AVANÇOS E TENDÊNCIAS DO EMPREENDEDORISMO ESPORTIVO: UMA REVISÃO INTEGRATIVA

ADVANCES AND TRENDS IN SPORT ENTREPRENEURSHIP: AN INTEGRATIVE REVIEW

ANDERSON LUÍS DOS ANJOS SOUZA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

ABIMAEL MAGNO DO OURO FILHO

MARIA ELENA LEON OLAVE

Comunicação:
O XIV SINGEP foi realizado em conjunto com a 14th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) e com a SPARK (Society for Promoting Academic Research and Knowledge), em formato híbrido, com sede presencial na UNINOVE - Universidade Nove de Julho, no Brasil.

AVANÇOS E TENDÊNCIAS DO EMPREENDEDORISMO ESPORTIVO: UMA REVISÃO INTEGRATIVA

Objetivo do estudo
Mapear os principais estudos sobre empreendedorismo esportivo publicados entre 2015 e 2024, organizando a produção científica da área e evidenciando seus avanços, tendências e lacunas de pesquisa.

Relevância/originalidade
O empreendedorismo esportivo é um campo emergente e disperso teoricamente. A originalidade está em sistematizar essa produção recente em eixos temáticos, oferecendo um panorama integrado que orienta pesquisadores e agendas futuras.

Metodologia/abordagem
Revisão integrativa da literatura, conduzida a partir de 34 artigos recuperados na base Web of Science. Os dados foram tratados por meio da análise de conteúdo proposta por Bardin, complementada por análise exploratória das palavras-chave.

Principais resultados
A produção foi organizada em cinco eixos: ecossistemas empreendedores; fundamentos teóricos; adaptação e resiliência em contextos de crise; inovação e criatividade; e estilo de vida, identidade e inclusão social, com concentração em países de língua inglesa.

Contribuições teóricas/metodológicas
Consolida um campo multidisciplinar ainda fragmentado, propondo cinco eixos temáticos que articulam abordagens dispersas. Oferece um mapa conceitual da área e demonstra a utilidade da revisão integrativa combinada à análise de conteúdo nesse domínio.

Contribuições sociais/para a gestão
Evidencia o potencial do esporte como plataforma de inovação, geração de negócios e inclusão social, oferecendo subsídios para gestores, empreendedores e formuladores de políticas que atuam no ecossistema esportivo.

Palavras-chave: Empreendedorismo Esportivo, Revisão Integrativa, Inovação, Ecossistemas Empreendedores

ADVANCES AND TRENDS IN SPORT ENTREPRENEURSHIP: AN INTEGRATIVE REVIEW

Study purpose
To map the main studies on sport entrepreneurship published between 2015 and 2024, organizing the field's scientific production and highlighting its advances, trends and research gaps.

Relevance / originality
Sport entrepreneurship is an emerging, theoretically dispersed field. The originality lies in systematizing this recent production into thematic axes, offering an integrated overview that guides researchers and future agendas.

Methodology / approach
Integrative literature review, conducted from 34 articles retrieved from the Web of Science database. Data were processed through Bardin's content analysis, complemented by an exploratory analysis of the keywords.

Main results
Production was organized into five axes: entrepreneurial ecosystems; theoretical foundations; adaptation and resilience in crisis contexts; innovation and creativity; and lifestyle, identity and social inclusion, concentrated in English-speaking countries.

Theoretical / methodological contributions
It consolidates a fragmented multidisciplinary field, proposing five thematic axes that connect dispersed approaches. It offers a conceptual map of the area and shows the usefulness of integrative review combined with content analysis in this domain.

Social / management contributions
It highlights sport's potential as a platform for innovation, business generation and social inclusion, providing insights for managers, entrepreneurs and policymakers acting within the sport ecosystem.

Keywords: Sport Entrepreneurship, Integrative Review, Innovation, Entrepreneurial Ecosystems

AVANÇOS E TENDÊNCIAS DO EMPREENDEDORISMO ESPORTIVO: UMA REVISÃO INTEGRATIVA

1 Introdução

De acordo com González-Serrano et al. (2023), o esporte deve ser compreendido como um fenômeno multifuncional, que reúne dimensões físicas, sociais, simbólicas e econômicas, e que vem ganhando relevância crescente nos estudos sobre inovação, consumo e empreendedorismo. Conforme destacam Ratten e Jones (2020), essa combinação de cultura, competição e emoção torna o esporte um ambiente fértil para o surgimento de práticas empreendedoras. Como observa Hayduk (2020), o esporte ultrapassa o campo da prática física e do entretenimento, assumindo um papel institucional e estratégico nas economias contemporâneas, especialmente ao funcionar como plataforma para eventos, negócios e redes de colaboração.

Segundo Ferreira et al. (2020), o esporte pode se manifestar de diferentes formas: em estruturas organizadas, como os clubes, academias e federações, ou em ações informais, como o lazer, as corridas de rua ou iniciativas locais baseadas na cultura esportiva. Essa pluralidade favorece a emergência do que a literatura tem chamado de empreendedorismo esportivo, um campo de atuação e pesquisa que conforme Ratten (2021a), Ferreira et al. (2020) e Navidi et al. (2023) envolve iniciativas que articulam o esporte à criação de produtos, serviços e experiências com valor comercial e/ou impacto social.

Hayduk (2023) afirma que megaeventos como a Copa do Mundo e as Olimpíadas funcionam como catalisadores econômicos, gerando redes de negócio, empregos e inovação em larga escala. Para complementar esse argumento, estudos econômicos mostram que eventos esportivos recentes mobilizaram recursos expressivos: os Jogos de Inverno de Sochi 2014 ultrapassaram US$ 50 bilhões, os Jogos de Verão do Rio 2016 chegaram a US$ 20 bilhões, os Jogos de Tóquio 2020 tiveram custo total estimado em cerca de US$ 13 bilhões (Olympic Games, 2022) e os Jogos de Inverno de Pequim 2022 teriam atingido a marca de US$ 39 bilhões (HLB Global, 2024), ilustrando a escala e o potencial de impacto desses eventos na economia global. Além disso, Xu et al. (2021) reforçam que, ao se conectar a estilos de vida e valores como saúde, performance, superação e pertencimento, o esporte se transforma também em uma plataforma de inovação.

O empreendedorismo esportivo, segundo Ratten (2021a), tem se tornado cada vez mais relevante como prática de transformação econômica. Além do impacto econômico, Navidi et al. (2023) afirmam que esse tipo de empreendedorismo contribui para o desenvolvimento territorial, para a inclusão de grupos sociais e para a renovação de modelos de negócio baseados no esporte.

