

EMPREENDEDORISMO DIGITAL: TENDÊNCIAS E GAPS DE PESQUISA

DIGITAL ENTREPRENEURSHIP:
TRENDS AND RESEARCH GAPS

Marcelo Rezende Martins

Mestre em Administração pela Universidade Federal de Sergipe - UFS (São Cristóvão/Brasil).
CEO e Fundador da Jurix. Head de Vendas na Ziva (São Cristóvão/Brasil).
E-mail: ntmarcelo@gmail.com

Juliana Moreira dos Santos

Doutoranda em Administração pela Universidade Federal do Paraná- UFPR (Curitiba/Brasil).
E-mail: julianamoreira@ufpr.br

Rúbia Oliveira Corrêa

Doutora em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná PUCPR (Curitiba/Brasil).
Professora Adjunta na Universidade Federal de Sergipe (São Cristóvão/Brasil).
E-mail: rubia.correa@academico.ufs.br

Gustavo Dambiski Gomes de Carvalho

Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR (Ponta Grossa/Brasil).
Professor no Centro Universitário UNISENAI (Curitiba/Brasil).
E-mail: gustavo.dambiski@gmail.com

Recebido em: 13 de maio de 2024

Aprovado em: 11 de julho de 2024

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

RGD | v. 21 | n. 2 | p. 187-216 | jul./dez. 2024

DOI: <https://doi.org/10.25112/rgd.v21i2.3724>

RESUMO

Este estudo teve como objetivo analisar o panorama da produção científica do empreendedorismo digital, buscando identificar os principais autores e temas, verificando tendências e validando novas oportunidades de pesquisa. Trata-se de um estudo Qualitativo, de naturezas Descritiva e Exploratória, que teve os dados coletados na *Web of Science* e selecionados pelo *Methodi Ordinatio*. Os dados foram tratados a partir de análises sistemática e bibliométrica com auxílio do *Software VosViewer*. Considerando a evolução do empreendedorismo digital pelo mundo, este estudo proporcionou visões bibliométrica e sistemática do tema, possibilitando embasamento para a produção de pesquisas futuras. Os resultados apontaram que, embora seja perceptível o aumento no interesse por pesquisas, ainda há grandes oportunidades e desafios sobre o empreendedorismo digital. A bibliometria identificou que os estudos acerca do tema ainda são dispersos e precisam de novas redes relacionais. A análise sistemática constatou que a temática explorada ainda é inconclusiva nos seus vieses teóricos, metodológicos e empíricos. O estudo contribui teoricamente ao concluir que a definição do conceito ainda é fragmentado e carece de investigações teóricas mais unificadas.

Palavras-chave: Empreendedorismo digital. Revisão da literatura. Bibliometria. Análise sistemática.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the panorama of the scientific production of digital entrepreneurship, seeking to identify the most researched authors and topics, verifying trends and validating new research opportunities. This is qualitative study, with descriptive and exploratory natures, which had the data collected in the Web of Science and selected by the *Methodi Ordinatio*. Data were treated from systematic and bibliometric analysis with the help of the *VosViewer Software*. Considering the evolution of digital entrepreneurship around the world, this research provided bibliometric and systematic views on the subject, providing a basis to produce future research. The results showed that, although there is a noticeable increase in interest in research, there are still great opportunities and challenges regarding digital entrepreneurship. Bibliometrics identified that studies on the subject are still dispersed and need new relational networks. The systematic analysis found that the theme explored is still inconclusive in its theoretical, methodological and empirical biases. The study contributes theoretically by concluding that the definition of the concept is still fragmented and lacks more unified theoretical investigations.

Keywords: Digital entrepreneurship. Literature review. Bibliometrics. Systematic analysis.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um fenômeno que vem sendo estudado há décadas. Um dos primeiros autores a se destacar ao conceituar empreendedorismo foi Gartner (1989), ao afirmar que este fenômeno ocorre pela ação do empreendedor, um indivíduo que cria organizações e que possui um conjunto específico de traços e características comportamentais. Com o passar dos anos, esse conceito passou a ser questionado, complementado e moldado. Shane e Venkataraman (2000) também ganharam destaque ao questionar o trabalho de Gartner (1989), apontando que a definição de empreendedorismo não deve se restringir à associação de quem é o empreendedor e o que ele ou ela fazem, mas que também deve considerar outras questões dadas como importantes, a exemplo da presença de oportunidades lucrativas e de indivíduos que identificam essas oportunidades.

Após a publicação de Gartner (1989) e sua conceituação seminal de empreendedorismo, muitos conceitos surgiram. Um deles, o de empreendedorismo digital, pode ser apontado de forma simplista como a criação de organizações em ambientes digitais. Nesse sentido, o empreendedorismo seguiu em evolução, se tornando um campo promissor e isso fez com que houvesse um aumento da produção científica sobre o tema nas últimas duas décadas (Lopes; Almeida; Lima, 2019), colocando-o em uma posição de destaque e tornando-o um tema valorizado. Diante da relevância do fenômeno, o empreendedor passou a ser visto como a força responsável pelo desenvolvimento de uma nação (Oliveira *et al.*, 2019).

Em meio a essas discussões, surgem questionamentos que visam explorar, dentre outros fatores, as políticas de apoio ao empreendedorismo, as práticas culturais que viabilizam a ação empreendedora, a necessidade de considerar o empreendedor socialmente legítimo e as oportunidades e desafios que se apresentam ao empreendedorismo na busca por preencher as lacunas existentes nas estruturas que constituem a sociedade, sobretudo, em economias emergentes (Mcadam; Crowley; Harrison, 2018).

Dessa forma, as atividades empreendedoras se apresentam como resultados transformadores das relações sociais e econômicas em um determinado contexto. Ainda assim, a democratização do empreendedorismo é limitada (Mcadam; Crowley; Harrison, 2018). Em virtude disso, Nambisan (2017) afirma que a interseção entre tecnologias, inovação e empreendedorismo levaram a mudanças nos comportamentos e ações por parte dos empreendedores, que observaram o espaço digital como um ambiente de negócio em evolução constante e sem limitantes estáveis, devido à internet se apresentar como um local neutro e meritocrático.

O efeito de penetração de mercado propiciado pela internet, os avanços das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) e o desenvolvimento no comércio eletrônico, tem provocado transformações nos processos e nos resultados empresariais dos negócios digitais, fazendo emergir os estudos no campo

do empreendedorismo digital (Nambisan, 2017; Yu; Cui, 2019). Hull et al. (2007) e Le Dinh, Vu e Ayayi (2018) entendem o empreendedorismo digital como uma subcategoria do empreendedorismo, que está encarregada da digitalização dos processos físicos existentes em uma organização tradicional e que, portanto, deve ser considerado uma nova forma de fazer negócios na economia digital.

Destaca-se que a digitalização não se restringe à criação de empreendimentos, uma vez que a era da informação tem direcionado as empresas tanto para novos modelos de negócios quanto para a transição de negócios *offline* para negócios *online* (Kraus *et al.*, 2019). Esse movimento configura o empreendedorismo digital como uma nova forma de atividade empreendedora.

Segundo Mendes *et al.* (2021), o empreendedorismo digital utiliza a internet para comercializar produtos ou serviços sem a necessidade de espaços físicos. Dessa forma, cursos *online*, *e-books*, vídeo aulas, aplicativos, *softwares* e jogos são alguns dos produtos e serviços comercializados. Outro ponto destacado por Mendes *et al.* (2021) é que, segundo estudo realizado pela NZN *Intelligence* em 2019, 74% dos brasileiros preferiam comprar *online*. Além disso, nos anos de 2020 e 2021, com as restrições sociais provocadas pela pandemia, houve um impedimento da livre circulação das pessoas pelas lojas e ruas, fazendo com que o faturamento de várias empresas sofresse reduções. Diante disso, muitas organizações viram no comércio eletrônico uma alternativa para evitar perdas maiores, o que fez com que o setor crescesse consideravelmente. De acordo com a consultoria internacional BIP, as vendas online aumentaram 52% nesse período (Mendes *et al.*, 2021).

Para Pereira e Bernardo (2016), a internet possui um papel fundamental no processo de criação de empresas no meio digital. O poder dessa tecnologia é significativo, permitindo a interação entre pessoas a um baixo custo e a uma velocidade muito grande. Por meio da internet, é possível criar uma vitrine de uma empresa para todo o mundo, onde qualquer pessoa poderá visualizar seus produtos e serviços, independente dela ser uma microempresa ou uma multinacional (Oliveira Junior *et al.*, 2018).

