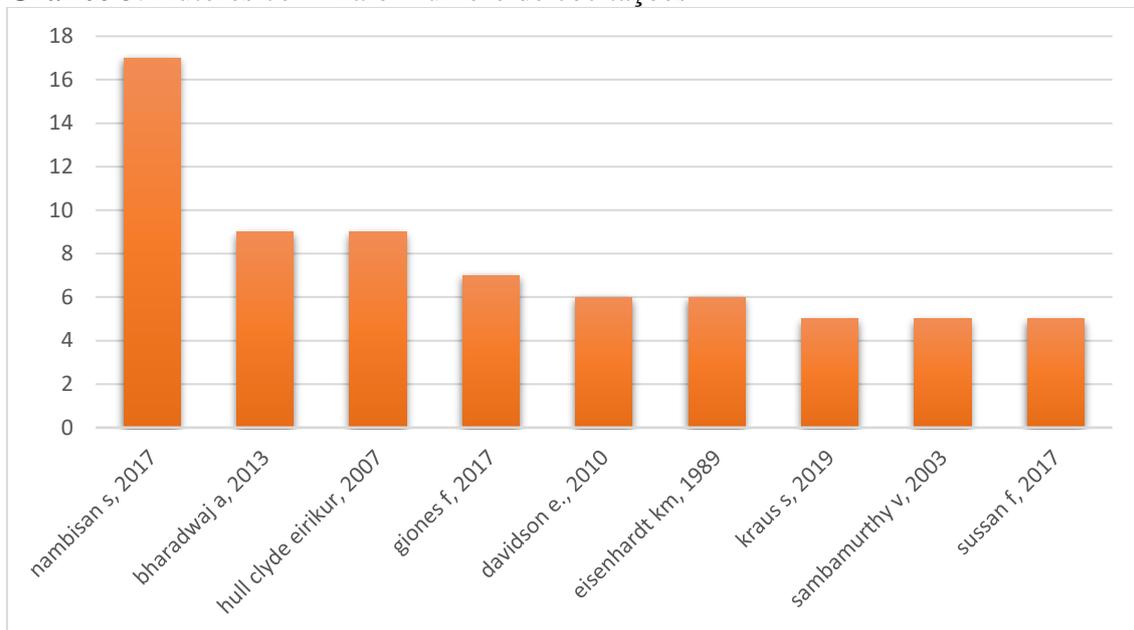
O Gráfico 2 demonstra que os EUA apresentam o maior número de citações das obras publicadas. São 9 artigos e um total de 239 citações, ou seja, o país sozinho sustenta 54,7% do total de citações. Logo aparece a Inglaterra com maior número de citações, são 4 artigos e 75 citações, representando 17,2 % do total da amostra. A Alemanha ocupa o terceiro lugar nesse *ranking*, com 3 obras e 44 citações, o que corresponde a 10,06 % das citações do portfólio.

Além dessa análise inicial, faz-se necessário partir para um exame minucioso das redes formadas dentro de um emaranhado de inter-relacionamentos, o qual é o alicerce de um trabalho

científico, segundo proposto no objetivo deste trabalho. Com base nisso, menciona-se um tipo específico de rede, na qual consideram-se os autores citados, de acordo com o grau de influência para os trabalhos selecionados pelo portfólio. Para evidenciar esses autores, basta examinar as referências desse seletivo grupo de artigos que tratam especificamente de empreendedorismo digital, além de observar o que a bibliometria conceitua como “**análise de cocitação**” (grifo nosso).

Para Grácio (2016), a análise de cocitação “permite conhecer as relações estruturais de conectividade teórico-metodológica de um domínio, a proximidade, a vizinhança, a associação e a interlocução estabelecida entre documentos e pesquisadores”, além de medir a “relação entre dois artigos com base no número de publicações em que estes aparecem citados concomitantemente” (GRÁCIO, 2016, p. 84). Com o intuito de construir uma abordagem adequada, o gráfico 3 foi elaborado com a exposição dos principais autores desta pesquisa, como pode ser visualizado na sequência:

