

EMPREENDEADORISMO DIGITAL ¹

Francisco Miranda De Oliveira²

RESUMO

O mundo está em constante mudanças, isso acompanha todos os ramos da vivencia humana, entre eles a forma de comercializar e fazer a negócios, vem sofrendo verdadeiras metamorfoses. O empreendedorismo digital, cresceu muito, popularizou-se e tornou-se uma realidade na vida das pessoas. Com a intenção de evidenciar essa mudança, foi realizado uma pesquisa qualitativa, por meio de entrevista com empreendedores que escolheram esse modelo de negócios. Dessa forma, foi verificado as dificuldades de atuar de maneira online, com entregas e como ser competitivo em um ambiente que tem concorrência acirrada.

PALAVRAS-CHAVE

Vendas online, delivery, negócios, instagram;

DIGITAL ENTREPRENEURSHIP

¹ Este artigo apresenta alguns dos elementos estudados no Curso de Administração e foi apresentado ao final do curso de Administração sob a orientação da Prof. Ma. Lorena Silva Argolo

² O titulo tem relevância e nos coloca no cenário econômico atual, a procura por oportunidades com baixo custo. Sou Estudante do curso de bacharel em Administração e atuante na área de gestão pública e setor financeiro, e também empreendedor digital, no ramo de mini jardins.

ABSTRACT.

The world is in constant change, this follows all branches of human experience, including the way of trading and doing business, has been undergoing true metamorphoses. Digital entrepreneurship has grown a lot, has become popular and has become a reality in people's lives. With the intention of showing this change, a qualitative research was carried out, through interviews with entrepreneurs who chose this business model. Thus, it was verified the difficulties of acting online, with deliveries and how to be competitive in an environment that has fierce competition.

KEYWORDS.

Online sales, delivery, business, instagram;

1 INTRODUÇÃO

O Empreendedorismo Digital, vem crescendo muito forte no Brasil, principalmente pela crise econômica que assola o país e gera altos índices de desemprego e pouco recurso para investir. A utilização das mídias sociais para comercialização de produtos e serviços virou uma fonte de renda para milhares de pessoas que não teriam capital suficiente para abrir uma loja física, contudo a preocupação em fazer sucesso com as vendas, revela o diferencial da marca e o perfil de sucesso do empreendedor, visto que, o mercado está competitivo e obter o sucesso se destacando é uma tarefa complexa que exige talento.

No Brasil a utilização do Instagram para empreender é uma forma assertiva de começar pois a rede social é gratuita e abrangente, são milhões de usuários ativos e atuantes, ativos por serem reais e logar suas contas e atuantes por se fazerem presentes naquele espaço digital. Segundo a empresa, no mundo já são mais de 800 milhões de contas ativas. Nesse contexto, o empreendedorismo digital tem solo fértil para se desenvolver, pois a rede social disponibiliza ferramentas que auxiliam no marketing e facilitam a divulgação.

O cenário de empreender mais rede social, dá margem para o conceito de Startup que significa iniciantes, mas há uma divergência quanto ao conceito real de startup, basicamente é uma empresa que busca inovar, utiliza recursos digitais e está inserido em um mercado de incertezas. É uma empresa inicial jovem e embora não está limitada a internet, necessita de inovação para não ser confundida com os modelos tradicionais de negócios. (BICUDO, 2021). Segundo o Sebrae, 2014 os startups não são necessariamente empresas de internet, mas são encontradas mais nas redes por ser mais barato, rápido e de fácil expansão.

A evidencia mostra que estamos em uma nova era comercial, onde fornecedores e consumidores estão cada vez mais conectados e isso gera uma transformação digital aumentando a demanda por novas tecnologias, para atender o consumo. (DOCUSIGN, 2018). “Até setores mais tradicionais, como advocacia e serviços financeiros, estão entrando na transformação digital por meio de empresas estreantes e inovadoras” (FONSECA, 2018, ONLINE)

Diante da crise econômica que o Brasil enfrenta, a busca por alternativas para ganhar dinheiro, vendendo na internet, nos leva a uma vasta rede de empreendedorismo digital. Podemos observar que pequenas empresas atuam para o público local. Alguns modelos de negócios por oferecer um produto artesanal, ou perecível, não oferecem a entrega para outras localidades, porém tem um serviço local de entregas, seja por terceirização ou próprio.

