



EMPREENDEDORISMO DIGITAL: SUAS CONTRIBUIÇÕES NO ÂMBITO ECONÔMICO E SOCIAL

DIGITAL ENTREPRENEURSHIP: ITS ECONOMIC AND SOCIAL CONTRIBUTIONS

Aline Aparecida Sousa OLIVEIRA¹
Rosário Ribeiro de QUEIROZ NETO²
Jusceni de Fátima Aparecida QUEIROZ³
Silvana DUARTE⁴

RESUMO

O empreendedorismo digital surgiu como consequência da disseminação da internet, de forma que as empresas passaram a buscar novas oportunidades através dela para obter lucro e melhoria na qualidade de vida. Deste modo, o estudo objetiva analisar as contribuições do empreendedorismo digital para a economia e sociedade, fazendo uma análise das vantagens e oportunidades oferecidas pela internet para um empreendimento, além de ações voltadas para o bem-estar social. Para tanto, foi utilizada como metodologia a pesquisa bibliográfica, para se obter embasamento teórico nas considerações obtidas. Ao fim da pesquisa pôde-se considerar que o empreendedorismo digital tem significativa contribuição para o âmbito econômico e social, pois promove o crescimento econômico através da geração de empregos que eleva a renda da sociedade e, conseqüentemente, promove o desenvolvimento econômico e social melhorando as condições sociais.

Palavras-chave: Empreendedorismo digital. Crescimento econômico. Desenvolvimento econômico.

ABSTRACT

Digital entrepreneurship emerged as a consequence of the spread of the internet, so that companies started to seek new opportunities through it to obtain profit and improvement in quality of life. Thus, the study aims to analyze the contributions of digital entrepreneurship to the economy and society, making an analysis of the advantages and opportunities offered by the internet for a venture, as well as actions aimed at social well-being. For this, the bibliographical research was used as methodology, to obtain theoretical basis in the obtained observations. At the end of the research it was possible to consider that digital entrepreneurship has a significant contribution to the economic and social sphere, as it promotes economic

¹Graduanda em Administração, Faculdade Aldete Maria Alves/FAMA, Iturama/MG. aline_oliveira53@hotmail.com

² Graduando em Administração, Faculdade Aldete Maria Alves/FAMA, Iturama/MG. rosarionetosi@gmail.com

³ Especialista/Jusceni de Fátima Aparecida Queiroz. Docente da Faculdade Aldete Maria Alves/FAMA, Iturama/MG. japarecida@fazenda.ms.gov.br

⁴ Pós Doutora/Silvana Duarte. Docente da UFMS Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande/MS. silvana.duarte@ufms.br

growth through the generation of jobs that raise the income of society and consequently promotes economic development, improving social conditions.

Keywords: Digital Entrepreneurship. Economic growth. Economic development.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é caracterizado como algo inovador, capaz de transformar produtos e serviços em fomento para a obtenção de lucro, ~~onde~~ em que o empreendedor conforme, afirma Dornelas (2015), assume o papel de agente de mudanças, assumindo riscos e enxergando oportunidades onde ninguém havia visto antes.

No atual cenário em que vivemos a busca por comodidade e flexibilidade é cada vez maior. Pessoas buscam meios pelos quais possam realizar tarefas rotineiras como compras, leituras, pagamentos, entre outras, de forma rápida e segura sem precisar sair de casa. Com isso, surgiu a ideia de se empreender digitalmente.

O empreendedorismo digital busca a visualização de oportunidades de negócios, onde existe uma busca incessante por inovações, assumindo riscos calculados com a intenção de obter renda, reconhecimento e crescimento no mercado.

Assim, a pesquisa teve como objetivo analisar as contribuições do empreendedorismo digital para a economia e sociedade, buscando encontrar aspectos positivos tanto para o empreendedor, quanto para a sociedade em geral.

O presente artigo pautou-se no delineamento da pesquisa bibliográfica, a qual “[...] é desenvolvida a partir do material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos” (GIL, 1991, p. 48).

