



**CENTRO UNIVERSITÁRIO IBMR**  
**GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**GIULLIANA MARIA NOGUEIRA MOTA DE CAMPOS MATILETI**

**EMPREENDEDORISMO DIGITAL: USO DA TECNOLOGIA PARA CONQUISTAR  
SEU NEGÓCIO**

**RIO DE JANEIRO**

**2023**



GIULLIANA MARIA NOGUEIRA MOTA DE CAMPOS MATILETI

**EMPREENDEDORISMO DIGITAL: USO DA TECNOLOGIA PARA CONQUISTAR  
SEU NEGÓCIO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de graduação em Ciências Econômicas, do Centro Universitário IBMR – Ânima Educação, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador:  
Bruno Rodrigues Campos

RIO DE JANEIRO  
2023

GIULLIANA MARIA NOGUEIRA MOTA DE CAMPOS MATILETI

**EMPREENDEDORISMO DIGITAL: USO DA TECNOLOGIA PARA CONQUISTAR  
SEU NEGÓCIO**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado à obtenção do título de Bacharel, aprovado em sua forma final pelo curso de Ciências Econômicas do Centro Universitário IBMR.

Rio de Janeiro, 14 de dezembro de 2023

BANCA EXAMINADORA:

---

Me. Bruno Rodrigues Campos  
IBMR

---

Me. Ricardo Pereira Barbosa  
IBMR

---

Me. Luciana Mello dos Santos  
IBMR

*Dedico este trabalho aos meus pais e a minha irmã, por me apoiarem, dando forças para não desistir, por sempre estarem ao meu lado, sendo amorosos e gentis. Vocês fazem parte dessa conquista, pois sem vocês ao meu lado não seria possível.*

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, por me proporcionar uma vida maravilhosa, tendo saúde para ir atrás dos meus sonhos, por estar ao meu lado me dando forças e me guiando durante todos os momentos da minha vida.

Agradeço aos meus pais, que lutaram a vida inteira, abdicando de seus gostos e vontades para proporcionar uma vida que não faltasse nada para as filhas deles, que sempre me apoiaram, acreditaram e investiram em mim, eu sou completamente grata por ter pais tão presentes e amorosos, vocês são uma inspiração para minha vida e tenho orgulho de vocês serem meus pais.

Obrigada mãe, por sempre estar ao meu lado, me incentivando, pela sua generosidade e paciência, obrigada por acreditar e fazer de tudo por mim, você é uma grande amiga. Obrigada pai, por sempre querer me ver feliz, você é um ótimo pai, atencioso, engraçado e bondoso.

Quero agradecer a minha irmã, por estar ao meu lado em todos os momentos da minha vida, sejam eles bons ou ruins, por desejar minha felicidade e ficar extremamente feliz com ela, por fazer de tudo por mim e me ajudar naqueles dias que me encontro perdida e com dúvidas. Você além de irmã, é minha melhor amiga, somos eu e você sempre juntas e como você sempre fala, nossa ligação vai além dessa vida.

Quero agradecer ao meu companheiro por me apoiar, por estar ao meu lado em todos os momentos e por me incentivar e ajudar a crescer. Que não mede esforços para me ver feliz, que sempre me coloca em primeiro lugar.

A minha família e amigos, obrigada por me acompanhar ao longo da caminhada mesmo que não diretamente, o apoio de vocês foi muito importante.

Agradeço a todos os professores que me incentivaram durante o curso, que se dedicaram e deram o seu melhor. Agradeço a paciência e ensinamentos passados para mim.

E quero agradecer ao meu orientador por aceitar esse desafio de me orientar, por estar ao meu lado me ajudando, incentivando e buscando o meu melhor, esse TCC não seria possível sem você.

*“Ainda que a minha mente e o meu corpo enfraqueçam, Deus é a  
minha força, ele é tudo o que sempre preciso”.*

*Salmos 73:26*

## RESUMO

A presença da tecnologia se intensifica em nossas vidas, e é obrigatório inovar em conjunto com ela. Para aqueles que planejam iniciar um negócio ou já gerenciam uma empresa, a tecnologia se revela como uma valiosa aliada. Ao utilizar adequadamente a tecnologia em favor do empreendimento, a empresa se capacita para explorar estratégias voltadas ao seu crescimento. Este estudo teve com o objetivo geral de analisar o empreendedorismo digital com uso da tecnologia a favor do seu negócio e especificando seus objetivos em compreender o empreendedorismo digital; identificar as inovações no empreendedorismo; relatar a importância da tecnologia para o mundo dos negócios. O presente estudo trata-se de uma revisão da literatura narrativa descritiva, sua busca foi realizada nas bases de dados Scielo, Google Acadêmico, Spell, Capes e buscas livres, com palavras chaves "Empreendedorismo", "Empreendedorismo Digital", "Tecnologia" e "Inovação", com os critérios de seletividade e exclusão foram selecionados 44 artigos. A busca identificou que a tecnologia é muito importante para o empreendimento, sendo assim o empreendedorismo digital é bastante competitivo e existe abordagens para se destacar. Foi possível concluir que integrar empreendedorismo e tecnologia representa uma oportunidade de enriquecer o cenário com abordagens inovadoras, diferenciando-se da concorrência e ganhando destaque no mercado em que atua. A tecnologia é uma grande aliada para se destacar no seu negócio.

**Palavras-chaves:** Empreendedorismo; Empreendedorismo Digital; Tecnologia; Inovação.

## **ABSTRACT**

The presence of technology intensifies in our lives and it is mandatory to innovate together with it. For those who plan to start a business or already manage a company, technology proves to be a valuable ally. By properly using technology in favor of the enterprise, the company is able to explore strategies aimed at its growth. This study had the general objective of analyzing digital entrepreneurship using technology in favor of your business and specifying its objectives in understanding digital entrepreneurship; identify innovations in entrepreneurship; report the importance of technology for the business world. The present study is a review of descriptive narrative literature, its search was carried out in the databases Scielo, Google Scholar, Spell, Capes and free searches, with key words "Entrepreneurship", "Digital Entrepreneurship", "Technology" and "Innovation", with the selectivity and exclusion criteria, 44 articles were selected. The search identified that technology is very important for the enterprise, therefore digital entrepreneurship is very competitive and there are approaches to stand out. It was possible to conclude that integrating entrepreneurship and technology represents an opportunity to enrich the scenario with innovative approaches, differentiating itself from the competition and gaining prominence in the market in which it operates. Technology is a great ally to stand out in your business.

**Keywords:** Entrepreneurship; Digital Entrepreneurship; Technology; Innovation.

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1: Passo a passo dos critérios de filtragem para identificação dos artigos.....	23
--	----

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1: Características do empreendedor bem-sucedido.....	16
---	----

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Publicação por ano dos artigos.....	22
Tabela 2: Amostra de pesquisa.....	24
Tabela 3: Foco central dos artigos.....	26
Tabela 4: Associação entre os artigos e a área de conhecimento.....	30

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 Objetivo Geral.....</b>	<b>14</b>
<b>1.2 Objetivos Específicos.....</b>	<b>14</b>
<b>1.3 Justificativa .....</b>	<b>14</b>
<b>2 REFERÊNCIAL TEORICO .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1 Percepções a cerca sobre a ótica do empreendedorismo da economia.....</b>	<b>15</b>
<b>2.2 O empreendedorismo usual vs digital.....</b>	<b>16</b>
<b>2.3 Inovação tecnológica e informacional.....</b>	<b>19</b>
<b>3. METODOLOGIA.....</b>	<b>22</b>
<b>3.1. Tipologia de Pesquisa .....</b>	<b>22</b>
<b>3.2. Coleta e seleção de dados .....</b>	<b>22</b>
<b>4. ANÁLISE DE DADOS.....</b>	<b>24</b>
<b>4.1 Percepções com base na pesquisa feita.....</b>	<b>30</b>
<b>5. CONCLUSÃO.....</b>	<b>32</b>
<b>REFÊRÊNCIAS.....</b>	<b>33</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é identificado como um meio inovador, buscando alterar serviços e produtos em possibilidades de negócios que geram lucros, conforme o empreendedor, Dornelas (2015) responsabiliza papel de mudanças, podendo ocorrer riscos e abrangendo ensejos que ninguém havia atentado ainda.