É árdua a missão de entrar no processo de competitividade e um desafio enorme, por isso algumas organizações se entregam e permanecem estagnadas. Entre alguns fatores que interfere nesse processo destaca-se o comprometimento, conhecer o mercado, a inovação e a estrutura na forma de gestão empresarial que vai permitir a empresa ser competitiva. (MARIACA, 2010). Assim, os empreendedores que buscam atuar na internet, com páginas no instagran e vendas por whatsapp, telegram entre outros meios digitais, devem planejar seus passos para não surgir frustrações com os desafios do comercio. Nesse contexto avalia se a seguinte discussão de pesquisa: Como atuam as empresas digitais em Feira de Santana-ba, durante a pandemia do corona vírus?

Isso posto, o objetivo geral do presente estudo é analisar de que forma atuam as empresas 100% digitais em Feira de Santana. Especificamente, busca-se: identificar a origem

do empreendedorismo, as motivações que levam a empreender digitalmente; quais os nichos de mercados dessas empresas e conhecer os desafios enfrentados por dois empreendedores.

As justificativas que levam a essa pesquisa são o atual cenário de pandemia global do corona vírus que despertou a necessidade de novas formas de comercialização, isso inclui as empresas veteranas com espaços físicos que tiveram que se adaptar e oferecer delivery ou simplesmente fecharam suas lojas para atuar somente digitalmente bem como as empresas digitais que surgiram ou aprimoraram seus serviços e conseguiram sobreviver no mercado, bem como a aptidão e visão empreendedora que faz surgir inovações tecnológicas e de métodos, novos negócios, que aumenta a competitividade no mercado e impulsiona a economia.

Segundo Guilherme Campos, diretor do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) de São Paulo “A pandemia acelerou a migração do negócio presencial para o remoto. Não houve saída diferente: quem ainda não utilizava o comércio digital teve de encontrar uma alternativa ao atendimento pessoal”. Cerca de 5,3 milhões de pequenos negócios tiveram mudança no modo de funcionar no Brasil, devido a pandemia do corona vírus o que equivale a 31% do total. Outras 10,1 milhões, ou 58,9%, fecharam temporariamente. (Sebrae, 2020). É importante traçar estratégias para engajar o público e assim tornar a empresa mais forte, para tanto é preciso alguns cuidados entre eles diversificar os canais foi fundamental para manter o funcionamento, implantando sistemas de entregas e canais de vendas online (IGNACZUK,2020).

Em Feira de Santana o comercio tradicional, adaptou-se aos decretos estaduais e municipais conforme eram alterados. As mudanças ocorreram desde o fechamento total das atividades não essenciais, escalonamento de dias e até a abertura total, por um período. Já no delivery as atividades continuaram, curiosamente não apenas serviços de alimentos, mas todos os setores usufruíram dessa forma de comercialização, algumas lojas de roupas, papelaria, utilidades domesticas entre outras, que não utilizavam esse serviço, passaram a oferecer. A atualização nas redes sociais foi constante, e foi perceptível a criação de canais diretos no WhatsApp havendo assim uma inovação na forma de interagir com os clientes, não só para vendas online, como também soluções de problemas e pagamentos. Isso vindo de lojas que antes só ofereciam esses serviços de forma presencial.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com o Inicio da industrialização em todo o mundo devido a primeira revolução industrial, surgiu no século XVII o empreendedorismo. Houve uma mudança no sistema

econômico e os empreendedores passaram a se diferenciar dos fornecedores de capital, os capitalistas. (COUTINHO, 2019). Segundo o site Iped:

Assim diferenciados, o empreendedor se confundia levemente com um administrador, a partir do ponto de vista econômico. Como um investidor, inovador e gestor, o empreendedor logo teve seu aspecto expandido no mercado de trabalho, tornando-se um profissional real, com intenções variadas e amplos planejamentos. Rumo ao sucesso de carreira, o empreendedor se fortaleceu em áreas diversas, tomando jovens e adultos numa jornada altamente inventiva e diferenciada.