O estudo foi conduzido da seguinte maneira: delineamento da pesquisa (elaboração do elemento metodológico estruturante do trabalho) e coleta e organização de dados. A categorização da pesquisa foi exploratório-descritiva, que se justifica pelas atividades previstas na consecução dos objetivos enunciados, os quais compreenderam o apanhamento de abordagens analisadas.

Os objetivos exigiram necessariamente a análise sistemática das leituras apresentadas pelos autores revisados, com os objetivos principais de identificar e compor o eixo estruturante do trabalho (grade de revisão e construto).

Para tanto, o artigo está dividido em três seções fundamentais: a primeira descreve e analisa o empreendedorismo e o perfil do empreendedor. Em seguida, contextualiza

oportunidades do empreendedorismo. Por fim, são apresentadas algumas ações empreendedoras voltadas para o bem-estar social.

2 O EMPREENDEDORISMO E O PERFIL DO EMPREENDEDOR

Schumpeter (1961) associa o empreendedorismo à inovação da tecnologia, ressaltando que o mesmo se dá através da criação de novos bens e serviços, colocando o empreendedor como um agente de mudanças, que contribui tanto para o crescimento quanto para o desenvolvimento econômico.

“Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal” (SEBRAE, 2007, p. 15).

Conjuntamente a visão de uma abordagem econômica, Shane e Venkataraman (2000) ressaltam que o empreendedorismo objetiva compreender o surgimento de oportunidades e a partir delas idealizar algo novo.

O empreendedorismo abrange outros fatores além da inovação e da abertura de novas empresas, tais como: geração de auto emprego (trabalhador autônomo); empreendedorismo comunitário (como as comunidades empreendem); intra-empreendedorismo (o empregado empreendedor) e políticas públicas (políticas governamentais para o setor) (GOMES, 2003).

Dornelas (2015) ressalta que o mundo está se revolucionando rapidamente, em virtude das várias invenções que mudaram a forma de viver das pessoas. Invenções essas que advieram de algo nunca visto, ou da inovação de algo já existente e que foram criadas por pessoas que possuem características notáveis, que arriscam sem medo, tem uma visão do futuro, enxergam oportunidades onde ninguém mais enxergou. A essas pessoas que são apaixonadas pelo que fazem, foi atribuído o nome de empreendedor.

“O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais” (SCHUMPETER, 1949 *apud* DORNELAS, 2015, p. 28).

Maximiano (2006) enfatiza que empreendedores estão associados a indivíduos realizadores, que estão dispostos a correrem riscos em busca de iniciarem suas empresas. O empreendedor não precisa nascer possuindo estas características, podendo adquiri-las ao longo do tempo, de acordo com as situações vivenciadas (DOLABELLA, 1999).

2.1 O empreendedorismo digital

A internet surgiu na década de 1960, criada com objetivos militares, no intuito de manter as comunicações em casos de ataques que destruíssem os meios convencionais de telecomunicações.

Limeira (2007) descreve a internet como uma rede interconectada e também como uma rede mundial de computadores, que são interligados por cabos ou sem fio (*wireless*), o que possibilita a interação entre pessoas do mundo todo de forma rápida e com custos baixos.

Monteiro (2001) destaca que no Brasil a internet teve uma maior expressão na década de 1990, devido a incentivos dos ministérios das comunicações, ciência, tecnologia e inovação e também do governo federal. Chiavenato (2008) ressalta que a internet fez uma revolução, principalmente no mundo dos negócios, onde empresas podem colocar seus produtos e serviços à disposição dos consumidores a qualquer hora e em qualquer lugar do mundo. A internet possui papel fundamental no processo de criação de empresas no ambiente digital. Sem ela, não seria possível empreender digitalmente.

Fagundes (2004) afirma que o comércio eletrônico abriga vários tipos de atividades econômicas, fazendo com que aumente essa modalidade de negócio. Acredita-se que com o barateamento da infraestrutura de telecomunicações o modo digital de fazer negócios expandiu-se.

Os negócios via internet estão entre os setores organizacionais que mais atraem futuros empreendedores. Uma das causas mais relevantes é a de que o investimento é relativamente baixo se comparado ao de uma empresa física. Em contrapartida, é necessário estar sempre atento aos concorrentes, uma vez que na internet a concorrência é muito maior (DEGEN, 2009).