Notadamente, os novos modelos de negócios digitais têm recebido grande atenção da sociedade, que segundo Kraus *et al.* (2019), se contrapõe os pouquíssimos estudos sobre as nuances que envolvem o empreendedorismo digital. Esse tema, embora considerado emergente (Kraus *et al.*, 2019), vem revolucionando o campo de estudo do empreendedorismo e o mundo, por sua relevância para a economia digital e para a geração de novos negócios (Basly; Hammouda, 2020). Embora tenha notoriedade, o tema tem sido negligenciado nas agendas de pesquisa no campo do empreendedorismo (Nambisan, 2017). Dessa forma, Basly e Hammouda (2020) reforçam que maior importância deve ser dada a estudos que sistematizem as produções acadêmicas sobre o empreendedorismo digital.

Diante do exposto, têm-se como objetivo geral analisar o panorama da produção científica do empreendedorismo digital, buscando especificamente identificar os autores e temas mais pesquisados, verificando as tendências e validando novas oportunidades de pesquisa.

2 METODOLOGIA

Esse estudo possui uma abordagem Qualitativa por incorporar uma revisão sistemática dos artigos selecionados, os quais permitiram emergir do conteúdo as categorias de análise que são expostas posteriormente (Bardin, 2016). A metodologia Qualitativa foi utilizada para apresentar o estado atual do conhecimento sobre a temática e para identificar os pontos fortes e as deficiências dos estudos em questão.

Complementarmente, o estudo possui naturezas Descritiva e Exploratória, pois conforme Saunders, Lewis e Thornhill (2009), os pesquisadores buscaram retratar e descrever contextos, eventos, situações e fenômenos expostos nas análises realizadas, bem como estes têm se manifestado nos estudos acadêmicos, com a finalidade de explorar novas perspectivas teóricas sobre o empreendedorismo digital.

Assim, este estudo busca por meio da bibliometria e da revisão sistemática, capturar e desenvolver novos conhecimentos sobre este tema, que é um tópico emergente na literatura. Conforme Santos *et al.* (2023), as análises bibliométricas e sistemáticas podem promover quadros teóricos a fim de contribuir com uma melhor compreensão dos temas analisados. Por sua vez, Torraco (2016) afirma que essas análises podem ser feitas qualitativamente, sintetizando uma estrutura conceitual que ofereça uma nova perspectiva sobre o tópico. Essas nuances dificilmente são alcançadas pela abordagem quantitativa.

Foi feita uma análise bibliométrica com auxílio do *software VosViewer* v1.6.16 para observar as redes de relacionamentos entre autores e publicações, identificando citações, coautorias e co-ocorrências de palavras-chave. Em seguida, uma análise sistemática integrativa foi realizada e os principais temas acerca do empreendedorismo digital foram identificados, agrupados e analisados.

Para Torraco (2016), a revisão sistemática objetiva responder perguntas de pesquisa específicas sobre um tópico. Ao utilizar essa abordagem, as questões são pré-definidas, impondo os limites da literatura a ser revisada e as questões a serem examinadas. Dessa forma, o tratamento dos dados foi ordenado por meio das categorias e elementos de análise pré-definidos. A sistematização dos dados possibilitou qualidade no estudo e confiabilidade aos objetivos propostos, conforme exposto a seguir (Quadro 1):

Quadro 1- Categorias e elementos de análise

Objetivo específico	Categoria de análise	Elementos de Análise	Perguntas de pesquisa
Observar como tem sido explorado o empreendedorismo na era digital no portfólio selecionado.	Estudos sobre empreendedorismo digital no portfólio selecionado.	Digitalização e economia compartilhada.	Como tem sido explorada a literatura sobre empreendedorismo na era digital?
Observar como tem sido explorado o empreendedorismo digital como oportunidade de ascensão para as atividades empresariais no portfólio selecionado.		Questões contextuais, vantagens, desvantagens, limitações, oportunidades, perspectiva de desenvolvimento empresarial, tecnológico e científico.	Como tem sido explorado o empreendedorismo digital como oportunidade de ascensão para as atividades empresariais na literatura selecionada?
Identificar os Gaps teóricos relacionados ao empreendedorismo digital no portfólio selecionado.		Definição do conceito, delimitação e compreensão do campo e terminologias.	Quais são os Gaps teóricos relacionados ao empreendedorismo digital identificados no portfólio selecionado?

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

O quadro 1 ajuda a organizar os dados para posteriormente analisá-los por meio da bibliometria e da análise sistemática. A finalidade de tratar os dados por meio de bibliometria e de análise sistemática integrativa é se aprofundar nas observações teóricas sobre o empreendedorismo digital, observando as tendências e os *gaps* de pesquisa encontrados para propor escopos investigativos direcionados a estudos futuros. A análise sistemática integrativa visa compilar dados científicos para gerar novos conhecimentos a partir de estudos anteriores e deve seguir uma sucessão de etapas bem definidas para assegurar a qualidade e confiabilidade da investigação. Assim, foram desenvolvidas as etapas da análise sistemática integrativa seguindo as orientações propostas por Botelho, Cunha e Macedo (2011) conforme o quadro 2 a seguir:

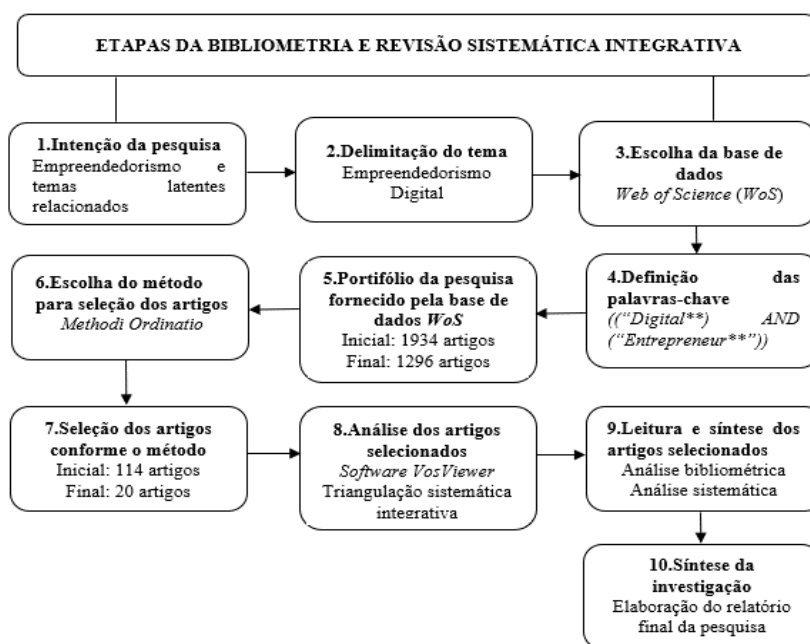
Quadro 2- Etapas da análise sistemática

Etapa	Procedimento adotado
Intenção de pesquisa	Seleção e leitura de artigos sobre empreendedorismo e temas latentes
Delimitação do tema	Escolha do tema, problema e objetivo do estudo.
Sistematização dos dados	Definição das palavras para a chave combinatória de busca na <i>WOS</i> .
Critérios para filtragem preliminar dos artigos	Criação do banco de dados contendo artigos que estejam alinhados ao problema e objetivo do estudo.
Identificação do portfólio final	Leitura dos títulos, resumos e conteúdo na íntegra dos artigos e utilização do <i>Methodi Ordinatio</i> .
Categorização dos estudos selecionados	Dispor no MS Excel, fichas de avaliações individuais dos artigos selecionados contendo a síntese das principais contribuições encontradas.
Análise e sistematização dos dados coletados	Discutir os resultados dos dados encontrados, expondo as contradições e afinidades entre estudos explorados
Interpretação dos resultados	Analisar os dados bibliométricos a partir do software <i>VOSViewer</i> e desenvolver a revisão sistemática integrativa frente os artigos analisados.
Síntese do conhecimento	Elaborar relatório final da Revisão Sistemática Integrativa sobre a temática estudada, apresentando a teoria, discutindo suas variações, explorando os enfoques, as tendências e os <i>gaps</i> teóricos encontrados.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023) com base em Botelho, Cunha e Macedo (2011).

Para realizar as análises bibliométrica e sistemática supracitadas, o estudo adotou o seguinte roteiro com base no *Methodi Ordinatio* (Pagani; Kovaleski; Martins de Rezende, 2018; Carvalho *et al.*, 2020): (1) intenção da pesquisa, (2) delimitação do tema de estudo, (3) escolha da fonte de dados, (4) escolha das palavras-chave, (5) delimitação do portfólio, (6) escolha do método, (7) seleção dos artigos conforme o método escolhido, (8) análise dos artigos selecionados, (9) leitura e síntese dos artigos selecionados e (10) síntese da investigação. A seguir (Figura 1) demonstra-se uma síntese do fluxo de etapas seguidas para a realização deste estudo:

Figura 1- Processo de alinhamento do portfólio de acordo com o *Methodi Ordinatio*



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A base de dados utilizada foi a *Web of Science (WoS)*. A escolha desta base se deu pelo fato desta ser a principal base científica global (Motta; Garcia; Quintella, 2015), além de ser multidisciplinar e disponibilizar publicações por meio de índices de citações. As consultas foram realizadas no mês de junho de 2021. Utilizar apenas uma base de dados vai em consonância com o uso do *Software Vosviewer*, que possui como funcionalidade nativa analisar dados exportados diretamente de uma única base de dados, como o caso da *WoS*. Esta característica limita o *software*, não permitindo análises de conjuntos de dados de diferentes bases de forma simultânea, sustentando a premissa de que é necessário analisar separadamente cada base para reduzir conflitos dos dados (Van Eck; Waltman, 2018).