“O nome ‘empreendedorismo’ vem da palavra ‘entrepreneur’ que significa ‘aquele que assume riscos e começa algo novo’, tendo sua origem em 1725” (SOUZA, 2021,online). Obviamente os nossos ancestrais tinham talento empreendedor, pois sabiam fazer grandes negócios e gerir recursos. As primeiras trocas comerciais foram na agricultura, logo depois surgiu a moeda e o resto é história. (SOUZA, 2021)

O conceito é amplo, mas está sempre ligado a inovação pois, criar ou melhorar algo é um diferencial e gera a expectativa de sucesso. Segundo Coutinho,2019 “Empreendedorismo é a capacidade e a disposição de identificar problemas e através da criatividade idealizar e colocar em prática soluções inovadoras. Essas soluções devem gerar mudanças a um nicho de mercado ou empreendimento”. Para o economista Joseph Schumpeter. “A essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios.”

O empreendedorismo surgiu no Brasil nos anos 90, com bastante força, durante a abertura da economia, pois houve entrada de fornecedores estrangeiros e começaram a controlar preços sendo uma forma importante para o país voltar a crescer, assim alguns setores que não conseguiram competir por falta de planejamento, tiveram problemas. (Portaleducação,2020)

Mesmo que de forma branda o empreendedorismo no Brasil, sempre existiu, mas foi no século XVII que o país começou a ser palco de grandes projetos empreendedores. A primeira revolução industrial trouxe demanda de infraestrutura de transporte e escoamento de mercadorias. Nesse contexto destacou-se o Irineu de Souza, conhecido como Barão de Mauá. (CONTEZINI,2016).

No final dos anos 90 o conceito de empreendedorismo se difundiu bastante no Brasil, esse interesse, pode ser explicado, por diversos fatores, já que, nos Estados Unidos, país, onde o capitalismo é forte, o termo entrepreneurship é uma referência há muitos anos, não sendo algo recente e desconhecido. No Brasil a necessidade de criação de empresas ou por

sobrevivência nos negócios, são sem dúvidas motivos para a popularidade do termo empreendedorismo. (DORNELLAS,2001)

Desde meados da década de 1980, o Brasil fez uma transição importante do regime militar autoritário para a democracia livre e globalizada, tornando-se o mais importante país empresarial da América Latina. Pesquisas de ciências econômicas e sociais sugerem uma associação entre aumento da atividade empresarial e desenvolvimento do país, isso em todas as áreas. Desde a Hiperinflação o caminho foi longo e difícil, até o reconhecimento internacional. O empreendedorismo será a razão para manter o país em crescimento. (CONTEZINI,2016).

O ato de criar um negócio que funcione na internet é o empreendedorismo digital. Com a popularização da internet e o grande número de usuários, esse espaço virtual, passou a representar uma possibilidade de negócios lucrativos e isso cresce exponencialmente. A realidade é que dá pra fazer o próprio horário, com um bom retorno financeiro esse é o presente e o futuro do mundo dos negócios, à medida que as pessoas se tornam cada vez mais dependentes de tecnologia e da conectividade. (MEUSUCESSO, 2014)

O modelo de ter um espaço apenas digital, tem ganhado força no mercado de trabalho, devido ao baixo custo de investimento, e flexibilização de horário. No entanto, a falta de contato do cliente com o produto diretamente, gera necessidade de ter atenção redobrada, ou seja, cuidado, de forma a ter muita disciplina. (CENCIARELLI,2019)

É um tipo de empreendedorismo que prioriza a tecnologia e a inovação, oferecendo soluções para problemas dos consumidores de maneira criativa com os recursos digitais como ponte até o cliente. (SBCOACHING,2021)

A internet se popularizou pelo mundo nos anos de 1990, que ficou conhecida como a década “boom da internet” o cientista, físico e professor britânico Tim Berners-Lee desenvolveu um navegador ou *browser*, a *World Wide Web* (www), a Rede Mundial de Computadores - Internet. (Diana,2018). É consenso que a rede mundial veio para facilitar a vida humana, contudo empreender digital tem suas vantagens e desvantagens, gerando um dilema para quem escolhe essa forma para trabalhar.