Segundo Fillion (2000), os empreendedores desempenham uma função fundamental ao conceber suas visões e estabelecer metas para concretizá-las. Movidos pela criatividade, inovação e determinação, estão dispostos a assumir riscos para transformar suas visões em realidade. Essa habilidade de conceber, planejar e implementar é crucial para o êxito no cenário empresarial. Enfatiza o empreendedor Dornelas (2005, p. 39) “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades”.

Nambisan, Wright e Feldman (2019) complementam ainda que os padrões de negócios globais tiveram mudanças excessivas por conta do uso da tecnologia. Suas consequências transitam por novos métodos de negócios, modernos modelos de serviços e mercadoria e novas vivências com o consumidor.

Nossa atual sociedade procura cada dia mais flexibilidade e comodidade, desempenhando tarefas rápidas e resguardadas, sejam elas pagamentos, compras, pesquisas, consultas, entre outras. E assim manifestou-se o empreendedorismo digital.

Empreendedorismo digital tem o método de utilizar meios virtuais, sem a imposição de um espaço físico para vender seus produtos. Busca por oportunidades inovadoras de negócios mesmo que ocorra riscos no alcance de renda e desenvolvimento no mercado.

O método digital de realizar negociações difundiu devido ao baixo custo das condições indispensáveis de uma organização de telecomunicações. A abundância de consumidores cresce de forma significativa e assim, a concorrência provocada com grande viabilidade de ampliação do procedimento de uma empresa no mercado internacional (ZIYAE; SAJADI; MOBARAKI, 2014). A compreensão que os consumidores vão comprando com o tempo, faz com amplie a confiança nesse modelo digital.

A Internet é uma forma de comunicação que concede informações em qualquer hora ou lugar entre diversas pessoas e o seu uso aumenta cada vez mais, concebendo mudanças na área econômica, cultural, social e política (CASTELLS, 2003). Em concordância com Fagundes (2004, p. 24), “o comércio eletrônico através da internet é o ramo de atividade econômica que mais cresce no mundo”,

O maior resultado do crescimento rápido da internet foi o empreendedorismo digital, procura do empreendedor por inovação de oportunidades. Assim, pelo meio da internet que ele adquire seu rendimento (CAETANO, 2014).

Os benefícios do comércio digital em conferência ao empreendimento físico contêm:

quanto ao procedimento de compra o custo é reduzido, uma grande evidência do negócio, oportunidade de alcançar consumidores e fornecedores na área nacional e internacional e um retorno rápido e certo pois sua comunicação com o cliente é maior (TURBAN; KING, 2004).

Diante desse exposto, surge o seguinte questionamento: De que forma utilizar a tecnologia para inovar e se destacar em seu negócio?

### **1.1 Objetivo Geral**

Analisar o empreendedorismo digital com uso da tecnologia a favor do seu negócio.

### **1.2 Objetivos Específicos**

Compreender o empreendedorismo digital;

Identificar as inovações com uso da tecnologia no empreendedorismo;

Relatar a importância da tecnologia para o mundo dos negócios;

### **1.3 Justificativa**

O tema escolhido é pelo motivo de diariamente a tecnologia está mais presente em nossas vidas e devemos inovar com ela, para quem pensar em abrir um negócio ou já tem uma empresa, a tecnologia é uma grande colaboradora. Quando uma empresa utiliza corretamente a tecnologia a favor de seu negócio ela possibilita explorar estratégias que visam o seu crescimento empresarial. Aliar empreendedorismo e tecnologia significa enriquecer o mundo com novas abordagens, se diferenciando da concorrência e ganhando visibilidade no mercado em que atua.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

Ao longo desse capítulo, a consideração dos objetivos propostos neste artigo contribui para a construção das vertentes de pesquisa, busca-se analisar as percepções a cerca sobre a ótica do empreendedorismo da economia e compreender o empreendedorismo digital e seus aspectos gerais e a inovação tecnológica com uso da informação. É essencial descrever o contexto para entender o empreendedorismo digital na atualidade, os autores se referem ao tema e suas diversas variações para desenvolver conceitos que possam ser utilizados neste trabalho.

### **2.1 Percepções a cerca sobre a ótica do empreendedorismo da economia**

Murphy, Liao e Welsch (2006) constataram o empreendedorismo se expandiu como uma filosofia baseada em conhecimentos e habilidades para enfrentar ineficiências e fornecer soluções e serviços, criando novas ferramentas transformadoras para os produtos. Segundo Landstrom, Harirchi e Astrom (2012), consultoria empresarial é antigo, mas a prisma não foi levantada e os especialistas passaram a se interessar por esse fato apenas depois do crescimento do mercado econômico.

Sendo assim no Brasil, segundo Dornelas (2008), desde o final da década de 90, a importância pelo assunto impulsionou. Grandes motivos para o renome do termo estão inseridos a apreensão tanto das entidades de classe quanto do governo, além da preocupação das empresas em diminuir os custos e assim aumentando o corte de funcionários, fazendo com que muitos escolhessem iniciar no seu próprio negócio.

Para Chiavenato (2004) a vocação de empreender é a eficácia da economia, trazendo estímulo de recursos e talentos, e evolução de ideias. Um empreendedor é uma pessoa que cria ou opera um negócio preciso para alcançar um planejamento ou um projeto pessoal, considerando riscos e compromissos e constantemente impulsionando a inovação. Porém ele precisa ser mais rápido que seus concorrentes para aproveitar e realizar as oportunidades que aparecem, mesmo sendo ele quem prevê tais chances.

Dolabela (1999) analisa que ser empreendedor não basta ter uma abundância de ideias e conhecimentos, mas absorver condutas, desempenho, princípios, compreender que mesmo as atividades voltadas para si são indispensáveis, como os riscos, coexistir com as incertezas, competência por inovação. Conforme Fillion (2000), os empreendedores desempenham um papel crucial na concepção de suas visões e na definição de metas para alcançá-las. Eles são impulsionados pela criatividade, inovação e determinação, e estão dispostos a assumir riscos para transformar suas visões em realidade. Essa capacidade de imaginar, planejar e executar é essencial para o sucesso no mundo dos negócios.

**Quadro 1 – Características do empreendedor bem-sucedido.**

Valores e cultura de empreendedorismo adquiridos por meio de contato com, pelo menos, um modelo empreendedor durante a sua juventude
Experiência em negócios
Diferenciação
Intuição
Envolvimento
Trabalhadores incansáveis
Sonhadores realistas (visionários)
Líderes
Trabalham em rede com moderação
Têm o seu próprio sistema de relações com os empregados
Controladores do comportamento das pessoas ao seu redor
Aprendizagem dos seus próprios padrões

**Fonte: Filion (2000 p.3)**

Schumpeter (1988) enfatiza que o empreendedorismo está intrinsecamente ligado aos métodos de produção existentes, ao mesmo tempo em que desafia e transforma constantemente esses métodos por meio de abordagens e inovações inovadoras. Em outras palavras, o empreendedorismo implica na introdução de mudanças e práticas inovadoras com o potencial de aprimorar e modificar a forma como a produção é realizada. Schumpeter enfatiza a natureza dinâmica do empreendedorismo e o papel essencial que desempenha na evolução econômica, impulsionando-a por meio da inovação.

Economistas consideram que o empreendedorismo é essencial para o desenvolvimento econômico, conforme Hisrich e Peters, (2004, p. 33) “envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade”.

Segundo Dornelas, Spinelli e Adams (2014), o empreendedorismo deixou de ser exclusivo de pequenas empresas, e suas ideias e mentalidades estão sendo incorporadas por organizações de todos os tamanhos. Isso reflete uma mudança no paradigma administrativo, onde a inovação, a busca por oportunidades e a agilidade se tornaram essenciais para o sucesso nos negócios modernos.

## **2.2 O empreendedorismo usual vs digital**

Empreendedorismo digital pode ser notado como uma mistura do tradicional e novas formas de elaborar e gerir um negócio na era digital (NGOASONG, 2018). Para Steininger (2019) o empreendedorismo digital determina como a forma de construir um negócio habilitado

digitalmente. É definido como método de criação de valor de negócios digitais por meio do uso de vários sistemas de conhecimento em ferramentas digitais que suportam a coleta, seguimento, entrega e uso de informações digitais.

Hafezieh et al. (2011) entre o negócio digital e o tradicional há uma diferença correspondente de como um empreendedor transaciona seu produto. Ademais outros diferenciais são o produto, seja bens ou serviços e o local de trabalho. As empresas digitais são capazes de usar tecnologia da informação como intercomunicação internamente de sua organização e de seus influentes interessados.