A maior consequência do crescimento acelerado da internet foi o empreendedorismo digital, o qual ocorre quando o empreendedor busca novas oportunidades pela internet. Dessa forma, é através dos meios digitais que ele obtém seu lucro (CAETANO, 2014).

Gomes (2003) ressalta que com a migração das empresas para a internet, a maneira de se fazer negócios mudou, levando os empreendedores a se adaptarem ao ambiente virtual. Agora na internet eles são chamados de “e-empendedor”, “web-empendedor” e “empendedor virtual”.

Graças aos baixos custos na infraestrutura das telecomunicações, empreender digitalmente tornou-se altamente rentável, além de abrir espaço às micro e pequenas empresas para terem seus produtos e serviços reconhecidos pelo mundo todo. O “empendedor virtual”,

além de possuir as características inerentes ao empreendedor tradicional, também necessita estar atualizado e ter domínio das tecnologias, bem como estar atento aos desejos e necessidades de seus clientes e procurar satisfazê-los de maneira eficiente, por meio da tecnologia da informação (PEREIRA; BERNARDO, 2016).

2.2 Vantagens econômicas e sociais do empreendedorismo digital

No decorrer das décadas o empreendedorismo tem desempenhado um importante papel no crescimento econômico, visto que é responsável pelo aumento significativo de produtos e serviços disponibilizados no mercado, além de gerar um grande número de empregos (ROLDÃO; MONTE-MOR; TARDIN, 2018).

A partir do crescimento econômico, ocorre o desenvolvimento econômico, o qual é mais abrangente, pois leva em consideração a estrutura econômica e social de uma determinada região, enquanto o crescimento econômico leva em consideração apenas a renda per capita (PEREIRA, 1962).

Crescimento e desenvolvimento econômico andam juntos também no empreendedorismo, uma vez que há aumento do Produto Interno Bruto (PIB), as pessoas passam a ter maiores chances de melhorarem suas condições sociais. Empreendedores também podem contribuir com o desenvolvimento social, através de ações voltadas para o bem-estar da sociedade.

Com a disseminação da internet, empreender digitalmente é uma grande vantagem econômica, visto que através da internet é possível comercializar seus produtos e serviços em qualquer lugar do mundo com custos menores, do que os de um empreendimento físico.

“O comércio eletrônico através da internet é o ramo de atividade econômica que mais cresce no mundo” (FAGUNDES, 2004, p. 24). Neste ambiente virtual, tanto pequenas quanto médias e grandes empresas podem divulgar seus produtos e serviços e assim se consolidarem na rede mundial de computadores.

Além de vantagens econômicas, o empreendedorismo digital aliado ao empreendedorismo social, pode também contribuir com a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Para Najberg *et al.* (2018), empreendedorismo social designa a criação de oportunidades para a sociedade. Este empreendedor tem como objetivo solucionar problemas sociais, de curto, médio e longo prazo, como retirar pessoas que estão em situação de risco

social e ajudá-las a superar suas dificuldades, o que causa impacto direto sobre o crescimento e desenvolvimento econômico.

Kohn e Moraes (2007) caracterizam que há algum tempo a tecnologia era vista como algo de outro mundo, ou algo ainda distante da realidade. No entanto, o ciclo de implantação de novas tecnologias é cada vez mais acelerado, com mudanças importantes num curto espaço de tempo. Ainda de acordo com os autores os resultados desse processo são evidentes, sendo que essas transformações mudaram o cenário social na busca pela melhoria e pela facilitação da vida e das práticas dos indivíduos.

Castells (1999) defende que a revolução tecnológica institucionaliza o que é a sociedade hoje; com base nas informações transformou o pensar, o produzir, o negociar, o comunicar, viver, morrer, fazer guerra e fazer amor, demonstrando configurações monumentais que procederam e influenciaram a era da informação e do digital.

De acordo com Lévy (2010), a tecnologia modifica proximidades e práticas, isto é, o espaço pertinente para as comunidades humanas. O virtual traz benefícios para a sociedade, desde que as novas formas de se comunicar sejam usadas com um mínimo senso.