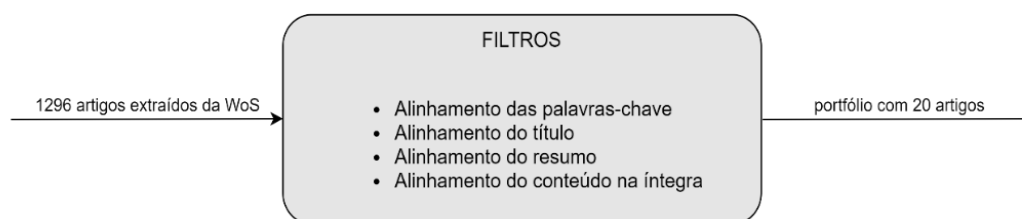
Os critérios utilizados para a filtragem foram os seguintes: por tópico, artigos e revisões, sem discriminar ano de publicação, afiliação ou nacionalidade. Apesar de não ter sido incluído um filtro de período específico para delimitar os anos de publicação, após a aplicação do *Methodi Ordinatio*, apenas o estado da arte, que abrange publicações entre os anos de 2017 e 2021 foram selecionadas, restringindo a pesquisa a esse período. Esses critérios foram estabelecidos por se tratar de um tema relativamente recente, com um baixo quantitativo de produções acadêmicas.

A finalidade foi explorar os trabalhos que abordassem o empreendedorismo digital como tema principal, considerando os subtemas constantes nos objetivos dos artigos pesquisados. Dessa forma, a

busca foi realizada apenas com as palavras “*digital entrepreneur**”. Após a consulta inicial, foram obtidos 1934 retornos de publicações que obedeceram aos critérios do filtro de pesquisa e, ao filtrar artigos e revisões, o número reduziu para 1296 publicações. Após essa seleção, todas as informações coletadas na base de dados referentes às 1296 publicações foram exportadas para uma planilha Excel.

Para selecionar o portfólio a ser analisado, foi utilizado o *Methodi Ordinatio* que, para Pagani *et al.* (2018), é um diferencial para a ordenação dos artigos de acordo com sua relevância científica. O pesquisador se apossa dessa informação antes de realizar a leitura do artigo como um todo, reduzindo o nível de dúvidas em relação à importância do trabalho para seu portfólio de pesquisa. A seguir (Figura 2) é possível verificar os critérios de filtragem do método:

Figura 2 - Etapas das análises bibliométrica e sistemática



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Dos 1296 artigos, 114 passaram pela filtragem de alinhamento de palavras-chave e de título. Apenas 21 destes não passaram na filtragem de resumo, totalizando um quantitativo final disponível de 93 artigos para análise. Conforme afirma Pagani *et al.* (2018), o critério quanto ao número de trabalhos a serem lidos é pessoal. Dessa forma, para este trabalho, foram selecionados os 20 primeiros artigos, mais citados, conforme ordenado pela equação *Index Ordinatio*, cujo *InOrdinatio* é positivo. A quantidade de artigos selecionados representa o estado da arte sobre a temática estudada, uma vez que o *Index Ordinatio* delimita os estudos mais relevantes da área por meio de ranqueamento, considerando o fator de impacto do periódico o qual foi indexado.

Após coletados, os dados foram analisados por meio de bibliometria e de análise sistemática. Os 20 primeiros artigos ranqueados pelo *Index Ordinatio* foram selecionados para a leitura na íntegra e utilizados como insumos para a revisão sistemática da literatura. Nesse sentido, vale a pena destacar a existência de diferentes revisões bibliométricas e sistemáticas com um portfólio de cerca de 20 artigos (Afonso *et al.*, 2011; Carvalho *et al.*, 2021; Rosário *et al.*, 2021; Vieira *et al.*, 2019). Inclusive, o método bibliométrico *Proknow-C*, que embasou a criação *Methodi Ordinatio*, sugere a construção de um portfólio final de cerca de 20 artigos para revisões sistemáticas (Ensslin *et al.*, 2010). A seguir (Quadro 3), expõe-se a síntese dos artigos que compõem o portfólio selecionado para este estudo:

Quadro 3 - Síntese das características dos estudos do portfólio selecionado

Id	Título	Autores	Objetivo	Abordagem	Contexto
1	Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship	Nambisan (2017)	Avaliar a necessidade de uma nova conceituação para o empreendedorismo na era digital e identificar quais componentes da digitalização devem integrar as novas teorias de empreendedorismo digital.	Qualitativa / Teórica	N/A
2	Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective	Li <i>et al.</i> (2017)	Investigar como empreendedores de pequenas e médias empresas (PMEs) com capacidades inadequadas e limitações de recursos impulsionaram a transformação digital em suas empresas.	Qualitativa / Empírica	China
3	The digital entrepreneurial ecosystem	Sussan e Acs (2017)	Preencher a lacuna teórica sobre o papel dos agentes e usuários da economia digital.	Qualitativa / Teórica	N/A
4	A Web of Opportunity or the Same Old Story? Women Digital Entrepreneurs and Intersectionality Theory	Dy <i>et al.</i> (2017)	Explorar como a interseção das atribuições de gênero, raça e classe influenciam as experiências empreendedoras de mulheres em empreendimentos digitais.	Qualitativa / Empírica	Reino Unido
5	From a marketplace of electronics to a digital entrepreneurial ecosystem (DEE): The emergence of a meta organization in Zhongguancun, China	Du <i>et al.</i> (2017)	Explorar como surge um ecossistema empreendedor a partir da teoria da meta-organização.	Qualitativa / Empírica	China
6	Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda	Giones e Brem (2017)	Identificar e descrever com base na abordagem de MacInnis (2011), às características do conceito de empreendedorismo e as novas tecnologias, diferenciando o teórico e implicações práticas.	Qualitativa / Teórica	N/A

Id	Título	Autores	Objetivo	Abordagem	Contexto
7	Agile Business Model Innovation in Digital Entrepreneurship: Lean Startup Approaches	Ghezzi e Cavallo (2018)	Explorar como as Lean Startup (LSAs) atuam como métodos ágeis para Inovação de Modelos de Negócios em empreendedorismo digital.	Qualitativa / Empírica	
8	Digital entrepreneurship A research agenda on new business models for the twenty-first century	Kraus <i>et al.</i> (2018)	Reunir a literatura relevante sobre empreendedorismo digital e fornecer uma compilação atualizada dos principais tópicos e métodos discutidos.	Qualitativa / Teórica	N/A
9	Digital academic entrepreneurship: The potential of digital technologies on academic entrepreneurship	Rippaa e Secundó (2018)	Analisar o potencial na interseção do empreendedorismo acadêmico com as tecnologias digitais para propor uma nova conceituação de Empreendedorismo Acadêmico Digital.	Qualitativa / Teórica	N/A
10	Entrepreneurship in digital platforms: a network centric view	Srinivasan e Venkatraman (2018)	Adotar a perspectiva de rede para teorizar sobre o sucesso empresarial em plataformas digitais.	Qualitativa / Teórica	N/A
11	Linking information systems and entrepreneurship: A review and agenda for IT associated and digital entrepreneurship research	Steininger (2018)	Revisar e detalhar os diferentes papéis que a TI pode assumir para apoiar as operações empreendedoras e a criação de valor nos modelos de negócios.	Qualitativa / Teórica	N/A
12	Digital entrepreneurship and field conditions for institutional change- Investigating the enabling role of cities	Geissinger <i>et al.</i> (2018)	Explorar o papel das cidades no surgimento do empreendedorismo digital para explicar como e por que as <i>startups</i> e <i>scale-ups</i> digitais crescem nas cidades.	Mista / Empírica	Suécia
13	Emancipation through digital entrepreneurship? A critical realist analysis	Dy, Martin e Marlow (2018)	Verificar como as estruturas sociais podem possibilitar ou restringir o empreendedorismo digital e até que ponto o uso agenciado da tecnologia permite que as barreiras estruturais ao sucesso sejam superadas.	Qualitativa / Empírica	Reino Unido