Nambisan (2017) afirma uma inovação no empreendedorismo com as tecnologias digitais, fazendo que todos os modelos tradicionais de alcançar as oportunidades sejam refutadas e modificadas. Seguindo mais um pensamento desse autor as condições indispensáveis de uma economia avançada em tecnologia atuam um papel primordial no sentido de resultados e conclusão empresarial. A natureza dos artefactos e plataformas digitais permite, isoladamente ou em conjunto, introduzir novas capacidades, redesenhar métodos existentes ou abrir novas formas de criar valor no mercado, reduzindo constrangimentos aos produtos existentes e oportunidades de mercado.

As cinco principais mudanças destacadas por Fagundes (2004) descrevem as transformações que as empresas enfrentam ao ingressar nos negócios digitais. (1) Digitalização - Isso envolve a conversão de informações e processos da empresa em formatos digitais. (2) Globalização - O ambiente digital permite que as empresas se conectem com pessoas, clientes, parceiros e organizações em todo o mundo. (3) Mobilidade - Isso flexibiliza o local de trabalho e permite que as equipes trabalhem de maneira mais eficiente, mesmo fora do escritório. (4) Trabalho em Grupos Virtuais - A colaboração e o trabalho em equipe podem ocorrer de forma virtual, independentemente da localização física dos colaboradores e parceiros. (5) Informações em Tempo Real - O acesso instantâneo aos dados da empresa em tempo real é essencial no ambiente digital. Essas mudanças representam a transformação fundamental que as empresas precisam abraçar ao adotar a digitalização e ingressar no mundo dos negócios digitais. Elas abrem oportunidades para maior eficiência, alcance global e adaptação às demandas em constante evolução do mercado. No ambiente empresarial atual, abraçar essas mudanças é essencial para a competitividade e a sobrevivência a longo prazo.

O essencial da tecnologia digital é expandir em quantidade, velocidade e escopo a capacidade humana de coletar, produzir, distribuir e consumir informações. Posto isto, uma característica distintiva da corporativa digital é que valor digital independentemente de estar

vinculado a produtos físicos e conseqüentemente inflexível, está sendo criado por meio da produção digital de informações (LE DINH et al., 2018).

A tecnologia aproxima os clientes das empresas e promove interações conectadas, logo proporcionando aos consumidores uma experiência melhor e mais dinâmica. Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017) a era digital permite empresas implementar novas vertentes de comunicação, buscando conteúdos que sempre estejam em sintonia com as necessidades dos consumidores. Acreditam que a compra de produtos e serviços dos consumidores está se tornando cada vez mais fácil e instantânea, pois a distância entre empresas e clientes está a apenas um clique.

Singh e Hess (2017) relatam que os negócios sem o uso da tecnologia são absurdamente lentos e primitivos pois em comparação aos que a utilizam como estilo de vida, é absurdamente ágil. A abrangência da tecnologia implementou para os empreendedores novas maneiras de prosseguir seus objetivos, modificou a forma de empresas encontrarem oportunidades, informações e proporcionou uma prática mais dinâmica para a comunicação, inovando o empreendedorismo.

De acordo com Barlach e Malvezzi (2012) o incentivo das pessoas em abandonar seus antigos empregos e apostar em abrir suas empresas, aparece após os aborrecimentos de seus trabalhos e assim opta por procurar estímulos, para ganhar seu dinheiro, além da autonomia e comodidade de poder exercer em qualquer ambiente, trazendo o poder e identificação.

Para quem quer abrir uma empresa ou apenas inovar, integram métodos para negociar introduzindo novas tecnologia. Seguindo de informações e novas mídias, a disseminação da tecnologia digital está causando grandes progressos nos planejamentos de negócios, ordenamento e principalmente com as concorrências (BHARADWAJ et al., 2013). Seguindo nesse mesmo pensamento Steininger, (2019) completa que a proliferação da tecnologia digital desempenha um papel crucial no aprimoramento dos planos de negócios, na otimização das operações e, especialmente, na habilidade de competir de forma eficaz. Isso sublinha a importância de incorporar a tecnologia digital como parte essencial da estratégia empresarial no contexto atual.

Assim, analisa que os negócios que tenham um projeto financeiro e social, além de empreendimentos existentes, podem acolher o empreendedorismo digital, tendo um alto grau de utilização de tecnologia e recursos digitais para inovar em seus trabalhos, criar novos padrões de negócios e se envolver com seus consumidores de maneira positiva (SONG, 2019).

### **2.3 Inovação tecnológica e informacional**

Empregar inovação tornou-se uma propensão para continuar e se destacar em seus negócios. Os empreendedores que desconsideram essas novas implementações, tendem à encontrar dificuldades cada vez maiores e assim não solucionando formas para prosseguir atuando nessa área. A inovação tecnológica costuma ser desejada por sua ampla utilização e facilidade para executar nas empresas (COSTA; PAGANI, 2019).

A inovação é conhecida por seu processo de amplo conhecimento sobre sua área em que trabalha e desejo de fazer algo diferente, trazendo novidades para seus negócios. Porém, para sobressair em sua empresa acompanhada somente de informações e desejo não basta, ela deve ser agregada com valor e lucratividade. Diante do que os autores ressaltaram sobre o conceito, eles afirmam que a inovação precisa resultar sucesso. Sendo assim, só consegue surgir efeito se causar repercussão para um longo prazo. Novas implementações na economia digital fazem com que seus produtos e serviços sejam consumidos de um modo radical (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008).

Seguindo um pouco esse mesmo pensamento, Drucker (2008) aborda a inovação conscientizando os empreendedores sobre onde e como podem alcançar o sucesso, como um condicionamento que pode ser orientada e aprendida. Drucker acredita que o empreendedor enxerga oportunidades de negócios em meio às mudanças e o cerne da empresa é transformar concepções inovadoras em implementações lucrativas. Porém essas alterações devem ser empreendidas com cautela, com a intenção de precisão corrente para os dias de hoje.

Coelho (2010) acredita que o empreendedorismo é essencial para inovação e não conseguimos discutir sem incluir um dos dois. Assim o autor Tigre (2006) enfatiza que a inovação são técnicas e ações, que visam o marketing, planejamento, inovações empresarial e gerencial para infraestrutura e mercadorias, financiando negócios para atualidade.

Novas indústrias de inovação e tecnologia, encorajam a coletar dados de um jeito mais fácil e incentivam os empreendedores a tomarem decisões sem o receio de estar errado. Encontrar informação necessárias e no momento em que precisa, é o segredo do sucesso. Para se acautelar, as empresas pesquisam em um espaço conhecido como Big Data. Responsabiliza a grandes quantidades de dados estruturados que estão além dos bancos de dados para administrá-los, esses volumes que são utilizados adequadamente para proporcionar insights úteis para a decisões organizacionais e planejamento estratégico de uma empresa (LIMA JUNIOR, 2011).

Nambisan (2017) dita que a inovação com tecnologia digital está transformando as estruturas empreendedoras. A Inteligência Artificial proporciona executar funções que

necessita da capacidade intelectual dos seres humanos utilizando ferramentas com referências em que altera mudanças no comportamento na hora da efetuação, para processar dados que não tem uma estrutura bem definida, exemplos desses dados são da rede sociais, como e-mails, páginas da web, mídia social, arquivos e documentos (CHOUDHURY et al., 2018). Conforme Gabriel (2018, p. 185), relata a inteligência artificial como “a área da ciência da computação que lida com o desenvolvimento de máquinas/computadores com a capacidade de imitar a inteligência humana”.

Essa tecnologia pode alcançar maneiras benéficas para o consumo e produtividade. A inteligência artificial pode ser aplicada de várias maneiras para melhorar a vida das pessoas e impulsionar a eficiência nas empresas (COCKBURN; HENDERSON; STERN, 2018). Além disso, possibilita vantagens através de formas que são capazes de ser utilizadas em uma organização como a contribuição para tomar uma decisão no seu negócio. Nas atividades de marketing digital e a enorme quantidade de dados realizados dado o potencial do poder da inteligência artificial, muitas empresas estão procurando empregar essa tecnologia que é mais ágil com o objetivo de ajudar a processar dados, gerar informações para atender aos perfis e necessidades dos clientes e entender o que eles querem e conduzir abordagens mais sofisticadas, transformação de vendas e deste modo torná-los fiéis. (ROCK CONTENT, 2019). Desta forma, concluindo o que é marketing digital, para Torres (2010) é um conjunto de estratégias operadas na internet que faz com que o consumidor encontre a empresa e se interesse em fazer compras no site.