Negócios digitais nos leva a ideia de facilidade, mobilidade, custo reduzido, mas será que existem só benefícios? Segundo pesquisa da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico 33% das lojas e empresas online, fecham com menos de dois anos de existência, por falta de experiência administrativa e comercial. (CARVALHO,2020)

O mundo dos negócios na internet é bastante diversificado, podemos encontrar de tudo, desde roupas, alimentos, calçados e utilidades para o lar, até mesmo vendas mais complexas como carros e motos. Mas quando vamos para as pequenas empresas e os microempreendedores

digitais, vemos uma certa limitação nos nichos, justamente por demanda de custos menores a escolha por empreendimentos que tenham um produto de fácil transporte, como roupas e acessórios, além do ramo alimentício que já é tradicional.

Conforme dados da Statista, em 2018 1,8bilhão de pessoas compraram online, a projeção chega a 17,5% das vendas globais em 2021. Esse Crescimento é alinhado a diversos fatores entre eles a facilidade de criação da presença online, o alcance do digital, ampliação da internet e o custo reduzido (PASTEL,2021).

Estatísticas recentes apontam que 1 bilhão de pessoas usam o Instagram, 63% dos usuários fazem login diariamente em suas contas, evidenciando assim a força de popularidade dessa plataforma para os profissionais de marketing. É um ótimo lugar para os empreendedores. (UOL,2020). Se você é lojista online, de outras plataformas, sabe que precisa entrar no Instagram se quiser sobreviver, pois os seus concorrentes já estão lá. É necessário acompanhar as tendências que correm na rede social, como o reels, stories e lives, além de impulsionar publicação para ganhar likes e seguidores (MOHSIN,2020).

3 METODOLOGIA

Metodologia é a via que se utiliza para chegar a determinado objetivo, descrevendo com detalhes o que se utilizou para aplicar a pesquisa. De acordo com Bruyne, (1997, p.29) “a metodologia é a lógica dos procedimentos científicos em sua gênese e em seu desenvolvimento, não se reduz, portanto, a uma “metrologia” ou tecnologia da medida dos fatos científicos”.

A natureza da pesquisa diz respeito a finalidade, em que ela vai colaborar com a ciência. Desta forma quanto a natureza, pode ser básica, ou aplicada. Segundo Passos, (2019) a pesquisa básica também é conhecida como fundamental, ela gera o conhecimento científico sem que estes tenham aplicação prática, já a de natureza aplicada, tem objetivo de gerar conhecimento de aplicação prática para problemas específicos. Assim a presente pesquisa é de natureza básica, pois ela gera o conhecimento, trazendo informações importantes sobre o empreendedorismo digital. Quanto a abordagem ela é qualitativa, pois, tem caráter exploratório e subjetivo, com análise e interpretação de fenômenos que não podem ser analisados quantitativamente.

Objetivos da pesquisa é a intenção de onde se quer chegar, é a resposta de todo o trabalho. Segundo Passos, (2019) a pesquisa quanto aos objetivos pode ser exploratória, descritiva ou explicativa. A presente pesquisa é descritiva, pois, descreve um fenômeno e não

utiliza coleta de dados padronizados, o que caracterizaria a pesquisa exploratória. (Passos, 2019), assim ela apenas descreve os desafios de empreender digitalmente, na cidade de Feira de Santana.

O método é a forma como a pesquisa foi realizada, é o procedimento técnico. A presente pesquisa utiliza o Estudo de caso, pois examina fenômenos complexos de forma aprofundada. O estudo de caso ou case, é uma pesquisa ampla e profunda de um ou mais objetos de estudo, que vai gerar conhecimento amplo e detalhado sobre o tema.(PATEL,2020).