O empreendedorismo digital aliado ao empreendedorismo social busca proporcionar a inclusão digital de todas as classes econômicas, possibilitando que todas as pessoas sejam capazes de ter acesso à internet (OLIVEIRA; ROCHA; PINTO, 2009). Dessa forma, a vantagem do empreendedorismo digital para a sociedade é oferecer por meio da internet produtos e serviços com preços acessíveis, possibilitando que os indivíduos sejam inseridos na economia de forma igualitária.

3 OPORTUNIDADES DO EMPREENDEDORISMO DIGITAL

Através da internet é possível criar uma vitrine de uma empresa para o mundo todo, onde qualquer pessoa poderá visualizar seus produtos e serviços, independente de que ela seja uma microempresa ou uma multinacional.

Uma das vantagens de se ter acesso ao meio digital é que através da internet, os clientes podem ter acesso as mais variadas opções, além de poderem pesquisar e comparar preços e atributos de uma empresa para a outra, e assim poder escolher a melhor opção. Sendo assim, o empreendedor que deseja ingressar no meio digital deve ter em mente que precisa assumir riscos para obter vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes (PEREIRA; BERNARDO, 2016).

Como Tomaz (2001) ressalta, embora o número de empreendedores tenha crescido significativamente, algumas barreiras como dificuldades em se obter crédito, maiores níveis de instrução e a falta de apoio às empresas tem sido motivo para que alguns empreendimentos não obtenham sucesso.

Entretanto, muitas empresas estão aderindo ao meio digital para se relacionarem com seus fornecedores e clientes de maneira mais eficaz. Não só as empresas que estão surgindo agora, como também as empresas tradicionais enxergaram na internet uma maneira rentável e eficiente de vender seus produtos e serviços e negociar com seus fornecedores.

“As empresas que terão sucesso na próxima década serão aquelas que utilizam ferramentas digitais para reinventar sua maneira de trabalhar. Essas empresas tomarão decisões com rapidez, atuarão com eficácia e irão atingir direta e positivamente seus clientes” (GATES, 1999).

O comportamento dos consumidores mudou e fez com que as empresas também mudassem. Não basta mais somente vender, é necessário estabelecer um relacionamento com seu cliente, entender seu comportamento e utilizá-lo de maneira eficaz. Através da internet é possível realizar essas tarefas de maneira rápida e detalhada, conquistando assim um maior número de clientes e aumentando a possibilidade de fidelizá-los.

Com o crescimento impressionante das redes sociais como Facebook e Instagram, as empresas passaram a enxergar nesses canais uma grande oportunidade de se aproximar de seus clientes de uma forma rápida e barata. Conforme afirmam Vieira e Pelissari (2018), as redes sociais se tornaram uma grande aliada dos empreendedores que desejam elaborar suas estratégias conforme o perfil de seus clientes, pois na internet as pessoas costumam fornecer “gratuitamente” informações preciosas como suas preferências e hábitos.

Diante destes fatos, o empreendedor passou a enxergar no meio digital oportunidades rentáveis para seu negócio. Os consumidores preferem comprar no conforto de sua casa, podendo comparar produtos e serviços das mais variadas empresas com apenas um clique.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (2009), as pessoas passam até três vezes mais tempo na internet do que assistindo TV, por exemplo. Consequentemente, os números de compras realizadas pela internet aumentaram consideravelmente.

Visto que os consumidores passaram a ter maior liberdade em suas compras, os empreendedores também passaram a ter em seus negócios. Picinini (2018) afirma que através

do empreendedorismo digital é possível ganhar dinheiro em qualquer lugar e em qualquer horário.

As oportunidades do meio digital não são somente para as empresas que estão começando agora, mas também para aquelas que já estão há bastante tempo no mercado e que desejarem se expandir para a internet. Ferris (2008) aponta como oportunidades a liberdade de se trabalhar em algo que realmente seja satisfatório e ter flexibilidade na jornada de trabalho.