Gráfico 3: Autores com maior número de cocitações

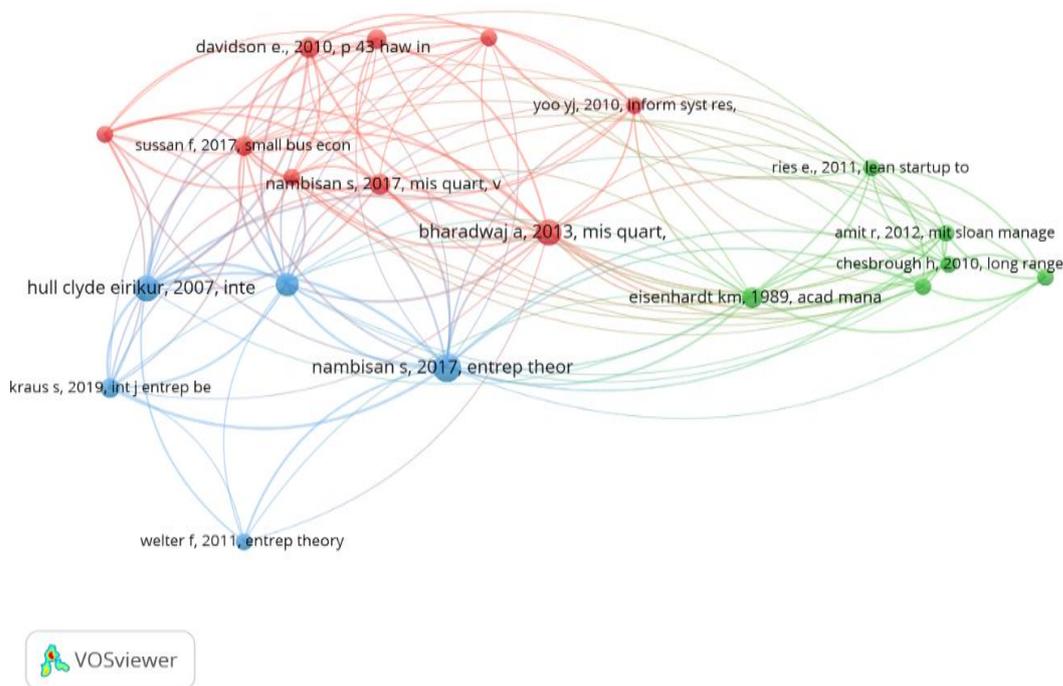


Fonte: Autores, conforme dados da pesquisa (2020)

Diante dos dados do gráfico 3, nota-se que Nambisan (2017) é o autor mais cocitado, com 17 cocitações; seguido de Bharadwaj (2013), com 9 cocitações; Hull, Clyde e Eirikur (2007), com igual quantidade de referências; e Giones (2017), com 7 cocitações.

Partindo dessas considerações, os dados foram tratados pelo *software VosViewer*, sob a égide das informações fornecidas pela base dos dados *Web of Science*. O *VosViewer* então apresentou como resultado as informações que constam na Figura 3.

Figura 3: Cocitação do portfólio selecionado



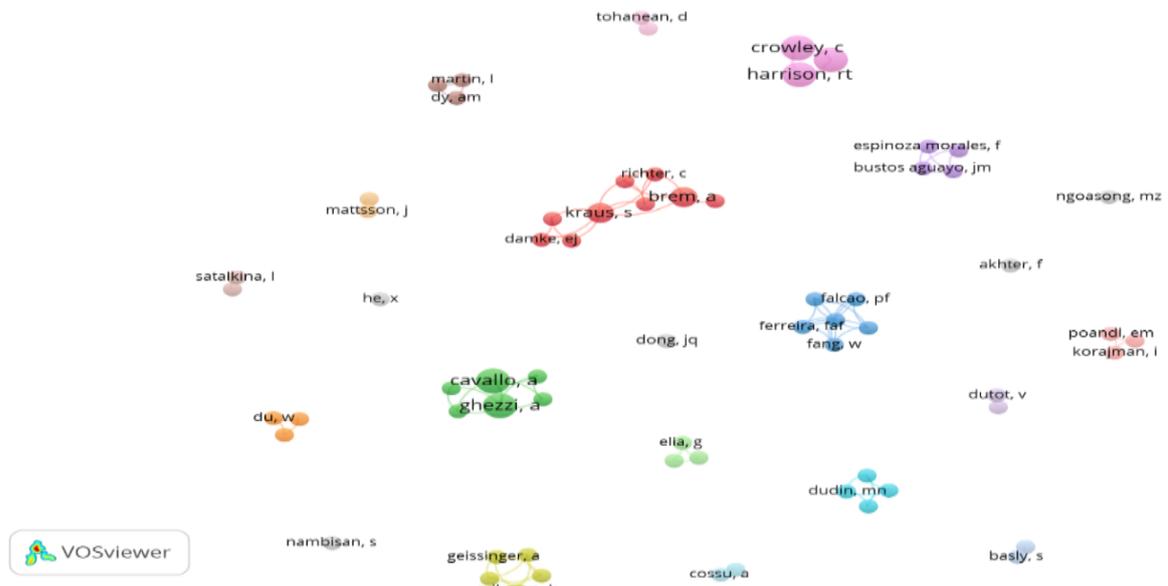
Fonte: elaborada pelos autores (2020).

