

COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR E A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR AND DIGITAL TRANSFORMATION: A SYSTEMATIC REVIEW OF THE LITERATURE

LEIDIMARA DA SILVA SANTOS
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

TATIANA FERREIRA COSTA
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

VÂNIA MARIA JORGE NASSIF
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

ELOISA ELENA RAMOS DIAS SHINOHARA
UNISAN CENTRO UNIVERSITÁRIO

Comunicação:

O XII SINGEP foi realizado em conjunto com a 12th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) e com o Casablanca Climate Leadership Forum (CCLF 2024), em formato híbrido, com sede presencial na ESCA Ecole de Management, no Marrocos.

Agradecimento à órgão de fomento:

Gostaríamos de expressar nosso agradecimento à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo suporte financeiro provido, o qual foi essencial para a realização deste estudo.

COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR E A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

Objetivo do estudo

Investigar a intersecção entre comportamento empreendedor e transformação digital nas organizações.

Relevância/originalidade

Este estudo destaca a sinergia entre comportamento empreendedor e transformação digital, oferecendo insights para entender como comportamentos empreendedores podem facilitar e potencializar a transformação digital, promovendo vantagem competitiva e adaptação estratégica em organizações.

Metodologia/abordagem

Foi conduzida uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL) explorando como o comportamento empreendedor e a transformação digital são discutidos e interligados em estudos existentes. Os 32 artigos incluídos para o desenvolvimento do estudo foram coletados na base Web of Science (WoS).

Principais resultados

Identificou-se que comportamentos empreendedores, como proatividade e inovação, são cruciais para o sucesso da transformação digital, influenciando diretamente o desempenho organizacional e a competitividade no mercado, além de facilitar a adaptação às mudanças tecnológicas.

Contribuições teóricas/metodológicas

Amplia a compreensão teórica sobre a intersecção do comportamento empreendedor com a transformação digital, utilizando metodologia de revisão sistemática para consolidar a literatura existente e destacar comportamentos empreendedores essenciais que suportam a transformação digital em ambientes organizacionais.

Contribuições sociais/para a gestão

Oferece informações e insights importantes para empreendedores que buscam promover, de maneira bem-sucedida, a transformação digital em seus negócios, valendo-se de comportamentos empreendedores fundamentais para o processo.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Comportamento empreendedor, Transformação digital

ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR AND DIGITAL TRANSFORMATION: A SYSTEMATIC REVIEW OF THE LITERATURE

Study purpose

Investigate the intersection between entrepreneurial behavior and digital transformation in organizations.

Relevance / originality

This study highlights the synergy between entrepreneurial behavior and digital transformation, offering insights to understand how entrepreneurial behaviors can facilitate and enhance digital transformation, promoting competitive advantage and strategic adaptation in organizations.

Methodology / approach

A Systematic Literature Review (SLR) was conducted exploring how entrepreneurial behavior and digital transformation are discussed and interconnected in existing studies. The 32 articles included for the development of the study were collected from the Web of Science (WoS) database.

Main results

It was identified that entrepreneurial behaviors, such as proactivity and innovation, are crucial to the success of digital transformation, directly influencing organizational performance and market competitiveness, in addition to facilitating adaptation to technological changes.

Theoretical / methodological contributions

Expands theoretical understanding of the intersection of entrepreneurial behavior with digital transformation, using systematic review methodology to consolidate existing literature and highlight essential entrepreneurial behaviors that support digital transformation in organizational environments.

Social / management contributions

It offers important information and insights for entrepreneurs seeking to successfully promote digital transformation in their businesses, using entrepreneurial behaviors that are fundamental to the process.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial behavior, Digital transformation

COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR E A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

1 Introdução

Desde 1990 estudos publicados no cenário internacional reconhecem o empreendedorismo como um pilar fundamental para o crescimento econômico, geração de empregos e inovação, promovendo também a estabilidade social e política em várias regiões (Laguía et al., 2019; Cardella et al., 2020; Oliveira, Silva & Araújo, 2014). Esse reconhecimento se reflete na importância atribuída ao indivíduo empreendedor, visto como um agente ativo na criação e desenvolvimento de novos negócios (Bird et al., 2012; Bezerra et al., 2023). Nesse contexto, emergem diversos debates sobre como os empreendedores desenvolvem cognição, metas e comportamentos destinados a criar ou identificar oportunidades de mercado (Sarasvathy, 2004).

O comportamento empreendedor, em particular, emerge como um fator crucial na obtenção de vantagem competitiva e na condução de estratégias organizacionais de transformação (Jantunen, 2005; Matricado et al., 2022; Ritala et al., 2021). Dentro desse contexto, a relação entre comportamento empreendedor e transformação digital ganha destaque, exaltando a importância de uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL) que contribua na consolidação do conhecimento existente sobre comportamento empreendedor e transformação digital, permitindo uma compreensão integrada desses fenômenos (Tranfield et al., 2003; Booth & Papaioannou, 2016).

Diante deste contexto, esta RSL procurou responder a seguinte questão de pesquisa: como os estudos têm relacionado o comportamento empreendedor (CE) e a transformação digital nas organizações? O objetivo principal é investigar a intersecção entre comportamento empreendedor e a transformação digital.

As principais contribuições deste estudo incluem uma visão integrada dos dois fenômenos, oferecendo informações e *insights* importantes para empreendedores que buscam promover, de maneira bem-sucedida, a transformação digital em seus negócios, valendo-se de comportamentos empreendedores fundamentais para o processo. Além disso, ao explorar a interface entre comportamento empreendedor e transformação digital, este estudo pretende fornecer uma base sólida para futuras pesquisas, destacando a importância de determinados comportamentos empreendedores na era digital.

2 Referencial teórico

Nesta seção, será apresentada a fundamentação teórica que deu suporte a esta Revisão Sistemática de Literatura, destacando-se os conceitos sobre comportamento empreendedor e transformação digital.