Entretanto, embora o interesse acadêmico sobre o tema tenha crescido nos últimos anos, a literatura ainda carece de sistematização teórica e metodológica. Como mostram Pervun et al. (2024), há uma variedade de abordagens, conceitos e recortes, mas poucas tentativas de organização crítica do conhecimento já produzido. Isso dificulta tanto a consolidação do campo quanto a construção de novas agendas de pesquisa. Nesse cenário, justifica-se a realização desta revisão integrativa da literatura, com o objetivo de mapear os principais estudos sobre empreendedorismo esportivo publicados entre 2015 e 2024.

A revisão foi feita com base em 34 artigos científicos publicados entre 2015 e 2024. Esses artigos foram selecionados a partir dos critérios metodológicos sugeridos por Botelho et al. (2011). Este trabalho busca reunir e organizar conhecimentos já produzidos, com a intenção de oferecer um panorama que possa ser considerado útil por pesquisadores e profissionais da área.

Além desta introdução, o artigo está dividido em quatro partes. A próxima seção apresenta a fundamentação teórica. Em seguida, os procedimentos metodológicos utilizados

são descritos. Depois, são mostrados os resultados organizados por temas. Posteriormente, é feita uma discussão dos achados. Por fim, o texto traz as conclusões e algumas sugestões para pesquisas futuras.

2 Referencial Teórico

O empreendedorismo esportivo tem sido objeto de crescente atenção na literatura acadêmica, especialmente por sua capacidade de unir a lógica da inovação com as particularidades do setor esportivo. De acordo com Ratten (2020), trata-se de um processo que envolve a identificação e a exploração de oportunidades empreendedoras dentro do universo esportivo, sendo caracterizado pela criação de produtos, serviços e iniciativas inovadoras alinhadas às especificidades desse campo. A autora ressalta que o esporte, por sua natureza dinâmica e simbólica, constitui um terreno fértil para o desenvolvimento de práticas empreendedoras sustentáveis. Complementando essa perspectiva, Jones (2017) define o empreendedorismo esportivo como o processo por meio do qual indivíduos e organizações exploram oportunidades no setor esportivo, promovendo inovação e gerando impacto econômico ou social.

Segundo Hayduk (2020), a indústria do esporte possui elementos únicos que a diferenciam de outros setores econômicos, como a imprevisibilidade dos resultados, a relação simbiótica com os fãs e a interdependência entre equipes e organizações. Esses fatores criam condições específicas para a atuação empreendedora, exigindo dos agentes do setor uma postura criativa e estratégica. O autor também destaca que, mesmo em ambientes institucionais rígidos, como ligas esportivas profissionais, há espaço para a ação empreendedora, sobretudo por meio da introdução de novas tecnologias e serviços que dialogam com as demandas dos consumidores. González-Serrano et al. (2023) apontam que, enquanto o empreendedorismo tradicional costuma focar na eficiência operacional e no desempenho financeiro, o empreendedorismo esportivo incorpora dimensões sociais e institucionais com mais intensidade. Além disso, Jones (2017) destaca que o setor esportivo impõe desafios específicos à atuação empreendedora, como a alta imprevisibilidade de resultados, a dependência de calendários e eventos sazonais, e a necessidade de lidar com múltiplos stakeholders - como clubes, federações, atletas, torcedores e patrocinadores.

Conforme Ratten (2020), o empreendedorismo esportivo também pode ser entendido como uma resposta à necessidade de adaptação em momentos de crise. Durante a pandemia da COVID-19, por exemplo, muitas organizações esportivas foram obrigadas a reinventar seus modelos de negócio e a buscar alternativas para manter sua atuação no mercado. Xu et al. (2021) acrescentam que esse campo tem crescido especialmente pela digitalização de serviços, o aumento da busca por estilos de vida saudáveis e a presença do esporte em plataformas de mídia e consumo. Ratificando o parágrafo anterior, González-Serrano et al. (2023) afirmam que a pandemia de COVID-19 exigiu adaptações e abriu espaço para novas formas de atuação empreendedora no setor esportivo, valorizando ainda mais a criatividade e a resiliência desses agentes. Esse cenário contribuiu para consolidar o esporte como um terreno fértil para o empreendedorismo, com potencial não apenas econômico, mas também social e comunitário.

Segundo González-Serrano et al. (2023), há uma crescente diversidade de perfis empreendedores no setor, com destaque para empreendedores sociais, atletas empreendedores, startups esportivas e gestores de eventos. Cada um desses perfis mobiliza recursos e estratégias distintas, mas compartilha a característica comum de enxergar o esporte como uma plataforma de oportunidade .

Dessa forma, vale destacar que a atuação empreendedora no esporte não se limita à criação de novos negócios, mas também envolve processos de inovação organizacional, reposicionamento de marcas, desenvolvimento de produtos e engajamento de comunidades.

Conforme discutido por Ferreira et al. (2020), o esporte deve ser analisado dentro de um ecossistema mais amplo, onde as interações entre atores institucionais, agentes econômicos e tecnologias definem as possibilidades de ação empreendedora. Esse enfoque ecossistêmico permite compreender a complexidade do campo e aponta para a necessidade de abordagens teóricas e metodológicas mais integradas.

3 Metodologia

Este estudo utilizou o método de revisão integrativa da literatura, conforme orientações de Botelho et al. (2011). A escolha por esse tipo de revisão se deve ao seu potencial de reunir estudos com diferentes abordagens e metodologias, permitindo uma visão mais ampla e reflexiva sobre o tema do empreendedorismo esportivo. Segundo os autores, a revisão integrativa é útil para mapear, organizar e sintetizar conhecimentos dispersos, sendo especialmente adequada quando se deseja consolidar um campo de pesquisa ainda em desenvolvimento.

Essa abordagem foi escolhida porque o tema do empreendedorismo esportivo ainda é recente e bastante variado, tanto nos conceitos quanto nas formas de estudo. Por isso, uma revisão integrativa oferece mais flexibilidade para entender o que já se sabe sobre o tema e identificar o que ainda pode ser explorado.

3.1 Estratégia de busca e critérios de seleção

A busca pelos artigos foi feita exclusivamente na base Web of Science, por se tratar de uma das plataformas de indexação mais consolidadas e reconhecidas internacionalmente, o que assegura a curadoria e a qualidade dos periódicos indexados, além de reunir publicações de diversas partes do mundo - condição desejável para mapear um campo ainda em construção. O acesso integral aos textos foi viabilizado por parceria institucional. Reconhece-se, contudo, como limitação, o uso de uma única base de dados, o que sugere, para estudos futuros, a ampliação da cobertura com bases complementares, como Scopus ou SPORTDiscus. A coleta ocorreu no dia 28 de maio de 2025. Para compor a amostra, foi utilizada uma expressão de busca que combinou os seguintes termos em inglês: “sport entrepreneurship” ou “sport”, associados a “entrepreneurship”, “entrepreneurial ecosystem” ou “venture”, e também a “business opportunity”, “business”, “opportunity” ou “commerce”. Essa combinação de termos teve como objetivo capturar estudos relacionados ao esporte, ao empreendedorismo e à criação de oportunidades de negócio, especialmente no contexto de ecossistemas empreendedores. Inicialmente, foram encontrados 1.000 artigos, abrangendo o período de 1991 a 2025.

