

Abordagens do Empreendedorismo: Estudo Bibliométrico da Produção Científica na Base Scopus

Approaches to Entrepreneurship: Bibliometric Study of Scientific Production at Scopus Base

Maria Emilia Camargo¹; Marina Bezerra da Silva²; Angela Isabel dos Santos Düllius³; Mariane Camargo Priesnitz⁴; Uiliam Hahn Biegelmeyer⁵; Marta Elisete Ventura da Motta⁶; Pedro Henrique Conte Gil⁷

¹Programa de Pós-Graduação em Administração- PPGA
Universidade de Caxias do Sul – UCS – Caxias do Sul/RS – Brasil
mecamarg@ucs.br

²Eixo de Gestão e Negócios - Instituto Federal do Piauí, Oeiras, Piauí, Brasil
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual (PPGPI) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, Sergipe, Brasil
marina.silva@ifpi.edu.br

³Departamento de Estatística
Universidade Federal de Santa Maria – UFSM – Santa Maria/RS – Brasil
angeladullius@gmail.com

⁴Backup Books Editora – Brasil
dra.mariane@gmail.com

⁵Faculdade de São Marcos – São Marcos/RS – Brasil
uiliam.hb@terra.com.br

⁶Programa de Pós-Graduação em Administração- PPGA
Universidade de Caxias do Sul – UCS – Caxias do Sul/RS – Brasil
mevmotta@ucs.br

⁷Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS – Porto Alegre/RS – Brasil
pedro_gil12@hotmail.com

Resumo

O empreendedorismo é um fenômeno global que tem provocado interesse de pesquisadores e estudiosos. Ganhou destaque a partir das contribuições de Joseph A. Schumpeter, que associou o empreendedor ao desenvolvimento econômico. Assim, o presente estudo tem como objetivo realizar um mapeamento quantitativo de importantes players da pesquisa recente do empreendedorismo, especificamente das abordagens do empreendedorismo sustentável, social, cultural, feminino e digital. A metodologia utilizada foi uma pesquisa bibliométrica descritiva, realizada através da base Scopus, seguida de uma discussão dos artigos mais citados sobre cada temática. Em função de que na análise dos artigos foram enfatizados os mais citados, isto pode-se caracterizar com uma abordagem mais histórica. Dentre as 05 (cinco) abordagens analisadas, os resultados mostram que o empreendedorismo social teve crescimento expressivo ao longo da série temporal analisada, em termo de publicações. A partir do ano 2007, todas as abordagens apresentaram publicações na base Scopus.

Palavras-chaves: criação; sustentável; social; cultural; feminino; digital.

Abstract

Entrepreneurship is a global phenomenon that has provoked the interest of researchers and scholars. It has gained prominence from the contributions of Joseph A. Schumpeter, who associated the entrepreneur with economic development. So, the present study aims to realize a quantitative mapping of important players of the recent research of entrepreneurship, specifically the approaches of sustainable entrepreneurship, social, cultural, female and digital. The methodology used was a descriptive bibliometric research, realized through Scopus base, followed by a discussion of the most cited articles about each theme. Due to the fact that the most cited articles were emphasized in the analysis, this can be characterized with a more historical approach. Among the 05 (five) approaches analyzed, the results show that social entrepreneurship had expressive growth throughout the analyzed time series, in terms of publications. From the year 2007 on, all the approaches presented publications in the Scopus database.

Keywords: creation; sustainable; social; cultural; female; digital.

1. Introdução

O conceito de empreendedorismo ganhou destaque com as contribuições do economista austríaco Joseph A. Schumpeter, no seu livro “Capitalismo, socialismo e democracia”, publicado em 1942, o qual associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico.

Schumpeter (1942) trata da essência do empreendedorismo como sendo a percepção e a exploração de novas oportunidades, no âmbito dos negócios, utilizando recursos disponíveis de forma inovadora. Para Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o empreendedorismo pode ser tratado como uma ação pela qual se dá criação de novos produtos/processos e/ou entrada em novos mercados, podendo se concretizar com a atuação da criação de uma organização, ou mesmo dentro de uma organização já existente.

Schumpeter (1985), destaca-se entre os primeiros autores a enfatizar o empreendedorismo como motor da economia capitalista, na medida em que a geração de novos produtos e a busca de novos mercados é capaz de promover o desenvolvimento socioeconômico (SCHUMPETER, 1985).

Empreendedorismo relaciona-se ao envolvimento de pessoas ou grupos para a transformação de ideias em oportunidades de negócios (DORNELAS, 2018), seja com a consequente geração de renda ou não. Alguns autores consideram este fenômeno como qualquer tentativa de criação da atividade empreendedora, seja ela autônoma, nova empresa, expansão de uma empresa existente. Geralmente, é associado à criação de empresas e a inovação, para o desenvolvimento de algo novo ou inovar algo que já existe com o objetivo de gerar riqueza ao investidor e à sociedade (FILION, 1999; SHANE; VENKATARAMAN, 2000; LUCENA; ARAÚJO; SANTOS, 2010).

Partindo da premissa de que o empreendedorismo é um tema que tem se destacado tanto no meio acadêmico como empresarial, e que apresenta várias abordagens, este estudo tem como objetivo realizar um mapeamento quantitativo de importantes *players* da pesquisa recente do empreendedorismo, especificamente das dimensões do empreendedorismo sustentável, social, cultural, feminino e digital.