A presente pesquisa foi realizada na cidade de Feira de Santana-ba, que é a segunda maior cidade do estado da Bahia, e possui um comercio expressivo, com bastante força, por ser um entroncamento rodoviário, e possuir uma rede de cidades vizinhas. Segundo dados do IBGE(instituto brasileiro de geografia e estatística) a cidade possui uma população estimada em 2020 de 619.609, com um índice de IDHM (Índice de desenvolvimento humano municipal) de 0,712. IDH até 0,499 é de nível baixo, entre 0,0500 e 0,799 são considerados níveis médios e acima de 0,800 o desenvolvimento humano é considerado alto.

A empresa A trata-se de uma empresa criada em 2020, com o objetivos inicial de vendas online, apenas na cidade de Feira de Santana-ba, com o seu nicho de mercado, venda de terrários e mini jardins. É caracterizada como familiar, e microempreendedor, pois possui dois sócios com laços familiares e também é inovadora, já que apresenta o diferencial, a marca, o jeito de vender e a personalização do produto.

A empresa B, comercializa produtos de beleza e acessórios femininos. Atua 100% online, porém, já teve loja física, que fechou devido os custos. É caracterizada como individual, e microempreendedor, aposta em marcas menos populares e possui clientes fidelizados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Essa etapa é uma análise dos dados coletados, de forma qualitativas, transformando-os em uma conclusão do problema de pesquisa. As empresas pesquisadas surgiram ou se tornaram digitalmente durante a pandemia da corona vírus. A empresa A é de origem digital, surgiu em abril de 2020 e foi influenciada por outras empresas do setor, de outras cidades, tendo conhecimento virtualmente.

Para o empreendedor A, os custos reduzidos e a facilidade de abrir um negócio online, foram os principais motivos para começar. Nessa perspectiva sua ideia corrobora com Carvalho,2020 que esclarece que o custo é reduzido e não zero, mas que é uma vantagem do

empreendedorismo digital, os custos. Ainda segundo carvalho, (2020) “É necessário algum investimento para ficar mais profissional, mas é claro que são bem mais reduzidos do que o do espaço físico. Alguns dos gastos são adquirir um domínio...investir em uma boa plataforma de vendas, entre outros”. A empresa B é de origem física porém durante a pandemia migrou apenas para o digital. Para a empreendedora a facilidade de administrar o próprio horário é um diferencial e motivos para aderir a essa forma de empreender. Assim está de acordo com o pensamento de Cenciarelli,2019 que cita o baixo custo de investimento e a flexibilização de horário como motivos para o espaço digital ter ganhado força.

As empresas avaliadas são de nichos bem distintos uma da outra. A empresa A apostou no ramo de plantas, vendas de terrários e minijardins, atua com objetos orgânicos, inorgânicos, é um trabalho artístico, pois envolve, personalização e criação. A empresa B atua no ramo de produtos de beleza e acessórios femininos. Não personaliza nem fabrica os produtos é uma venda, porém, há um processo criativo na criação de combos, marketing e divulgação para chamar a atenção e ser um diferencial. Ambas atuam no Instagram e se encaixam no E-Commerce. Nesta hora, o pensamento nos remete, ao que foi dito por Mohsin(2020) que os lojistas se quiserem sobreviver precisam migrar para o Instagram e acompanhar as tendências da rede social.

Os desafios relatados pela empresa A, tem relação com a entrega e o pós-venda, pois a falta de contato inicial direto do cliente com o produto pode trazer transtornos, como troca, quebra de expectativa do cliente e insatisfação com a marca. A empresa também trabalha com vidro, para elaboração de terrários, assim é uma dificuldade a mais para embalagem e transporte, foi necessário tempo e experiência para executar a tarefa sem muitos problemas. A empresa B, enfrenta o desafio da concorrência, pois estar competitivo o tempo todo é desgastante e requer muita dedicação. Para GUIMARÃES,2018, por ter muita gente no digital, para fugir da crise, isso significa que você terá concorrência de todo país, por isso se destacar é a chave do sucesso, observar o mercado e as tendências, assim é possível obter vantagem competitiva e crescer.