A expressão de busca aplicada no campo de tópico (Topic) foi: *TS = (("sport entrepreneurship" OR sport) AND (entrepreneurship OR "entrepreneurial ecosystem" OR venture) AND ("business opportunity" OR business OR opportunity OR commerce))*. A busca, realizada em 28 de maio de 2025, retornou 1.000 registros, posteriormente refinados pelos critérios descritos a seguir.

Para afunilar os resultados, seguindo as recomendações de Botelho et al. (2011), foram definidos critérios de inclusão e exclusão claros, assegurando transparência e rigor no processo. Para garantir a qualidade e a relevância dos estudos analisados, foram definidos critérios claros de inclusão e exclusão ao longo do processo de refinamento da busca.

O primeiro critério aplicado foi o idioma. A busca inicial na Web of Science retornou artigos publicados em diversos idiomas, incluindo francês, alemão, russo e chinês. Todavia, optou-se por manter apenas os textos escritos em inglês, espanhol ou português, quanto por concentrarem a maioria absoluta das publicações - sendo que aproximadamente 97% dos artigos estavam em inglês. Essa escolha buscou assegurar uma leitura crítica mais precisa e alinhada com os objetivos da revisão.

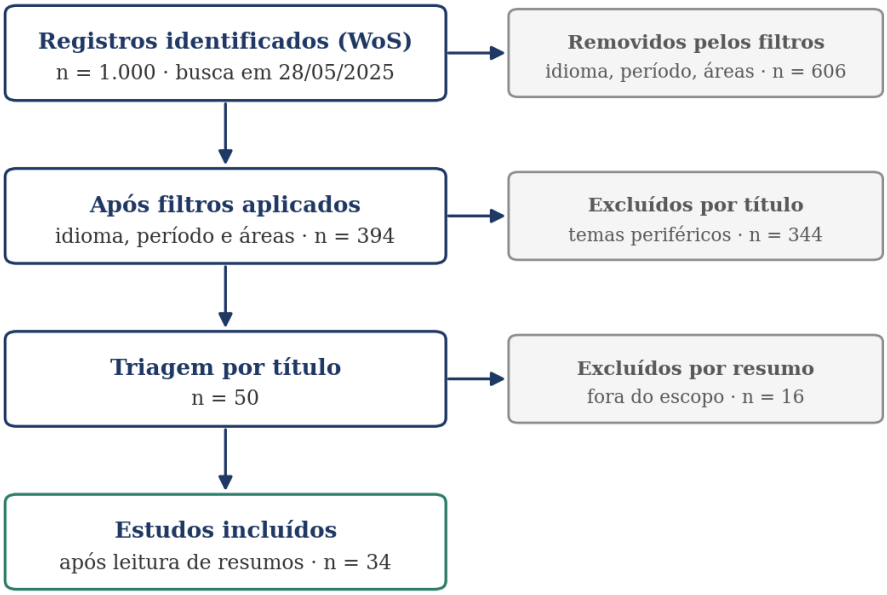
O segundo critério adotado foi o período de publicação. Para esta revisão, foram considerados apenas artigos publicados entre os anos de 2015 e 2024. Essa decisão teve como objetivo captar a evolução recente do campo do empreendedorismo esportivo, especialmente no contexto das transformações sociais e econômicas provocadas pela pandemia da COVID-19. O recorte permite analisar tanto o cenário pré-pandemia, quanto o período de crise sanitária e o pós-pandemia, momento em que houve um aumento significativo na busca por práticas mais saudáveis de vida, o que impactou diretamente o setor esportivo e as oportunidades empreendedoras associadas. Essa escolha temporal também se justifica pela necessidade de mapear tendências atuais e responder aos objetivos da pesquisa.

O terceiro critério de exclusão foi relacionado às áreas temáticas dos artigos. A base inicial da Web of Science abrangia publicações de diversos campos do conhecimento, como nutrição, educação física, educação, turismo, entre outras. No entanto, optou-se por manter apenas os artigos vinculados às áreas de negócios, administração, economia, ciências sociais e afins, por serem mais diretamente conectadas ao enfoque desta revisão, centrado no empreendedorismo esportivo como prática econômica e organizacional. Após essa filtragem, o número de artigos foi reduzido para 394, mantendo-se uma amostra mais alinhada com os objetivos teóricos e metodológicos do estudo.

O quarto critério aplicado foi a relevância temática, verificada inicialmente por meio da leitura dos títulos dos 394 artigos restantes. Nessa etapa, foram excluídos os trabalhos que, apesar de mencionarem termos como “esporte” ou “empreendedorismo”, tratavam de temas periféricos ou não dialogavam diretamente com os objetivos desta revisão. Foram mantidos apenas os estudos cujo título indicava uma relação mais clara entre esporte e práticas empreendedoras, o que reduziu a amostra para 50 artigos.

Por fim, foi realizada a leitura dos resumos desses 50 artigos para garantir que os conteúdos estivessem, de fato, alinhados com o escopo da pesquisa. Alguns estudos, embora apresentassem termos relevantes no título, ao serem analisados com mais profundidade, revelaram-se focados em outras temáticas, como políticas públicas esportivas, gestão pública ou desempenho atlético, sem conexão direta com o empreendedorismo esportivo. Após essa triagem mais criteriosa, chegou-se ao total de 34 artigos científicos, que compõem a amostra final da revisão integrativa. Cabe registrar que, embora a janela de busca compreendesse o período de 2015 a 2024, os 34 artigos que atenderam a todos os critérios de seleção concentraram-se entre 2017 e 2024, não havendo publicações elegíveis nos anos de 2015 e 2016.

Figura 1 - Fluxograma de seleção dos estudos (adaptado do PRISMA).



Fonte: elaborado pelos autores (2025).

Esse processo de escolha seguiu as etapas que Botelho et al. (2011) recomendam para revisões integrativas para revisões integrativas: definir bem os critérios de seleção e deixar claro como os estudos foram escolhidos.

3.2 Organização e análise dos dados

Após a seleção final dos 34 artigos, foi realizada a organização dos dados em uma planilha, contendo informações como autor, ano, título, resumo do estudo, link de acesso (DOI) e outros elementos relevantes. Esse processo permitiu estruturar o material de forma sistemática para facilitar as etapas subsequentes da análise.

Na etapa seguinte, foi realizada a análise do conteúdo dos artigos, com base na proposta metodológica de Bardin (2011), que define a análise de conteúdo como um conjunto de técnicas que busca identificar e categorizar unidades de sentido a partir de materiais textuais. Segundo a autora, esse processo é composto por três fases principais: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados obtidos e interpretação. Essas etapas foram operacionalizadas neste estudo por meio da leitura integral dos artigos, da codificação das informações mais relevantes e do posterior agrupamento temático dos achados.