2. Metodologia

O presente estudo classifica-se, quanto à natureza, como exploratório, com abordagem quantitativa e quanto a operacionalização foi desenvolvido com base numa análise bibliométrica, a qual consiste em duas técnicas, ou seja, indicadores de desempenho bibliométrico e mapeamento científico.

2.1. Etapas da pesquisa

Inicialmente foram escolhidas, com três especialistas em empreendedorismo, 05 (cinco) abordagens relacionadas à área para serem tratadas na presente pesquisa bibliométrica: empreendedorismo sustentável, social, cultural, feminino e digital.

Decidiu-se, posteriormente, o uso da base *Scopus* para identificação dos indicadores bibliométricos, tendo em vista ser um metabuscador de amplo alcance que contempla fontes internacionais oriundas de diversos indexadores, além de dispor de funcionalidades que suportam a bibliométrica, como a representação gráfica dos resultados referentes à disposição temporal das publicações, ao tipo de documentos, aos autores, às fontes, aos países e às regiões (SCOPUS, 2020).

A busca de artigos científicos ocorreu em julho de 2020 e foi realizada em dois estágios: no primeiro momento, fez-se o levantamento de artigos por meio das palavras-chave relacionadas às temáticas a serem tratadas e, no segundo momento, aplicaram-se filtros para identificação de artigos das áreas de “*Business, Management and Accounting*”, tipo de documento “artigos” e em estágio “final” de publicação. O Quadro 1 apresenta os comandos de busca e as quantidades de trabalhos identificados.

Quadro 1 – Comandos de busca e as quantidades de trabalhos identificados

Comando inicial (primeira busca)	Nº de artigos	Comando final (segunda busca – com filtros)	Nº de artigos
Empreendedorismo Sustentável/ Palavra-chave: " <i>Sustainable Entrepreneurship</i> "			
TITLE-ABS-KEY ("Sustainable Entrepreneurship")	400	TITLE-ABS-KEY ("Sustainable Entrepreneurship") AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "BUSI")) AND (LIMIT-TO (PUBSTAGE , "final")) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar"))	162
Empreendedorismo Social/ Palavra-chave: " <i>Social Entrepreneurship</i> "			
TITLE-ABS-KEY ("Social Entrepreneurship")	2.574	TITLE-ABS-KEY ("Social Entrepreneurship") AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "BUSI"))	1.102
Empreendedorismo Cultural/ Palavra-chave: " <i>Cultural Entrepreneurship</i> "			
TITLE-ABS-KEY ("cultural Entrepreneurship")	148	TITLE-ABS-KEY ("cultural Entrepreneurship") AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "BUSI"))	42
Empreendedorismo Feminino/ Palavra-chave: " <i>Female Entrepreneurship</i> "			
TITLE-ABS-KEY ("Female Entrepreneurship")	476	TITLE-ABS-KEY ("Female Entrepreneurship") AND (LIMIT-TO (PUBSTAGE , "final")) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "BUSI"))	211
Empreendedorismo Digital/ Palavra-chave: " <i>Digital Entrepreneurship</i> "			
TITLE-ABS-KEY ("Digital Entrepreneurship")	144	TITLE-ABS-KEY ("Digital Entrepreneurship") AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "BUSI"))	56

Nota: na *Scopus*, as buscas foram realizadas através dos campos título, resumo e palavras-chave.

Fonte: dados da pesquisa (2020)

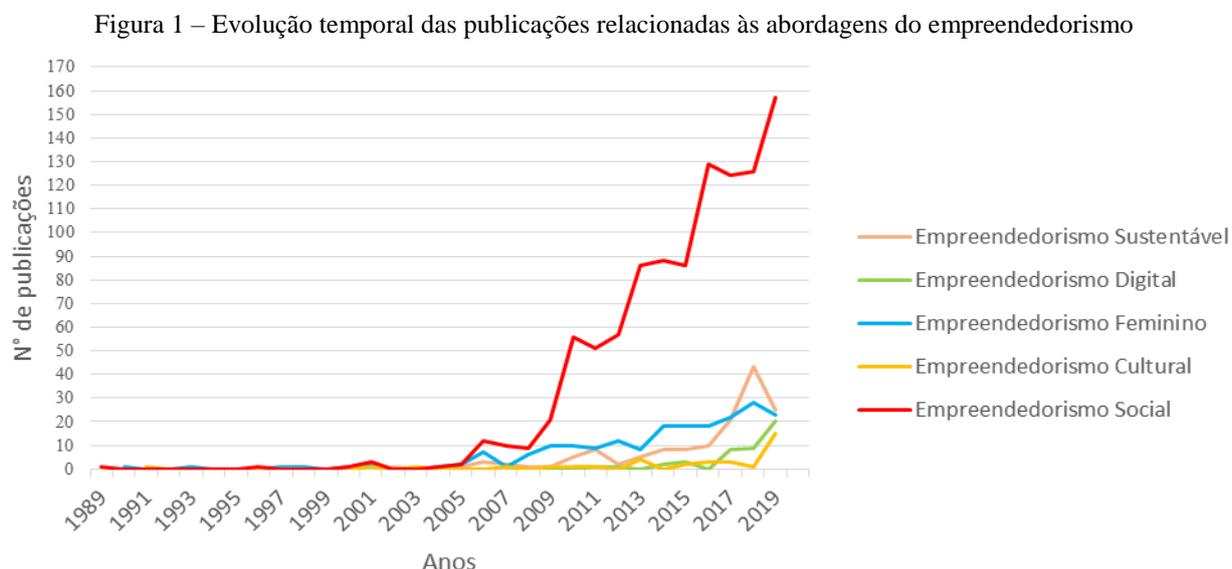
Na primeira etapa do estudo, foram levantados os principais periódicos, instituições e países relacionados à produção científica de algumas abordagens não tradicionais do empreendedorismo. Além disso, apresenta-se também a evolução temporal (em anos) das publicações e os trabalhos mais citados nestas abordagens. Em seguida, na segunda etapa, foi feita uma discussão da literatura a partir dos 05 (cinco) artigos mais citados em cada abordagem. Em função de que na análise dos artigos foram enfatizados os mais citados, isto pode-se caracterizar com uma abordagem mais histórica.