5 CONCLUSÃO

O projeto tem como objetivo geral analisar de que forma atuam as empresas 100% digitais em Feira de Santana-BA, durante a pandemia do corona vírus. Percebe-se o movimento expansivo para o digital, e a necessidade de atualização constante. Assim é necessário destacar dois pontos.

O primeiro diz respeito, aos motivos de empreender digitalmente, pois está claro que além dos aspectos financeiros de baixo custo, a internet proporciona inovação e mesmo as grandes marcas estão fazendo essa migração. Os microempreendedores, utilizam de ferramentas gratuitas e se adaptam à medida que ganham experiência, o crescimento é gradativo a dedicação temporal. O segundo ponto, tem a ver com os desafios, visto que, eles traduzem a rotina na condução dos negócios, desde a exposição na rede até o pós-venda. Isso posto, podemos concluir que empreender não é tarefa fácil, e requer dedicação de tempo mesmo que tenha uma flexibilização, não há ausência, ou seja, o empreendedor vai ter que escolher um momento para se dedicar integralmente a tarefa. Para guimarães,2018 quem resolve apostar no digital deve ter em mente seu propósito, pois assim, haverá coragem para superação do empreendedorismo digital.

REFERÊNCIAS

GUIMARÃES, Vinucius. Empreendedorismo digital: conheça os desafios desse mercado. Escoladeecommerce,2018. Disponível em: <https://www.escoladeecommerce.com/artigos/empreendedorismo-digital-conheca-os-desafios-desse-mercado/> Acesso em : 20, de maio de 2021

PATEL, Neil. Estudo de Caso: O Que É, Exemplos e Como Fazer. Neilpatel.com,2020. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/como-fazer-um-estudo-de-caso/>. Acesso em : 17/06/2021

PATEL, Neil. Estudo de Caso: O Que É, Exemplos e Como Fazer. Neilpatel.com,2020. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/negocios-online/>. Acesso em : 10/06/2021

PATEL, Neil. Estudo de Caso: O Que É, Exemplos e Como Fazer. Neilpatel.com, 2020. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/plataformas-digitais/>. Acesso em : 17/06/2021

MOHSIN, Maryam. 10 Estatísticas do instagram que todo empreendedor precisa conhecer em 2021. Oberlo.com, 2021. Disponível em: <https://www.oberlo.com.br/blog/estatisticas-instagram>. Acesso em: 15 de junho de 2021.

6 vantagens do Instagram para promover seus negócios. Uol.com, 2020. Disponível em: <https://meunegocio.uol.com.br/blog/6-vantagens-do-instagram-para-promover-seus-negocios/> . Acessado em: 15 de junho de 2021

GUIMARÃES, VINUCIUS. 7 CARACTERÍSTICAS QUE TODO EMPREENDEDOR DIGITAL DEVE TER ESCOLADEECOMMERCE, 2018. Disponível em: <https://www.escoladeecommerce.com/artigos/7-caracteristicas-empendedor-digital/> Acesso em: 22, de maio de 2021

ROCHA, HUGO. 12 IDEIAS DE NEGÓCIOS ONLINE PARA COMEÇAR A EMPREENDER ESSE ANO. KCLICKPAGES.COM, 2013 . Disponível em: [HTTPS://KCLICKPAGES.COM.BR/BLOG/12-IDEIAS-DE-NEGOCIOS-ONLINE/](https://klickpages.com.br/blog/12-ideias-de-negocios-online/) ACESSADO EM: 22 DE MAIO DE 2021

CORTES, ANDREA. NEGÓCIO DIGITAL: O QUE É E PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO MERCADO ONLINE. REMESSAONLINE.COM, 2021. Disponível em: https://www.remissaonline.com.br/blog/negocio-digital/?utm_id=8625638102&matchtype=b&placement=&adgroupid=87163560379&loc_interest_ms=&loc_physical_ms=1001521&network=g&target=&adposition=&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=RM_Search_Desk_DS_A_Blog_PF&utm_term=&utm_content=524013745596&gclid=EAlaIQobChMllv2dmciL8QIVUPvICh1nMwg1EAAYBCAAEgJGWfD_BwE. Acessado em: 25 de maio de 2021

DIANA, Daniela. História da Internet. Todamateria.com, 2018. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/historia-da-internet/>. Acessado em: 18 de maio de 2021.