Diante dos conceitos que já foram expostos sobre inovação e tecnologia, apresento também a computação em nuvem, que de acordo com o Microsoft (2016) através de uma conexão com a internet e utilizando um navegador no seu aparelho, consegue serviços de tecnologia da informação. Os empreendedores operam com essa tecnologia para diminuir as despesas das compras e autorizações de software. Como os utilizadores não conseguem acompanhar as condições indispensáveis de uma organização e as circunstâncias estratégicas acima dos serviços da tecnologia de informação, conhecido como TI.

Dornelas (2003) argumenta que as organizações devem incentivar o comportamento inovador superando os obstáculos existentes e criando planos que gerem inovação em seu contexto interno. Mecanismos devem ser criados para permitir que os diferentes níveis atuem de forma mais empreendedora e inovadora para que departamentos e funcionários se tornem parceiros da organização na consecução de seus objetivos. Com a agregação dessas inovações, estabelece uma ampla gama de possibilidades. É fundamental que os líderes de negócios trabalhem com seus departamentos de tecnologia da informação para revisar as finalidades

estratégicas e aproveitar esses recursos, criando privilégio significativo sobre seus concorrentes.

Conforme, Kuratko, Morris e Covin (2011) o conceito de empreendedorismo estratégico engloba um conjunto mais abrangente de iniciativas empresariais que não se limitam necessariamente à criação de um novo negócio dentro da empresa, mas sim à busca de inovação organizacional para obter vantagem competitiva.

Kuratko e Audretsch (2008) argumentaram que ao adotar o empreendedorismo estratégico, as empresas podem considerar dois pontos de referência: (1) a extensão da transformação da empresa em comparação ao seu estado anterior, abrangendo áreas como produtos, mercados, processos internos, e assim por diante; (2) o grau pelo qual a empresa pretende evoluir em relação à indústria, incluindo aspectos como a oferta de produtos, definições de mercado, processos internos, entre outros. De acordo com Ireland et al. (2001) para iniciar o empreendedorismo estratégico, três recursos fundamentais são necessários: capital financeiro engloba os ativos tangíveis, incluindo recursos monetários, empregados no desenvolvimento e na implementação de estratégias; capital humano abrange o conhecimento, as habilidades e a experiência das pessoas dentro da organização; capital social representa a rede de relacionamentos e conexões da organização, que inclui parceiros de negócios, clientes, fornecedores e outras partes interessadas. Quando esses recursos são eficazmente combinados, eles se tornam as principais fontes de vantagem competitiva e têm o potencial de gerar riqueza para a organização.

Al-Dmour et al. (2022) revelou uma sólida correlação entre a adoção de inovações digitais e o sucesso empresarial. Isso indica que as empresas que abraçam a transformação digital e incorporam novas tecnologias em suas operações têm uma maior probabilidade de alcançar resultados superiores em termos de desempenho e competitividade. Portanto, o investimento em inovação digital emerge como um fator crítico para o crescimento e êxito das organizações na atualidade.

### 3. METODOLOGIA

#### 3.1 Tipologia da Pesquisa

Este estudo se concentra quanto aos fins em uma revisão da literatura narrativa descritiva. Segundo Gil (1999), o principal objetivo da pesquisa descritiva é detalhar as propriedades de um estabelecido público ou fenômeno ou determinar relações entre variáveis, uma de suas significativas qualidades é o uso de técnicas adequadas de coleta de dados. Com intuito de realizar uma pesquisa com análises mais profundas em relação ao problema que está sendo estudado, o procedimento se classifica com abordagem qualitativa.

#### 3.2 Coleta e seleção de dados

Para cumprir os objetivos deste estudo, uma abordagem metodológica ampla será adotada. A pesquisa será orientada por uma revisão narrativa de literatura quanto aos meios de pesquisas bibliográficas, buscando artigos científicos publicados em periódicos voltado para a área de empreendedorismo digital, tecnologia e inovação, bancos de dados acadêmicos, livros e outras fontes relevantes. As palavras-chaves aplicadas na busca foram "Empreendedorismo", "Empreendedorismo Digital", "Tecnologia" e "Inovação". Foi desempenhado um levantamento bibliográfico pertinente, abordado pelo meio de uma pesquisa livre e nas seguintes bases de dados, Scielo, Google Acadêmico, Spell, Capes.

As informações serão apresentadas através de estudos de forma concisa, com critérios de seletividade e exclusão, no qual foram selecionados 44 artigos. Os artigos escolhidos serão publicações em português e inglês que respeitem o tema dentro dos objetivos propostos. O uso da metodologia livre proporcionará uma compreensão mais eficiente e abrangente sobre aliar empreendedorismo e a importância da tecnologia para o mundo dos negócios na literatura atual, permitindo enriquecer o mundo com novas abordagens.

A Tabela 1 lista a publicação por ano dos 44 artigos da amostra.

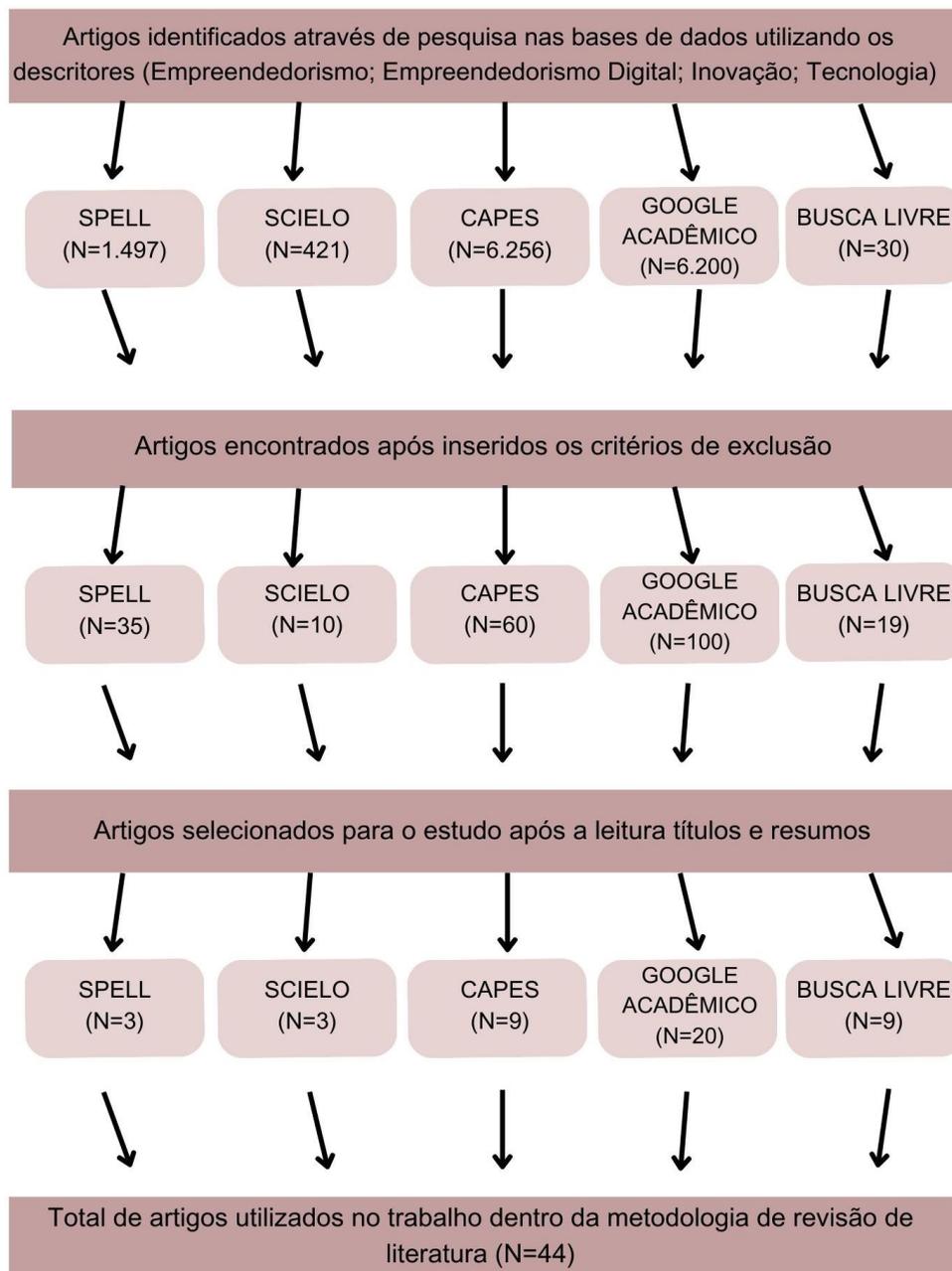
**Tabela 1. Publicação por ano dos artigos**

Ano	Quantidade	Ano	Quantidade
2022	1	2011-2009	5
2019	4	2008	4
2018	6	2007-2004	9
2017	3	2003-2000	2
2016 - 2012	7	1999-1988	3

Fonte: elaborado pelo autor

Artigos identificados através de pesquisas nas bases de dados, "Empreendedorismo", "Empreendedorismo Digital", "Tecnologia" e "Inovação". Foram 44 artigos no total utilizados no trabalho dentro da metodologia de revisão de literatura.

