

ALÉM DO JALECO BRANCO: UM ESTUDO SOBRE AS ETAPAS DO EMPREENDEDORISMO MÉDICO

BEYOND THE WHITE COAT: A STUDY ON THE STAGES OF MEDICAL ENTREPRENEURSHIP

Recebido em 02.10.2025 Aprovado em 25.03.2026

Avaliado pelo sistema double blind review

DOI: <https://doi.org/10.32888/6v3pfp75>

Henrique Pereira da Silva

henriquesilva.adm@hotmail.com

Programa de Pós-graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará (PPAC/UFC)
– Fortaleza/CE, Brasil

<https://orcid.org/0000-0003-1839-6085>

Augusto Cézar de Aquino Cabral

cabral@ufc.br

Programa de Pós-graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará (PPAC/UFC)
– Fortaleza/CE, Brasil

<https://orcid.org/0000-0001-8248-4886>

Resumo

O empreendedorismo médico envolve a aplicação de práticas empreendedoras na saúde, com foco na criação de negócios. Este estudo investigou o processo empreendedor de médicos à luz do modelo de Baron e Shane (2007). De caráter descritivo e qualitativo, a pesquisa foi conduzida por meio de entrevistas semiestruturadas com nove médicos empreendedores em Fortaleza, capital do Ceará. Os resultados mostraram que a maioria percorreu etapas como identificação de oportunidades, captação de recursos e consolidação do negócio, exceto os que herdaram empresas familiares. Evidenciou-se ainda uma lacuna de gênero, já que todos os participantes foram homens.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Médicos. Saúde. Processo Empreendedor.

Abstract

Medical entrepreneurship involves the application of entrepreneurial practices in healthcare, with a focus on business creation. This study investigated the entrepreneurial process of physicians in light of the model proposed by Baron and Shane (2007). Descriptive and qualitative in nature, the research was conducted through semi-structured interviews with nine entrepreneurial physicians in Fortaleza, the capital of Ceará. The results showed that most went through stages such as identifying opportunities, raising funds, and consolidating the business, except for those who inherited family businesses. A gender gap was also evident, as all participants were men.

Keywords: Entrepreneurship. Doctors. Health. Entrepreneurial Process.

Introdução

O empreendedorismo é um fenômeno multifacetado e ao longo dos últimos anos vem transcendendo os limites convencionais do mundo dos negócios e se estendendo por diversas esferas da sociedade, influenciando significativamente a conjuntura econômica global (Zucchella, Hagen, & Serapio, 2023), fortalecendo a geração de riqueza econômica, o crescimento e a inovação (Rosário, Figueiredo, & Bloor, 2024). Da interseccionalidade entre o empreendedorismo e a medicina, emerge um campo de estudo que lança luz sobre a dinâmica empreendedora da indústria da saúde, revelando os desafios e as possibilidades da medicina empreendedora contemporânea (Mohammed-Nasir, Oshikoya, & Oreagba, 2023).

Além da tradicional atuação médica na prestação de serviços em instituições de saúde como hospitais e clínicas, crescentemente verifica-se a atuação empreendedora do profissional médico em diversos contextos, com forte impacto socioeconômico e como importante vetor de inovação para o setor. Neste contexto, além de seus jalecos brancos, os médicos passam a também utilizar o chapéu de empreendedor. Na era da inovação tecnológica, em que as mudanças são cada vez impulsionadas pelo imediatismo, considerando a emergência inevitável do empreendedorismo digital na medicina, onde ferramentas tecnológicas como a telemedicina, realidade virtual e robótica, entre outras, tornaram-se elementos importantes na prática médica (Garcia et al., 2024), compreender como os médicos ingressam na prática empreendedora torna-se crucial para a evolução tanto do empreendedorismo quanto da própria área médica. Como indica a literatura fundamentada em Baron e Shane (2007), o empreendedorismo constitui um processo, não limitando-se a ações isoladas.

Este estudo tem como ponto de partida o seguinte questionamento: Como se desenvolve o processo empreendedor de médicos? O objetivo geral é investigar o processo empreendedor de médicos, conforme etapas delineadas pelo modelo teórico de Baron e Shane (2007), a fim de compreender como os médicos empreendem desde a concepção da ideia do negócio até a colheita de recompensas. Os objetivos específicos consistem em: 1) analisar como os médicos desenvolvem ideias para novos produtos ou serviços e reconhecem oportunidades no setor de saúde, e como tomam a decisão inicial de prosseguir com essas ideias; 2) examinar o processo de reunião dos recursos necessários (informações, financeiros e humanos) pelos médicos e como eles realizam o lançamento efetivo de novos empreendimentos; 3) avaliar as estratégias utilizadas pelos médicos para construir um negócio de sucesso e analisar como eles compreendem a fase da colheita das recompensas.