3. Análise e discussão dos resultados

A seguir, apresentam-se as características gerais das publicações relacionadas aos temas empreendedorismo sustentável, empreendedorismo social, empreendedorismo cultural, empreendedorismo feminino e empreendedorismo digital.

3.1. Anos de publicação

A evolução temporal das publicações sobre as cinco abordagens do empreendedorismo, analisadas neste estudo, estão apresentadas na Figura 1.



Fonte: elaborado pelos autores, com dados da *Scopus* (2020)

Observa-se que há um crescente interesse dos pesquisadores nas cinco abordagens do empreendedorismo, analisadas neste estudo. A partir de 2007 as cinco abordagens apresentaram publicações.

O primeiro artigo sobre empreendedorismo social data de 1989, com o tema “*Regional dynamics of innovation: A look at the Rhône-Alpes region*”, de Ganne (1989). No que tange ao empreendedorismo feminino, o primeiro trabalho identificado na *Scopus* é de 1990: “*An examination of present research on the female entrepreneur - Suggested research strategies for the 1990's*”, de Moore (1990).

“*Entrepreneurship in a cultural perspective*”, de Spilling (1991), publicado em 1991, foi primeiro artigo publicado no tema empreendedorismo cultural. O empreendedorismo sustentável foi mencionado pela primeira vez, em artigo da *Scopus*, em 2002, através da publicação “*The transition to the sustainable enterprise*”, de Keijzers (2002).

Por fim, o empreendedorismo digital teve como primeira publicação o artigo “*Taking advantage of digital opportunities*”, de Hull et al. (2007). Vale destacar que são abordagens recentes, especialmente em comparação com o primeiro artigo identificado na *Scopus* que fez menção ao termo “*Entrepreneurship*”, “*Normal price as a market concept*”, de Nourse (1919).

Verifica-se que o empreendedorismo social tem adquirido muita evidência, sendo o que mais cresceu, ao longo dos anos, o que pode estar relacionado à potencialidade que esse tipo de

empreendedorismo tem de contribuir com a resolução dos problemas sociais (ZAHRA et al., 2009; PEREDO; MCLEAN, 2006). Além disso, importante também destacar que o empreendedorismo digital é a mais recente das abordagens analisadas nesta pesquisa.

3.2. Principais periódicos

O Quadro 2 mostra os títulos dos principais periódicos que publicaram sobre as temáticas em estudo. Foram apresentados aqueles periódicos que possuíam, no mínimo, 04 (quatro) trabalhos publicados. Foram também excluídos aqueles que tinham, no máximo, até dois artigos publicados.

Quadro 2 – Principais periódicos que publicaram trabalhos sobre abordagens do empreendedorismo

Periódicos	Nº Artigos
Temática: Empreendedorismo Sustentável	
<i>Journal of Cleaner Production</i>	28
<i>Business Strategy and The Environment</i>	12
<i>International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research</i>	9
<i>Journal of Business Venturing</i>	7
Temática: Empreendedorismo Digital	
<i>Technological Forecasting and Social Change</i>	10
<i>Journal of Strategic Information Systems</i>	4
<i>International Journal of Entrepreneurial Venturing</i>	3
Temática: Empreendedorismo Feminino	
<i>International Journal of Gender and Entrepreneurship</i>	20
<i>International Journal of Entrepreneurship and Small Business</i>	15
<i>Small Business Economics</i>	15
<i>Journal of Developmental Entrepreneurship</i>	13
Temática: Empreendedorismo Cultural	
<i>Innovation Management Policy and Practice</i>	7
<i>International Journal of Entrepreneurship and Small Business</i>	6
<i>International Journal of Arts Management</i>	4
<i>Organization Studies</i>	3
Temática: Empreendedorismo Social	
<i>Journal of Social Entrepreneurship</i>	90
<i>Emerald Emerging Markets Case Studies</i>	52
<i>Journal of Business Ethics</i>	42
<i>Entrepreneurship and Regional Development</i>	35
<i>Journal of Social Entrepreneurship</i>	90

Fonte: elaborado pelos autores, com dados da *Scopus* (2020)

3.3. Principais Instituições

As instituições que mais publicaram trabalhos relacionados aos temas em estudo estão relacionadas no Quadro 3. Apresentam-se as instituições com 03 ou mais trabalhos publicados.