**Figura 1. Passo a passo dos critérios de filtragem para a identificação dos artigos.**



Fonte: elaborado pelo autor

#### 4. ANÁLISE DE DADOS

O objetivo desta seção é discutir os resultados provenientes das análises conduzidas com base na amostra final. Foram escolhidos 38 artigos para compor a revisão de literatura por meio da pesquisa realizada nos bancos de dados.

A Tabela 2 lista os 38 artigos da amostra. A coluna "identificação do artigo" atribui códigos numéricos aos artigos, seguindo a ordenação com fundamento na revisão de literatura. Ao longo do texto, os artigos serão mencionados utilizando essa identificação como referência.

**Tabela 2. Amostra de pesquisa**

AUTORES	ANO	TÍTULO	TIPO DE ESTUDO	IDENTIFICAÇÃO DO ARTIGO
Murphy, Liao e Welsch	2006	A conceptual history of entrepreneurial thought.	Revisão de literatura	1
Landstrom, Harirchi e Astrom	2012	Entrepreneurship: exploring the knowledge base	Revisão de Literatura	2
Dornelas	2008	Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.	Revisão de Literatura	3
Chiavenato	2004	Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor	Revisão de Literatura	4
Dolabela	1999	Oficina do Empreendedor	Revisão de Literatura	5
Filion	2000	Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares	Revisão de Literatura	6
Schumpeter	1988	A teoria do desenvolvimento econômico.	Revisão de Literatura	7
Hisrich e Peters	2004	Empreendedorismo	Revisão de Literatura	8
Dornelas, Spinelli e Adams	2014	A Criação de Novos Negócios - Empreendedorismo Para o Século XXI	Revisão de Literatura	9
Ngoasong	2018	Digital entrepreneurship in a resource-scarce context: A focus on entrepreneurial digital competencies	Revisão de Literatura	10
Steininger	2019	Linking information systems and entrepreneurship: A review and agenda for IT associated and digital entrepreneurship research	Revisão de Literatura	11
Hafezieh, Akhavan e Eshraghian	2011	Exploration of process and competitive factors of entrepreneurship in digital space: A multiple case study in Iran.	Revisão de Literatura	12
Nambisan	2017	Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship	Revisão de Literatura	13

Fagundes	2004	Como ingressar nos negócios digitais	Revisão de Literatura	14
Le Dinh et al.	2018	Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process	Revisão de Literatura	15
Kotler, Kartajaya e Setiawan	2017	Marketing 4.0: do tradicional ao digital	Revisão de Literatura	16
Singh e Hess	2017	Como os diretores digitais promovem a transformação digital de suas empresas.	Revisão de Literatura	17
Barlach e Malvezzi	2012	Empreendedorismo interno e criação de empresas: transição ou mudança?	Revisão de Literatura	18
Bharadwaj et al.	2013	Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights	Revisão de Literatura	19
Steininger	2019	Linking information systems and entrepreneurship: A review and agenda for IT associated and digital entrepreneurship research	Revisão de Literatura	20
Song	2019	The digital entrepreneurial ecosystem: a critique and reconfiguration. Small Business Economics. Forthcoming	Revisão de Literatura	21
Costa e Pagani	2019	Quarta revolução industrial e o futuro do trabalho	Revisão de Literatura	22
Tidd, Bessant e Pavitt.	2008	Gestão da inovação	Revisão de Literatura	23
Drucker	2008	Inovação e Espírito Empreendedor - prática e princípios	Revisão de Literatura	24
Coelho	2010	Intraempreendedorismo e a inovação na gestão pública federal.	Revisão de Literatura	25
Tigre	2006	Gestão da Inovação: a economia da tecnologia no Brasil.	Revisão de Literatura	26
Lima Junior	2011	Jornalismo computacional em função da “Era do Big Data”	Revisão de Literatura	27
Choudhury, Starr e Agarwal	2018	Machine learning and human capital: experimental evidence on productivity complementarities.	Revisão de Literatura	28
Gabriel, M.	2018	Você, Eu e os Robôs - Pequeno manual do mundo digital	Revisão de Literatura	29
Cockburn, Henderson e Stern	2018	The impact of artificial intelligence on innovation.	Revisão de Literatura	30
Rock Content	2018	Consumidor 4.0: sua empresa já está preparada para atendê-lo?	Busca Livre	31
Torres	2010	Guia Prático de Marketing na Internet para Pequenas Empresas	Revisão de Literatura	32
Microsoft	2016	“O que é computação em nuvem”	Busca Livre	33
Dornelas	2003	Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar	Revisão de Literatura	34

		e se diferenciar em organizações estabelecidas		
Kuratko, Morris e Covin	2011	Corporate innovation & entrepreneurship	Revisão de Literatura	35
Kuratko e Audretsch	2008	Strategic entrepreneurship: exploring different perspectives	Revisão de Literatura	36
Ireland et al.	2001	Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth	Revisão de Literatura	37
Al-Dmour et al.	2022	Validation of the impact of marketing knowledge management on business performance via digital financial innovation as a mediating factor	Revisão de Literatura	38

Fonte: elaborado pelo autor

O conteúdo dos artigos incluídos nesta revisão sistemática da literatura, que se concentra em empreendedorismo; empreendedorismo digital; inovação e tecnologia; destaca diversos aspectos de estudo essenciais relacionados ao tema do empreendedorismo digital. Esses aspectos estão prontamente disponíveis na Tabela 3.

**Tabela 3. Foco central dos artigos**

ARTIGO	CONTEÚDO
1	O empreendedorismo não se limita apenas a iniciar um novo negócio, mas também envolve uma abordagem filosófica que visa aprimorar a eficiência, oferecer soluções, criar valor e, em muitos casos, introduzir inovações transformadoras. É uma força motriz importante para o desenvolvimento econômico e a evolução contínua de mercados e indústrias.
2	Embora a consultoria empresarial seja uma prática antiga, sua importância e relevância cresceram à medida que as empresas reconheceram a necessidade de se adaptar e inovar em resposta às mudanças no mercado econômico.
3	O reconhecimento crescente do empreendedorismo como uma força econômica positiva, a busca por alternativas de carreira e a necessidade de inovação e eficiência nas empresas contribuíram para o aumento do interesse e da importância do empreendedorismo a partir do final da década de 90. O empreendedorismo passou a ser reconhecido como um motor de crescimento econômico, uma fonte de inovação e uma resposta à dinâmica do mercado de trabalho.
4	A vocação empreendedora desempenha um papel crucial na eficácia da economia, ao estimular o aproveitamento de recursos, talentos e a evolução de ideias. Um empreendedor é alguém que cria ou administra um negócio com o propósito de concretizar um planejamento ou projeto pessoal, ciente dos riscos e compromissos envolvidos, enquanto promove constantemente a inovação. No entanto, é essencial que os empreendedores sejam ágeis o suficiente para superar seus concorrentes, identificando e aproveitando oportunidades, muitas vezes, antecipando-as antes mesmo de se materializarem.
5	Dolabela argumenta que ser empreendedor vai além de possuir um grande número de ideias e conhecimentos. Envolve incorporar comportamentos, desempenho e princípios essenciais. Isso significa reconhecer a importância das ações voltadas para si mesmo, como assumir riscos e lidar com a incerteza, bem como buscar constantemente a competência por meio da inovação.
6	Os empreendedores têm uma função fundamental ao conceber suas visões e estabelecer metas para realizá-las. Eles são motivados pela criatividade, inovação e determinação, estando dispostos a enfrentar riscos para transformar suas visões em realidade. A habilidade de imaginar, planejar e executar é de importância vital para alcançar o sucesso no cenário empresarial.