Nota: Elaborada a partir do *VosViewer 1.6.6* (VAN ECK; WALTMAN, 2010).

A imagem elaborada pelo software *VosViewer* expressa com clareza os autores que mais têm se dedicado ao estudo de temas que se correlacionam ao empreendedorismo digital. É importante salientar que a análise de cocitações verifica essencialmente a importância de determinados autores para a construção de outras pesquisas. Observa-se a formação de três *clusters* principais: o primeiro é aquele formado por Nambisan (2017), Kraus (2019) e Hull, Clyde e Eirikur (2007); o segundo é o *cluster* composto por Davidson (2010), Sussan (2017) e Bharadwaj (2013); e, por fim, o *cluster* constituído principalmente por Eisenhardt (1989), Chesbrough (2010) e Ries (2011).

Há também uma outra análise de redes muito peculiar, que é objeto de estudo da bibliometria, a **coautoria** (grifo nosso). Esse método conecta autores quando eles também são coautores de vários outros artigos (ZUPIC; CATER, 2015). Sampaio *et al* (2015, p. 79) acrescentam: “a análise de coautoria tem sido amplamente utilizada para entender e avaliar os padrões de colaboração científica”. Percebe-se que essa análise permite uma visão mais abrangente das relações estabelecidas entre autores em uma rede de publicações que vai sendo construída ao longo do tempo. Neste estudo, constatou-se que não há grandes conglomerados, com a interconexão expressiva de autores, como demonstra a Figura 4.

Figura 4: Análise de coautoria do portfólio previamente selecionado

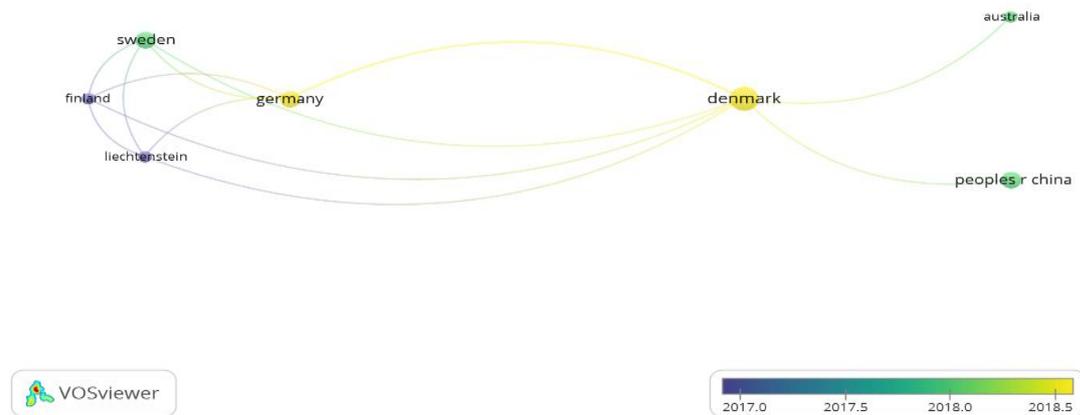


Fonte: elaborada pelos autores (2020). **Nota:** Elaborada a partir do *VosViewer 1.6.6* (VAN ECK; WALTMAN, 2010).

De acordo com a Figura 4, os *clusters* que se mostram mais sólidos são os de Kraus, Brem e Richter, além do de Ferreira, Fang e Falcão. Há outros menos expressivos, como o *cluster* de Crowley e Harrison juntamente com o de Cavallo e Ghezzi, por exemplo. Isso significa que os trabalhos não são feitos de forma colaborativa, como em parcerias com instituições de ensino superior, o que reduz a robustez teórica das obras, pois restringe a possibilidade de uma multiplicidade de visões sobre o fenômeno estudado.

É possível, ainda, dentro dessa mesma vertente, ou seja, na análise de **coautoria** (grifo nosso), observar o evento sob a perspectiva dos países de origem das obras, o que facilita a compreensão do aspecto colaborativo da rede quanto aos países de origem dos artigos do portfólio deste estudo, demonstradas na Figura 5.