2.1 Comportamento empreendedor (CE)

O empreendedorismo exerce um impacto importante no crescimento econômico, na geração de emprego e inovação de um país (Laguía et al., 2019; Cardella et al., 2020), além de contribuir com a promoção social, lastro de estabilidade política e atuar como força propulsora de desenvolvimento na região em que ocorre (Oliveira, Silva & Araújo, 2014). Esse cenário justifica o fato do indivíduo empreendedor ser identificado como elemento ativo na criação e desenvolvimento de empreendimentos (Bird et al. 2012), promovendo estudos quanto a alguns dos aspectos que norteiam seu papel, dentre eles o comportamento (Bezerra et al., 2023).

Num ambiente de negócios competitivo, faz-se necessário que o empreendedor desenvolva determinados comportamentos que o leve a ter vantagem competitiva (Jantunen, 2005), para fazer a gestão de seus negócios, considerando as diferenças culturais, pessoas envolvidas e a rede de relacionamento (Matricado et al., 2022). Em contextos em que a transformação digital está em pauta, o comportamento do empreendedor ganha relevância (Ritala et al., 2021), especialmente por atuar como um agente impulsionador no desenvolvimento de estratégia de seus negócios. O comportamento empreendedor (CE) pode ser expressado por três construtos principais: autodeterminação, autoidentidade e autoeficácia (Krueger, 2007). Os três construtos são indissociáveis e combinam-se para que o indivíduo tenha um comportamento empreendedor identificável.

O foco do interesse acadêmico pelo CE está nas ações concretas e teoricamente observáveis de indivíduos que ocupam posição de empreendedores individuais ou que fazem parte de uma equipe de empreendedores, em diferentes momentos do negócio. Esses comportamentos podem ser explicados por características pessoais, conhecimentos, competências, habilidades e cognição. Assim como também por aspectos que envolvem questões centradas no indivíduo, como a motivação e a emoção e, por fim, nos resultados do negócio (Bird et al., 2012).

Um dos primeiros estudos desenvolvidos por McClelland (1987) sobre CE aponta que os indivíduos empreendedores possuem algumas características que são inatas e outras que podem ser aprendidas. Ele identificou as principais características e as dividiu em três conjuntos: realização, planejamento e poder, caracterizando cada CE a partir das adversidades que os indivíduos vivenciam ao empreender (Mourão & Locatelli, 2020).

O conjunto de realizações envolve: (a) busca de oportunidades e iniciativa (o empreendedor possui proatividade, mesmo em situações adversas e busca oportunidades para criar ou redefinir uma meta), (b) persistência (relacionada ao auto sacrifício ou esforço extraordinário para terminar algo começado), (c) correr riscos calculados (o empreendedor analisa e pondera os riscos, e age para reduzi-los ou controlá-los), (d) exigência de qualidade e eficiência (age em busca de atender e/ou superar a qualidade esperada) e (e) comprometimento (o empreendedor se responsabiliza por alcançar as metas e objetivos definidos (Kruger & Ramos, 2020, Mourão e Locatelli, 2020, McClelland, 1987, Bezerra et al., 2023).

O conjunto do planejamento contempla: (a) busca de informações (o empreendedor se empenha em obter informações importantes ao seu negócio), estabelecimento de metas (ele define metas claras, específicas e de longo prazo, revisitando-as periodicamente, ajustando o necessário) e planejamento e monitoramento (o empreendedor planeja, acompanha os resultados e realiza os registros para tomada de decisões (Kruger & Ramos, 2020, Mourão e Locatelli, 2020, McClelland, 1987, Bezerra et al., 2023).

No conjunto poder encontrar-se: (a) independência e autoconfiança (ele busca autonomia na realização das ações e possui confiança em sua capacidade de executá-las) e (b) persuasão e rede de contatos (capacidade de definir estratégias capazes de influenciar e persuadir os outros (Kruger & Ramos, 2020, Mourão e Locatelli, 2020, McClelland, 1987, Bezerra et al., 2023).

Por fim, os comportamentos adotados pelos indivíduos de uma organização podem determinar a aceitação ou não o uso de tecnologias, por exemplo (Venkatesh & Bala, 2008). E que, por isso, se faz necessário o avanço de estudos que promovam uma melhor compreensão sobre os fatores que podem influenciar a implementação da transformação digital, já que a falta de clareza dos profissionais envolvidos tem sido uma das principais críticas aos modelos propostos. Dada a relevância do assunto e por ser também objeto desta RSL, o próximo tópico contempla as particularidades sobre a transformação digital.

2.2 Transformação digital

Verhoef et al. (2021) definiram a transformação digital como uma mudança na maneira de fazer negócios por meio de tecnologias digitais com o objetivo de criar e capturar mais valor para a organização.

A transformação digital é um processo amplo, que se desdobra por diferentes negócios e sistemas, permitindo o agrupamento de vários tipos de digitalização e soluções digitais (Vrana & Singh, 2021), não se limitando ao emprego de tecnologias digitais modernas (Alkhwaldi et al., 2022), mas há várias dimensões que também contribuem para o alcance da maturidade digital e obtenção de vantagem competitiva, como os clientes, estratégia e cultura organizacional (Marei et al., 2023).

Autores sugerem que a transformação digital deve ter como base três pilares: o cliente, a transformação dos processos operacionais e a transformação do modelo de negócio (Zhou et al., 2019) para que os negócios possam contribuir e aproveitar o conhecimento, além de integrar as áreas (Verhoef et al., 2021), as atividades (Hess et al. 2016), tornando-as mais orientadas ao empreendedorismo (Shehadeh, 2023).

Nota-se que os negócios estão transformando a maneira de fazer negócios e adotando as tecnologias digitais a fim de se tornarem mais competitivas em um mercado global conectado, elevando, conseqüentemente, a um comportamento empreendedor que as ajudam na tomada de decisões estratégicas (Hervé et al. 2020).

A transformação digital envolve processos empreendedores em mercados e empresas associados a tecnologias digitais e é capaz de mudar o modelo de negócios, os produtos e as estruturas organizacionais (Prügl & Spitzley, 2020). Trata-se de soluções digitais cocriadas por uma série de parcerias numa rede de valor na qual diferentes partes interessadas unem forças para se adaptarem a ambientes em mudança e garantirem a sobrevivência do negócio na era digital (Prügl & Spitzley, 2020).