Quadro 3 – Principais instituições originárias de trabalhos sobre abordagens do empreendedorismo

Instituições	Nº Artigos
Temática: Empreendedorismo Sustentável	
<i>Leuphana Universität Lüneburg</i>	8
<i>Wageningen University</i>	6
<i>Universität Oldenburg</i>	5
<i>Borderstep Institute for Innovation and Sustainability</i>	4
<i>University of Leeds</i>	4
<i>University of Colorado Boulder</i>	3
<i>Julius-Maximilians-Universität Würzburg</i>	3
<i>Technical University of Munich</i>	3
<i>Copenhagen Business School</i>	3
Temática: Empreendedorismo Digital	
<i>Lappeenranta Teknillinen Yliopisto</i>	4
<i>Politecnico di Milano</i>	4
<i>The University of Warwick</i>	3
<i>Universität Liechtenstein</i>	3
Temática: Empreendedorismo Feminino	
<i>Università degli Studi di Roma Tor Vergata</i>	5
<i>Università degli Studi di Roma La Sapienza</i>	5
<i>La Trobe University</i>	4
<i>The University of North Carolina at Greensboro</i>	4
<i>Ulster University</i>	4
<i>Universitat Autònoma de Barcelona</i>	4
<i>Babson College</i>	4
<i>South East European University</i>	4
<i>Bryan School of Business and Economics</i>	4
Temática: Empreendedorismo Cultural	
<i>Alberta School of Business</i>	5
<i>Fachhochschule Mainz - University of Applied Sciences</i>	2
<i>National Research Council Canada</i>	2
<i>Texas A&M University</i>	2
<i>Erasmus Universiteit Rotterdam</i>	2
<i>University of Alberta</i>	2
<i>Boston</i>	2
<i>Rotterdam School of Management, Erasmus University</i>	2
<i>Leuphana Universität Lüneburg</i>	2
<i>Aalto University</i>	2
<i>Burgundy School of Business</i>	2
<i>Carroll School of Management</i>	2
Temática: Empreendedorismo Social	
<i>Copenhagen Business School</i>	15
<i>Indiana University Bloomington</i>	14
<i>University of Oxford</i>	14
<i>Universität St. Gallen</i>	14

Fonte: elaborado pelos autores, com dados da *Scopus* (2020)

3.4. Principais Países

No Quadro 4 evidenciam-se os países que mais apresentam publicações sobre os temas pesquisados. Destaca-se a grande evidência de países considerados desenvolvidos nas publicações sobre empreendedorismo sustentável, feminino, digital e cultural. No caso do empreendedorismo social, também está em evidência em vários países desenvolvidos, entretanto, destaca-se a presença da Índia, na lista, que é um país emergente.

Quadro 4 – Países originários de artigos sobre abordagens do empreendedorismo

Países	Nº Artigos
Temática: Empreendedorismo Sustentável	
<i>Germany</i>	34
<i>United Kingdom</i>	20
<i>United States</i>	20
<i>Netherlands</i>	15
<i>France</i>	10
<i>Spain</i>	10
Temática: Empreendedorismo Digital	
<i>United Kingdom</i>	9
<i>United States</i>	9
<i>Italy</i>	7
<i>France</i>	6
<i>Germany</i>	5
Temática: Empreendedorismo Feminino	
<i>United Kingdom</i>	46
<i>United States</i>	46
<i>Spain</i>	19
<i>Germany</i>	13
<i>Italy</i>	12
Temática: Empreendedorismo Cultural	
<i>United States</i>	14
<i>Canadá</i>	7
<i>Germany</i>	7
<i>United Kingdom</i>	5
<i>France</i>	3
Temática: Empreendedorismo Social	
<i>United States</i>	340
<i>United Kingdom</i>	147
<i>India</i>	68
<i>Austrália</i>	64
<i>Germany</i>	62

Fonte: elaborado pelos autores, com dados da *Scopus* (2020)

3.5. Publicações mais citadas com respectivos autores

O Quadro 5 apresenta os artigos mais citados de cada temática, com indexação na *Scopus*. São trabalhos importantes para a consolidação das investigações nas temáticas estudadas, visto que têm sido utilizados por outros autores nas fundamentações de suas pesquisas. Adicionalmente, destaca-se também que são artigos oriundos da literatura internacional.

Quadro 5 – Trabalhos mais citados identificados nas abordagens do empreendedorismo