Figura 5: Análise de coautoria de acordo com países

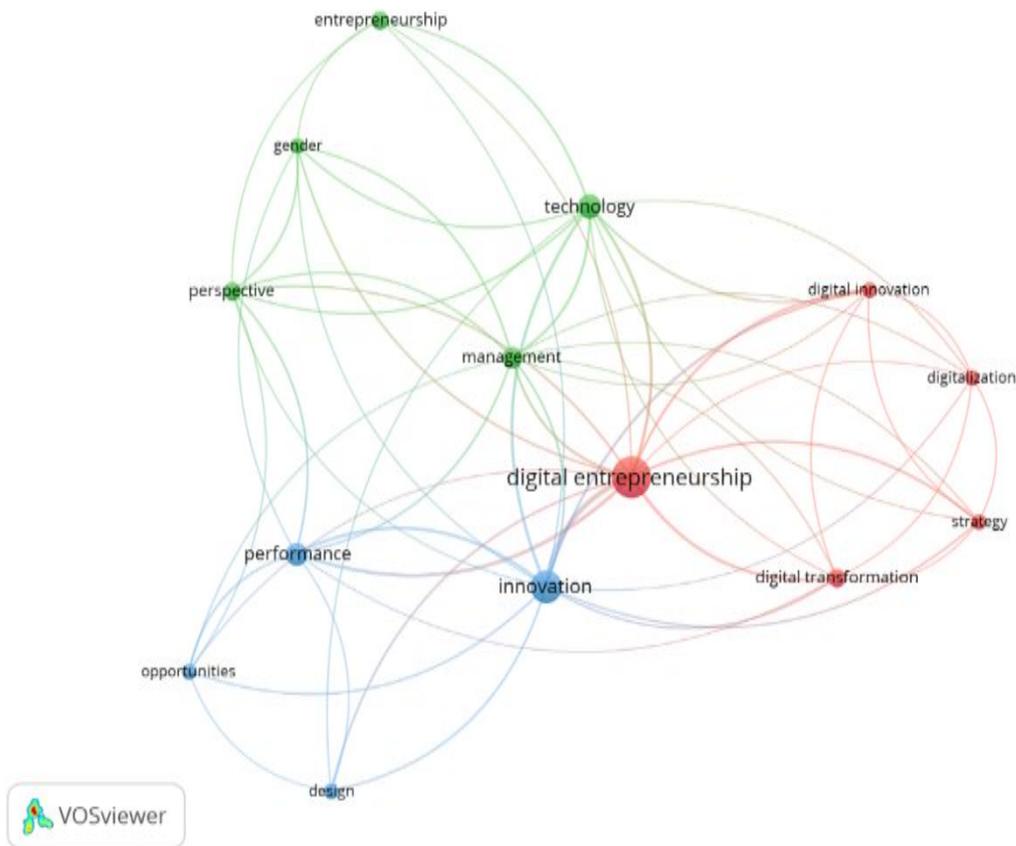


Fonte: elaborada pelos autores (2020). **Nota:** Elaborada a partir do *VosViewer 1.6.6* (VAN ECK; WALTMAN, 2010).

A imagem assevera que há formação de pequenos clusters, conforme opção visualização por redes. As diferentes cores representam as respectivas datas de publicação, como sugere a legenda apresentada na Figura 5, disponibilizada pelo *software VosViewer*. Percebem-se pequenos grupos pouco significativos, tal qual o formado pela Alemanha, Dinamarca e Suécia, por exemplo.

A análise de **coocorrência de palavra-chave** (grifo nosso) também se mostra necessária para a ampliação da abordagem do tema em questão. O empreendedorismo digital ou “digital entrepreneurship” desponta como palavra com maior número de ocorrências, como expõe a Figura 6.