Com sua empresa conectada à internet, o empreendedor pode geri-la de qualquer lugar do mundo, até mesmo no conforto de sua casa, tendo a liberdade de decidir quanto tempo quer trabalhar durante o seu dia. Sem contar que não será necessário enfrentar o trânsito para chegar a sua empresa e assim terá mais tempo tanto para se dedicar a ela, quanto para tirar um tempo livre.

Cintra (2010) cita como oportunidades do empreendedorismo digital os custos menores, uma vez que não é necessário se ter muitos funcionários ou até mesmo nenhum, além da competitividade igualitária entre pequenas, médias e grandes empresas. Outra oportunidade é a eficiência na divulgação de seus produtos e serviços, pois através da internet é possível divulgá-los de forma abrangente, conquistando assim um maior número de clientes.

4 AÇÕES EMPREENDEDORAS VOLTADAS PARA O BEM-ESTAR SOCIAL

É cada vez mais comum a prática do empreendedorismo social nas empresas, as quais o incorporam em sua missão a fim de contribuir com o desenvolvimento e bem-estar da sociedade. Capolari (2018) destaca o empreendedorismo como um processo capaz de criar algo inovador e de valor, o qual possui o empreendedor como principal responsável pelo desenvolvimento econômico e social em um país.

Dornelas (2007) caracteriza o empreendedor social como aquele que visa proporcionar um mundo mais favorável às pessoas. É também aquele que luta por causas humanitárias e tem o desejo de mudar o mundo, de forma a proporcionar oportunidades a quem é menos favorecido. Este também visa solucionar problemas sociais como a prostituição infantil, a violência, criminalidade, ausência de atendimento médico básico, dentre outras mazelas que afetam milhares de pessoas.

O empreendedor social é visto como um agente de mudanças, pois procura preencher as lacunas de desigualdade na sociedade, as quais deveriam ser cuidadas pelo Estado. Não pensa somente no seu bem-estar, mas também no daqueles que se encontram em situação de

desigualdade, oferecendo-lhes capacitação através da educação e oportunidade de serem inseridos no mercado de trabalho, de forma a melhorar sua qualidade de vida (ITELVINO *et al.*, 2018).

Um empreendimento social busca integrar a criação de valor econômico com o social, utilizando-se da estrutura organizacional. Além de cumprir com os objetivos sociais, deve também obter lucro, uma vez que não se trata de uma organização filantrópica (YUNUS, 2010).

Com o crescimento intensivo da internet, é cada vez mais fácil disseminar ações voltadas para o bem-estar social. Dessa forma, empresas têm buscado na rede mundial de computadores apoio a essas ações seja por clientes, fornecedores ou acionistas. Abaixo, serão listados alguns exemplos de empresas que contribuem para o bem-estar social (REDE GLOBO, 2013).

MAPINGUARI DESIGN: escritório com foco no design estratégico que atua na Amazônia tem parcerias com associações e comunidades ribeirinhas, de modo a incluí-los em seus projetos, aumentando assim a chance dessas comunidades terem maior inserção no mercado.

NEURÔNIO/SATOR: empresa que começou ainda na faculdade de Administração, atualmente se uniu a uma empresa de organização de eventos, com o objetivo de engajar empresas que também visem o bem-estar social, de modo a contribuir para que essas empresas obtenham renda e possam investir em projetos sociais.

VALE ENCANTADO: um projeto de ecoturismo nas montanhas do Alto da Boa Vista que surgiu após o fim de uma extração de granito. Sem oportunidades de emprego e com a preservação ambiental comprometida, a comunidade decidiu se mobilizar e ir em busca de melhorias para o desenvolvimento econômico e social do local.

Foi quando em 2005, surgiu o ecoturismo no Vale Encantado. Juntamente com o apoio de uma ONG (Organização Não Governamental), os moradores se uniram e consolidaram uma cooperativa que oferta turismo ecológico, além de um restaurante onde os próprios moradores o gerencia. Com isso, a comunidade obtém renda, além de fomentar o empreendedorismo social e promover o desenvolvimento sustentável.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da pesquisa bibliográfica realizada buscou-se analisar as contribuições do empreendedorismo digital no âmbito econômico e social.