Complementando esse referencial, Colbari (2014) reforça que a análise de conteúdo contribui para conferir rigor e profundidade à investigação qualitativa, permitindo captar os significados construídos nos discursos e organizá-los em categorias que dialogam com o contexto empírico. Assim, ao seguir as diretrizes dos autores citados, buscou-se garantir uma interpretação cuidadosa e fundamentada dos estudos analisados. A partir dessa análise emergiram cinco eixos temáticos que orientaram a apresentação dos resultados:

Cabe detalhar que as categorias de análise não foram definidas a priori: emergiram de forma indutiva da leitura integral dos 34 artigos, dando origem aos cinco eixos temáticos apresentados a seguir. As unidades de registro corresponderam a trechos relativos aos objetivos, aos métodos e aos principais achados de cada estudo, agrupados por similaridade de conteúdo. A codificação foi conduzida pelos autores, resolvendo-se eventuais divergências por consenso.

● Adaptação e Resiliência em Contextos de Crise: com foco nas respostas de empreendedores diante de instabilidades como a pandemia, por meio da reinvenção de estratégias e digitalização de serviços;

● Fundamentos Teóricos e Conceituais: voltados à delimitação do campo, definições, categorias e propostas de modelos analíticos;

● Inovação e Novos Modelos de Negócio: englobando o uso de plataformas digitais, startups esportivas e tecnologias aplicadas ao consumo esportivo;

● Estilos de Vida e Identidade: que tratam de iniciativas baseadas em práticas esportivas como forma de expressão cultural, pertencimento e empreendedorismo comunitário;

● Ecossistemas de Empreendedorismo Esportivo: abordam os contextos institucionais, redes de apoio e políticas públicas que moldam o ambiente empreendedor no esporte.

Essa categorização permitiu compreender com maior profundidade como o fenômeno do empreendedorismo esportivo tem sido abordado na literatura, além de evidenciar lacunas e possibilidades para futuras investigações.

Para complementar a análise de conteúdo, foi feita uma análise exploratória das palavras-chave dos 34 artigos, utilizando a ferramenta Infogram para gerar uma nuvem de palavras com base na frequência dos termos. A técnica, embora descritiva, ajudou a evidenciar temas recorrentes na literatura. Também se analisou a origem geográfica das publicações a partir de dados da Web of Science, organizados e contados no Microsoft Excel. Essas informações apoiaram a identificação de tendências e contextos dominantes nas pesquisas sobre empreendedorismo esportivo.

Nesse sentido, de acordo com Botelho et al. (2011), uma boa revisão integrativa deve permitir não só reunir os estudos, mas também entender o que eles têm em comum, apontar diferenças e levantar ideias para pesquisas futuras.

4 Análise dos resultados e discussão

Antes de avançar para a análise de conteúdo, esta seção explora características gerais da amostra por meio de uma leitura preliminar. A partir da frequência de palavras-chave e da origem geográfica dos estudos, é possível identificar tendências conceituais e contextos nacionais mais presentes na produção científica sobre o tema.

4.1 Palavras-chave

Para a construção da nuvem (Figura 2), foram extraídas as palavras-chave declaradas pelos 34 artigos. Antes da visualização, procedeu-se a um tratamento de padronização: unificação de variações de número (singular/plural), consolidação de termos equivalentes ou sinônimos sob uma mesma expressão, padronização do idioma para o inglês e remoção de duplicidades. A nuvem foi gerada na ferramenta Infogram, com o tamanho de cada termo proporcional à sua frequência de ocorrência.

A análise das palavras-chaves apontadas nos resumos dos 34 artigos reforça tendências relevantes no campo do empreendedorismo esportivo. O termo “Sport Entrepreneurship” foi o mais recorrente, seguido por “Entrepreneurship” e “Coronavirus”, indicando uma conexão do tema e o impacto da pandemia na produção acadêmica nos últimos anos. Outros termos como “Crisis Management”, “Innovation”, “Digital Transformation” e “Social Media” apontaram para um contexto em que a resiliência, a tecnologia e a adaptação ganham destaque. Além disso, expressões como “Social Entrepreneurship” e “Policy” mostram que as pesquisas também têm se voltada para aspectos sociais e institucionais do empreendedorismo no esporte, aumentando a compreensão para além do sentido puramente econômica.

Figura 2 - Nuvem das palavras-chave dos 34 artigos analisados.



Fonte: elaborado pelos autores com a ferramenta Infogram (2025).

A recorrência de termos como “Sport Industry”, “Sport Management” e “Sports Ecosystem” evidencia a consolidação do esporte como um campo estruturado e propício à atividade empreendedora, com ênfase na gestão, organização e articulação entre diferentes agentes. Já a presença de palavras como “Entrepreneurial Ecosystem”, “Stakeholders” e “Value Co-Creation” indica um interesse crescente na compreensão dos ambientes colaborativos e interdependentes que sustentam a emergência de oportunidades no setor esportivo.

Conceitos ligados à identidade e à inclusão, como “Lifestyle Entrepreneurship”, “Gender Equality”, “Youth Athletes” e “Family Business”, também ganharam visibilidade, reforçando a abordagem mais ampla e plural do empreendedorismo esportivo, que ultrapassa fronteiras mercadológicas e incorpora dimensões sociais, culturais e pessoais. Termos como “Career Transition” e “Athlete” ainda revelam o foco das pesquisas na trajetória de esportistas que migram para o campo empreendedor, frequentemente impulsionados por fatores como identidade profissional e redes de apoio.

Ainda, palavras como “Institutional Factors”, “Policy” e “Knowledge Spillover” demonstram a atenção dada à influência das estruturas institucionais, às políticas públicas e ao compartilhamento de conhecimento na promoção de ambientes favoráveis ao empreendedorismo. Assim, a nuvem de palavras complementa os eixos temáticos da análise de conteúdo e confirma a diversidade de enfoques teóricos e empíricos presentes na literatura recente sobre o tema.

4.2 Número de publicações por país

A partir da distribuição do número de publicações por país, é possível observar tendências relevantes sobre a geografia da produção científica no campo do empreendedorismo esportivo. A distribuição das publicações por país revela um predomínio claro dos Estados Unidos (13) e da Inglaterra (11) na produção acadêmica sobre empreendedorismo esportivo. Esses dados refletem o maior investimento desses países em pesquisa e a presença de centros especializados na temática esportiva. Em seguida, aparecem Suíça (4), Brasil (2) e Irã (2), com participações mais discretas. Alemanha e Holanda contribuem com apenas um estudo cada. Essa concentração evidencia a necessidade de ampliar a produção científica em países do sul global, promovendo abordagens mais diversas e contextuais. Para esta análise, considerou-se o país de afiliação do autor correspondente de cada estudo, conforme registrado na Web of Science.