Em última análise, a transformação digital se consagra como um tema orientado para o futuro, cuja próxima geração terá de tomar decisões sobre a transformação digital e, para isso, empreendedores precisam se prepararem, desenvolverem comportamentos voltados para a tecnologia, dada às exigências e mudanças substanciais nos modelos de negócios (Prügl & Spitzley, 2020).

Assim, as organizações tradicionais enfrentam a necessidade iminente de digitalizar os seus processos, produtos e ofertas de serviços para se manterem competitivas. Tanto as empresas digitais nativas como as organizações estabelecidas em transformação digital têm uma necessidade crescente de talentos digitais – de acordo com a Capgemini, mais de 90% dos negócios carecem de competências digitais (Mancha & Shankaranarayanan, 2020). Portanto, a necessidade de transformar digitalmente as organizações oferece oportunidades voltadas para novas descobertas, inovação digital, criação de canais digitais para apoiar relacionamentos com os clientes, novas formas de repensar os modelos de negócios e permitir mudanças na natureza dos negócios (Ceipek et al., 2020).

Percebe-se então que a transformação digital é a transformação profunda e acelerada das atividades, processos, competências e modelos de negócios para aproveitar, plenamente, as mudanças e oportunidades trazidas pelas tecnologias digitais e seu impacto na sociedade de uma forma estratégica e priorizada (Rossi et al, 2020). A era da transformação digital é caracterizada por muitas das características essenciais encontradas nos comportamentos empresariais e gerenciais – incluindo interconectividade, convergência e liquidez (Rossi et al, 2020). A próxima seção tratará sobre a metodologia adotada para investigar a intersecção entre o comportamento empreendedor e a transformação digital, objetivo desta RSL.

3 Metodologia

Neste estudo, foi conduzida uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL) para compreender o que as principais frentes de pesquisa trazem sobre a intersecção entre os construtos comportamento empreendedor e transformação digital. A RSL é um importante método na pesquisa na área da administração (Tranfield et al., 2003), como o empreendedorismo (Kraus et al., 2020). Esse método se concentra em resumir e integrar o conhecimento existente sobre temas (Booth & Papaioannou, 2016), estabelecendo as estratégias de extração de dados e os critérios para inclusão e exclusão dos trabalhos (Kitchenham & Charters, 2007).

Para garantir o desenvolvimento adequado do estudo, minimizando o viés do pesquisador, optou-se por seguir as recomendações de Kitchenham e Charters (2007), Kraus et al. (2020) e Tranfield et al. (2003), realizando as devidas adequações necessárias ao estudo.

3.1 Coleta de dados e amostra

Os artigos para o desenvolvimento do estudo foram coletados na base *Web of Science* (WoS). A base WoS reúne os principais periódicos internacionais na área de Ciências Sociais Aplicadas (Vogel & Güttel, 2013), incluindo o campo dos estudos em empreendedorismo (Kraus et al., 2020). Foram considerados na busca todos os artigos avaliados por pares que estavam disponíveis na base até o mês de julho de 2024. Após aplicação de alguns filtros (Tabela 1), obteve-se uma amostra de 62 artigos para comporem a RSL, alcançando a finalidade de identificar, avaliar e interpretar estudos que relacionam aos construtos (Kitchenham & Charters, 2007), comportamento empreendedor e transformação digital.

Tabela 1: Protocolo de pesquisa

Protocolo de pesquisa	Descrição
Base da dados	<i>Web of Science</i>
Tipo de publicação	Artigos revisados por pares
Língua	Inglês
Período	Sem restrição de ano
Áreas	<i>Business, Management, Applied Social Science</i>
Campos de busca	Título, resumo e palavras-chave
Termos de busca	"entrepren* behav*" or "entrepren* orien*" AND "digital transfor*" or "digital innov*"
Critérios de inclusão	Somente artigos e revisões publicados em periódicos; que abordem comportamento empreendedor e transformação digital; orientação empreendedora como subdimensão do comportamento empreendedor (CE); inovação digital como subdimensão da transformação digital; artigos disponíveis em acesso aberto ou através de convênios acadêmicos; artigos que possuem DOI válido
Critérios de exclusão	Orientação empreendedora distinta de CE; artigos não revisados por pares; artigos não acessíveis; publicações em eventos acadêmicos, editoriais, livros ou capítulos de livros

Nota: Elaborado pelas autoras (2024)

Para cada um desses 62 artigos foi desenvolvido um resumo, organizados em uma planilha de Excel, a fim de identificar as conceituações abordadas nos estudos sobre comportamento empreendedor e transformação digital, evidenciando a relação existente entre ambos. Por meio dessa análise que incluiu título, abstract e palavras-chave, constatou-se que 30 artigos não estavam de acordo com o escopo deste estudo, pois abordavam os construtos de CE e transformação digital de maneira isolada e/ou completamente fora do contexto investigado. Assim, 32 artigos atenderam a esse critério de inclusão e foram inseridos à revisão.

Alguns dos estudos incluídos nesta revisão abordaram o termo orientação empreendedora como sendo o mesmo que comportamento empreendedor. A literatura recente (por exemplo, Covin et al., 2020), cunhou o fenômeno comportamento empreendedor em nível individual como orientação empreendedora individual (IEO). Isso justifica o fato de o termo aparecer como termos de busca no protocolo de pesquisa.

A Tabela 2 apresenta a quantidade de artigos publicados por ano, considerando toda a amostra. A evolução indica um crescimento na quantidade de estudos sobre o comportamento empreendedor e a transformação digital nos últimos 6 anos. É válido ressaltar que esta evolução crescente aponta a importância do tema.