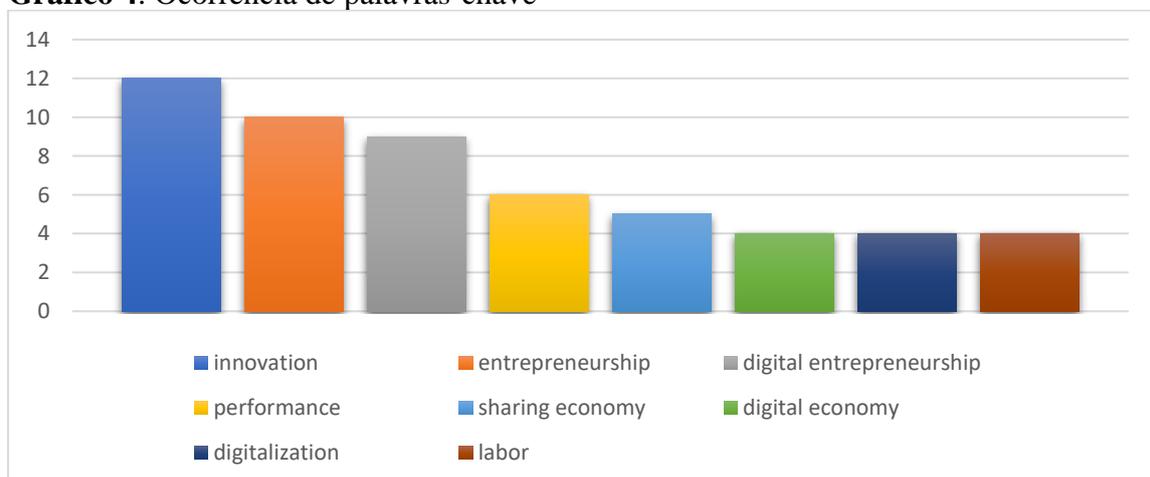
Figura 6:- Análise de ocorrência de palavras-chave



Fonte: elaborada pelos autores (2020). **Nota:** Elaborada a partir do *VosViewer 1.6.6* (VAN ECK; WALTMAN, 2010).

Todas as palavras-chave informadas pelos autores (*author Keywords*) foram consideradas, para a estruturação desta rede, conforme Sigahi (2018). Visualmente, é possível notar a predominância de termos como “*innovation*” (12 ocorrências), “*technology*” (7 ocorrências), “*performance*” (6 ocorrências), “*management*” (5 ocorrências), “*digital transformation*” (4 ocorrências), “*entrepreneurship*” (4 ocorrências) e “*perspective*” (ocorrências). Constatação ilustrada no Gráfico 4.

Gráfico 4: Ocorrência de palavras-chave



Fonte: Autores, conforme dados da pesquisa

O Gráfico 4 e a Figura 6 demonstram a base na qual os trabalhos na área de empreendedorismo digital são estruturados. Os temas circundam em torno de conceitos que envolvem tecnologia, performance, empreendedorismo, inovação, etc. A primeira palavra mais citada, como era de se esperar, é empreendedorismo digital. A segunda e a terceira palavras com maior número de citações, “inovação” e “tecnologia”, indicam como o tema utiliza o argumento de que as inovações causadas pelas novas tecnologias são questões propulsoras do empreendedorismo digital, conforme evidências do portfólio deste trabalho.

5 DISCUSSÃO DOS ACHADOS

Os achados da análise bibliométrica estão alicerçados no conceito e caracterização de empreendedorismo digital, expostos na fundamentação teórica deste trabalho. Para Nambisan (2017, p.1), o cerne do empreendedorismo digital é a “infusão das novas tecnologias digitais como computação móvel, computação em nuvem, mídias sociais, impressão 3D e análise de dados, em vários aspectos da inovação”. A afirmação do autor explica o motivo pelo qual as palavras “inovação” e “tecnologia” foram a segunda e a terceira palavras com maior número de citações. Para os autores do portfólio, a incidência das novas tecnologias é a causa da inovação constante no campo do empreendedorismo, principal característica dessa nova realidade.

Além disso, autores clássicos como Schumpeter (1934) e Smith (1996) já sinalizavam a importância dos termos para o empreendedorismo, ao defenderem que este possui como alicerce a inovação, esta, por sua vez, apoia-se na criação de novos mercados e na ação do empreendedor. Para Schumpeter (1934), a inovação surge ao “combinar materiais e forças que estão ao nosso alcance” (SCHUMPETER, 1934, p.76) e, para Smith (1996), a riqueza de uma nação se dá por meio da inovação e do empreendedorismo e o patrimônio de um país não reside na sua habilidade em acumular metais em seus cofres, mas na habilidade de seus cidadãos em produzir bens e comercializá-los (SMITH, 1996).