Tabela 1 - Número de publicações por país

País	**Publicações**
Austrália	8
Reino Unido	7
Estados Unidos	5
Irã	4
Espanha	3
Finlândia	2
Itália	2
Brasil	1
Emirados Árabes Unidos	1
Portugal	1
Total	**34**

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da Web of Science (2025).

Essa concentração de publicações em países de língua inglesa também reforça a hegemonia do inglês como idioma da produção científica global e o predomínio de instituições do norte global na formulação de conceitos, agendas e abordagens teóricas sobre o tema.

4.3 Análise de conteúdo

Para organizar e interpretar os dados levantados, foi utilizada a análise de conteúdo, conforme proposto por Bardin (2011). Essa abordagem ajuda a identificar padrões, sentidos e significados em textos, sendo muito útil em pesquisas qualitativas como esta. A leitura dos 34 artigos selecionados foi feita de forma cuidadosa e sistemática, seguindo as três etapas sugeridas pela autora: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados. Também nos apoiamos em Colbari (2014), que destaca a importância da análise de conteúdo como ferramenta para dar sentido a informações complexas e organizá-las de maneira compreensível.

Os cinco eixos temáticos - ecossistemas empreendedores; fundamentos teóricos; adaptação e resiliência em contextos de crise; inovação e criatividade; e estilo de vida, identidade e inclusão social - emergiram de forma indutiva do corpus. Após a leitura integral dos 34 artigos, cada estudo foi caracterizado por seu foco predominante (abordagem, objetivo e contexto); estudos com focos convergentes foram agrupados, e a recorrência desses agrupamentos deu origem aos eixos, aos quais cada artigo foi alocado segundo sua maior aderência temática.

A partir dessa leitura detalhada, conseguimos agrupar os artigos por temas em comum. Foi assim que surgiram os cinco eixos temáticos que vão guiar a apresentação dos resultados: Ecossistemas, Fundamentos, Adaptação, Inovação e Estilo de Vida. Esses eixos foram definidos com base nas abordagens, nos objetivos e nos contextos tratados pelos autores. A seguir, cada grupo será discutido separadamente, destacando o que a literatura recente tem revelado sobre o empreendedorismo esportivo.

4.3.1 Adaptação e resiliência em contextos de crise

As crises globais, como a pandemia da COVID-19, provocaram um abalo profundo nas estruturas do esporte, impulsionando o empreendedorismo esportivo a buscar soluções resilientes e adaptativas. Nesse cenário, diferentes estudos analisaram como empreendedores e organizações esportivas reagiram aos desafios impostos pela crise sanitária. González-Serrano et al. (2023) destacam o papel da tecnologia como aliada fundamental para manter a competitividade de pequenos negócios esportivos durante a pandemia, reforçando a importância da inovação e da digitalização. De maneira semelhante, Hammerschmidt et al.

(2021) evidenciam como clubes de futebol profissional foram levados a adotar uma mentalidade empreendedora para garantir sua sustentabilidade frente à redução de receitas e à paralisação de competições.

A atuação dos empreendedores esportivos também se conecta a transformações sociais mais amplas. Ratten (2020) argumenta que a pandemia não apenas afetou as operações econômicas, mas também influenciou estilos de vida e valores culturais, exigindo novas posturas empreendedoras alinhadas a um cenário em mutação. Em outra contribuição, Ratten (2020) aprofunda a discussão sobre a resiliência organizacional, defendendo que a incerteza trouxe à tona a necessidade de uma cultura empreendedora mais ágil e adaptável. Ratten et al. (2021) também analisam a co-criação de valor em tempos de crise, apontando como a colaboração entre diferentes atores pode fortalecer a resposta empreendedora diante de choques externos.

Em fechamento, Sadeqi-Arani e Ghahfarokhi (2022), a partir de uma abordagem qualitativa Delphi, reforçam a ideia de que a resiliência no setor esportivo depende de múltiplos fatores - incluindo planejamento estratégico, liderança proativa e aprendizagem contínua. Esses achados convergem para uma leitura mais ampla do empreendedorismo esportivo, não apenas como uma resposta emergencial, mas como um mecanismo estratégico para enfrentar a instabilidade e construir soluções sustentáveis. Essa seção mostra, portanto, que a crise sanitária, apesar de seus impactos negativos, serviu como catalisador de mudanças e revelou a importância da resiliência como pilar fundamental para os negócios no setor esportivo.

4.3.2 Fundamentos teóricos e conceituais

A consolidação do empreendedorismo esportivo como campo de estudo requer uma base teórica sólida que reconheça sua natureza multidisciplinar e sua crescente inserção nos debates da gestão, inovação e políticas sociais. Em uma das contribuições mais abrangentes da literatura recente, Pellegrini et al. (2020) realizam uma síntese crítica da produção científica sobre o tema, evidenciando lacunas conceituais e apontando para a necessidade de frameworks mais robustos e aplicáveis. Essa carência de sistematização é, em parte, resultado da juventude da área e da diversidade de abordagens utilizadas por pesquisadores de diferentes disciplinas.

Entre os principais esforços para preencher essas lacunas, destaca-se o trabalho de Hayduk (2020), que discute os rumos futuros do empreendedorismo esportivo e reforça seu potencial como catalisador de transformações econômicas e culturais. Ratten e Jones (2020), por sua vez, ampliam esse debate ao explorarem os desafios relacionados à criação de valor em contextos esportivos, destacando o papel da inovação e da articulação entre atores públicos e privados. Essa abordagem dialoga com a proposta de Fisher et al. (2024), que introduzem o conceito de event-based entrepreneurship (empreendedorismo baseado em eventos) (empreendedorismo baseado em eventos), ressaltando como eventos esportivos se tornam vetores de dinamismo e oportunidade.

O artigo de Navidi et al. (2023) complementa essa discussão ao propor um modelo voltado ao empreendedorismo social baseado no esporte, enfatizando o papel das práticas esportivas na promoção da inclusão, do bem-estar e do desenvolvimento comunitário. Já Carenduff et al. (2019) tratam do empreendedorismo esportivo a partir da ótica de iniciativas sociais, como o projeto Sporting Chance, revelando como o esporte pode ser uma ferramenta de reinserção social e empoderamento de populações vulneráveis.

No plano organizacional, Hammerschmidt et al. (2024) conduzem uma análise empírica com clubes profissionais de futebol, mostrando como a orientação empreendedora varia conforme a cultura e o ambiente institucional. Essa dimensão também aparece no estudo de Ratten (2020), que analisa o papel da diáspora no fomento ao empreendedorismo esportivo internacional, reforçando o caráter transnacional e multifacetado do fenômeno. Por fim, o trabalho de Venkitachalam et al. (2024) amplia o escopo da discussão ao abordar estratégias de

digitalização, propriedade e mercantilização no esporte, revelando novas camadas conceituais que impactam diretamente as práticas empreendedoras no setor.