Id	Título	Autores	Objetivo	Abordagem	Contexto
14	How entrepreneurial SMEs compete through digital platforms: The roles of digital platform capability, network capability and ambidexterity	Cenamora, Paridab e Wincentd (2019)	Investigar a relação entre as plataformas digitais e o desempenho no contexto de PMEs empreendedoras.	Qualitativa / Empírica	Suécia
15	Dynamics of digital entrepreneurship and the innovation ecosystem: A multilevel perspective	Beliaeva <i>et al.</i> (2019)	Investigar a dinâmica do empreendedorismo digital e o papel do ecossistema de inovação em sua formação, aplicando uma perspectiva multinível sobre o fenômeno.	Mista / Empírica	Brasil
16	Digital entrepreneurship: An interdisciplinary structured literature review and research agenda	Zaheery, Breyer e Dumay (2019)	Produzir uma revisão e uma agenda holística, interdisciplinar e atualizada da literatura sobre empreendedorismo digital para gerar insights sobre os desenvolvimentos recentes no campo, criticar a pesquisa até o momento e identificar oportunidades para pesquisas futuras.	Qualitativa / Teórica	N/A
17	Fostering digital entrepreneurship from startup to scaleup: The role of venture capital funds and angel groups	Cavallo <i>et al.</i> (2019)	Investigar como os grupos anjo e os fundos de capital de risco (VC) afetam o crescimento de novos empreendimentos digitais <i>startups</i> em fase de <i>scale-up</i> .	Qualitativa / Empírica	Itália
18	Digital BusinessModel, Digital Transformation, Digital Entrepreneurship: Is There a sustainable "Digital"?	Bican e Brem (2020)	Identificar como os termos de digitalização se relacionam e como eles ajudam as empresas a crescerem de forma sustentável.	Qualitativa / Empírica	Alemanha
19	Digital or not – the future of entrepreneurship and innovation	Berger <i>et al.</i> (2021)	Ampliar as fronteiras do conhecimento sobre o empreendedorismo digital e inovação.	Qualitativa / Teórica	N/A
20	The age of digital entrepreneurship	Sahut, Teulon e landoli (2021)	Mapear as circunstâncias e razões que facilitam o empreendedorismo digital.	Qualitativa / Teórica	N/A

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

3 RESULTADOS BIBLIOMÉTRICOS

A *priori* serão apresentados os resultados bibliométricos deste estudo, que é composta por um portfólio de 20 artigos extraídos da *Web of Science*. Os artigos selecionados foram publicados entre os anos de 2017 e 2021. O gráfico 1 demonstra essas informações:

Gráfico 1- Quantidade de artigos por ano de publicação

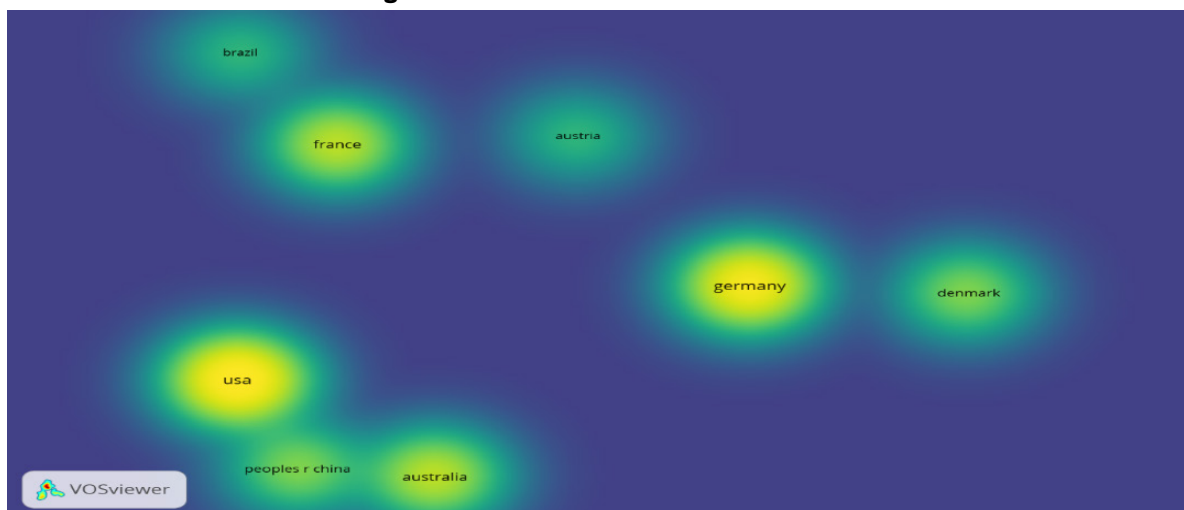


Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Observando o gráfico 1, percebe-se que houve uma média regular nos anos de 2017 e 2018 e que no ano de 2019 houve uma evolução na quantidade de publicações. Percebe-se também que, apesar de haver um movimento crescente nos estudos em empreendedorismo digital (Kraus *et al.*, 2019), houve uma involução nos anos de 2020 e 2021. Analisando o quantitativo de obras selecionadas, a figura demonstra que o número de publicações do ano de 2019 é igual ao dos anos de 2020 e 2021 somados, cada período destacado representando 35% da quantidade de estudos levantada nesses períodos e 70% de estudos realizadas acerca do tema nos últimos cinco anos.

Em relação às redes de cocitação por países, os resultados são demonstrados na figura 3, elaborada pelo *software VosViewer* com visualização por densidade.

Figura 3 - Países mais citados na amostra



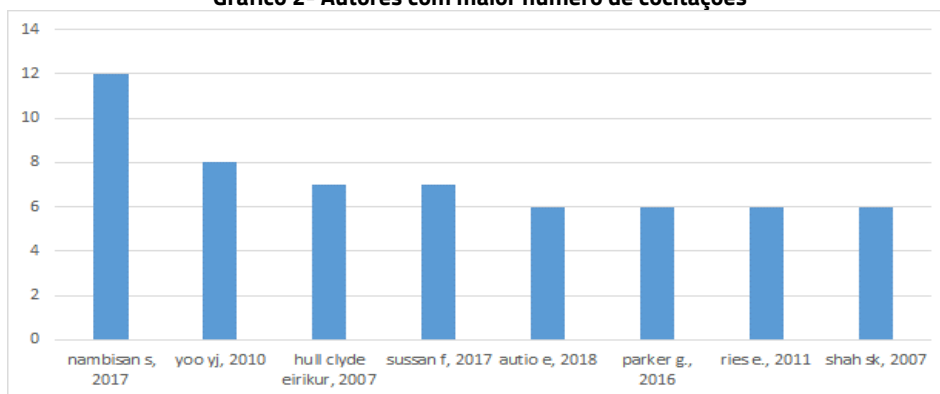
Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A figura 3 demonstra que os Estados Unidos apresentam o maior número de citações das obras publicadas. O país representa 37% do total de citações realizadas, com um número absoluto de 501 citações em relação a 6 dos artigos selecionados. Logo em seguida, vem a Alemanha, com 10% do total de citações da amostra, em um quantitativo total de 142 citações de 5 dos artigos levantados na amostra. Percebe-se que os dois países juntos representam 34% da quantidade de artigos publicados e 47% do total de citações realizadas a partir desses artigos. Os demais países distribuem-se de modo mais uniforme, variando entre 3% e 9% da quantidade de artigos publicados por país e entre 3% e 9% da quantidade de citações realizadas a partir desses artigos.

Além das análises iniciais dos anos de publicação e dos países com os artigos mais citados, expõe-se a seguir uma análise das redes de relacionamentos formadas através das relações de coautoria, cocitações e co-ocorrências de palavras-chave, que são peças fundamentais deste trabalho e que corroboram o atingimento do objetivo anunciado.