Tabela 2: Ano publicação, quantidade de artigos e periódicos

Ano publicação	Quantidade de artigos	Periódicos
2019	1	Frontiers in Psychology
2020	3	Management Revue; Journal of Business Research; Technology Innovation Management Review
2021	9	Education and Training; European Management Journal; Information Systems Journal; Information Technology & People; Journal of Business Research; Journal of Management Studies; Journal of Product Innovation Management; Revista Brasileira de Gestão de Negócios (RBGN); Technological Forecasting and Social Change
2022	6	European Journal of Innovation Management; Frontiers of Business Research in China; IEEE Access; International Journal of Environmental Research and Public Health; International Journal of Innovation Management; Journal of Innovation & Knowledge
2023	23	Annals of Operations Research; Asia-Pacific Journal of Business Administration; Chinese Management Studies; Cogent Business & Management; Economic Change and Restructuring; Frontiers of Business Research in China; Information Processing & Management; International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research; Journal of Competitiveness; Journal of Enterprise Information Management; Journal of Industrial Integration and Management-Innovation and Entrepreneurship; Journal of Management & Organization; Journal of Small Business and Enterprise Development (2); Journal of The Knowledge Economy; Kybernetes; Quality-Access to Success; South African Journal of Economic and Management Sciences; Sustainability (2); Systems; Technology in Society; Venture Capital

2024

20

Administrative Sciences; Chinese Management Studies; Corporate Social Responsibility and Environmental Management; Entrepreneurship Research Journal; Equality Diversity and Inclusion; European Journal of Innovation Management; IEEE Transactions on Engineering Management; International Journal of Information Management; International Journal of Management and Economics; Journal of Family Business Management; Journal of the Knowledge Economy (2); Management Decision; Marketing Intelligence & Planning; Plos One; Small Business Economics; Sustainability Accounting Management and Policy Journal; Technological Forecasting and Social Change (2); Thunderbird International Business Review

Nota: Elaborado pelas autoras (2024)

A partir da leitura dos artigos e com base na análise dos anos de publicação observamos um aumento no volume de publicações, especialmente entre 2023 e 2024, indicando um crescente interesse da academia e prática empresarial em pesquisas relacionadas ao comportamento empreendedor e transformação digital. Este aumento mais acentuado no número de publicações, pode ser relacionado com a pandemia de COVID-19, que acelerou muitas transformações digitais e mudanças nos comportamentos empreendedores devido às novas necessidades de adaptação e inovação (Penco et al., 2023).

O tópico abaixo apresenta a análise indutiva do conteúdo dos estudos (Woods et al., 2016) cuja proposta é a de contribuir com o aprimoramento e avanço epistemológico do fenômeno comportamento empreendedor relacionado com a transformação digital.

4 Análise dos resultados e discussões

4.1 Descrição dos estudos incluídos

O primeiro estudo que relacionou o CE à transformação digital foi publicado em 2019, havendo nos anos de 2023 e 2024, um pico de trabalhos publicados com essa temática. Como a coleta na base de dados foi realizada no mês de julho de 2024, o respectivo ano não foi integralmente contemplado na pesquisa.

A Tabela 3 apresenta os principais periódicos nos quais os artigos incluídos nesta RSL foram publicados. São periódicos com fator de impacto significativo. O periódico *Technological Forecasting and Social Change* é um dos periódicos mais influentes da lista, indicando uma alta reputação e impacto significativo na área de pesquisa em que está relacionado.

Tabela 3: Base de dados da pesquisa

ISSN	Periódico	Indicadores de impacto			
		JCR	SJR	H-index	Qualis
0148-2963	<i>Journal of Business Research</i>	7.550	1.752	175	A1
0040-1625	<i>Technological Forecasting and Social Change</i>	8.593	2.020	148	A1
0018-9391	<i>IEEE Transactions on Engineering Management</i>	3.957	1.105	96	A2

2071-1050	<i>Sustainability</i>	3.251	0.612	109	A1
1462-6004	<i>Journal of Small Business and Enterprise Development</i>	3.292	0.743	74	A2
1460-1060	<i>European Journal of Innovation Management</i>	2.534	0.640	57	A1
0160-791X	<i>Technology in Society</i>	3.413	0.578	61	A1

Fonte: Elaborados pelas autoras (2024)

Para identificar o perfil metodológico dos estudos analisados, os artigos foram inicialmente lidos e, subsequentemente, categorizados em três tipos: teóricos, teóricos-empíricos e empíricos, conforme a classificação proposta por Machado da Silva et al. (1990). Adicionalmente, uma subclassificação foi realizada com base na abordagem metodológica adotada, segregando os estudos em qualitativos, quantitativos e de métodos mistos, conforme delineado por Creswell & Poth (2016) (ver Tabela 4).

Tabela 4: Metodologias aplicadas nos estudos

Metodologia	Autor (data)
Teórica, empírica e qualitativa (4)	Penco et al. (2023), Zhang et al. (2023), Liu et al. (2023), Zhao et al. (2022)
Teórica, empírica e quantitativa (23)	Shehadeh et al. (2023), Satar et al. (2024), Hervé et al. (2020), Ritala et al. (2021), Lasio et al. (2024), Muehlburger et al. (2022), Covic et al. (2023), Wu et al. (2024), He et al. (2024), Zang et al. (2024), Alalwan et al. (2023), Tóth-Pajor et al. (2023), Li et al. (2023), Ciacci & Penco (2023), Aghazadeh et al. (2023), Ceipek et al. (2021), Rossi et al. (2020), Kindermann et al. (2021), Xie et al. (2023), Nkwei et al. (2023), Roux et al. (2023), Bamel et al. (2022), Abdelwahed et al. (2024)
Teórica, empírica e métodos mistos (4)	Kumar et al. (2024), Barragan & Becker (2024), Baum et al. (2020), Garrido-Moreno et al. (2024)
Teórico-qualitativo (1)	Morris & König (2021)
Teórico-quantitativo	-

Fonte: Elaborada pelas autoras (2024)

A maioria dos estudos que tratam sobre comportamento empreendedor e transformação digital, incluídos neste artigo, são caracterizados como estudos empíricos (30), sendo os demais teóricos (2). Nos estudos de pesquisa qualitativa (5), os métodos predominantes foram, estudos de caso múltiplos; e a principais técnicas para coleta de dados foram entrevistas com roteiro semiestruturado e dados pré-existent em bases de dados vinculadas às temáticas estudadas. A amostra mínima encontrada nesses estudos foi de 4 (entrevistados) e a máxima de 781 (informações de base de dados).