Acresce-se retomar as explicações suscitadas por He (2019) e Roudometof (2015) sobre o peso que a popularização da internet e a disseminação das redes sociais (ancoradas em plataformas digitais como *Instagram* ou *Facebook*) trouxeram para a viabilização do meio digital (e conseqüentemente para o desenvolvimento da economia digital) como novo *locus* de atuação do empreendedor, assumindo proporção GLOCAL (ROUDOMETOF, 2015), não apenas local. Percebe-se que os resultados apresentados na Figura 6 desta pesquisa fortalecem os argumentos dos autores ao evidenciar a recorrência de palavras como inovação, performance, economia digital, empreendedorismo, economia compartilhada, digitalização, etc.

No tocante às obras do portfólio, novas tecnologias digitais e inovação no âmbito do empreendedorismo são temas centrais da obra de Nambisan (2017), o que justifica a indicação deste trabalho, por parte do *software VosViewer 1.6.6* (VAN ECK; WALTMAN, 2010), quanto à obra mais cocitada. Como consta no tópico 4.1, obras do portfólio, o objetivo do trabalho do autor foi “articular a promessa e o valor da perspectiva tecnológica digital, considerando como ela se basearia e enriqueceria as teorias de empreendedorismo existentes” (tradução nossa) (NAMBISAN, 2017, p.1). Observar as relações existentes entre a tecnologia e as teorias direcionadas ao empreendedorismo é relevante e essencial para fundamentar outras obras, já que “abordagens teóricas são como lentes de aumento, que nos ajudam a ver e compreender melhor certos aspectos da realidade” (SANTOS, 2012, p.17).

A análise bibliométrica de redes também forneceu evidências precisas quanto às relações que configuram a **coautoria**, método que conecta autores quando eles são coautores de vários outros artigos (ZUPIC; CATER, 2015). No que tange à existência de tais relacionamentos, o *software VosViewer 1.6.6* (VAN ECK; WALTMAN, 2010) constatou que não há grandes conglomerados, com a interconexão expressiva de autores, demonstrado na Figura 5. Este fato evidencia a imaturidade dessa nova vertente dos estudos sobre

empreendedorismo, já que ainda não há formação de laços, fracos ou fortes, entre os pesquisadores do tema.

Outro fato chama a atenção quando se trata dos achados do tópico 4.2 (análise bibliométrica): o *software VosViewer 1.6.6* (VAN ECK; WALTMAN, 2010) constatou que os países mais citados foram os EUA, com 4 artigos e 142 citações (28% do total de citações), seguido da Dinamarca, com 4 artigos e 50 citações e da Itália com 4 obras e 39 citações. Percebe-se que, embora EUA, Dinamarca e Itália apresentem o mesmo número de obras na amostra, o número de citações relacionadas a publicações dos EUA é quase duas vezes maior que o segundo colocado e quase quatro vezes maior que o terceiro colocado.

Nota-se, assim, que as obras publicadas por autores norte-americanos direcionados ao empreendedorismo digital possuem grande relevância para a academia, a ponto de despertar o interesse de outros pesquisadores da área. Esse fato reflete também os constantes investimentos, por parte da iniciativa privada e pública, em polos de tecnologia de ponta (como Vale do Silício, por exemplo), o que motiva o interesse de empreendedores e pesquisadores da área a buscarem um conhecimento mais aprofundado sobre o tema, com vistas a aplicar tais informações em seus empreendimentos e em suas pesquisas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O aumento crescente de publicações sobre empreendedorismo digital deixa claro que há um ascendente interesse por parte de estudiosos e pesquisadores em conhecer mais profundamente as tendências e desafios dessa nova realidade vivenciada hoje, marcada por uma mudança drástica nas trocas comerciais, desenvolvimento de negócios, marketing, economia, dentre outras circunstâncias. Sendo assim, o objetivo deste artigo foi fornecer uma avaliação atualizada e completa de artigos científicos relevantes que tratassem, como núcleo central, do tema empreendedorismo digital.

A revisão da literatura realizada aqui mostrou que, embora tenha tido uma significativa melhora entre os anos de 2019 e 2020, as pesquisas direcionadas ao tema ainda são incipientes. Apenas 29 artigos relevantes foram encontrados até agora, entre os anos 2010 e 2020, de acordo com pesquisa feita na base de dados *Web Of Science*. Entre esses, percebe-se uma predominância dos estudos qualitativos (56%) em relação ao total da amostra. Ainda com base na análise sistemática, evidencia-se que os artigos abordam o tema empreendedorismo digital aliado a outras temáticas atuais, quais sejam: práticas sociomateriais (DAVIDSON; VAAST, 2010; NAMBISAN, 2017); educação empreendedora (VORBACH; POANDL; KORAJMAN, 2019); feminismo (MCADAM, 2020); países emergentes *versus* países desenvolvidos (DUTOT; HORNE, 2015); ecossistema do empreendedorismo digital (LI et al. 2017; ELIA; MARGHERITA; PASSIANTE, 2019); escassez de recursos (Ngoasong, 2017); dentre outras.