Dessa forma, é apresentada a seguir a rede de autores considerados como os mais citados e que podem ser identificados como os mais influentes para os trabalhos selecionados no portfólio utilizado neste estudo. Esses autores são evidenciados examinando o grupo de artigos que tratam do empreendedorismo digital como tema principal, configurando as cocitações, conforme pode ser verificado a seguir (Gráfico 2):

Gráfico 2 - Autores com maior número de cocitações

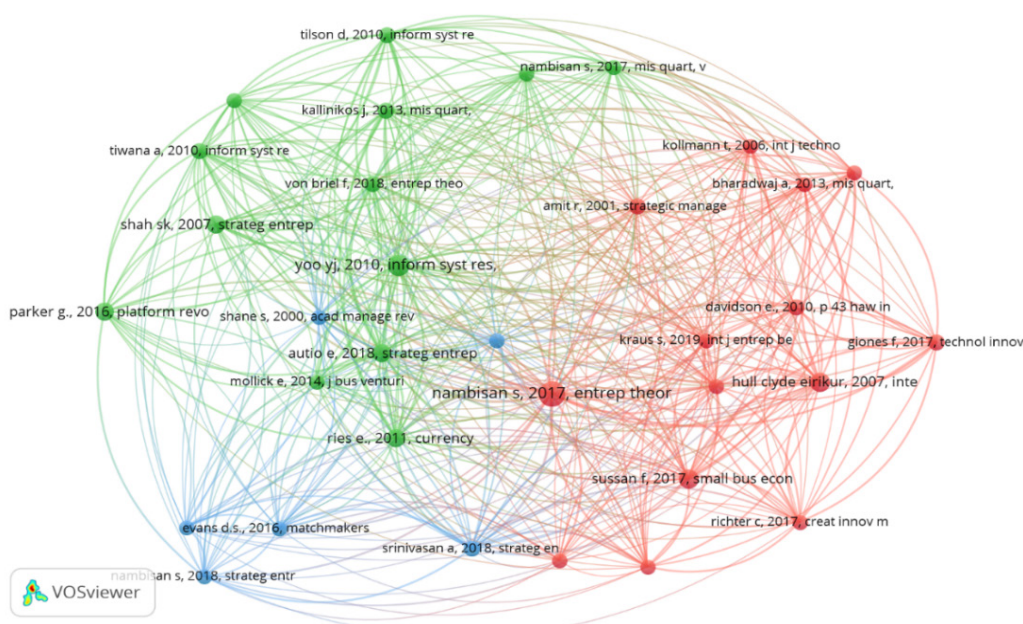


Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Ao visualizar a gráfico 2, percebe-se que Nambisan é o autor mais cocitado, com 12 cocitações, seguido por Yoo, com 8 citações, logo após temos Hull, Clyde e Eirikur e Sussan com 6 cocitações cada e, por fim, Parker, Ries e Shah com 6 cocitações cada.

Após essas exposições, os dados foram imputados no software *VosViewer*, usando como insumos os dados completos das publicações extraídas da base de dados *Web of Science*. Os resultados apresentados constam na figura 4:

Figura 4 - Cocitações no portfólio selecionado

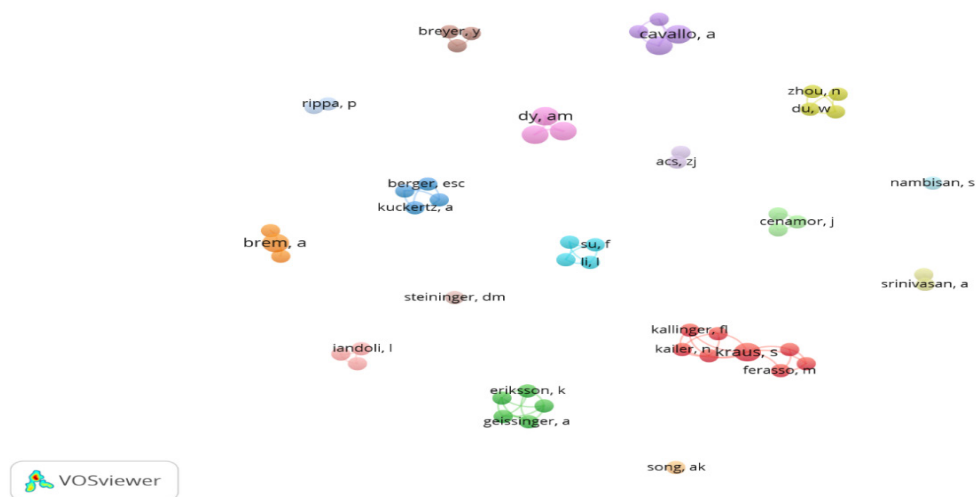


Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A figura 4 gerada por meio do *software VosViewer* demonstra que há três blocos principais de relações entre as cocitações e que diversos outros autores também tecem esforços para estudar temas que se relacionam ao empreendedorismo digital. O primeiro bloco é liderado pelos estudos de Nambisan, Sussan e Hull, seguidos por Clyde e Eirikur. O segundo bloco é representado principalmente pelos trabalhos de Yoo, Shah, Ries, Autio e Parker. E o terceiro é composto por autores que tiveram um quantitativo de cocitações inferior a 6, mas que visivelmente é identificado com os estudos de Nambisan, Srinivasan e Evans. É de suma importância frisar que a análise das cocitações identifica a importância de determinados autores no direcionamento de outros estudos.

Em seguida foram realizadas as análises relacionais que remetem a um modelo diferente de análise do desenvolvimento científico, centrado nas interações que privilegiam o estudo da dinâmica das múltiplas interações, associações e relações em um domínio científico. Dentro desse contexto, encontra-se a análise de coautorias. Neste estudo, constatou-se que não há agrupamentos evidentes e expressivos entre autores, demonstrando que não há forte interconexão entre eles. A figura 5 exibe essa assertiva:

Figura 5 - Coautorias no portfólio selecionado



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A figura 5 mostra que o único agrupamento que demonstra alguma solidez é o de Kraus, Kallinger, Kailer e Ferasso. Há outros menos expressivos como pode ser visualizado e, além deles, a grande maioria dos estudos são realizados individualmente. A análise dessa figura permite perceber que os trabalhos não são realizados de forma colaborativa, restringindo a possibilidade de uma visão mais pluralizada acerca do fenômeno estudado.

Verificou-se que, quanto às coautorias, não existem grandes conglomerados ou fortes interconexões entre os autores selecionados para o portfólio utilizado neste estudo, conforme foi exposto na figura 5. Esse fato demonstra que há oportunidades para o estabelecimento de novas redes de estudos frente ao tema. O fato de ser uma nova vertente de estudos evidencia que ainda não houve a construção de laços entre os pesquisadores mais relevantes até então.

Ainda dentro da análise de coautorias, a figura 6 ilustra a perspectiva do país de origem das obras:

Figura 6 - Coautorias por país



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A observação do país de origem das obras facilita o entendimento do quanto cooperativa é a rede de estudos do portfólio de artigos selecionados para este estudo. A figura 6 clarifica que há a formação de 3 pequenos blocos, verificando a visualização das redes. É perceptível que esses blocos são compostos por pequenas redes relacionais entre poucos países. No primeiro bloco identifica-se Brasil, França e Áustria. No segundo, Estados Unidos, China e Austrália. Por fim, no terceiro, Alemanha e Dinamarca.

Outra análise necessária para ampliar o entendimento das relações entre os trabalhos levantados é a de co-ocorrência de palavras-chave. O empreendedorismo digital ("*digital entrepreneurship*") configura-se como a palavra com maior incidência (Figura 7):

Quadro 4 - Sugestões para estudos futuras

Autores	Sugestões para estudos futuras
Nambisan (2017)	Investigar criticamente como os processos empreendedores digitalmente alimentados se desenrolam nas perspectivas de socio materialidade, acessibilidade tecnológica, generatividade, digitalização, dentre outros. Investigar como as interações e ações dos empreendedores moldam e são moldadas pelo uso de tecnologias digitais, considerando os níveis: empreendedor individual, grupos ou coletivos, empreendimento e ecossistema.
Li <i>et al.</i> (2017)	Novos estudos da teoria das capacidades gerenciais dinâmicas na transformação organizacional viabilizada por arquiteturas digitais em pequenas empresas.
Sussan e Acs (2017)	Pesquisas adicionais sobre empreendedorismo digital, considerando as características dos agentes em comparação aos que não atuam no ambiente digital e examinando suas diferenças em atitudes e comportamentos psicológicos de risco e oportunistas.
Dy <i>et al.</i> (2017)	Explorar a teoria da interseccionalidade e da posicionalidade em perspectivas contemporâneas para permitir uma nova crítica às suposições populares em torno do empreendedorismo digital.
Du <i>et al.</i> (2017)	Explorar Ecossistemas Empreendedores Digitais em regiões distintas para viabilizar comparações.
Giones e Brem (2017)	Avançar as discussões no tema observando de forma distinta três fenômenos, a saber: empreendedorismo de tecnologia, empreendedorismo de tecnologia digital e empreendedorismo digital.
Ghezzi e Cavallo (2018)	Complementar o conhecimento sobre modelos de negócios enxutos e ágeis para o empreendedorismo digital.
Kraus <i>et al.</i> (2018)	A pesquisa em empreendedorismo deve manter na agenda os desafios, oportunidades e fatores de sucesso do empreendedorismo digital.
Rippaa e Secundó (2018)	Avançar as discussões sobre empreendedorismo acadêmico digital.
Srinivasan e Venkatraman (2018)	Entender como as pequenas empresas empreendedoras podem apropriar-se de mais valor dos relacionamentos que resultam do empreendedorismo em plataformas digitais.
Steininger (2018)	Avançar nas pesquisas de empreendedorismo associado à TI, observando as especificidades de cada tipo de <i>startup</i> , sejam: (I) <i>startups</i> facilitadas por TI; (II) <i>startups</i> mediadas por TI; (III) <i>startups</i> com suporte em TI e <i>startups</i> digitais.
Geissinger <i>et al.</i> (2018)	Explorar as cidades como um fenômeno que pode influenciar o empreendedorismo digital.
Dy, Martin e Marlow (2018)	Avançar as discussões críticas no discurso contemporâneo sobre o empoderamento por meio do empreendedorismo digital
Cenamora, Paridab e Wincentd (2019)	Considerar recursos adicionais para analisar os potenciais efeitos mediadores e as diferenças entre capacidades operacionais e dinâmicas para os empreendedores que atuam em plataformas digitais.

