

COCRIAÇÃO DE VALOR E EMPREENDEDORISMO DIGITAL: REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

VALUE COCREATION AND DIGITAL ENTREPREUNERUSHIP: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

NAICHE VAN DER POEL

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

BENNY KRAMER COSTA

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

LUÍS FÁBIO CAVALCANTI DA SILVA

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

EDMILSON DE OLIVEIRA LIMA

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Este trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES).

COCRIAÇÃO DE VALOR E EMPREENDEDORISMO DIGITAL: REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

Objetivo do estudo

O objetivo principal do presente artigo é explicar as relações conceituais existentes entre a cocriação de valor e o empreendedorismo digital, a partir de uma Revisão Sistemática da Literatura.

Relevância/originalidade

Trabalho inédito sobre a relação teórica entre cocriação de valor e empreendedorismo digital, contribuindo para gestores de empresas e empreendedores, enumerando ações, práticas e achados em geral para gestão e estratégia dos seus empreendimentos.

Metodologia/abordagem

Revisão sistemática da literatura (RSL) sobre 135 artigos selecionados da base Web of Science (WoS).

Principais resultados

Os resultados indicam que há forte ligação entre os construtos em diversos modelos de negócios, geografias, setores da economia e tipos de empresas, nos segmentos público ou privado.

Contribuições teóricas/metodológicas

Identificação de cinco elementos que evidenciam a conexão: 1) Inovação e empreendedorismo digital 2) Performance das organizações; 3) Cocriação de valor entre stakeholders; 4) Estratégica e gestão voltadas para a inovação digital; 5) Colaboração e aprendizagem.

Contribuições sociais/para a gestão

Descrição de: formatos de negócios digitais, estratégias na economia digital, modelos digitais de expansão de mercado, interação com stakeholders, processos relativos às tecnologias digitais, importância da tecnologia da informação, plataformas e formatos digitais de atuação comercial.

Palavras-chave: Cocriação de valor, Empreendedorismo digital, RSL

VALUE COCREATION AND DIGITAL ENTREPREUNERUSHIP: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Study purpose

The main objective of this article is to explain the existing conceptual relationships between value co-creation and digital entrepreneurship, based on a Systematic Literature Review.

Relevance / originality

Unpublished work on the theoretical relationship between co-creation of value and digital entrepreneurship, contributing to business managers and entrepreneurs, listing actions, practices and findings in general for the management and strategy of their enterprises.

Methodology / approach

Systematic literature review (RSL) of 135 articles selected from the Web of Science (WoS) database.

Main results

The results indicate that there is a strong connection between the constructs in different business models, geographies, sectors of the economy and types of companies, in the public or private sectors.

Theoretical / methodological contributions

identification of five elements that demonstrate the connection: 1) Innovation and digital entrepreneurship 2) Performance of organizations; 3) Co-creation of value between stakeholders; 4) Strategy and management focused on digital innovation; 5) Collaboration and learning.

Social / management contributions

Description of: digital business formats, strategies in the digital economy, digital market expansion models, interaction with stakeholders, processes related to digital technologies, importance of information technology, platforms and digital formats for commercial performance.

Keywords: Value cocreation, Digital Entrepreneurship, Systematic Literature Review