7	O empreendedorismo está integrado aos métodos de produção existentes, mas, ao mesmo tempo, desafia e transforma continuamente esses métodos por meio de novas abordagens e inovações. Em outras palavras, o empreendedorismo envolve a introdução de mudanças e práticas inovadoras com o potencial de aprimorar e modificar a maneira como a produção é conduzida. Schumpeter ressalta a natureza dinâmica do empreendedorismo e como ele desempenha um papel fundamental na evolução econômica, impulsionando-a por meio da inovação.
8	O empreendedorismo vai além do mero aumento da produção e da renda per capita. Ele envolve a iniciativa e promoção de transformações na estrutura dos negócios e da sociedade em sua totalidade. Isso ressalta a sua natureza transformadora, que não se restringe apenas ao domínio econômico, mas influencia também a maneira como as organizações e a sociedade operam e progridem.
9	O empreendedorismo já não se restringe apenas a pequenas empresas; suas ideias e mentalidades estão sendo adotadas por organizações de variados portes. Isso sinaliza uma transformação no paradigma de gestão, no qual a inovação, a busca por oportunidades e a agilidade se tornaram fatores essenciais para o sucesso no contexto dos negócios contemporâneos.
10	O empreendedorismo digital é uma estratégia que mescla os princípios fundamentais do empreendedorismo tradicional com abordagens inovadoras direcionadas à era digital. Essa abordagem envolve a utilização de tecnologias e recursos digitais para criar, desenvolver e gerenciar negócios de forma mais eficiente na atual era tecnológica. Os empreendedores digitais exploram oportunidades online, aprimoram os processos de negócios, interagem com os clientes por meio de canais digitais e adotam modelos de negócios inovadores, tudo como parte de sua abordagem empreendedora. Em resumo, o empreendedorismo digital representa a convergência entre o empreendedorismo tradicional e as novas possibilidades oferecidas pelo ambiente digital.
11	A importância de estabelecer negócios que estejam plenamente adaptados ao ambiente digital. Nessa ótica, o empreendedorismo digital é caracterizado como um método para gerar valor em empreendimentos digitais, fazendo uso de uma variedade de ferramentas e sistemas de conhecimento a fim de coletar, monitorar, disponibilizar e aproveitar informações digitais. Essa abordagem implica a exploração das capacidades oferecidas pelas tecnologias digitais para impulsionar a inovação, a eficiência e o crescimento nos negócios. Em resumo, o empreendedorismo digital é centrado na utilização estratégica das ferramentas digitais para criar e expandir empreendimentos na era digital.
12	Destaca as diferenças essenciais que caracterizam os negócios digitais em contraste com os negócios tradicionais. Uma dessas distinções de destaque é a maneira como empreendedores conduzem transações relacionadas a seus produtos ou serviços. Adicionalmente, outros elementos diferenciadores incluem o tipo de produto, abrangendo bens ou serviços, e o ambiente de trabalho. Empresas com foco digital possuem a capacidade de aproveitar a tecnologia da informação para aprimorar a comunicação interna dentro de suas organizações e com as partes interessadas, o que pode se tornar um fator crítico para otimizar a eficácia de suas operações. Em síntese, a distinção entre negócios digitais e tradicionais engloba não apenas a modalidade de transações, mas também os produtos, serviços e a utilização estratégica da tecnologia da informação.
13	A revolução no empreendedorismo que é catalisada pelas tecnologias digitais, as quais desafiam e reconfiguram os modelos convencionais de identificação de oportunidades. Além disso, conforme argumenta o autor, as condições de uma economia avançada em tecnologia desempenham um papel de importância crucial na determinação dos desfechos e conclusões empresariais. A essência dos artefatos e plataformas digitais permite, quer de forma isolada ou em sinergia, a introdução de novas capacidades, a reconfiguração de práticas existentes e a criação de abordagens inovadoras para agregar valor ao mercado. Isso, por sua vez, reduz as barreiras associadas aos produtos já existentes e abre novas janelas de oportunidade de mercado. Em resumo, realça a metamorfose do empreendedorismo, impulsionada pelas tecnologias digitais, e o impacto substancial que essas tecnologias exercem na economia e na geração de valor.
14	Essas transformações digitalização; globalização; mobilidade; trabalhos em grupos virtuais; informações em tempo real são de importância fundamental para as empresas que desejam entrar no universo dos negócios digitais. Elas não apenas aprimoram a eficiência operacional, mas também desvendam oportunidades de alcance global e permitem a adaptação às demandas em constante evolução do mercado. Em um contexto empresarial contemporâneo, a adoção dessas mudanças é imperativa para a manutenção da competitividade e a asseguarção da sobrevivência a longo prazo.

15	O cerne da tecnologia digital reside em ampliar, em termos de quantidade, velocidade e amplitude, a capacidade humana de coletar, criar, distribuir e consumir informações. Nesse contexto, uma característica marcante do ambiente empresarial digital é que o valor digital, desvinculado de produtos físicos e, portanto, não restrito, é gerado por meio da produção de informações digitais
16	A era digital capacita as empresas a adotarem novas formas de comunicação, com foco na criação de conteúdos alinhados constantemente com as necessidades dos consumidores. Eles acreditam que a aquisição de produtos e serviços pelos consumidores está se tornando cada vez mais simples e instantânea, uma vez que a distância entre as empresas e seus clientes se resume a um único clique.
17	Empresas que não abraçam a tecnologia operam em um ritmo consideravelmente mais lento e rudimentar, quando comparadas àquelas que a integram como uma parte essencial de suas operações. A ampla adoção da tecnologia trouxe novas abordagens para empreendedores alcançarem seus objetivos, revolucionou a maneira como as empresas identificam oportunidades e acessam informações, e fomentou uma comunicação mais ágil. Essa agilidade, por sua vez, tem impulsionado a inovação no empreendedorismo.
18	Muitas pessoas encontram a motivação para deixar seus empregos tradicionais e abraçar o caminho empreendedor quando começam a experimentar insatisfação com suas ocupações anteriores. Elas escolhem buscar desafios que não apenas lhes proporcionem uma fonte de renda, mas também a oportunidade de exercer maior autonomia e flexibilidade, permitindo-lhes trabalhar em diversos ambientes. Esse desejo por controle sobre suas atividades e a capacidade de se identificar com o que fazem desempenham um papel crucial na condução de indivíduos em direção ao empreendedorismo.
19	A tecnologia digital desempenha um papel fundamental na transformação dos modelos de negócios e na capacidade das empresas de se manterem competitivas no atual ambiente empresarial. A inovação tecnológica é essencial para a criação de vantagens competitivas, aprimorando a eficiência operacional e possibilitando a adaptação às constantes mudanças nas demandas dos consumidores. Em resumo, a combinação de métodos de negociação eficazes com a incorporação de novas tecnologias, particularmente a tecnologia digital, representa uma estratégia essencial para o sucesso nos negócios e para enfrentar a concorrência na circunstância empresarial presente.
20	A disseminação da tecnologia digital é essencial para melhorar os planos de negócios, otimizar operações e competir de maneira eficaz, destacando a importância de integrar a tecnologia digital como parte fundamental da estratégia empresarial no cenário atual.
21	Empresas com um enfoque tanto financeiro quanto social, incluindo aquelas que já estão em operação, têm a capacidade de adotar o empreendedorismo digital. Isso envolve a integração intensiva de tecnologia e recursos digitais para inovar em suas operações, estabelecer novos modelos de negócios e cultivar relacionamentos mais positivos com seus consumidores.
22	Adotar a inovação tornou-se uma necessidade para a sobrevivência e o sucesso nos negócios. Empreendedores que negligenciam a implementação de novas soluções frequentemente enfrentam crescentes desafios, dificultando a continuidade de suas atividades. A inovação tecnológica é particularmente valorizada por sua versatilidade e facilidade de adoção nas empresas.
23	A inovação é reconhecida por seu amplo conhecimento na área em que atua e pelo desejo de introduzir algo novo, trazendo novidades aos negócios. No entanto, para se destacar em uma empresa, não basta apenas ter informações e desejo; é necessário que a inovação agregue valor e lucratividade. Ela precisa resultar em sucesso e só terá um impacto duradouro se causar repercussões a longo prazo. As novas implementações na economia digital têm o poder de transformar a forma como produtos e serviços são consumidos de maneira radical
24	O tema da inovação ao conscientizar os empreendedores sobre onde e como podem conquistar o sucesso, enfatizando que a inovação é uma habilidade que pode ser cultivada e aprendida. Os empreendedores têm a capacidade de identificar oportunidades de negócios no meio das mudanças e que o núcleo da empresa reside na habilidade de transformar ideias inovadoras em implementações lucrativas. No entanto, ele ressalta a importância de abordar essas mudanças com cuidado, visando adaptá-las com precisão às demandas atuais.
25	O empreendedorismo desempenha um papel central na fomentação da inovação, enfatizando que uma discussão sobre inovação que negligencie o empreendedorismo é insuficiente. Isso realça a