Autores	Sugestões para estudos futuras
Beliaeva <i>et al.</i> (2019)	Avançar o conhecimento sobre a dinâmica do empreendedorismo digital e seu relacionamento com o ecossistema de inovação.
Zaheery, Breyer e Dumay (2019)	Explorar o empreendedorismo digital dentro da literatura geral sobre negócios digitais e não somente observando <i>startups</i> .
Cavaloy <i>et al.</i> (2019)	Aprimorar o conhecimento sobre como os grupos anjo e os fundos de capital de risco afetam o crescimento de novos empreendimentos digitais em sua fase de <i>scale-up</i> .
Bican e Brem (2020)	Observar como o digital pode operacionalizar ainda mais os níveis e as ações individuais de sustentabilidade em contextos diferentes. Analisar também casos de insucesso de estratégias digitais.
Berger <i>et al.</i> (2021)	Investigar o lado sombrio do empreendedorismo digital e da inovação.
Sahut, Teulon e Landoli (2021)	Explorar o empreendedorismo na economia digital, especialmente no que tange a negócios que não possuem tecnologia de alto impacto, a captura de valor, o potencial de exclusão do empreendedorismo digital, as nuances da governança digital, da cidadania digital e sua importância nos ecossistemas empresariais.

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A partir dessa sistematização sobre o direcionamento para estudos futuros, foram discutidas as perspectivas emergentes encontradas nos estudos analisados, considerando as categorias de análise, a saber: (I) O empreendedorismo na era digital; (II) O empreendedorismo digital como oportunidade de ascensão para as atividades empresariais; e (III) *Gaps* teóricos relacionados ao empreendedorismo digital.

4.1 EIXO TEMÁTICO 01: O EMPREENDEDORISMO NA ERA DIGITAL

O empreendedorismo, alinhado aos avanços tecnológicos, provoca rupturas nos paradigmas conceituais que envolvem a ascensão do empreendedorismo digital. Notou-se, no portfólio analisado, que a digitalização e a economia compartilhada são as abordagens teóricas que concentram os maiores fluxos de estudos.

Em relação à digitalização, Kraus *et al.* (2019) constataram que os estudiosos têm se dedicado a essa abordagem pois ela modifica a forma como os empreendedores conduzem os negócios. A literatura explorada revelou que o discurso sobre os impactos que a digitalização provocou no empreendedorismo tem prevalecido e, na visão de Berger, Von Briel, Davisson e Kuckertz (2019), essa força que emerge da inovação é atualmente a mais importante para as atividades empreendedoras. Porém, Sahut, Teulon e Landoli (2021) destacam que a digitalização é apenas uma fase do empreendedorismo na era digital. Esses autores defendem que a digitalização se encontra no nível micro do empreendedorismo digital

e analisa a ação empreendedora, enquanto os ecossistemas empreendedores encontram-se no nível macro, apresentando uma compreensão sistêmica do fenômeno.

Kraus *et al.* (2019) concluíram que a digitalização é precursora no processo de concepção do empreendedorismo digital, que ainda é um conceito embrionário, enquanto Giones e Brem (2017) apontam que a digitalização é a força transformadora para o empreendedorismo na economia atual. O estudo de Berger *et al.* (2019) se complementa ao de Kraus *et al.* (2019) e evidencia que a digitalização é mais do que um contexto e que a temática do empreendedorismo digital se encontra em estágio inicial, o que tenciona novos estudos em busca de sua legitimidade.

Para Bican e Brem (2020), é preciso diferenciar a forma como os empreendedores lidam com a digitalização do que de fato é a digitalização, sugerindo que esse processo auxilie os profissionais e pesquisadores a observarem a transformação digital de forma sustentável.

Já Du, Pan, Zhou e Ouyang (2018) e Sussan e Acs (2017) trabalharam na direção da economia compartilhada envolvendo o ecossistema empreendedor como uma meta-organização. Os autores destacaram que o empreendedorismo digital tem focado principalmente em características no nível da empresa que surge dos ecossistemas, desconsiderando o ecossistema empreendedor digital como uma meta-organização. Para Du *et al.* (2016), o empreendedorismo digital depende de um ecossistema propício a ele.

Ghezzi e Cavallo (2018), observaram a necessidade da integração de conhecimento compartilhado para viabilizar o empreendedorismo digital. Os autores focaram nos princípios enxutos e ágeis que apoiam os empreendedores digitais, como o *Lean Startup Approaches (LSAs)* em ambientes digitais dinâmicos.

O estudo de Nambisan (2016) sintetiza tais percepções. Para o autor, os ecossistemas empresariais digitais são percursos do empreendedorismo digital, pois favorecem a dinamicidade do mercado, forçando os modelos de negócios a se adaptarem e a inovarem por meio de artefatos e plataformas digitais que geram iniciativas empreendedoras mais fluidas e abertas.

4.2 EIXO TEMÁTICO 02: EMPREENDEDORISMO DIGITAL COMO OPORTUNIDADE DE ASCENSÃO PARA AS ATIVIDADES EMPRESARIAIS

Diante da revolução digital que transformou o empreendedorismo no cenário global, buscou-se compreender, por meio de estudos científicos, como tem sido observada a digitalização na sociedade e na economia, para que o discurso popular do empreendedorismo digital como um meio de empoderamento não se perpetue por um único viés ideológico e se torne imparcial em sua análise empírica.

O estudo de Dy, Marlow e Lee (2019), sustentado por meio da teoria da interseccionalidade e da posicionalidade, apresentou uma crítica às suposições populares em torno das vantagens

do empreendedorismo digital, sobretudo no que tange às mulheres desempenharem sua função empreendedora nesse cenário. Os autores argumentaram que o empreendedorismo dentro do contexto *online*, assim como nos espaços físicos, enfrenta vieses estereotipados e que o seu potencial se torna questionável quando se trata de posições sociais de gênero, raça e status. Dy, Marlow e Lee (2019) destacam que grupos marginalizados e desfavorecidos, como é o caso das mulheres, encontram barreiras significativas para o empreendedorismo digital.

Foi evidenciado no estudo de Geissinger *et al.*, (2018), que o empreendedorismo digital é uma oportunidade prevaiente em diversos setores da economia enquanto Giones e Brem (2017) destacam que o artefato digital no centro do processo do empreendedorismo não só aumenta a capacidade empresarial existente como também possibilita o aprendizado e o crescimento de um novo empreendimento por meio de incubadoras tecnológicas.

4.3 EIXO TEMÁTICO 03: GAPS TEÓRICOS RELACIONADOS AO EMPREENDEDORISMO DIGITAL

Foi identificado na literatura que a definição de empreendedorismo digital ainda é destoante e que, por ser um fenômeno multifacetado, se apresenta em diversos contextos, formas organizacionais e de atuação, o que potencializa as dificuldades para a consolidação do conceito. Sendo assim, o *gap* teórico sobre o empreendedorismo digital no portfólio analisado permeou lacunas ainda pouco exploradas sobre a atuação empreendedora no ambiente *online*, as plataformas e modelos de negócios digitais e as configurações espaciais que concebem a transformação digital.

Sussan e Acs (2017), Srinivasan e Venkatraman (2018), Steininger (2018), Zaheery, Breyer e Dumay (2019), destacaram que em virtude do empreendedorismo e das tecnologias da informação e comunicação serem estudados de forma dispersa e em áreas do conhecimento distintas, a compreensão do campo se torna vaga e emergente para estudos.

Já Sahut, Teulon e Landoli (2021) argumentaram que os estudos futuros sobre o empreendedorismo na economia digital devem ser expandidos para outras áreas do conhecimento, não se centrando estritamente em negócios de alto impacto, buscando compreender os consumidores para que seja agregado valor às atividades empreendedoras e para avaliar o potencial de inclusão e exclusão do meio digital para o empreendedorismo.

Sussan e Acs (2017) apresentam uma crítica para a inconsistência na conceituação da temática e destacam que o empreendedorismo digital não deveria ser explorado sobre a perspectiva de autoemprego, mas sim focar na economia digital para entender negócios de alto impacto como as *startups*. Para esses autores é preciso diferenciar empreendedores digitais (donos de empresas digitais) de pessoas que utilizam tecnologias digitais em negócios.