Estudos isolados investigaram aspectos fragmentados do empreendedorismo médico, como por exemplo motivações e ações fundadoras de médicos em início de carreira (Hoang & Perkmann, 2023), oportunidades de investimento em empreendedorismo médico a partir de um panorama global (Raimi, Lukman, & Mukhriz, 2023), tendências e perspectivas do empreendedorismo médico na era digital (Raimi & Oreagba, 2023), escolas médicas e enriquecimento curricular em empreendedorismo (Mogaji, 2023), mas não se identificou estudos que se dedicam a examinar, de forma empírica, abrangente e sistemática, como médicos empreendedores percorrem as etapas do processo empreendedor, considerando desde a concepção da ideia do negócio até a colheita de recompensas. Diante desse cenário, este estudo visa preencher essa lacuna ao investigar o processo empreendedor de médicos.

A metodologia deste estudo foi composta por uma pesquisa descritiva, de abordagem qualitativa, realizada mediante a aplicação de entrevistas semiestruturadas com 9 médicos empreendedores residentes na cidade de Fortaleza, Ceará, Brasil.

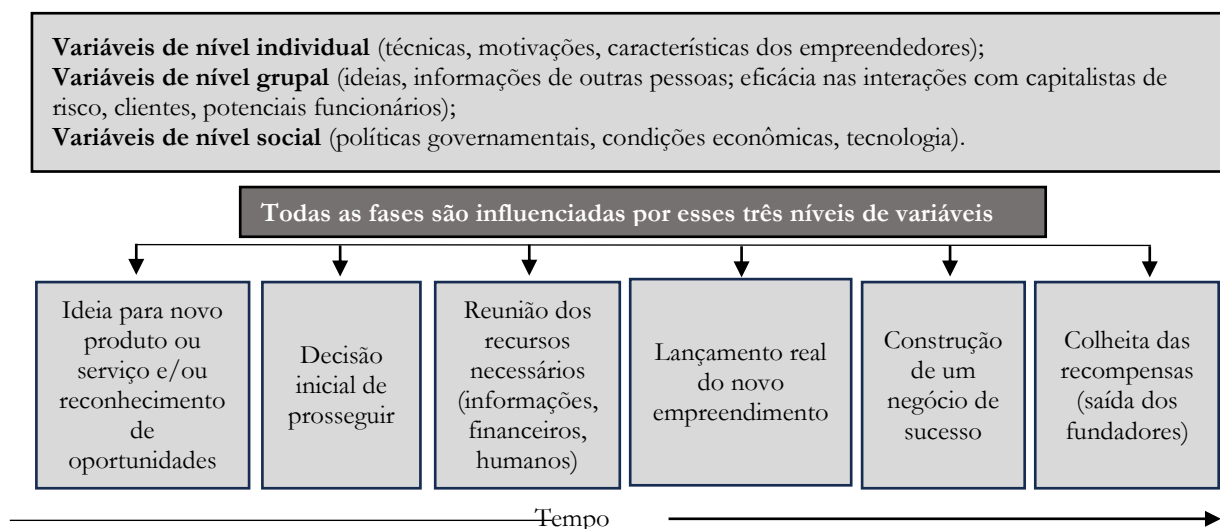
Este artigo se inicia com esta introdução. Em seguida, são explorados os conceitos centrais das etapas do processo empreendedor e empreendedorismo médico, elucidando a interseção entre esses conceitos. Na metodologia, são descritos os métodos utilizados na pesquisa, que são seguidos pelos resultados e discussões, e posteriormente são explanadas as considerações finais.

Empreendedorismo e Medicina

O empreendedorismo envolve a identificação e aproveitamento de oportunidades de geração de valor em sentido macro e individual. Em sentido macro, o empreendedorismo é uma das forças motrizes do desenvolvimento econômico da sociedade e da estruturação do capitalismo contemporâneo (Ming & Zou, 2024). Em sentido individual, o empreendedorismo enfatiza as capacidades criativas de resolução de problemas dos empreendedores, que podem estar associados aos mais diversos tipos, como o empreendedorismo social (Neckebrouck, 2023), de negócios (Ming & Zou, 2024), verde e sustentável (Alshebami, Fazal, Seraj, Marri, & Alsultan, 2024), entre outros.

Para Baron e Shane (2007, p. 5), o empreendedorismo “[...] é um processo - uma cadeia de eventos e atividades que ocorrem ao longo do tempo - em alguns casos, períodos consideráveis de tempo”. Essa percepção enfatiza uma natureza dinâmica e evolutiva do empreendedorismo, indicando que ele não se limita a eventos pontuais, mas sim a um fluxo constante de atividades que se desencadeiam ao longo do tempo.