	estreita ligação entre a mentalidade empreendedora e o processo de concepção e implementação de novas ideias e práticas, sublinhando a relevância de ambos os conceitos no âmbito da inovação.
26	A inovação abrange técnicas e iniciativas que se aplicam desde estratégias de marketing, planejamento, inovações empresariais e gerenciais até aprimoramentos em infraestrutura e produtos. Tudo isso contribui para sustentar e financiar negócios com sucesso na era atual.
27	A essência do sucesso reside na habilidade de obter informações essenciais no momento preciso. Para atingir esse propósito, inúmeras empresas estão adentrando no universo do Big Data, o qual engloba enormes quantidades de dados estruturados que ultrapassam os limites das capacidades dos bancos de dados tradicionais. Esses volumes massivos de dados podem ser aproveitados de maneira eficaz para fornecer informações valiosas que desempenham um papel fundamental na orientação das decisões organizacionais e no desenvolvimento de estratégias empresariais.
28	A Inteligência Artificial viabiliza a execução de tarefas que, em condições normais, demandariam capacidade intelectual humana. Isso é possível por meio de ferramentas que têm a capacidade de se ajustar e modificar seu comportamento em tempo real, permitindo o processamento de dados que carecem de uma estrutura claramente definida. Esses dados incluem informações provenientes de redes sociais, como e-mails, páginas da web, plataformas de mídia social, bem como arquivos e documentos.
29	Inteligência artificial é o campo da ciência da computação dedicado ao desenvolvimento de máquinas e computadores capazes de emular a inteligência humana.
30	A tecnologia de inteligência artificial apresenta um grande potencial para proporcionar benefícios significativos tanto no consumo quanto na produtividade. Oferece uma variedade de aplicações que podem aprimorar a qualidade de vida das pessoas e impulsionar a eficiência das empresas. Isso engloba a automatização de tarefas repetitivas, o desenvolvimento de sistemas de tomada de decisões mais inteligentes, a personalização de experiências para os consumidores e a geração de insights valiosos por meio da análise avançada de dados. Em última análise, a inteligência artificial tem o potencial de transformar a maneira como vivemos e trabalhamos, otimizando processos e fornecendo benefícios concretos para a sociedade e os negócios.
31	A inteligência artificial oferece benefícios notáveis por meio de abordagens aplicáveis nas organizações, destacando-se sua habilidade de apoiar decisões comerciais. Esse potencial é especialmente evidente no âmbito das atividades de marketing digital e na administração de grandes volumes de dados. Muitas empresas estão adotando essa tecnologia ágil para processar dados, gerar informações personalizadas de acordo com os perfis e necessidades dos clientes, compreender suas preferências e implementar estratégias avançadas com o objetivo de promover a fidelização. Isso resulta em mudanças nas estratégias de vendas e no fortalecimento de relacionamentos duradouros.
32	O marketing digital compreende um conjunto de táticas e técnicas empregadas na internet com o propósito de atrair a atenção do consumidor e orientá-lo para a empresa, com o objetivo de despertar o seu interesse em adquirir produtos ou serviços por meio do site da empresa. Essas estratégias podem abranger uma ampla gama de ações, como publicidade online, otimização de mecanismos de busca (SEO), marketing de conteúdo, redes sociais e outros métodos, todos visando criar uma presença digital atraente e eficaz para conquistar clientes e promover vendas online.
33	Ao utilizar uma conexão à internet e um navegador em seus dispositivos, os empreendedores podem acessar serviços de tecnologia da informação. Isso permite que eles reduzam custos associados a aquisições e licenças de software. Dado que os usuários muitas vezes não conseguem monitorar as condições essenciais de uma organização e as circunstâncias estratégicas que afetam os serviços de tecnologia da informação, conhecidos como TI.
34	As organizações devem estimular a inovação, superando desafios e implementando planos que promovam a criatividade dentro de seu ambiente interno. É imperativo estabelecer mecanismos que incentivem os diversos níveis hierárquicos a adotarem uma postura empreendedora e inovadora, transformando os departamentos e colaboradores em parceiros na busca pelos objetivos da organização. Essa abordagem inovadora abre um leque amplo de possibilidades. É de suma importância que os líderes corporativos colaborem estreitamente com suas equipes de tecnologia da informação, revisando os objetivos estratégicos e explorando o potencial desses recursos, o que resulta em uma vantagem substancial sobre os concorrentes.
35	O empreendedorismo estratégico abrange um leque mais amplo de empreendimentos empresariais que não se restringe estritamente à criação de novos negócios dentro da organização,

	mas concentra-se na busca de inovação organizacional visando à obtenção de vantagem competitiva.
36	Esses pontos de referência são fundamentais para a formulação e implementação de estratégias empreendedoras de sucesso. A extensão da transformação da empresa em relação ao seu estado anterior e o grau pelo qual a empresa pretende evoluir em relação à indústria.
37	Quando combinados de forma eficaz, esses recursos constituem as principais fontes de vantagem competitiva e têm o potencial de gerar riqueza para a organização, capital financeiro; capital humano e capital social.
38	A correlação sólida indica que as inovações digitais desempenham um papel fundamental na obtenção de sucesso nos negócios e na melhoria do desempenho das empresas.

Fonte: elaborado pelo autor

A tabela 4 irá destacar a associação dos artigos incluídos nesta revisão sistemática da literatura, que se concentra em empreendedorismo; empreendedorismo digital; inovação; tecnologia. Ressaltando a área de conhecimento (assunto) de determinado artigo conforme a identificação.

**Tabela 4. Associação entre os artigos e a área do conhecimento**

Área de conhecimento	Identificação do artigo
Empreendedorismo	1, 3, 4, 5, 6, 7 e 8
Empreendedorismo Digital	9, 10, 11, 14, 15, 16, 17 e 18
Estratégia - tecnologia e inovação	26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 35, 36 e 37
Inovação	2, 21, 22, 23, 24, 25, 34 e 38
Tecnologia	12, 13, 19 e 20

Fonte: elaborada pelo autor

#### 4.1 Percepções com base na pesquisa feita

A cerca das percepções da análise obtida e com base nos objetivos, o empreendedorismo digital, conforme descrito por Steininger (2019) compreende que empreendedorismo digital é a abordagem de estabelecer um negócio habilitado digitalmente. Esse conceito envolve a criação de valor em empreendimentos digitais por meio da aplicação de diversos sistemas de conhecimento em ferramentas digitais, facilitando a coleta, monitoramento, entrega e utilização eficiente de informações digitais.

A tecnologia fortalece a conexão entre empresas e clientes, criando interações mais integradas e aprimorando a experiência do consumidor, sendo assim importante para o mundo dos negócios. De acordo com Singh e Hess (2017), negócios que não adotam tecnologia são

notavelmente mais lentos e primitivos em comparação aos que a incorporam como parte essencial de suas operações, destacando uma notável agilidade. A ampla utilização da tecnologia trouxe novas abordagens para empreendedores alcançarem metas, transformou a identificação de oportunidades e informações pelas empresas e contribuiu para uma comunicação mais dinâmica, revitalizando o panorama do empreendedorismo.

A inovação, essencial para a sobrevivência e sucesso contínuo das empresas, abrange a introdução de novas ideias, métodos, produtos ou serviços, identificando técnicas como Marketing Digital, computação em nuvem, inteligência artificial, Big Data, tecnologia de informação e estratégias tecnológicas. Tigre (2006) destaca que a inovação compreende técnicas e ações direcionadas a diversos aspectos, como marketing, planejamento, inovações empresariais e gerenciais, abrangendo infraestrutura e produtos. Além disso, enfatiza a aplicação de práticas inovadoras no financiamento de negócios, buscando adequação às demandas contemporâneas.