Foi identificado que no estudo de Srinivasan e Venkatraman (2018) os empreendedores digitais se apoiam em plataformas digitais para obterem sucesso empresarial. Os autores destacam que novos estudos deveriam analisar os relacionamentos e as redes que surgem dessas complementariedades.

Sahut, Teulon e Landoli (2021) e Dy Martin e Marlow (2018) sugerem que sejam levantados questionamentos sobre o sucesso do empreendedorismo estar intrinsecamente ligado aos movimentos dos empreendedores nas plataformas digitais. Além disso, a partir dos diferentes entendimentos de de Sussan e Acs (2017) e de Srinivasan e Venkatraman (2018), emerge a lacunas teóricas para compreender quem pode ser denominado um empreendedor digital para posteriormente investigar o fenômeno conforme o contexto em que o mesmo está inserido.

Para Zaheery, Breyer e Dumay (2019) e Bican e Brem (2020), a confusão em torno do empreendedorismo digital vai além da limitação na compreensão conceitual como indicado por Sussan e Acs (2017) e enfrenta desafios desde a vasta terminologia até a sua multidisciplinaridade. Com isso, novas oportunidades acadêmicas são direcionadas para entender e integrar a literatura desarticulada sobre o empreendedorismo digital. Isso requer que o conceito seja revisado a partir da caracterização de três fenômenos distintos: empreendedorismo tecnológico, empreendedorismo de tecnologia digital e empreendedorismo digital.

Berger *et al.* (2019) corroboram com Giones e Brem (2017), Zaheery, Breyer e Dumay (2019), porém destacando que os fluxos de estudos acerca do empreendedorismo e a inovação digital possuem duas bases de focos abrangentes: (I) o empreendedorismo digital com ênfase em programas de aceleração, novos empreendimentos digitais, *startups* e empreendedores digitais, e (II) o empreendedorismo explorando indústrias, gerentes, organização e transformação, e que de ambas correntes teóricas, surge o empreendedorismo digital.

Já Dy, Marlow e Lee (2019) enfatizam que os estudos sobre o empreendedorismo digital têm sido alicerçados na retórica contemporânea de que a internet é um espaço neutro e meritocrático para a atividade empreendedora e que esse debate necessita ser questionado para que se possam construir novas abordagens teóricas que envolvam estudos críticos a partir do movimento ciberfeminista e de cibercultura. Tais reflexões remetem ao entendimento de que as discussões sobre gênero transcendem e mantêm latente as compreensões atuais sobre o quão inclusivo se torna o empreendedorismo, mesmo que digital, para os contextos e para os grupos marginalizados.

O entendimento de Rippa e Secundó (2019) se contrapõe às sustentações de Sussan e Acs (2017) no que se refere à análise e definição do que é empreendedorismo digital para as organizações em geral e propõe uma nova categoria a ser explorada: "Empreendedorismo Acadêmico Digital". Tais autores propõem

estudos sobre o empreendedorismo digital com ênfase em instituições que promovem o desenvolvimento social, especificamente a universidade.

Sussan e Acs (2017) defendem que o conceito de empreendedorismo digital precisa ser constituído de forma clara. Já Dy, Marlow e Lee (2019), sugerem que estudos futuros investiguem o empreendedorismo digital a partir de suas motivações e limitações, considerando grupos socialmente marginalizados. Outra possibilidade surge a partir de Geissinger *et al.* (2018), com a necessidade de compreender como o ambiente físico pode oferecer condições, sejam favoráveis ou não, às atividades empresariais no meio digital.

O entendimento de Beliaeva *et al.* (2020) é complementar ao de Geissinger *et al.* (2018), porém mais abrangente, pois para Beliaeva *et al.* (2020) o empreendedorismo digital deve ser explorado por meio de uma abordagem integrativa e holística, capaz de capturar as interações complexas e dinâmicas que ocorrem entre os atores sociais e as tecnologias digitais. O estudo de Beliaeva *et al.* (2020) revela que essa demanda pode ser atendida por meio de mais investigações científicas sobre a formação do empreendedorismo digital decorrente de ecossistemas empreendedores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo teve o objetivo de analisar o panorama da produção científica do empreendedorismo digital, buscando especificamente identificar os temas e autores mais pesquisados, verificando as tendências e validando novas oportunidades de pesquisa. Constatou-se que, embora seja perceptível o aumento no interesse por estudos acerca do tema, ainda há grandes oportunidades e desafios. Notou-se que o tema tem sido predominantemente estudado na perspectiva de plataformas digitais e de ecossistemas empreendedores, viabilizando tendências e lacunas voltadas à busca por compreender o fenômeno empreendedorismo digital, desde a sua definição até suas relações em cada contexto.

Quanto à análise bibliométrica, certificou-se que os estudos acerca do empreendedorismo digital ainda são dispersos e precisam de novas redes relacionais para que a temática e seus estudiosos possam construir laços sólidos que possibilitem tornar o conceito estável e bem definido. Mediante isso, percebeu-se que a fragmentação na definição de empreendedorismo digital permeia a origem e evolução do tema, no que diz respeito às suas características epistemológicas e ontológicas. Entretanto, é importante considerar que há uma tendência para que haja um crescimento nos estudos sobre empreendedorismo digital, frente à transformação digital que vem ocorrendo na sociedade.

Em relação à análise sistemática, conclui-se que os estudos sobre empreendedorismo digital se centram em três categorias: (I) empreendedorismo na era digital; (II) empreendedorismo digital

como oportunidade de ascensão para as atividades empresariais e (III) *gaps* teóricos relacionados ao empreendedorismo digital. Tais categorias permitiram constatar que a temática explorada ainda se faz inconclusiva nos seus vieses teóricos, metodológicos e empíricos.

Notou-se que os fluxos de estudos sobre o empreendedorismo digital se apoiam em abordagens similares, mas com focos distintos. Isso viabiliza incompletude e confusão na compreensão sobre o tema, o que resulta na validação de que o meio digital é potencialmente vantajoso e inclusivo para as atividades empreendedoras. Essa assertiva, que foi verificada na análise dos dados, pode ser considerada questionável. Ademais, certificou-se a emergência de analisar o empreendedorismo digital imparcialmente e sobre perceptivas sistêmicas e unificadas, seja quanto a sua estrutura, relações ou implicações.

Constatou-se que em virtude de o autoemprego ser o cerne na literatura de empreendedorismo, os estudos têm emergido a partir de compreensões conflitantes, sobretudo quando se trata de negócios digitais. Isso ocorre porque o empreendedorismo digital possui alcance global, mesmo com características e especificidades empreendedoras. Em outras palavras, ainda não se consegue definir claramente o que é um empreendedor digital, quais atividades empresariais podem ser consideradas um modelo de negócio digital e qual a denominação dada para as relações que emergem de ambos.

Destaca-se que este estudo possui algumas limitações. Primeiramente, a fonte de consulta se restringiu a uma única base de dados, a *Web of Science*. Optou-se por uma única base de dados por dois motivos: 1) o *Software Vosviewer* possui como funcionalidade nativa analisar dados exportados diretamente de uma única base de dados; 2) O *Methodi Ordinatio* escolhido como mecanismo para seleção dos artigos utiliza como delimitador índices que são distintos dentre as bases de dados. A *Web of Science* utiliza o índice JCR (*Journal Citation Reports*) enquanto a Scopus utiliza o índice SJR (*SCImago Journal Rank*), por exemplo. Essa distinção entre índices que utilizam métodos de cálculo diferentes constituiria uma modificação quanto à aplicação padrão do *Methodi Ordinatio*. Apesar da limitação destaca-se que a *Web of Science* é reconhecida e prestigiada no âmbito científico, especialmente pela métrica do fator de impacto das revistas (Carvalho *et al.*, 2020).

Outro ponto foi o portfólio reduzido para análise, que mesmo atendendo à liberdade do método utilizado, traz consigo limitações, uma vez que, foram utilizados 20 artigos para a amostra. Por outro lado, o portfólio é relevante, pois é constituído pelos 20 artigos mais bem ranqueados pelo *Methodi Ordinatio*. Com isso, estudos mais amplos podem ser realizados.

Mesmo considerando suas limitações, este estudo apresenta contribuições para o campo, pois os resultados abordaram a literatura sobre empreendedorismo digital, tangenciando tanto a digitalização quanto a economia compartilhada e os principais temas de pesquisa. Isso ajuda a solidificar e expandir o entendimento teórico sobre como a transformação digital influencia as práticas empreendedoras.

Também foram identificadas lacunas na literatura, como a definição variada de empreendedorismo digital e a necessidade de uma categorização mais clara dos fenômenos relacionados. Essas questões abrem possibilidades para futuros estudos, o que é crucial para o desenvolvimento teórico e prático da área. Além disso, o estudo destaca a necessidade considerar questões de gênero, raça e status social no contexto do empreendedorismo digital. Isso não só oferece uma visão crítica das suposições existentes, mas também aponta para a necessidade de criar abordagens mais inclusivas e equitativas no campo.