Trabalhos mais citados	Nº Citações
Temática: Empreendedorismo Sustentável	
<i>Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action</i> (DEAN; MCMULLEN, 2007)	525
<i>Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: Categories and interactions</i> (SCHALTEGGER; WAGNER, 2011)	502
<i>Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship</i> (COHEN; WINN, 2007)	495
<i>Greening Goliaths versus emerging Davids - Theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship</i> (HOCKERTS; WÜSTENHAGEN, 2010)	382
<i>The New Field of Sustainable Entrepreneurship: Studying Entrepreneurial Action Linking "What Is to Be Sustained" With "What Is to Be Developed"</i> (SHEPHERD; PATZELT, 2011)	297
Temática: Empreendedorismo Digital	
<i>Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship</i> (NAMBISAN, 2017)	186
<i>The digital entrepreneurial ecosystem</i> (SUSSAN; ACS, 2017)	75
<i>A Web of opportunity or the same old story? Women digital entrepreneurs and intersectionality theory</i> (DY; MARLOW; MARTIN, 2017)	53
<i>Taking advantage of digital opportunities: A typology of digital entrepreneurship</i> (HULL et al., 2007)	50
<i>Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy</i> (RICHTER et al., 2017)	49
Temática: Empreendedorismo Feminino	
<i>Gender differences in business performance: Evidence from the characteristics of business owners survey</i> (FAIRLIE; ROBB, 2009)	250
<i>Explaining female and male entrepreneurship at the country level</i> (VERHEUL; VAN STEL; THURIK, 2006)	245
<i>Being in someone else's shoes: The role of gender in nascent entrepreneurship</i> (MINNITI; NARDONE, 2007)	227
<i>The quest for invisibility: Female entrepreneurs and the masculine norm of entrepreneurship</i> (LEWIS, 2006)	215
<i>Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: A relational perspective</i> (JAMALI, 2009)	176
Temática: Empreendedorismo Cultural	
<i>Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources</i> (LOUNSBURY; GLYNN, 2001)	929
<i>Legitimizing nascent collective identities: Coordinating cultural entrepreneurship</i> (WRY; LOUNSBURY; GLYNN, 2011)	190
<i>Sensemaking, rhetoric and the socially competent entrepreneur</i> (HOLT; MACPHERSON, 2010)	71
<i>Cross-cultural entrepreneurship research: Current status and framework for future studies</i> (ENGELN; HEINEMANN; BRETTEL, 2009)	46
<i>Entrepreneurship Amid Concurrent Institutional Constraints in Less Developed Countries</i> (KHOORY; PRASAD, 2016)	40
Temática: Empreendedorismo Social	
<i>Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?</i> (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006)	1333
<i>Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight</i> (MAIR; MARTÍ, 2006)	1304
<i>A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges</i> (ZAHRA et al., 2009)	887
<i>Social entrepreneurship: A critical review of the concept</i> (PEREDO; MCLEAN, 2006)	648
<i>Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here</i> (DACIN; DACIN; MATEAR, 2010)	576

Fonte: elaborado pelos autores, com dados da Scopus (2020)

4. Discussão da literatura

Nos tópicos seguintes, faz-se uma discussão dos trabalhos mais citados identificados na *Scopus*, por temática.

4.1. Empreendedorismo Sustentável

O empreendedorismo constitui-se numa alternativa para os problemas ambientais dos sistemas socioeconômicos globais. Relevantes falhas de mercado, que atingem o ambiente, podem compor oportunidades de negócios, através do empreendedorismo sustentável e ambiental (DEAN; MCMULLEN, 2007).

Neste caso, o empreendedorismo sustentável está centrado na preservação da natureza, no apoio à vida e na comunidade, na busca de oportunidades percebidas para apresentar novos produtos, processos e/ou serviços, com fins lucrativos, em que o ganho para os indivíduos e para a sociedade pode ser econômico e não econômico (SHEPHERD; PATZELT, 2011).

Schaltegger e Wagner (2011) desenvolvem um quadro para posicionar o empreendedorismo sustentável em relação à inovação sustentável, incluindo o empreendedorismo social e institucional. O grau de orientação ambiental ou de responsabilidade social na empresa é avaliado com base em objetivos e políticas ambientais e sociais, na organização da gestão ambiental e social da empresa e a na comunicação de questões ambientais e sociais. O impacto da empresa no mercado é medido com base na quota de mercado, no crescimento das vendas e nas reações dos concorrentes.

Com isto, empresas ineficientes, com preços inadequados e assimetrias de informação, contribuem simultaneamente para a degradação ambiental, mas podem oferecer oportunidades significativas para a criação de tecnologias radicais e modelos empresariais inovadores, que melhorem tanto as condições sociais quanto às ambientais, local e globalmente (COHEN; WINN, 2007; NODARI, et al, 2015).

Outro artigo apresenta a forma como as empresas estabelecidas e os novos participantes se envolvem no empreendedorismo sustentável, nas fases iniciais da transformação da sustentabilidade de uma indústria. As novas empresas estão mais propensas do que aquelas tradicionais a buscarem oportunidades relacionadas à sustentabilidade. Neste caso, as empresas tradicionais reagem às atividades dos novos empreendimentos e, deste modo, envolvem-se em atividades de empreendedorismo sustentável (HOCKERTS; WÜSTENHAGEN, 2010).

4.2. Empreendedorismo Digital

As novas tecnologias digitais transformam a natureza da incerteza que é inerente aos processos e resultados empresariais, bem como as formas de lidar com tal incerteza, levantando questões importantes na intersecção das tecnologias digitais e do empreendedorismo, denominado de empreendedorismo digital (NAMBISAN, 2017). Considerando a evidência do empreendedorismo na era digital, são importantes os ecossistemas digitais e empresariais. São dois ecossistemas que permitem as interações entre agentes e usuários, incorporando percepções dos comportamentos individuais e sociais dos consumidores (SUSSAN; ACS, 2017).