Em síntese, os fundamentos do empreendedorismo esportivo estão sendo construídos a partir de uma base heterogênea, que reúne contribuições da administração, economia, ciências sociais e da prática esportiva em si. O desafio está em consolidar esse conhecimento em um corpo teórico coeso e funcional, que atenda às exigências da academia e do mercado. Essa pluralidade, embora desafiadora, também é uma riqueza do campo, que abre espaço para múltiplas perspectivas e para o surgimento de novas agendas de pesquisa.

4.3.3 Inovação e criatividade no esporte

A inovação tem ganhado espaço como elemento central no campo do empreendedorismo esportivo, especialmente por permitir a criação de soluções originais que acompanham as mudanças sociais, tecnológicas e mercadológicas. Dentro deste eixo temático, os estudos analisados revelam que a criatividade não é apenas desejável, mas necessária para que empreendedores do setor esportivo consigam se manter competitivos em um cenário cada vez mais dinâmico e digitalizado. Ferreira et al. (2020) realizam uma análise bibliométrica sobre inovação no esporte, indicando que o campo tem se diversificado com o surgimento de novas abordagens, tecnologias e oportunidades de mercado, consolidando uma agenda de pesquisa voltada para o desenvolvimento sustentável do setor.

Complementando esse panorama, Hammerschmidt et al. (2024) discutem como a criatividade influencia diretamente a gestão esportiva, sobretudo na forma como clubes e organizações buscam alternativas para atrair novos públicos, gerar valor simbólico e se diferenciar de concorrentes. O estudo evidencia que a inovação não se restringe a grandes organizações, sendo acessível também a pequenas iniciativas empreendedoras, desde que estejam abertas à experimentação de soluções e ao uso estratégico da tecnologia.

A relação entre megaeventos esportivos e empreendedorismo inovador é explorada por Hayduk (2023), propondo uma conexão entre fatores econômicos e psicológicos na ativação de negócios em torno desses acontecimentos. Sua análise destaca que tais eventos funcionam como "catalisadores temporários" de inovação, despertando a criatividade de agentes locais e globais que identificam nichos de mercado e oportunidades efêmeras, mas de alto impacto.

Do ponto de vista do consumo, Sordi et al. (2019) analisam os fatores que influenciam decisões de compra em lojas virtuais de artigos esportivos, evidenciando que a inovação também se manifesta nas dinâmicas entre marca, consumidor e canais digitais. A adaptação das estratégias de venda ao ambiente online, com ênfase em experiência de usuário e personalização, aparece como diferencial competitivo. Por outro lado, Xu et al. (2021) investigam uma forma de inovação mais controversa: a promoção de apostas integradas a eventos esportivos, com o uso de celebridades e apelos emocionais. Embora essa prática aponte para novas possibilidades de monetização e engajamento, o artigo alerta para os riscos éticos associados a esse modelo de negócio.

Com base nos estudos analisados, é possível afirmar que a inovação e a criatividade desempenham papel estratégico no avanço do empreendedorismo esportivo. Elas não apenas acompanham as transformações do mercado e da sociedade, mas também atuam como catalisadoras de novos modelos de negócio, tornando o esporte um espaço cada vez mais fértil para a experimentação e o desenvolvimento de soluções empreendedoras.

4.3.4 Estilo de vida, identidade e inclusão social

O empreendedorismo esportivo não está restrito à inovação tecnológica ou aos grandes eventos. Em muitos casos, ele emerge a partir de práticas cotidianas, de estilos de vida e das identidades que se formam ao redor do esporte. Esse eixo temático destaca o papel das

experiências pessoais, dos laços sociais e da diversidade cultural na construção de empreendimentos ligados ao universo esportivo.

A pesquisa de Wallis et al. (2020), por exemplo, destaca o estilo de vida como um motor para o empreendedorismo em esportes alternativos como o surfe, indicando que a motivação nem sempre é econômica, mas sim pautada pela autenticidade e expressão pessoal. Esse tipo de empreendedorismo de estilo de vida demonstra que o esporte pode ser espaço de resistência a lógicas corporativas tradicionais.

No mesmo sentido, a questão da identidade aparece como um fator central na transição de atletas para empreendedores, como observado por Pervun et al. (2024), que argumentam que a vivência esportiva na juventude pode impulsionar características empreendedoras no futuro. A trajetória individual, nesse contexto, não é apenas moldada por competências, mas também por um sentido esportivo que valoriza disciplina, superação e protagonismo. Essa construção subjetiva também está presente na análise de Ratten (2022), que explora a relação entre negócios familiares e o ambiente esportivo, apontando como tradições familiares e redes sociais influenciam decisões empreendedoras, especialmente em contextos locais.

A inclusão social, por sua vez, é discutida sob a ótica da equidade de gênero por Da Costa e Miragaia (2024), que analisam as barreiras enfrentadas por mulheres no empreendedorismo esportivo. O estudo mostra que, mesmo com avanços, há obstáculos estruturais e culturais que limitam o protagonismo feminino em posições de liderança. Essa desigualdade também pode ser lida como uma oportunidade para a criação de negócios com viés inclusivo, voltados à transformação do ambiente esportivo. Complementando esse panorama, Cordina et al. (2019) investigam a mobilização de torcedores locais como atores empreendedores, evidenciando que a identidade coletiva construída em torno de clubes esportivos pode ser capitalizada para gerar iniciativas inovadoras e sustentáveis.

Os estudos de Mondalizadeh (2024) e Mohammadi e Azizi (2019) ampliam a discussão ao explorarem o papel de fatores contextuais e institucionais no desenvolvimento de oportunidades empreendedoras no esporte em países como Irã. Seus achados sugerem que o empreendedorismo pode funcionar como uma ferramenta de mobilidade social, especialmente quando alinhado a políticas públicas e marcos culturais locais. Além disso, propõem que a criação de ecossistemas esportivos mais inclusivos passa por reconhecer a diversidade de trajetórias, valores e necessidades da população.

Dessa forma, percebe-se que o empreendedorismo esportivo vai além da dimensão econômica. Ele também se expressa na forma como indivíduos e grupos constroem sentido, pertencimento e transformação social a partir do esporte. Ao considerar aspectos como estilo de vida, juventude, família, turismo e gênero, a literatura amplia o entendimento sobre os múltiplos caminhos que esse tipo de empreendedorismo pode seguir.

4.3.5 Ecossistemas empreendedores e identidade profissional no esporte

A abordagem dos ecossistemas empreendedores no campo esportivo tem se mostrado fundamental para compreender como redes, contextos institucionais e valores culturais moldam a atuação dos agentes econômicos. Conforme argumenta González-Serrano et al. (2021), o desenvolvimento da indústria esportiva na União Europeia está diretamente ligado à construção de ecossistemas favoráveis, nos quais políticas públicas, universidades, clubes e startups se articulam para fomentar inovação e crescimento. Essa visão ecossistêmica é complementada por Ratten (2021c), que destaca a importância dos "conhecimentos transbordantes" (spillovers) no ambiente esportivo, reforçando que a troca de saberes entre setores distintos impulsiona o surgimento de novos empreendimentos.