De forma prática, os resultados revelaram como a digitalização e a economia compartilhada estão transformando não apenas os modelos de negócios, mas também os ecossistemas empreendedores como um todo. Isso implica que as organizações e empreendedores devem adaptar suas estratégias para aproveitar essas mudanças, explorando novas oportunidades e ajustando-se às novas dinâmicas de mercado. Compreender as dinâmicas do empreendedorismo digital pode incentivar o desenvolvimento de políticas públicas e práticas organizacionais que ofereçam um suporte para os empreendedores na era digital. Isso pode resultar em um ambiente mais propício ao empreendedorismo, a inovação e a um ambiente empreendedor mais igualitário e diverso.

REFERÊNCIAS

AFONSO, M. H. F. Como construir conhecimento sobre o tema de pesquisa? Aplicação do processo Prok-nov-C na busca de literatura sobre avaliação do desenvolvimento sustentável. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 5, n. 2, p. 47-62, 2011.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70. São Paulo: Edições, v. 70, 2016.

BASLY, S.; HAMMOUDA, A. Family Businesses and Digital Entrepreneurship Adoption: A Conceptual Model. **The Journal of Entrepreneurship**, v. 19, n. 2, p. 326-364, 2020.

BELIAEVA, T. *et al.* Dynamics of digital entrepreneurship and the innovation ecosystem: A multilevel perspective. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 26, n. 2, p. 266-284, 2020.

BERGER, E. SC *et al.* Digital or not—The future of entrepreneurship and innovation: Introduction to the special issue. **Journal of Business Research**, v. 125, p. 436-442, 2021.

BICAN, P. M.; BREM, A. Digital business model, digital transformation, digital entrepreneurship: Is there a sustainable “digital”? **Sustainability**, v. 12, n.13, p. 5239, 2020.

BOTELHO, L. L. R.; CUNHA, C. C.; MACEDO, M. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. **Gestão e Sociedade**, v. 5, n. 11, p. 121-136, 2011.

CARVALHO, G. D. G. *et al.* Bibliometrics and systematic reviews: A comparison between the Proknow-C and the Methodi Ordinatio. **Journal of Informetrics**, v. 14, n. 3, p. 101043, 2020.

CARVALHO, G. D. G. De *et al.* The relationship between quality-excellence management and innovation: a bibliometric literature review. **International Journal of Productivity and Quality Management**, v. 34, n. 4, p. 539-560, 2021.

CAVALLO, A. *et al.* Fostering digital entrepreneurship from startup to scaleup: The role of venture capital funds and angel groups. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 145, p. 24-35, 2019.

CENAMOR, J.; PARIDA, V.; WINCENT, J. How entrepreneurial SMEs compete through digital platforms: The roles of digital platform capability, network capability and ambidexterity. **Journal of Business Research**, v. 100, p. 196-206, 2019.

DY, A. M.; MARLOW, S.; MARTIN, L. A Web of opportunity or the same old story? Women digital entrepreneurs and intersectionality theory. **Human Relations**, v. 70, n. 3, p. 286-311, 2017.

DY, A. M.; MARTIN, L.; MARLOW, S. Emancipation through digital entrepreneurship? A critical realist analysis. **Organization**, v. 25, n. 5, p. 585-608, 2018.

DU, W. *et al.* From a marketplace of electronics to a digital entrepreneurial ecosystem (DEE): The emergence of a meta organization in Zhongguancun, China. **Information Systems Journal**, v. 28, n. 6, p. 1158-1175, 2018.

ENSSLIN, L., ENSSLIN, S. R.; LACERDA, R. T. O.; TASCA, J. E. **Processo de análise bibliométrica**. Processo técnico com patente de registro pendente junto ao INPI, 2020, Brasil.

GARTNER, W. B. "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. **American journal of small business**, v. 12, n. 4, p. 11-32, 1988.

GEISSINGER, A. *et al.* Digital entrepreneurship and field conditions for institutional change—Investigating the enabling role of cities. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 146, p. 877-886, 2019.

GHEZZI, A.; CAVALLO, A. Agile business model innovation in digital entrepreneurship: Lean startup approaches. **Journal of business research**, v. 110, p. 519-537, 2020.

GIONES, F.; BREM, A. Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. **Technology innovation management review**, v. 7, n. 5, 2017.

HULL, C. E. *et al.* Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship. **International Journal of Networking and Virtual Organisations**, v. 4, n. 3, 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.

LI, L. *et al.* Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. **Information Systems Journal**, v. 28, n. 6, p. 1129-1157, 2018.

LE DINH, T.; VU, M. C.; AYAYI, A. Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. **International Journal of Entrepreneurship**, v. 22, n. 1, p. 1-17, 2018.

LOPES, R.; ALMEIDA, M.; LIMA, E. Desafios atuais e caminhos promissores para a pesquisa em empreendedorismo. **Revista de Administração de Empresas**, v. 59, p. 284-292, 2019.

MCADAM, M.; CROWLEY, C.; HARRISON, R. T. "To boldly go where no [man] has gone before"-institutional voids and the development of women's digital entrepreneurship. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 146, p. 912-922, 2019.

MENDES, A. V. *et al.* Empreendedorismo digital. **Revista Projetos Extensionistas**, v.1, n.2, p. 58-64, 2021. Disponível em: <https://periodicos.fapam.edu.br/index.php/RPE/article/view/417/252>. Acesso em: 09 abr. 2024

MOTTA, G. Da S.; GARCIA, P. A. De A.; QUINTELLA, R. H. A patente scientometric approach to venture capital investment prioritization. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, v. 66, n. 4, p. 765-777, 2015.

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

OLIVEIRA, A. A. S. *et al.* Empreendedorismo Digital: Suas Contribuições No Âmbito Econômico E Social. **Revista Eletrônica Organizações e Sociedade**, v. 8, n. 9, p. 56-68, 2019.

OLIVEIRA JUNIOR, A. B. *et al.* Investigación sobre iniciativa empresarial (2000-2014) en las seis principales revistas de administración brasileñas: lagunas y direcciones. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 16, p. 610-630, 2018.

PAGANI, R. N.; KOVALESKI, J. L.; RESENDE, L. M. M. Avanços na composição da Methodi Ordinatio para revisão sistemática de literatura. **Ciência da Informação**, v. 46, n. 2, 2017.

PEREIRA, J. A.; 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.

RIPPA, P.; SECUNDO, G. Digital academic entrepreneurship: The potential of digital technologies on academic entrepreneurship. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 146, p. 900-911, 2019.

Rosário, J. G. P. *et al.* A review on Multi-criteria Decision Analysis in the Life Cycle Assessment of Electricity Generation Systems. **International Business, Trade and Institutional Sustainability**, p. 575-590, 2020.

SAHUT, J. ; IANDOLI, L.; TEULON, F. The age of digital entrepreneurship. **Small Business Economics**, v. 56, n. 3, p. 1159-1169, 2021.

SANTOS, J. M. dos.; FIGUEREDO, R. A.; Corrêa, R. O.; Carvalho, G. D. G. de. Empreendedorismo digital por mulheres: uma Revisão Integrativa da Literatura. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 20, n. 2, p. 150-175, 2023.

SAUNDERS, M.; LEWIS, P.; THORNHILL, A. Research methods for business students. **Essex: Prentice Hall: Financial Times**, 2003.

SRINIVASAN, A.; VENKATRAMAN, N. Entrepreneurship in digital platforms: A network centric view. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 12, n. 1, p. 54-71, 2018.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of management review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

SUSSAN, F.; ACS, Z. J. The digital entrepreneurial ecosystem. **Small Business Economics**, v. 49, p. 55-73, 2017.

STEININGER, D. M. Linking information systems and entrepreneurship: A review and agenda for IT associated and digital entrepreneurship research. **Information Systems Journal**, v. 29, n. 2, p. 363-407, 2019.

TORRACO, R. J. Writing integrative literature reviews: Using the past and present to explore the future. **Human resource development review**, v. 15, n. 4, p. 404-428, 2016.

VAN ECK, N. J.; WALTMAN, L. Analyzing the activities of visitors of the Leiden Ranking website. **Journal of Data and Information Science**, v. 3, n. 3, p. 81-98, 2018.

VIEIRA, E. L. *et al.* Application of the Proknow-C methodology in the search of literature on performance indicators for energy management in manufacturing and industry 4.0. **Procedia Manufacturing**, v. 39, p. 1259-1269, 2019.

YU, H; CUI, L. China's e-commerce: empowering rural women? **The China Quarterly**, v. 238, p. 418-437, 2019.

ZAHEER, H.; BREYER, Y.; DUMAY, J. Digital entrepreneurship: An interdisciplinary structured literature review and research agenda. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 148, p. 119735, 2019.