À medida que mais empresas começam a fazer negócios digitais, é importante ressaltar que o início de um empreendimento digital difere um empreendimento tradicional. O empreendedorismo digital que inclui uma tipologia de novos empreendimentos digitais, como: suave, moderado e extremo, conforme as características de cada tipo de novo empreendimento digital e uma discussão de como essas características moldam os fatores de sucesso de cada tipo de empreendimento. As questões específicas abordadas incluem produtos e serviços digitais ou virtuais, locais de trabalho digitais ou virtuais e a confiança na Comunicação Intermediada por Computador (CMC) (HULL et al., 2007).

Sussan e Acs (2017) estabelecem um quadro para o Ecossistema Empresarial Digital, que integra quatro conceitos fundamentais: gestão da infraestrutura digital, cidadania do usuário digital, empreendedorismo digital e mercado digital.

Dy, Marlow e Martin (2017) apresentam o conceito de intersecção e de posicionamento social, enquanto recursos que moldam as atividades empresariais digitais. As características sociais cruzam-se, mesmo no ambiente online: o empreendedorismo digital pode atuar como um "grande nivelador" devido à percepção de pequenas barreiras à entrada de novos atores empresariais e à ausência de aspectos visíveis de desvantagem online. Entretanto, os autores não consideram a Internet uma plataforma neutra para o empreendedorismo e alertam que há desigualdade offline, com as restrições de recursos, incluindo a acessibilidade, podendo ser reproduzidas no ambiente online.

Adicionalmente, em relação aos novos modelos de negócios, inclusive no âmbito do empreendedorismo digital, é importante também mencionar a economia compartilhada. O ambiente, cada vez mais digitalizado, conduziu a sociedade à vida caracterizada pela urbanidade, pela abertura a novas soluções, situações de trabalho e mentalidades e, neste caso, todos estes são aspectos impulsionam a economia solidária (RICHTER et al., 2017).

4.3. Empreendedorismo Feminino

Existem diferenças significativas na taxa de abertura de novos negócios de homens e mulheres (MINNITI; NARDONE, 2007). Empresas de propriedade feminina têm menos sucesso do que as empresas de propriedade masculina, visto que há menos capital inicial disponível, menos capital humano empresarial com experiência de trabalho anterior em empresas semelhantes e menos experiências de trabalho anteriores em empresas familiares (FAIRLIE; ROBB, 2009).

Para Minniti e Nardone (2007), é menos provável que mulheres estejam envolvidas no empreendedorismo do que os homens em todo o mundo. Tais diferenças podem estar relacionadas às características pessoais dos indivíduos e do seu ambiente econômico ou, em vez disso, a um fenômeno universal e/ou evolutivo.

Em pesquisa com dados do *Global Entrepreneurship Monitor*, abrangendo 29 países, constatou-se que as taxas de atividade empresarial feminina e masculino são influenciadas pelos mesmos fatores e pelos mesmos direcionamentos. Entretanto, aspectos como desemprego e satisfação de vida impactam de modo diferente o empreendedorismo feminino e masculino (VERHEUL; VAN STEL; THURIK, 2006).

Apesar disso, algumas mulheres empresárias tratam o empreendedorismo como neutro, em termos de gênero, e, neste sentido, tentam evitar ser identificadas como diferentes no que se refere à norma masculina do empreendedorismo (LEWIS, 2006). Ressalta-se que, para a investigação do empreendedorismo feminino, devem ser integradas múltiplas lentes e unidades de análise, visando captar a complexidade da experiência empresarial das mulheres em qualquer contexto específico. Destaca-se também que a maior parte da literatura disponível sobre a abordagem do empreendedorismo feminino baseia-se em experiências nos países anglo-saxônicos, e daí a necessidade de mais investigação proveniente dos países em desenvolvimento, o que pode, de fato, realçar a interação de um conjunto de diferentes fatores que influenciam o empreendedorismo feminino (JAMALI, 2009).

4.4. Empreendedorismo Cultural

Empreendedorismo cultural é o processo de contar histórias, mediado pelos recursos empresariais existentes, com a subsequente aquisição de capital e criação de riqueza (LOUNSBURY; GLYNN, 2001), sendo realizado por um indivíduo ou por grupos. (KHOURY; PRASAD, 2016), ao investigarem o empreendedorismo em meio a restrições institucionais concorrentes, em países menos desenvolvidos, abordam os dilemas vivenciados por empresários e fazem abordagem voltada para o empreendedorismo cultural.

O conceito de identidade coletiva ganhou evidência na teoria organizacional, visto que os investigadores têm analisado como ela molda o comportamento organizacional. Embora, por convenção, argumente-se que a expansão de membros, num grupo, leve à legitimidade da identidade coletiva, recorre-se à noção de empreendedorismo cultural para argumentar que a relação é mais complexa e é mediada culturalmente pelas histórias contadas pelos membros de um grupo (WRY; LOUNSBURY; GLYNN, 2011). Para os autores, a legitimidade é mais facilmente alcançada quando os membros articulam uma história de identidade coletiva claramente definida que identifica o propósito orientador do grupo e das suas práticas centrais.

Holt e Macpherson (2010) expandem o conceito existente de "empreendedorismo cultural", demonstrando como as colaborações podem ser praticadas e como a competência social e a consciência das necessidades, desejos, ambições e objetivos dos outros são centrais para a fundação e para o sucesso potencial das pequenas empresas.