Nos estudos de metodologias quantitativas (23), o método mais utilizado foi o questionário semiestruturado e as principais técnicas com maior predominância foram: análise de regressão, equações estruturais e mínimos quadrados, destacando que alguns artigos utilizaram mais de uma técnica para análise de dados. A amostra mínima encontrada nos

estudos foi 4 e o máximo de 2.435 (aplicação de questionários), sendo o tratamento de dados realizado principalmente por *softwares* como *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* e o *Smart PLS 3.0*.

São 4 as pesquisas de metodologia mistas (qualitativas e quantitativas). O método predominante tanto na etapa qualitativa como na quantitativa foi o questionário semiestruturados e as principais técnicas foram equações estruturais e análise de regressão. As amostras nesses estudos variaram entre 246 e 343 participantes.

O estudo teórico qualitativo incluído teve como objetivo a construção de um quadro teórico. Nenhum dos artigos pertencentes a este estudo se caracterizou como teórico-quantitativo.

4.2 Correntes teóricas abordadas

Após a análise dos 32 artigos, as perspectivas teóricas abordadas nos estudos, incluídos nesta RSL, foram relacionados, conforme Tabela 6. Importante mencionar que 17 estudos empregaram mais de uma teoria.

Tabela 5: Teorias abordadas nos estudos incluídos

Teorias abordadas	n	Estudos identificados
Teoria da reforma organizacional	1	Zhang et al. (2023)
Teoria das capacidades dinâmicas	5	Shehadeh et al. (2023); Kumar et al. (2024); Barragan & Becker (2024); Garrido-Moreno et al. (2024); Bamel et al. (2022)
Teoria da orientação empreendedora	8	Satar et al. (2024); Ritala et al. (2021); Ciacci & Penco (2023); Lasio et al. (2024); Covic et al. (2023); He et al. (2024); Abdelwahed et al. (2024); Liu et al. (2023)
Teoria de orientação estratégica	1	Kindermann et al. (2021)
Teoria da digitalização	4	Hervé et al. (2020); Tóth-Pajor et al. (2023); Bamel et al. (2022); Zhao et al. (2022)
Teoria da riqueza socioemocional	1	Lasio et al. (2024)
Teoria da transformação digital	8	Muehlburger et al. (2022); Zang et al. (2024); Alalwan et al. (2023); Ciacci & Penco (2023); Aghazadeh et al. (2023); Ceipek et al. (2021); Baum et al. (2020); Liu et al. (2023)
Teoria da capacidade gerencial	1	Wu et al. (2024)
Teoria da janela de oportunidades	1	Zang et al. (2024)
Teoria da orientação digital	4	Li et al. (2023); Barragan & Becker (2024); Rossi et al. (2020); Kindermann et al. (2021)
Teoria da diversidade de equipe	1	Li et al. (2023)
Teoria da capacidade de análise de big data	1	Ciacci & Penco (2023)
Teoria de inovação do modelo de negócios	1	Ciacci & Penco (2023)

Teoria da visão baseada em recursos	1 Barragan & Becker (2024)
Teoria da gestão familiar	2 Ceipek et al. (2021); Xie et al. (2023)
Teoria da emergência organizacional	1 Baum et al. (2020)
Teoria da autoeficácia em tecnologia digital	1 Abdelwahed et al. (2024)
Teoria de inovação digital	4 Abdelwahed et al. (2024); Xie et al. (2023); Nkwei et al. (2023); Garrido-Moreno et al. (2024)
Teoria do empreendedorismo digital	1 Zhao et al. (2022)
Teoria da inovação disruptiva	1 Rossi et al. (2020)
Teoria em empoderamento feminino	1 Abdelwahed et al. (2024)
Teoria de orientação tecnológica	1 Abdelwahed et al. (2024)
Teoria da resiliência	1 Garrido-Moreno et al. (2024)
Teoria da aprendizagem dirigida	1 Morris & König (2021)
Teoria do comportamento planejado	1 Nkwei et al. (2023)
Teoria da cognição estratégica	1 Zang et al. (2024)

Nota: Elaborado pelas autoras (2024)

Identificou-se a predominância da Teoria da Orientação Empreendedora e Transformação Digital. Quanto ao primeiro construto, destaca-se Covin et al. (2020), que cunhou o fenômeno comportamento empreendedor em nível individual como orientação empreendedora individual (IEO) e que, por isso, percebe-se alguns estudos tratando os termos como sendo a mesma coisa, mesmo a literatura apresentada apontando para o comportamento empreendedor.

A teoria da Transformação Digital de Corver e Elkhuisen (2014), aponta que a transformação digital é construída em quatro principais: o cliente, o produto, a organização e os processos e sistemas. Para os autores, os comportamentos dos utilizadores podem promover ou não a viabilidade de adoção e utilização de tecnologias.

Em geral, 26 teorias foram encontradas nesta pesquisa, sendo que 8 estudos estão relacionados à tecnologia, 8 de domínio da administração, 6 utilizam teorias do empreendedorismo e 4 são vinculados à psicologia. Através da organização dos dados, nota-se que os pesquisadores optaram em utilizar diversas abordagens teóricas, de áreas de domínio diferentes, para auxiliar no aprofundamento do conhecimento sobre comportamento empreendedor e transformação digital.

4.3 Relação entre Comportamento Empreendedor e Transformação Digital

O advento da transformação digital trouxe mudanças disruptivas nas empresas e na sociedade (Schwab, 2017), se fazendo necessário compreender e criar diferentes formas de lidar com as interações dinâmicas existentes (Morua et al. 2015). Nesse contexto, o comportamento empreendedor foi amplamente investigado (Knight, 2001; Covin & Miller, 2014), afinal,

quanto mais um negócio digitaliza suas funções, mais ela favorece o comportamento empreendedor para liderar decisões estratégicas bem-sucedidas (Hervé et al., 2020).

Estudos recentes demonstram que em contextos de transformação digital o comportamento empreendedor dos pertencentes ao negócio é crucial (Jantunen et al., 2005; Ritala et al. 2021; Shehadeh et al., 2023). Comportamentos estratégicos, de proatividade e inovação, por exemplo, são capazes de promover uma relação positiva e significativa com o processo de transformação digital (Hervé et al., 2020), tornando maior a capacidade do negócio de reunir conhecimento de mercado e assumir uma atitude mais assertiva na tomada de decisão.