No que tange aos dados bibliométricos, dos 465 artigos, apenas 29 se adequaram corretamente ao objetivo do artigo. Deste portfólio, 64% do total de publicações da década aconteceram entre os anos de 2019 e 2020. Considerando que o ano ainda está em curso, essa quantidade tende a ser muito maior que os demais anos, demonstrando o crescente interesse de pesquisadores e estudiosos pela temática. Outros dados da pesquisa trazem os EUA com o maior número de citações, Nambisan (2017) como o autor mais cocitado e “*innovation*”, “*technology*”, “*performance*” como as palavras-chave com maior número de ocorrências.

Essa revisão, contudo, não vem sem limitações. Primeiramente porque restringiu-se a apenas uma base de dados para a pesquisa, a *Web of Science*. Ademais, o rápido avanço das tecnologias digitais causa campos que se desenvolvem muito rapidamente, de modo que a literatura não consegue acompanhar essa evolução na mesma proporção. Contudo, este estudo contribui para o campo do empreendedorismo ao fornecer uma base sólida e sistemática de informações das obras de quase uma década de pesquisa sobre o tema, tendo como propósito

apresentar a face atual das pesquisas sobre empreendedorismo digital diante da evolução tecnológica. Com isso, concluiu-se que não há estagnação nem retrocesso, mas um avanço exponencial das pesquisas da área e do interesse pelo tema, fato que corrobora para motivar pesquisas futuras e novas abordagens sobre o fenômeno.

REFERÊNCIAS

- AFONSO, M. H. F.; SOUZA, J. V.; ENSSLIN, S. R.; ENSSLIN, L. Como construir conhecimento sobre o tema de pesquisa? Aplicação do processo Proknow-C na busca de literatura sobre avaliação do desenvolvimento sustentável. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 5, n. 2, art. 4, p. 47-62, 2011.
- BASLY, S.; HAMMOUDA, A. Family Businesses and Digital Entrepreneurship Adoption: A Conceptual Model. **The Journal of Entrepreneurship**, p. 1–39, 2020.
- BEZERRA-DE-SOUSA, I. G.; TEIXEIRA, R. M. Relações conceituais entre empreendedorismo social e inovação social. **RPCA**. Rio de Janeiro, v. 13, n. 4, out/dez. 2019.
- CARVALHO, G. D. de G. *et al.* Innovation and management in MSMEs: a literature review of highly cited papers. **SAGE Open**, v. 11, n. 4, 2021.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- CHRISTENSEN, C. M. **O dilema da inovação: Quando as novas tecnologias levam empresas ao fracasso**. Editora M. Books, São Paulo, 2012
- DAVIDSON, E.; VAAST, E. Digital Entrepreneurship and its Sociomaterial Enactment. **Proceedings of the 43 rd Hawaii International Conference on System Sciences**, 2010.
- DOCAMPO, D.; SAFÓN, V. Journal ratings: A paper affiliation methodology. **Scientometrics**, v. 126, p. 8063–8090, 2021.
- DUTOT, V.; HORNE, C. V. Digital Entrepreneurship Intention in a Developed vs. Emerging Country: An Exploratory Study in France and the UAE. **Transnational Corporations Review**. v.7 n.1 mar. 2015.
- ELIA, G.; MARGHERITA, A.; PASSIANTE, G. Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. **Technological Forecasting & Social Change**. p. 1-12, 2020.
- GARTNER, W. B. Who is an entrepreneur. **American Journal of Small Business**, v. 12, p. 11–32, 1988.
- GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de pesquisa Social**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2019
- GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil: 2019 \2020**. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em 01. mar. 2023.
- GRÁCIO, M. C. C. Acoplamento bibliográfico e análise de cocitação: revisão teórico-conceitual. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Florianópolis, v. 21, n. 47, p. 82-99, set. 2016
- GRANOVETTER, M. S. The impact of social structure on economic outcomes. **Journal of Economic Perspectives**, v. 19, n.1, p. 33-50, 2005.
- HAIR, N. *et al.* Market orientation in digital entrepreneurship: advantages and challenges in a web 2.0 networked world. **International Journal of Innovation and Technology Management**, v. 9, n. 6, p.1-18, 2012.