CARVALHO, Karine. Conheça as vantagens e desvantagens do empreendedorismo digital. Stegia.com, 2020. Disponível em <https://stegia.com.br/blogs/stegia/conheca-as-vantagens-e-desvantagens-do-empreendedorismo-digital>. Acessado em: 10 de junho de 2021.

CENCIARELLI, Carolina. As vantagens do empreendedorismo digital. Canaldoensino.com. Disponível em: <https://canaldoensino.com.br/blog/as-vantagens-do-empreendedorismo-digital>. Acessado em: 15 de junho de 2021

Empreendedorismo digital: o que é, como funciona e como começar. Sbcoaching.com, 2021. Disponível em: <https://www.sbcoaching.com.br/empreendedorismo-digital/>. Acessado em: 20 de maio de 2021

CONTEZINI, Diego. Conheça a história do empreendedorismo no Brasil. Blogasas.com, 2016. Disponível em: <https://blog.asaas.com/conheca-a-historia-do-empreendedorismo-no-brasil/>. Acessado em: 20 de maio de 2021.

Empreendedorismo digital, conceitos e definições. Meusuccesso.com, 2014. Disponível em: <https://meusuccesso.com/artigos/empreendedorismo/empreendedorismo-digital-conceitos-e-definicoes-115/>. Acessado em: 22 de maio de 2021.

SOUZA, Ivan. Conheça a história do empreendedorismo e como ele revolucionou o mundo dos negócios. Rockcontent.com, 2021. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/historia-do-empreendedorismo/>. Acessado em 23 de maio de 2021.

BRUYNE, Paul de; HERMAN, Jacques; SCHOUTHEETE, Marc de. Dinâmica da Pesquisa em ciências sociais. Trad. Ruth Joffily. 2 ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves 1977.

COUTINHO, Thiago. Como surgiu o empreendedorismo e 6 formas de ser um empreendedor. Voitto.com, 2019. Disponível em: <https://WWW.VOITTO.COM.BR/BLOG/ARTIGO/EMPREENDEDORISMO-O-QUE-E>. ACESSADO EM: 25 DE MAIO DE 2021.

IGNACKZUK, Carolina. Como as empresas estão lidando com o coronavírus. Movidesk.com, 2020. Disponível em: <https://conteudo.movidesk.com/como-as-empresas-estao-lidando-com-o-coronavirus/>. Acessado em 25 de maio de 2021.
O que é uma startup. Seabrae.com, 2014. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-uma-startup,6979b2a178c83410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acessado em: 22 de maio de 2021.

BICUDO, Lucas. O que é uma startup. Appstartse.com, 2021. Disponível em: <https://app.startse.com/artigos/o-que-e-uma-startup>. Acessado em 20 de maio de 2021.

Negócios digitais. Docusign.com, 2018. Disponível em: <https://www.docusign.com.br/blog/negocios-digitais-2>. Acessado em: 20 de maio de 2021.

FONSECA, MARIANA. Afinal, o que significa transformação digital?

. Exame.com, 2018. Disponível em: <https://exame.com/videos/dicas-para-empresendedores/afinal-o-que-significa-transformacao-digital/>. Acessado em 22 de maio de 2021

MARIACA, Marcelo. Os Desafios da nova era da competitividade. Administradores.com, 2010. Disponível em: <https://administradores.com.br/noticias/os-desafios-da-nova-era-da-competitividade>. Acessado em: 20 de maio de 2021

A história do empreendedorismo. Portaleducacao.com, 2020. Disponível em: <HTTPS://SITEANTIGO.PORTALEDUCACAO.COM.BR/CONTEUDO/ARTIGOS/ADMINISTRACAO/A-HISTORIA-DO-EMPREENDEDORISMO/48798>. ACESSADO EM 25 DE MAIO DE 2021.