O aumento na velocidade de lançamento de produtos, na tomada de decisões e no gerenciamento da cadeia e na formação de redes (Bharadwaj et al., 2013), torna o comportamento empreendedor um impulsionador essencial no sucesso da transformação digital das organizações (Ritala et al., 2020).

O comportamento empreendedor tem sido considerado um fenômeno ao nível do negócio (Hughes et al. 2021) e está diretamente inserido no contexto relacional (Ritala et al. 2023), podendo então ser apoiado, regulado ou restringido de diversas maneiras pelas condições organizacionais (Hughes et al., 2018; Mustafa et al., 2018). Assim, diante de qualquer inovação, como as que ocorrem no processo de transformação digital, os comportamentos relacionados requerem apoio a fim de que os envolvidos estejam mais dispostos a adotar e contribuir para o alcance dos objetivos traçados (Ritala et al. 2021).

Comportamentos que favorecem a ação face a incertezas são bem-vindos no momento da transformação digital, dentre estes estão o comportamento proativo (tendem a promover mudanças em seu ambiente), a tomada de iniciativa (vão além dos requisitos mínimos estipulados (Krueger, 1993), a orientação para o risco (agem mesmo sem estrutura ou certeza (Elia & Margherita, 2018) e os comportamentos inovadores (introduzem novas ideias aos processos organizacionais (Hughes et al. 2018). Talvez, desconhecer esses comportamentos seja o maior desafio para o alcance dos objetivos de uma transformação digital (Ceipek et al. 2020).

A análise dos artigos selecionados previamente para a investigação de quais comportamentos empreendedores identificados nos estudos e a relação desses comportamentos com a transformação digital, permitiu a estruturação da Tabela 6, que contém os principais achados sobre os construtos levados em consideração nesta RSL.

Tabela 6: Principais achados sobre CE e Transformação Digital

Autores	Relação CE e Transformação Digital
Zhang et al. (2023)	Indivíduos que possuem comportamentos proativos, inovadores e com disposição a correr riscos, fortalecem a relação entre transformação digital e gestão do conhecimento.
Shehadeh et al. (2023)	A transformação digital não só influencia a vantagem competitiva, mas também afeta o comportamento empreendedor. Além disso, os comportamentos empreendedores medeiam significativamente a relação entre transformação digital e vantagem competitiva.
Kumar et al. (2024)	Este estudo destacou que há um impacto moderador significativo dos comportamentos empreendedores nos diferentes desempenhos dos empreendimentos que vivenciam a transformação digital.
Hervé et al. (2020)	Foi demonstrado através do estudo que quanto mais uma empresa digitaliza suas funções, mais ela favorece o comportamento empreendedor para liderar decisões estratégicas bem-sucedidas em mercados estrangeiros.

Ritala et al. (2021)	O estudo é um dos primeiros a investigar o comportamento empreendedor em um contexto de estratégia digital e fornece implicações para aproveitar o potencial empreendedor e inovador dos funcionários na transformação digital. As conclusões apontam que em contextos de estratégia transformacional como a digitalização, o comportamento empreendedor dos colaboradores da empresa é crucial.
Penco et al. (2023)	Os resultados dos autores mostram como os comportamentos empreendedores interagem com ambientes em mudança e ajudam a abordar as oportunidades de mercado relacionadas com a digitalização.
Lasio et al. (2024)	As descobertas mostram que os comportamentos empreendedores adotados aumentam significativamente o impacto da transformação digital no desempenho da empresa familiar.
Covic et al. (2023)	O estudo conclui que, ao aderir a determinados comportamentos empreendedores, os gestores podem desenvolver um modelo de negócio eficiente que se alinhe com as atuais exigências do mercado digital.
Ceipek et al. (2021)	A pesquisa evidencia que a composição da equipe de gestão de topo nas empresas que pretendem estar na vanguarda da transformação digital deve ser desenhada com precisão.
Rossi et al. (2020)	Os resultados preliminares desta pesquisa sobre intensidade, continuidade, foco em tecnologia e comportamento empreendedor dos CVCs fornecem evidências de uma correlação entre números e quantidades de negócios, especialmente no caso de tecnologias digitais e potencialmente disruptivas (DTs).

Fonte: Elaborada pelas autoras (2024)

Com base nos estudos apresentados na Tabela 6, nota-se evidente a relação entre comportamento empreendedor e transformação digital em diversos ambientes organizacionais. Os achados nos estudos incluídos nesta RSL indicam que comportamentos como proatividade, inovação e disposição ao risco, não apenas facilitam a transformação digital, mas potencializam seus efeitos sobre o desempenho organizacional e a vantagem competitiva.

Sugestões para Pesquisas Futuras

A intersecção entre comportamento empreendedor e a transformação digital, fundamentados nesta pesquisa, foi tratada de maneira integral na maioria dos artigos analisados. Isso possibilitou que, após a leitura dos 32 artigos, as propostas para futuras pesquisas que surgiram da literatura vigente fossem sistematizadas conforme ilustrado na Tabela 7.

Tabela 7: Propostas de agendas futuras

Autor	Sugestões para pesquisas futuras
Hervé et al. (2020)	Explorar comportamentos de gestores e consumidores e a adoção de novas tecnologias relacionadas à automação inteligente em pequenas empresas.
Rossi et al. (2020)	Realizar pesquisas em diversos contextos com foco em identificar diferenças em estratégias e comportamentos relacionados a investimentos em transformação digital.

Ritala et al. (2021)	Explorar comportamentos de gestores e consumidores e a adoção de novas tecnologias relacionadas à automação inteligente em pequenas empresas. Estudar a criação de conhecimento organizacional a partir de uma perspectiva de ciência do design, co-criando escalas com pessoas envolvidas na empresa.
Zang et al. (2024)	Estudar o impacto da segmentação das empresas baseada na idade em processos de transformação digital, analisando separadamente as startups. Investigar fatores antecedentes adicionais que influenciam a transformação digital a partir de diversas perspectivas teóricas. Investigar as interações entre oportunidades situacionais externas, capacidades organizacionais internas e transformação digital
Lasio et al. (2024)	Avaliar os fatores que promovem a reversão de comportamentos e levam a busca de risco, especialmente em empresas familiares.