- HULL *et al.* Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship. **International Journal of Networking and Virtual Organisations** , p. 290–303, 2007.
- KRAUS, S. *et al.* “Digital entrepreneurship: a research agenda on new business models for the twenty-first century”, **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 25 n. 2, p. 353-375, 2019.
- LACERDA, R. T. de O.; ENSSLIN, L; ENSSLIN, S. R. Uma análise bibliométrica da literatura sobre estratégia e avaliação de desempenho. **Gest. Prod.**, São Carlos, v. 19, n. 1, p. 59-78, 2012
- LADEIRA, M. J. *et al.* Exploring the determinants of digital entrepreneurship using fuzzy cognitive maps. **International Entrepreneurship and Management Journal** v.15, n. 4 p.1077 -1101, 2019
- LANDSTRÖM, H; HARIRCHI, G. “That’s Interesting!” in Entrepreneurship Research*. **Journal of Small Business Management** v. 57, p. 507–529, 2019
- MACHADO H. V. *et al.* Convergência de Estudos entre Empreendedorismo e Estratégia: uma análise de bibliometrias. **Encontro da ANPAD**, 43, São Paulo, 02-05 out. 2019
- MAIR, J.; MARTI, I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*. n. 41, p. 36–44, 2006.
- McADAM, M. Digital girl: cyberfeminism and the emancipatory potential of digital entrepreneurship in emerging economies. **Small Business Economics**, p. 1-14, 2020.
- NAMBISAN, S. Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**. SAGE Publications Inc, p. 1-27, 2017.
- NGOASONG, M. Z. Digital entrepreneurship in a resource-scarce context A focus on entrepreneurial digital competencies. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, p. 1-19, ago. 2017.
- OLIVEIRA JUNIOR, A. B. *et al.* Pesquisa em empreendedorismo (2000-2014) nas seis principais revistas brasileiras de administração: lacunas e direcionamentos. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 4, p. 610-630, dez. 2018.
- PORTER, M. E. **Vantagem Competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Trad. Elizabeth Maria de Pinho Braga – Rio de Janeiro: Elsevier, 1989.
- ROUDOMETOF, V. Theorizing glocalization: Three interpretations. **European Journal of Social Theory**, v.19, n. 3, p. 391-408, 2015.
- SAMPAIO R. B.; SACERDOTE H. C. de S.; FONSECA, B. de P. F.; FERNANDES, J. H. C. A colaboração científica na pesquisa sobre coautoria: um método baseado na análise de redes **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 20, n.4, p.79-92, out./dez. 2015.
- SANTOS, M. S. **Memória Coletiva e Teoria Social**. Imprensa da universidade de Coimbra, Coimbra, 2012.
- SCHUMPETER, J. **The theory of economic development**. Harvard Economic Studies, 1934.
- SCHWAB, K. **A quarta revolução industrial**. Trad. Daniel Moreira Miranda. -São Paulo: Ed. Edipro, 2016.

SERVIÇO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Oito em cada dez empregos foram gerados nos pequenos negócios em 2022**. 2022. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/brasil-empendedor/oito-em-cada-dez-empregos-foram-gerados-nos-pequenos-negocios-em-2022/>. Acesso em 01 mar. 2023.

SIGAHÍ, T. F. A. C. Abordagens teóricas sobre comportamento empreendedor: um estudo bibliométrico **GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, v. 14, nº 4, p. 69 - 92, 2019.

SILVA, M. F.; MOURA, L. R.; JUNQUEIRA, L. A. P. As interfaces entre empreendedorismo social, negócios sociais e redes sociais no campo social. **Revista de Ciências da Administração**. v. 17, n. 42, p. 121-130, agosto 2015.

SMITH. A. **A riqueza das nações**: investigação sobre sua natureza e suas causas. Coleção Os Economistas. São Paulo: Abril Cultural, 1996.

STANDING, C.; MATTSSON J. “Fake it until you make it”: business model conceptualization in digital entrepreneurship. **Journal of Strategic Marketing**, p. 1-16, out. 2016.

VAN ECK, N. J.; WALTMAN, L. Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. **Scientometrics**, v. 84, n. 2, p. 523-538, 2010.

ZUPIC. I.; CATER, T. Bibliometric Methods in Management and Organization. **Organizational Research Methods**, p. 429-472. 2015.