Por meio de uma análise bibliométrica e de conteúdo, Calabuig-Moreno et al. (2021) indicam que os ecossistemas esportivos não apenas facilitam o empreendedorismo, mas também moldam sua trajetória e intensidade, a depender do grau de enraizamento

(embeddedness) institucional e social. A análise mostra que a consolidação desses ecossistemas depende da sinergia entre fatores como capital social, infraestrutura esportiva e suporte governamental. Já Dimov (2017) propõe uma metáfora inversa ao refletir sobre o "empreendedorismo como esporte", sublinhando as semelhanças entre a prática esportiva e os atributos necessários à atividade empreendedora - tais como resiliência, competição e aprendizagem contínua - destacando como a própria identidade empreendedora pode ser compreendida a partir dessa ótica.

A construção da identidade profissional no esporte também emerge como elemento central neste eixo. O estudo de Boyd et al. (2021) aprofunda a transição da carreira atlética para a empreendedora, ressaltando os desafios psicológicos e sociais enfrentados por ex-atletas ao reformular sua identidade profissional. De forma semelhante, Jones et al. (2017) exploram o cotidiano de treinadores e instrutores esportivos envolvidos em práticas empreendedoras, revelando como a identidade desses agentes se constrói a partir da sobreposição entre paixão esportiva e necessidade de inovação econômica.

Dessa forma, Megheirkouni et al. (2020) apontam para a influência dos valores culturais na liderança empreendedora esportiva em países do Oriente Médio, especialmente no que tange às diferenças de gênero. Seus achados demonstram que a liderança empreendedora no esporte está diretamente condicionada ao contexto sociocultural, o que reforça a importância de se pensar os ecossistemas como construções complexas e contextualmente ancoradas.

Assim sendo, ao integrar as dimensões estruturais dos ecossistemas com as trajetórias individuais dos empreendedores, a literatura contribui para um entendimento mais amplo e sofisticado do empreendedorismo esportivo, capaz de considerar tanto os fatores contextuais quanto os elementos subjetivos que motivam a ação empreendedora nesse campo.

5 Considerações finais

O presente trabalho teve como objetivo investigar como o fenômeno do empreendedorismo esportivo vem sendo tratado na literatura acadêmica recente. A partir da análise de 34 artigos científicos, selecionados por critérios rigorosos de relevância temática e metodológica, foi possível identificar um campo em consolidação, com avanços importantes, mas ainda marcado por lacunas conceituais, empíricas e epistemológicas.

A categorização em cinco eixos temáticos - Ecossistemas, Fundamentos, Adaptação, Inovação e Estilo de Vida - permitiu compreender diferentes formas pelas quais o esporte tem sido articulado ao empreendedorismo. Observou-se que a literatura tem valorizado o potencial do esporte como vetor de negócios e inovação social, ao mesmo tempo em que reconhece seus desafios estruturais, como a ausência de uma definição clara e compartilhada do que constitui o "empreendedorismo esportivo".

Conforme a análise indicou, há uma ênfase crescente na capacidade do esporte de gerar oportunidades em contextos de crise, como a pandemia da COVID-19, além da valorização de modelos de negócios baseados em estilo de vida, impacto comunitário e inserção tecnológica. No entanto, muitos estudos ainda são descritivos e carecem de aprofundamento teórico, especialmente no que diz respeito à aplicação de modelos consolidados de empreendedorismo e inovação no contexto esportivo. Além disso, há carência de investigações em países da América Latina, o que limita a compreensão global do fenômeno.

Diante disso, uma agenda futura de pesquisa pode incluir: (I) o desenvolvimento de uma definição conceitual mais precisa e amplamente aceita sobre o empreendedorismo esportivo; (II) o aprofundamento em abordagens teóricas interdisciplinares, como ecossistemas empreendedores, institucionalismo e inovação social; (III) estudos de caso e análises empíricas em contextos diversos, especialmente em economias emergentes; e (IV) o papel de atores

específicos, como atletas, gestores públicos e startups, na construção de oportunidades dentro do esporte.

Com base nos achados apresentados, espera-se que esta revisão contribua para reunir e organizar conhecimentos já produzidos, com a intenção de oferecer um panorama que possa ser considerado útil por pesquisadores e profissionais da área, fortalecendo do campo de pesquisa e, principalmente, incentivando novos estudos que promovam uma maior articulação entre teoria, prática e políticas públicas voltadas ao desenvolvimento do esporte como espaço legítimo e promissor de ação empreendedora.

Referências

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Botelho, L. L. R., Cunha, C. C. A., & Macedo, M. A. S. (2011). O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. *Gestão & Sociedade*, *5*(11), 121–136.

Boyd, D. E., Harrison, C. K., & McInerny, H. (2021). Transitioning from athlete to entrepreneur: An entrepreneurial identity perspective. *Journal of Business Research*, *136*, 479–487. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.07.010

Calabuig-Moreno, F., González-Serrano, M. H., Alonso-Dos-Santos, M., & Gómez-Tafalla, A. (2021). Entrepreneurial ecosystems, knowledge spillovers, and their embeddedness in the sport field: A bibliometric and content analysis. *Knowledge Management Research & Practice*, *19*(1), 65–83. https://doi.org/10.1080/14778238.2020.1752120

Carenduff, R., Mulholland, G., & Turner, J. (2019). Sports entrepreneurship and the sporting chance initiative. In *Enterprising education in UK higher education* (pp. 137–149). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315518138-8

Colbari, A. (2014). A análise de conteúdo e a pesquisa empírica qualitativa. In E. M. Souza (Org.), *Metodologias e analíticas qualitativas em pesquisa organizacional: Uma abordagem teórico-conceitual*. EDUFES.