Nota: Elaborado pelas autoras (2024)

A partir do contexto apresentado neste estudo e com a sistematização apresentada na Tabela 7, espera-se: (1) contribuir para o avanço das pesquisas relacionadas ao comportamento empreendedor e transformação digital, abordados nesta RSL; (2) apontar novos caminhos a pesquisadores que almejam aprofundar-se no assunto e (3) oferecer aos profissionais, gestores e empreendedores informações valiosas para promoção de comportamentos favoráveis à transformação digital nos ambientes que estão inseridos.

Conclusão

Os achados sobre o comportamento empreendedor (CE) revelam que esse construto é fundamental para o desenvolvimento e sucesso de novos empreendimentos digitais. A transformação digital envolve reestruturação das atividades, processos e modelos de negócios das empresas, utilizando tecnologias digitais para criar e capturar mais valor. Neste sentido, empreendedores precisam desenvolver comportamentos que contribuam com o desenvolvimento dos negócios, sendo inovadores, proativos com capacidade de assumir riscos para a implementação bem-sucedida de estratégias de transformação digital. Hervé et al. (2020) e Ritala et al. (2021) apontam que organizações em que os indivíduos possuem comportamentos como estes tendem a adotar mais rapidamente as tecnologias digitais, facilitando a transformação dos seus modelos de negócios.

Além disso, a transformação digital beneficia-se diretamente de comportamentos empreendedores, pois estes incentivam a experimentação e a adaptação contínua, essenciais em um ambiente de rápida evolução tecnológica. Mustafa et al. (2018) e Hughes et al. (2021) argumentam que o apoio organizacional a comportamentos inovadores e a disposição para assumir riscos são fatores determinantes para o sucesso da transformação digital. Empresas que fomentam uma cultura de inovação e aprendizado constante são mais capazes de explorar novas oportunidades e responder às mudanças do mercado de forma eficaz.

Em conclusão, esta RSL evidencia uma relação sinérgica entre comportamento empreendedor e transformação digital acenando para a promoção de uma cultura

empreendedora como um pilar essencial para as organizações que buscam navegar com sucesso pelo complexo cenário da transformação digital.

Referências

Alkhwaldi, A.F.; Alharasis, E.E.; Shehadeh, M.; Abu-AlSondos, I.A.; Oudat, M.S.; Bani Atta, A.A. Towards an Understanding of FinTech Users' Adoption: Intention and e-Loyalty Post-COVID-19 from a Developing Country Perspective. *Sustainability* 2022, 14, 12616.

Bharadwaj, A., El Sawy, O.A., Pavlou, P.A., Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*. 471–482.

Bezerra, C. M. da S., Ramos, H. R., Shinohara, E. E. R. D., & Nassif, V. M. J. (2023). Comportamento empreendedor e estratégia: Uma revisão sistemática da literatura. *REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal*, 12(2), e2139. <https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2139>

Bird, B., Schjoedt, L., & Baum, J. R. (2012). Entrepreneurs' Behavior: Elucidation and Measurement Introduction. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5, SI), 889–913. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00535.x>

Booth, A., Sutton, A., & Papaioannou, D. (2016). *Systematic approaches to a successful literature review*. Sage.

Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., and Sánchez García, J. C. (2020). Entrepreneurship and family role: a systematic review of a growing research. *Frontiers in Psychology*. 10:2939. doi: 10.3389/fpsyg.2019.02939

Ceipek, R., Hautz, J., De Massis, A., Matzler, K., & Ardito, L. (2020). Digital transformation through exploratory and exploitative Internet of Things innovations: The impact of family management and technological diversification. *Journal of Product Innovation Management*, 0(0), 1-24. <https://doi.org/10.1111/jpim.12551>

Corver, Q., & Elkhuizen, G. (2014). A Framework for Digital Business Transformation. *Cognizant*, 1–10. Retrieved from <https://www.cognizant.com/InsightsWhitepapers/a-framework-for-digital-business-transformation-codex-1048.pdf>

Covin, J.G., & Miller, D. 2014. International entrepreneurial orientation: Conceptual considerations, research themes, measurement issues, and future research directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1): 11-44.

Covin, J. G., Rigtering, J. C., Hughes, M., Kraus, S., Cheng, C. F., & Bouncken, R. B. (2020). Individual and team entrepreneurial orientation: Scale development and configurations for success. *Journal of Business Research*, 112(May), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.023>

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.

- Elia, G., Margherita, A. (2018). Assessing the maturity of crowdventuring for corporate entrepreneurship. *Business Horizons*. 61 (2), 271–283.
- Hervé, A., Schmitt, C., & Baldegger, R. (2020). Digitalization, entrepreneurial orientation and internationalization of micro-, small- and medium-sized enterprises. *Technology Innovation Management Review*, 10(4), 5-17. <http://doi.org/10.22215/timreview/1344>
- Hess, T.; Matt, C.; Benlian, A.; Wiesböck, F. Options for formulating a digital transformation strategy. *MIS Quarterly Executive*. 2016, 15, 123–139.
- Hughes, M., Chang, Y.-Y., Hodgkinson, I.R., Hughes, P., Chang, C.-Y. (2021). The multi-level effects of corporate entrepreneurial orientation on business unit radical innovation and financial performance. *Long Range Plann.* 54 (1), 101989.
- Hughes, M., Rigtering, J.P.C., Covin, J.G., Bouncken, R.B., Kraus, S (2018). Innovative Behaviour, Trust and Perceived Workplace Performance. *British Journal of Management*. 29 (4), 750–768.
- Jantunen, A.; Puumalainen, K.; Saarenketo, S.; Kyläheiko, K. Entrepreneurial orientation, dynamic capabilities and international performance. *Journal of International Entrepreneurship*. 2005, 3, 223–243.
- Knight, G.A. 2001. Entrepreneurship and strategy in the international SME. *Journal of International Management*, 7(3): 155-171.
- Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). Guidelines for performing systematic literature reviews in software engineering. *School of Computer Science and Mathematics, Keele University and University of Durham*.
- Kraus, S., Breier, M., & Dasí-Rodríguez, S. (2020). The art of crafting a systematic literature review in entrepreneurship research. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 1023–1042. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00635-4>
- Krueger, N. F. Jr. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(1), 123–138. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00166.x>
- Kruger, C., & Ramos, L. F. (2020). Entrepreneurial Behavior from behavioral characteristics and entrepreneurial intent. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 9(4), 556–584.
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice* 18 (1), 5–21.
- Laguía, A., Moriano, J. A., and Gorgievski, M. J. (2019). A psychosocial study of self-perceived creativity and entrepreneurial intentions in a sample of university students. *Thinking Skills and Creativity*. 31, 44–57. doi: 10.1016/j.tsc.2018.11.004