A incorporação de novas abordagens, tecnologias e estratégias não apenas assegura a continuidade em ambientes dinâmicos, mas também proporciona oportunidades de destacar-se na concorrência e atender às demandas mutáveis dos clientes. A adoção da inovação transcende a opção, tornando-se uma tendência crucial para garantir relevância, competitividade e sucesso a longo prazo nos negócios.

## 5. CONCLUSÃO

Observando o resultado das análises da amostra obtida nesta revisão de literatura narrativa descritiva, a partir de uma visão sobre o empreendedorismo digital, inovação e tecnologia, ressalta-se uma das características do empreendedor é a inovação, que implica na geração de novos conhecimentos e ideias com o propósito de facilitar resultados inovadores nos negócios. Embora haja uma interligação entre os conceitos, é crucial destacar que inovação e empreendedorismo são fenômenos distintos e nem todos os empreendedores são necessariamente inovadores. A inovação abrange técnicas e práticas voltadas para áreas como marketing, planejamento, inovação empresarial e gerencial, direcionadas tanto à infraestrutura quanto às mercadorias. Adotar a inovação tornou-se uma tendência crucial para a continuidade e o destaque nos negócios, a inovação tecnológica é frequentemente valorizada por sua aplicação abrangente e facilidade de implementação nas empresas.

A origem do empreendedorismo digital está associada à disseminação de ativos tecnológicos e digitais, como a internet, a tecnologia da informação e o processamento de dados. A relevância desse conceito cresceu com a propagação das inovações digitais, impulsionada pela expansão da internet e das plataformas digitais. Esse fenômeno decorre do acesso facilitado e em constante crescimento a dispositivos conectados online, como computadores, smartphones e tablets, da recente melhoria na capacidade de armazenar, processar e transmitir grandes volumes de dados, da introdução de novos produtos e serviços, e do aumento da promoção de tecnologias por parte das empresas aos consumidores.

O ambiente mercadológico, permeado pela presença da internet, tecnologias digitais, redes sociais e consumidores mais conectados e envolvidos, aproxima as empresas de seus clientes, intensifica a competição e eleva a incerteza nos negócios. Assim, enfatizam a importância da formulação de estratégias em colaboração com diversas partes interessadas, indicando essa abordagem como um fator crucial para aumentar as chances de sucesso no lançamento de um empreendimento.

Seguindo a justificativa de escolha do tema e diante as pesquisas feitas, quando uma empresa incorpora eficazmente a tecnologia em sua operação, ela abre caminho para explorar estratégias que impulsionam o crescimento do negócio. Integrar empreendedorismo e tecnologia representa uma oportunidade de enriquecer o cenário com abordagens inovadoras, diferenciando-se da concorrência e ganhando destaque no mercado em que atua. Sendo assim, a tecnologia é uma grande aliada para se destacar no seu negócio.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AL-DMOUR, H., ASFOUR, F., AL-DMOUR, R., & AL-DMOUR, A. Validation of the impact of marketing knowledge management on business performance via digital financial innovation as a mediating factor. *Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 2022.

BARLACH, Lisete; MALVEZZI, Sigmar. Empreendedorismo interno e criação de empresas: transição ou mudança? São Paulo: *Revista de Carreiras e Pessoas*, v. 2 n. 2, 2012.

BHARADWAJ, A., SAWY, OAE, PAVLOU, PA E VENKATRAMAN, N. Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights., *MIS Quarterly*, Vol. 37, 2013.

CAETANO, R. O gigante crescimento do empreendedorismo digital. 2014.

CASTELLS, M. A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004

CHOUDHURY, P., Starr, E.; Agarwal, R. Machine learning and human capital: experimental evidence on productivity complementarities. Harvard Business School, 2018.

COCKBURN, I. M., Henderson, R.; Stern, S. The impact of artificial intelligence on innovation. National Bureau of Economic Research, 2018.

COELHO, Meire Lúcia Gomes Monteiro Mota. Intraempreendedorismo e a inovação na gestão pública federal. *Revista do Serviço Público*: Rio de Janeiro, 2010.

COSTA, Marcelo Nogueira de Almeida; PAGANI, Marcella. Quarta revolução industrial e o futuro do trabalho. *Revista do Tribunal Superior do Trabalho*, São Paulo, v. 85, n. 4, p. 80-99, dez. 2019.

DOLABELA, Fernando. *Oficina do Empreendedor*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008

DORNELAS, José Carlos Assis; SPINELLI, Stephen; ADAMS, Robert. *A Criação de Novos Negócios - Empreendedorismo Para o Século XXI - 2ª Ed*. São Paulo: Elsevier, 2014.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2015.

DRUCKER, Peter Ferdinand. Inovação e Espírito Empreendedor - prática e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

FAGUNDES, E. M. Como ingressar nos negócios digitais. São Paulo: Edições Inteligentes, 2004.

FILION L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares, *Rae Ligth* V.7 n°3 pag. 2-7, 2000.

GABRIEL, M. Você, Eu e os Robôs - Pequeno manual do mundo digital. São Paulo: Atlas, 2018.

GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HAFEZIEH, N., AKHAVAN, P.; ESHRAGHIAN, F. Exploration of process and competitive factors of entrepreneurship in digital space: A multiple case study in Iran. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 4(4), 267–279, 2011.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P. Empreendedorismo. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IRELAND, R. D., HITT, M. A., CAMP, S. M., & SEXTON, D. L. Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth. *The Academy of Management Executive*, 2001.

KOTLER, P., KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0: do tradicional ao digital (6a. ed.). Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

KURATKO, D. F., MORRIS, H. M.; COVIN, G. J. Corporate innovation & entrepreneurship. (3ª ed.). South-Western: Editora Cengage Learning, 2011.

KURATKO, D. F.; AUDRETSCH, D. B. Strategic entrepreneurship: exploring different perspectives of an emerging concept. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), 1-17, 2008.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ÅSTRÖM, F. Entrepreneurship: exploring the knowledge base. *Research Policy*, Amsterdam, v. 41, n. 7, p. 1154-1181, 2012.

LE DINH, T., Vu, M.C.; Ayayi, A. Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1-17, 2018.

LIMA JUNIOR, W.T. Jornalismo Computacional em função da Era do Big Data. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. In: 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 3 a 5 nov.2011.

MICROSOFT. “O que é computação em nuvem”. 2016. Disponível em <<https://azure.microsoft.com/pt-br/overview/what-is-cloud-computing/>>. Acesso em: 10 jun.2023.

MURPHY, P.; LIAO, J.; WELSCH, H. P. A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, v. 12, n. 1, p. 12-35, 2006.

NAMBISAN, S. Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055, 2017.

NAMBISAN, S.; WRIGHT, M.; FELDMAN, M. The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, [S. l.], v. 48, n. 8, p. 1-25, 1 out. 2019. DOI <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>. Disponível em: <https://spiral.imperial.ac.uk/handle/10044/1/71953>. Acesso em: 1 maio 2023.

NGOASONG, M. Z. Digital entrepreneurship in a resource-scarce context: A focus on entrepreneurial digital competencies, 2018.

ROCK CONTENT. Consumidor 4.0: sua empresa já está preparada para atendê-lo? , 2018.

SCHUMPETER, J.A. A teoria do desenvolvimento econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SINGH, Anna; HESS, Thomas. Como os diretores digitais promovem a transformação digital de suas empresas. *Executivo Trimestral da MIS* , v. 16, n. 1, 2017.

SONG, A. K. The digital entrepreneurial ecosystem: a critique and reconfiguration. *Small Business Economics*. Forthcoming, 2019.

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

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K.. *Gestão da inovação*. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

TIGRE, P. B. *Gestão da Inovação: a economia da tecnologia no Brasil*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

TORRES, Cláudio. *Guia Prático de Marketing na Internet para Pequenas Empresas*. 2010.

TURBAN, E.; KING, D. *Comércio eletrônico: estratégia e gestão*. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

ZIYAE, B.; SAJADI, S. M.; MOBARAKI, M. H. The deployment and internationalization speed of e-business in the digital entrepreneurship era. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, v. 4, n. 15, 2014.