Desta forma foi feito um embasamento teórico a fim de caracterizar o empreendedorismo digital e o perfil do empreendedor, além de mensurar vantagens econômicas e sociais do empreendedorismo digital, bem como as oportunidades oferecidas por ele e ações empreendedoras que contribuem para o bem-estar social.

Concluiu-se que o empreendedorismo digital vem ganhando espaço e se tornando cada vez mais uma opção altamente rentável para aqueles que desejam iniciar ou expandir seu próprio negócio, pois além de oferecer custos menores, também possibilita que seus produtos e serviços sejam ofertados em qualquer lugar do mundo.

Foram identificadas oportunidades de se ter um negócio digital como a facilidade de acesso dos consumidores a sua empresa, de maneira que possam escolher no conforto de sua casa a melhor opção. Também foi identificada a oportunidade de manter um relacionamento melhor com o cliente, pois através das redes sociais é possível se aproximar mais facilmente de seus clientes ofertando-lhes produtos e serviços de acordo com seu perfil e com um custo bem menor do que se utilizando os meios tradicionais.

O empreendedorismo digital também se mostra muito oportuno para o empreendedor que deseja ter flexibilidade, pois com sua empresa conectada à internet, poderá administrá-la a qualquer hora e em qualquer lugar, podendo assim trabalhar no conforto de sua casa e ajustando sua jornada de trabalho de acordo com suas necessidades.

Além disso, o empreendedorismo digital aliado ao social fomenta a melhoria da qualidade de vida da sociedade, uma vez que proporciona a inclusão digital e também a inserção do indivíduo no mercado, através de ações empreendedoras voltadas para o bem-estar da sociedade.

Portanto, é possível considerar que o empreendedorismo digital tem significativa contribuição tanto para a economia quanto para a sociedade, pois além de promover o crescimento econômico também promove o desenvolvimento social.

REFERÊNCIAS

CAETANO, R. **O gigante crescimento do empreendedorismo digital**. 2014. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/o-gigante-crescimento-do-empreendedorismo-digital/80213/>. Acesso em: 04 maio 2018.

CAPOLARI, R. Empreendedorismo e negócios sociais: o caso do Escritório de Projetos da Universidade Estadual de Santa Cruz. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 7, n. 2, p. 169-181, 2018. Disponível em:

<http://www.spell.org.br/documentos/ver/51076/empreendedorismo-e-negocios-sociais--o-caso-do-escritorio-de-projetos-da-universidade-estadual-de-santa-cruz/i/pt-br>. Acesso em: 05 nov. 2018.

CASTELLS, M. **La Era de la información**: economía, sociedad y cultura. México: Siglo Veintiuno, 1999.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2008.

CINTRA, F. C. Marketing Digital: a era da tecnologia on-line. **Investigação**, v. 10, n. 1, p. 6-12, 2010. Disponível em:
<http://publicacoes.unifran.br/index.php/investigacao/article/view/147>. Acesso em: 24 out. 2018.

DEGEN, R. J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DOLABELLA, F. **O segredo de Luiza**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

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

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

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

FERRIS, T. **Trabalhe 4 horas por semana**. São Paulo: Planeta do Brasil, 2008. Disponível em:
http://www.projeto.camisetafeitadepet.com.br/imagens/banco_imagem_livros/91_livro_site.pdf. Acesso em: 05 nov. 2018.

GATES, B. **A empresa na velocidade do pensamento**: como um sistema nervoso digital. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GOMES, R. C. O. Empreendedor X e-empendedor. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 2, n. 1, p. 0-0, 2003. Disponível em:
<http://www.spell.org.br/documentos/ver/25407/empreendedor-x-e-empendedor>. Acesso em: 20 ago. 2018.

ITELVINO, L. S. *et al.* Formação do empreendedor social e a educação forma e não formal: um estudo a partir de narrativas de história de vida. **Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação**, v. 26, n. 99, p. 471-50, 2018. Disponível em:
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-40362018000200471&lang=pt. Acesso em: 05 nov. 2018.