Machado da Silva, C. L., Cunha, V. C., & Amboni, N. (1990). Organizações: O estado da arte da produção acadêmica no Brasil. In: *Anais do Encontro Anual da ANPAD, Florianópolis, Santa Catarina*, 14.

Mancha, R., & Shankaranarayanan, G. (2020). Making a digital innovator: antecedents of innovativeness with digital technologies. *Information Technology & People*. <https://doi.org/10.1108/ITP-12-2018-0577>

Marei, A.; Abou-Moghli, A.; Shehadeh, M.; Salhab, H.; Othman, M. Entrepreneurial competence and information technology capability as indicators of business success. *Uncertain Supply Chain Management*. 2023, 11, 339–350.

Matricano, D., Castaldi, L., Sorrentino, M., & Candelo, E. (2022). The behavior of managers handling digital business transformations: Theoretical issues and preliminary evidence from firms in the manufacturing industry. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(5), 1292-1309.

McClelland, D. C. (1987). Characteristics of successful entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, 21(3), 219–233. <https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.1987.tb00479.x>

Mourão, P., & Locatelli, D. R. S. (2020). Testing McClelland at the academy: An analysis of entrepreneurial behavioral characteristics. *Sustainability*, 12(5), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su12051771>

Morua, J., Marin A., Schmitt C. (2015). Through a dynamical representation of the firm to manage the complexity of innovation strategy. *The 19th world multi-conference on systemics, cybernetics and informatics: WMSCI 2015, July 12 - 15, Orlando, Florida, USA*.

Mustafa, M., Gavin, F., Hughes, M. (2018). Contextual determinants of employee entrepreneurial behavior in support of corporate entrepreneurship: a systematic review and research agenda. *Journal of Enterprise Culture* 26 (03), 285–326.

Oliveira, J. R. C. de, Silva, W. A. C., Araújo, E. A. T. Características comportamentais empreendedoras em proprietários de MPES longevas do Vale do Mucuri e Jequitinhonha/MG. *Revista de Administração Mackenzie*, 15(5), 102-139.

Penco, L., Profumo, G., Serravalle, F., & Viassone, M. (2023). Has COVID-19 pushed digitalisation in SMEs? The role of entrepreneurial orientation. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 30(2), 311-341. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2021-0423>

Prügl, R., & Spitzley, D. I. (2020). Responding to digital transformation by external corporate venturing: An enterprising family identity and communication patterns perspective. *Journal of Management Studies*. <https://doi.org/10.1111/joms.12578>

Ritala, P., Baiyere, A., Hughes, M., & Kraus, S. (2021). Digital strategy implementation: The role of individual entrepreneurial orientation and relational capital. *Technological Forecasting and Social Change*, 171, 120961.

Ritala, P., Vanhala, M., Järveläinen, K. (2020). The role of employee incentives and motivation on organisational innovativeness in different organisational cultures. *Internacional Journal of Innovation Management*, 24 (04), 2050075.

Rossi, M., Festa, G., Devalle, A., & Mueller, J. (2020). When companies become disruptive, the disruptors become corporates: Financing disruptive technologies through corporate venture capital. *Journal of Business Research*, 118, 378-388. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.004>

Sarasvathy, S. D. (2004). The questions we ask and the questions we care about: Reformulating some problems in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 19(5), 707–717. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2003.09.006>

Schwab, K. (2017). The Fourth Industrial Revolution. *World Economic Forum*. Edition Dunod.

Shehadeh, M., Almohtaseb, A., Aldehayyat, J., & Abu-ALSondos, I. A. (2023). Digital transformation and competitive advantage in the service sector: A moderated-mediation model. *Sustainability*, 15, 2077. <https://doi.org/10.3390/su15032077>

Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>

Venkatesh, V. e Bala, H. (2008). Modelo 3 de Aceitação de Tecnologia e uma Agenda de Pesquisa sobre Intervenções Áreas Temáticas: Características de Design, Intervenções, Apoio de Gestão, Apoio Organizacional, Apoio de Pares, Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM), Adoção de Tecnologia, Treinamento, Aceitação de Usuário, Envolvimento de Usuário e Participação de Usuário. *Ciências da Decisão*, 39 (2).

Verhoef, P.C.; Broekhuizen, T.; Bart, Y.; Bhattacharya, A.; Dong, J.Q.; Fabian, N.; Haenlein, M. Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*. 2021, 122, 889–901.

Vogel, R. & Güttel, W. 2013. The dynamic capability view in strategic management: a bibliometric review. *International Journal of Management Reviews*, 15(4): 426-446.

Vrana, J.; Singh, R. Digitization, digitalization, and digital transformation. *Handbook of Nondestructive Evaluation 4.0*; Springer: Cham, Switzerland, 2021; pp. 1–17.

Woods, M., Paulus, T., Atkins, D. P., & Macklin, R. (2016). Advancing qualitative research using qualitative data analysis software (QDAS)? Reviewing potential versus practice in published studies using ATLAS.ti and NVivo, 1994–2013. *Social Science Computer Review*, 34(5), 597– 617. <https://doi.org/10.1177/0894439315596311>

Zhou, J.; Mavondo, F.T.; Saunders, S.G. The relationship between marketing agility and financial performance under different levels of market turbulence. *Industrial Marketing Management*, 2019, 83, 31–41.