Cordina, R., Gannon, M. J., & Croall, R. (2019). Over and over: Local fans and spectator sport tourist engagement. *Service Industries Journal*, *39*(7-8), 590–608. https://doi.org/10.1080/02642069.2018.1534962

da Costa, C. D. M., & Miragaia, D. A. M. (2024). Female entrepreneurship in a sport context: Unveiling the barriers perceived by women in leadership positions in a society of stereotypes! *Managing Sport and Leisure*. https://doi.org/10.1080/23750472.2024.2411997

Dimov, D. (2017). Entrepreneurship as sport. In *The reflective entrepreneur* (pp. 66–69). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315228105-12

Ferreira, J. J., Fernandes, C., Ratten, V., & Miragaia, D. (2020). Sports innovation: A bibliometric study. In V. Ratten (Ed.), *Sport entrepreneurship and public policy* (pp. 153–170). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-29458-8_10

Fisher, G., Josefy, M. A., & Neubert, E. (2024). Event-based entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, *39*(1), Article 106366. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2023.106366

González-Serrano, M. H., Crespo-Hervás, J., Pérez-Campos, C., & Calabuig, F. (2021). Entrepreneurial ecosystems for developing the sports industry in European Union countries. *Journal of Business Research*, *136*, 667–677. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.07.060

González-Serrano, M. H., Dos Santos, M. A., Sendra-Garcia, J., & Calabuig, F. (2023). Sports entrepreneurship during COVID-19: Technology as an ally to maintain the competitiveness of small businesses. *Technological Forecasting and Social Change*, *187*, Article 122256. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122256

Hammerschmidt, J., Eggers, F., Kraus, S., Jones, P., & Filser, M. (2020). Entrepreneurial orientation in sports entrepreneurship: A mixed methods analysis of professional soccer clubs in the German-speaking countries. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *16*(3), 839–857. https://doi.org/10.1007/s11365-019-00594-5

Hammerschmidt, J., Durst, S., Kraus, S., & Puumalainen, K. (2021). Professional football clubs and empirical evidence from the COVID-19 crisis: Time for sport entrepreneurship? *Technological Forecasting and Social Change*, *165*, Article 120572. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120572

Hammerschmidt, J., González-Serrano, M. H., Puumalainen, K., & Calabuig, F. (2024). Sport entrepreneurship: The role of innovation and creativity in sport management. *Review of Managerial Science*, *18*(11), 3173–3202. https://doi.org/10.1007/s11846-023-00711-3

Hayduk, T., III (2020). The future for sport entrepreneurship. In V. Ratten (Ed.), *Sport entrepreneurship and public policy* (pp. 135–152). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-29458-8_9

Hayduk III, T. (2023). Mega sport events as drivers of entrepreneurship: Bridging the gap between economics and psychology. *International Journal of Entrepreneurship & Small Business*, *48*(3). https://doi.org/10.1504/IJESB.2023.129293

HLB Global. (2024). *The economic impact of hosting large sporting events*. https://www.hlb.global/the-economic-impact-of-hosting-large-sporting-events/

Olympic Games. (2022). *Tokyo 2020 Organising Committee publishes final balanced budget*. International Olympic Committee. https://olympics.com/ioc/news/tokyo-2020-organising-committee-publishes-final-balanced-budget

Jones, P., Jones, A., Williams-Burnett, N., & Ratten, V. (2017). Let's get physical: Stories of entrepreneurial activity from sports coaches/instructors. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, *18*(4), 219–230. https://doi.org/10.1177/1465750317741878

Megheirkouni, M., Thirlwall, A., & Mejheirkouni, A. (2020). Entrepreneurial leadership in Middle East sport businesses: The impact of gender differences in cultural values. *Gender in Management*, *35*(2), 167–188. https://doi.org/10.1108/GM-01-2019-0006

Mohammadi, M., & Azizi, B. (2019). An investigation of the indices effective on the development of sport entrepreneurship in Hamadan province. *Revista Gestão & Tecnologia*, *19*(2), 58–75. https://doi.org/10.20397/2177-6652/2019.v19i2.1361

Mondalizadeh, Z. (2024). Startup opportunities in the sports industry based on developing a conceptual framework for the sports ecosystem in Iran. *Interdisciplinary Journal of Management Studies*, *17*(2), 491–506. https://doi.org/10.22059/ijms.2023.339962.675079

Navidi, N., Dinani, M. M., Hossini, R. N. S., & Jahanshahi, A. A. (2023). A sport-based social entrepreneurship: What do we need? *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, *15*(3), 213–231. https://doi.org/10.1504/IJEV.2023.131660

Pellegrini, M. M., Rialti, R., Marzi, G., & Caputo, A. (2020). Sport entrepreneurship: A synthesis of existing literature and future perspectives. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *16*(3), 795–826. https://doi.org/10.1007/s11365-020-00650-5

Pervun, K., Libaers, D., & Sutton, N. (2024). From athletes to entrepreneurs: Participation in youth sports as a precursor to future business endeavors. *Journal of Small Business Management*, *62*(1), 521–562. https://doi.org/10.1080/00472778.2022.2073359

Ratten, V., & Jones, P. (2020). New challenges in sport entrepreneurship for value creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *16*(3), 961–980. https://doi.org/10.1007/s11365-020-00664-z

Ratten, V. (2020). Coronavirus disease (COVID-19) and sport entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *26*(6), 1379–1388. https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2020-0387

Ratten, V. (2021b). Family business and sport entrepreneurship. *Journal of Family Business Management*, *11*(3), 300–312. https://doi.org/10.1108/JFBM-05-2020-0041

Ratten, V., Braga, V. L. D. S., & Marque, C. S. D. E. (2021). Sport entrepreneurship and value co-creation in times of crisis: The COVID-19 pandemic. *Journal of Business Research*, *133*, 265–274. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.001

Ratten, V. (2021a). Coronavirus (COVID-19) and entrepreneurship: Cultural, lifestyle and societal changes. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, *13*(4), 747–761. https://doi.org/10.1108/JEEE-06-2020-0163

Ratten, V. (2021c). Sport entrepreneurial ecosystems and knowledge spillovers. *Knowledge Management Research & Practice*, *19*(1), 43–52. https://doi.org/10.1080/14778238.2019.1691473

Ratten, V. (2022). The role of the diaspora in international sport entrepreneurship. *Thunderbird International Business Review*, *64*(3), 235–249. https://doi.org/10.1002/tie.22264

Sadeqi-Arani, Z., & Ghahfarokhi, E. A. (2022). Sports business resilience in the COVID-19 crisis: The Delphi qualitative approach. *Iranian Journal of Management Studies*, *15*(1), 69–84.

Sordi, G. F., Casarotto, E. L., & Sordi, V. F. (2019). Online sports supplies store: Factors that influence purchasing decisions. *Navus – Revista de Gestão e Tecnologia*, *9*(4), 111–124. https://doi.org/10.22279/navus.2019.v9n4.p111-124.874

Venkitachalam, K., Schwartz, B., & Söderman, S. (2024). Marketisation, ownership and digitalisation strategies in the sport industry - generic insights and future research. *Journal of Strategy and Management*, *17*(3), 393–407. https://doi.org/10.1108/JSMA-05-2023-0118

Wallis, L., Walmsley, A., Beaumont, E., & Sutton, C. (2020). 'Just want to surf, make boards and party': How do we identify lifestyle entrepreneurs within the lifestyle sports industry? *International Entrepreneurship and Management Journal*, *16*(3), 917–934. https://doi.org/10.1007/s11365-020-00653-2

Xu, Z., González-Serrano, M. H., Porreca, R., & Jones, P. (2021). Innovative sports-embedded gambling promotion: A study of spectators' enjoyment and gambling intention during XFL games. *Journal of Business Research*, *131*, 206–216. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.040