Adicionalmente, é importante mencionar que novas abordagens deste tipo de empreendedorismo têm sido desenvolvidas, tais como, por exemplo, a investigação transcultural do empreendedorismo (ENGELEN; HEINEMANN; BRETTEL, 2009), envolvendo a pluralidade e a diversidade de culturas.

4.5. Empreendedorismo Social

O empreendedorismo social é exercido onde alguma pessoa (ou pessoas) pretendem, exclusivamente ou de modo proeminente, criar algum tipo de valor social, com objetivos perseguidos através da combinação de reconhecimento e exploração de oportunidades de criação de valor, inovação, tolerância ao risco, compreensão das limitações dos recursos nos recursos disponíveis (PEREDO; MCLEAN, 2006).

Neste sentido, o empreendedorismo social apresenta especificidades que se diferenciam do empreendedorismo comercial (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006). Caracteriza-se pela promoção do valor social e do desenvolvimento, resolvendo as problemáticas da sociedade, tais como educação, alimentação, saúde, entre outras. Neste sentido, é um campo de investigação que otimiza as mudanças sociais, abordando necessidades importantes da sociedade, sem o foco em benefícios financeiros diretos para os empreendedores (MAIR; MARTÍ, 2006).

Outra abordagem indica que o empreendedorismo social é importante tanto na resolução dos problemas sociais, quanto no enriquecimento das comunidades e sociedades (ZAHRA et al., 2009).

Um estudo avaliou as definições de empreendedorismo social e comparou seus conceitos com os de outras formas. Sugeriu que, embora esta forma não corresponda a um tipo distinto de empreendedorismo, é o foco de vários pesquisadores, devido ao contexto em que os tipos de

empreendedores estabelecidos estão inseridos (DACIN; DACIN; MATEAR, 2010).

Diante de todas estas abordagens, verifica-se que os avanços do movimento empreendedor, com suas modernas tendências, constituem-se em campos de pesquisa em evidência. Todos são modelos em consolidação, mas requerem investigação técnico-científica, para devido estabelecimento, assim como também requerem a atenção de políticas públicas governamentais, visando representarem, de fato, mecanismos efetivos de fortalecimento social e econômico.

5. Considerações Finais

Este trabalho fez a análise métrica de algumas das principais abordagens modernas do empreendedorismo, a saber: empreendedorismo sustentável, feminino, social, digital e cultural.

Identificou-se que em relação ao histórico de publicações, observa-se que o empreendedorismo social teve crescimento expressivo ao longo da série temporal, em termo de publicações, e a partir do ano 2007 todas as temáticas abordadas apresentaram publicações na base *Scopus*.

Foram apresentados os principais periódicos, as principais instituições originárias dos artigos, as principais instituições, os principais países e os artigos mais citados da área. Estas são importantes informações para a pesquisa e para seleção de futuras oportunidades de publicação. Em seguida, fez-se uma discussão dos trabalhos mais citados de cada temática.

No âmbito do empreendedorismo sustentável, o empreendedorismo é posto como ferramenta que pode resolver as problemáticas socioambientais do planeta, através de políticas e medidas de gestão voltadas para os cuidados com o meio ambiente. No que tange ao empreendedorismo digital, foi oportunizado especialmente a partir do desenvolvimento das tecnologias digitais, o que amplia o potencial de atuação empresarial.

Em relação ao empreendedorismo feminino, apesar de ser um mecanismo de ascensão das mulheres na sociedade, ainda são necessários avanços: empresas femininas têm menos sucesso que as masculinas, além de o envolvimento com empreendedorismo ser menor no caso das mulheres.

O empreendedorismo cultural está relacionado à contagem de histórias, transformando isso num negócio e o empreendedorismo social está relacionado às iniciativas e empresas que visam gerar valor para a sociedade.

O empreendedorismo é um importante mecanismo de ascensão social e pode oportunizar qualidade de vida para a sociedade e gerar equilíbrio econômico para países e regiões. Neste sentido, é necessário que as iniciativas empreendedoras sejam incentivadas por políticas e programas de governo.

Novas pesquisas podem pautar-se neste estudo para apresentar aspectos mais específicos das abordagens modernas do empreendedorismo.