KOHN, K.; MORAES, C. H. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. *In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 30., 2007, Santos. **Anais eletrônicos**. Santos: Intercom, 2007. p. 1-13.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência**. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

LIMEIRA, T. M. V. **E-marketing: o marketing na internet com casos brasileiros**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para Empreendedores**. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

MONTEIRO, L. A Internet como meio de comunicação: possibilidades e limitações. *In: XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DA COMUNICAÇÃO*, 24., 2001, Campo Grande/MS. **Anais eletrônicos**. Campo Grande/MS, 2001. p. 27-37.

NAJBERG, E.; CARVALHO, J. B.; FERREIRA, V. R. S.; FREITAG, M. S. B. Análise e caracterização dos casos vencedores do Prêmio Empreendedor Social - de 2005 a 2017. **Gestão e Sociedade**, v. 12, n. 32, p. 2257-2286, 2018.

OLIVEIRA, D. M.; ROCHA, M. C. L.; PINTO, F. R. Empreendedorismo Social com Inclusão Digital: o caso Pirambu Digital. **Análise**, v. 20, n. 2, p. 20-33, 2009. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/face/article/view/3582/5077>. Acesso em: 06 maio 2015.

PEREIRA, J. A.; BERNARDO, A. Empreendedorismo Digital Estudo do Projeto Negócios Digitais Realizado pelo Sebrae-PR em Maringá. **Desenvolvimento em Questão**, v. 14, n. 37, p. 293-327, 2016. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/43365/empreendedorismo-digital-estudo-do-projeto-negocios-digitais-realizado-pelo-sebrae-pr-em-maringa>. Acesso em: 04 maio 2018.

PEREIRA, L. C. B. Desenvolvimento econômico e o empresário. **Revista de Administração de Empresas**, v. 2, n. 4, p. 79-91, 1962. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v2n4/v2n4a05.pdf>. Acesso em: 10 set. 2018.

PICININI, B. M. **O manual do empreendedor digital**. 2018. Disponível em: <https://www.empreendedor-digital.com/manual/download>. Acesso em: 18 out. 2018.

REDE GLOBO. **Empresas não buscam apenas lucro, mas também o bem-estar social**. Rede Globo, 2013. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/acao/noticia/2012/11/empresas-nao-buscam-apenas-o-lucro-mas-tambem-o-bem-estar-social.html>. Acesso em: 05 nov. 2018.

ROLDÃO, T; MONTE-MOR, D. S; TARDIN, N. A influência da recessão econômica na interação de empreender: Uma análise cross-country baseada na crise de subprime. **Revista Organizações & Sociedade**, v. 25, n. 85, 2018. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/49203/a-influencia-da-recessao-economica-na-intencao-de-empreender-uma-analise-cross-country-baseada-na-crise-do-subprime>. Acesso em: 05 maio 2018.

SCHUMPETER, J.A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961. Disponível em: http://www.ie.ufrj.br/intranet/ie/userintranet/hpp/arquivos/100820171042_SchumpeterCapitalismoSocialismoDemocracia.pdf. Acesso em: 15 ago. 2018.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2007.

SEBRAE. **Empreendedorismo Digital**: Algumas boas perguntas para sua reflexão. 2009. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/47D4BCB49B5EE0CB8325768F006C7FE0/\\$File/NT00042F1A.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/47D4BCB49B5EE0CB8325768F006C7FE0/$File/NT00042F1A.pdf). Acesso em: 18 out. 2018.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000. Disponível em: <https://entrepreneurscommunicate.pbworks.com/f/Shane%2520%252B%2520Venkat%2520-%2520Ent%2520as%2520field.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2018.

TOMAZ, E. **E-empendedor**: o portal do empreendedor digital. 2001. 143 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/79524>. Acesso em: 11 out. 2018.

VIEIRA, V. A.; PELISSARI, A. S. Marketing de Relacionamento: Utilizando o Facebook como Ferramenta Estratégica. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 18, n. 3, p. 119-140, 2018. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/50695/marketing-de-relacionamento--utilizando-o-facebook-como-ferramenta-estrategica>. Acesso em: 12 out. 2018.

YUNUS, M. **Criando um negócio social**: como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Recebido em: 27 de fevereiro de 2019

Aceito em: 11 de abril de 2019