Referências

- AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 30, n. 1, p. 1–22, 2006.
- COHEN, B.; WINN, M. I. Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 22, n. 1, p. 29–49, 2007.
- DACIN, P. A.; DACIN, M. T.; MATEAR, M. Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here. **Academy of Management Perspectives**, v. 24, n. 3, p. 37–57, 1 ago. 2010.
- DEAN, T. J.; MCMULLEN, J. S. Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. **Journal of Business Venturing**, v. 22, n. 1, p. 50–76, 2007.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. São Paulo: Empreende, 2018.
- DY, A. M.; MARLOW, S.; MARTIN, L. A Web of opportunity or the same old story? Women digital entrepreneurs and intersectionality theory. **Human relations: studies towards the integration of the social sciences**, v. 70, n. 3, p. 286–311, 1 mar. 2017.
- ENGELLEN, A.; HEINEMANN, F.; BRETTEL, M. Cross-cultural entrepreneurship research: Current status and framework for future studies. **Journal of International Entrepreneurship**, v. 7, n. 3, p. 163–189, 2009.
- FAIRLIE, R. W.; ROBB, A. M. Gender differences in business performance: evidence from the Characteristics of Business Owners survey. **Small Business Economics**, v. 33, n. 4, p. 375, 2009.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5–28, 1999.
- GANNE, B. Regional dynamics of innovation: A look at the Rhône Alpes Region*. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 1, n. 2, p. 147–154, 1989.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9.ed. AMGH Editora, 2014.
- HOCKERTS, K.; WÜSTENHAGEN, R. Greening Goliaths versus emerging Davids - Theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 25, n. 5, p. 481–492, 2010.
- HOLT, R.; MACPHERSON, A. Sensemaking, rhetoric and the socially competent entrepreneur. **International Small Business Journal**, v. 28, n. 1, p. 20–42, 1 fev. 2010.
- 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, 2007.
- JAMALI, D. Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries. **Gender in Management: An International Journal**, v. 24, n. 4, p. 232–251, 2009.
- KEIJZERS, G. The transition to the sustainable enterprise. **Journal of cleaner production**, v. 10, n. 4, p. 349–359, 2002.
- KHOURY, T. A.; PRASAD, A. Entrepreneurship Amid Concurrent Institutional Constraints in Less Developed Countries. **Business & Society**, v. 55, n. 7, p. 934–969, 2016.

- LEWIS, P. The Quest for Invisibility: Female Entrepreneurs and the Masculine Norm of Entrepreneurship. **Gender, work, and organization**, v. 13, n. 5, p. 453–469, set. 2006.
- LOUNSBURY, M.; GLYNN, M. A. Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources. **Strategic Management Journal**, 2001. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.188>>.
- LUCENA, W. G. L.; ARAÚJO, V. S.; SANTOS, J. K. L. dos. Perfil empreendedor dos cabeleireiros da Associação Paraibana da Beleza e os mecanismos financeiros utilizados na gestão do negócio. **Revista Ambiente Contábil - Universidade Federal do Rio Grande do Norte**, v. 1, n. 2, p. 38–54, 20 set. 2010. Acesso em: 20 jul. 2020.
- MAIR, J.; MARTÍ, I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. **Journal of World Business**, v. 41, n. 1, p. 36–44, 1 fev. 2006.
- MINNITI, M.; NARDONE, C. Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. **Small Business Economics**, v. 28, n. 2, p. 223–238, 2007.
- MOORE, D. P. An examination of present research on the female entrepreneur? Suggested research strategies for the 1990's. **Journal of business ethics: JBE**, v. 9, n. 4-5, p. 275–281, 1990.
- NAMBISAN, S. Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 41, n. 6, p. 1029–1055, 1 nov. 2017.
- NODARI, Cristine Hermann et al. Configuração das práticas de inovação na atenção primária à saúde: estudo de caso. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 10, p. 3073-3086, out. 2015. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232015001003073&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 27 set. 2020. <https://doi.org/10.1590/1413-812320152010.03262015>.
- NOURSE, E. G. Normal Price as a Market Concept. **The quarterly journal of economics**, v. 33, n. 4, p. 632, 1919.
- PEREDO, A. M.; MCLEAN, M. Social entrepreneurship: A critical review of the concept. **Journal of World Business**, v. 41, n. 1, p. 56–65, 2006.
- RICHTER, C. et al. Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy. **Creativity and Innovation Management**, v. 26, n. 3, p. 300–310, 16 set. 2017.
- SCHALTEGGER, S.; WAGNER, M. Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: Categories and interactions. **Business Strategy and the Environment**, v. 20, n. 4, p. 222–237, 2011.
- SCHUMPETER, J. A. **Socialism, capitalism and democracy**. Harper and Brothers, 1942.
- SCHUMPETER, J. A. O fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico. **A teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.
- SCOPUS. Disponível em: <https://www.scopus.com/>. Acesso em: jul. 2020.
- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of management review. Academy of Management**, v. 25, n. 1, p. 217–226, 2000.
- SHEPHERD, D. A.; PATZELT, H. The New Field of Sustainable Entrepreneurship: Studying Entrepreneurial Action Linking “What is to be Sustained” with “What is to be Developed”. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 35, n. 1, p. 137–163, 1 jan. 2011.
- SPELLING, O. R. Entrepreneurship in a cultural perspective. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 3, n. 1, p. 33–48, 1991.
- SUSSAN, F.; ACS, Z. J. The digital entrepreneurial ecosystem. **Small Business Economics**, v. 49, n. 1, p. 55–73, 1 jun. 2017.

VERHEUL, I.; VAN STEL, A.; THURIK, R. Explaining female and male entrepreneurship at the country level. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 18, n. 2, p. 151–183, 1 mar. 2006.

WRY, T.; LOUNSBURY, M.; GLYNN, M. A. Legitimizing Nascent Collective Identities: Coordinating Cultural Entrepreneurship. **Organization Science**, v. 22, n. 2, p. 449–463, 1 abr. 2011.

ZAHRA, S. A. et al. A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. **Journal of Business Venturing**, v. 24, n. 5, p. 519–532, 1 set. 2009.

Recebido em: 27/09/2020

Aprovado em: 28/09/2020