Figura 1: O empreendedorismo como processo: algumas fases importantes



Fonte: Baron e Shane (2007, p. 16).

O empreendedorismo pode ser definido como um processo (Figura 1), constituído por seis etapas: 1) ideia para um novo produto ou serviço e/ou reconhecimento de oportunidades; 2) decisão inicial de prosseguir; 3) reunião dos recursos necessários (informações, financeiros e humanos); 4) lançamento real do novo empreendimento; 5) construção de um negócio de sucesso; 6) colheita das recompensas (saída dos funcionários) (Baron e Shane, 2007).

De acordo com Baron e Shane (2007, p. 12), “O processo empreendedor começa quando uma ou mais pessoas reconhecem uma oportunidade - o potencial para se criar algo novo”. Essa etapa inicial de criação pode incluir produtos, serviços, inovações incrementais, processuais, digitais, tecnológicas, estruturais (Ratten, 2023), entre outras. O processo empreendedor é reflexo da soma entre a intenção em propor algo novo com o comportamento, que resulta na efetivação desse processo (Liñero, Ochoa, & Barrera, 2024).

Tomar a decisão inicial de prosseguir e reunir os recursos necessários (informações, financeiros, humanos) são as etapas subsequentes que validam a etapa inicial do processo (ideia para novo produto ou serviço e/ou reconhecimento de oportunidades). É neste momento que a elaboração de um plano de negócios pode auxiliar o empreendedor na gestão preliminar de recursos do empreendimento emergente (Latifi, Grilli, & Herrmann,

2024). Após o reconhecimento de oportunidades, decisão inicial de prosseguir e a reunião dos recursos necessários, é iniciada a etapa do lançamento real do novo empreendimento, que é o momento em que o empreendedor lança o seu negócio no mercado (Chandler, McLeod, Broberg, McKelvie, & DeTienne, 2023).

A construção de um negócio de sucesso é a fase em que o empreendedor consolida as ideias que fazem com que o negócio seja efetivo e sustentável financeiramente. Isso pode envolver a implementação de estratégias para o desenvolvimento de produtos ou serviços, operações eficientes, captação e fidelização de clientes, construção de uma boa gestão de recursos humanos, entre outros fatores determinantes para o desenvolvimento contínuo e futuro do negócio (Molian, 2024). Por fim, a colheita de recompensas (ou saída dos fundadores), representa a etapa final do processo empreendedor. Isso pode ocorrer de diversas maneiras, como por exemplo através da venda de ativos da empresa para investidores ou concorrentes, abertura do capital, transferência da gestão estratégica do negócio para uma equipe de gestores (Xie, 2023), transição empreendedora, sucessão familiar, participação minoritária (Ren & Liu, 2024), entre outras formas.

Cada uma das seis etapas é significativamente influenciada pela interseção entre variáveis de níveis individual, grupal e social (Baron e Shane, 2007). No nível individual, alguns elementos subjetivos como técnicas, motivações e características, ou até mesmo os traços de personalidade dos empreendedores, desempenham um papel importante na concepção de novas ideias e no processo de tomada de decisões ao longo de todo o processo (Tsaknis, Sahinidis, & Vassiliou, 2022). No nível grupal, as interações e dinâmicas entre membros da equipe empreendedora, bem como com outras partes interessadas (potenciais funcionários, investidores, clientes etc.), influenciam diretamente o processo empreendedor (Wei & Duan, 2024). No nível social, fatores como políticas governamentais, condições econômicas e avanços tecnológicos moldam o contexto macroestrutural em que o empreendimento opera (Rabelo, Figueiredo, Gabriel, & Valente, 2024).

A partir dessa compreensão multifacetada do empreendedorismo como um processo constituído por etapas influenciadas por variáveis individuais, grupais e sociais, é possível compreender como esses princípios se aplicam no campo da medicina. Embora tradicionalmente distintos, o empreendedorismo e a medicina têm convergido nos últimos tempos e fortalecido a interseção rica e dinâmica que transforma cada vez mais a indústria da saúde, que vem se desenvolvendo desde meados do século XIX e proporcionando as condições necessárias para que os médicos exerçam sua função profissional também no âmbito privado (Donzé, 2023).

O médico empreendedor é aquele que operacionaliza os princípios empresariais e inovadores que desencadeiam novas soluções no contexto da saúde (Raimi & Oreagba, 2023). Isso pode envolver a expertise em utilizar o conhecimento de sua formação acadêmica, associada a fatores como o comportamento e a intenção empreendedora (Kumar, Azam, & Jeppu, 2023). O empreendedorismo médico atual tem sido marcado por uma tendência cada vez mais forte no contexto da medicina, que é a inovação tecnológica (Huttin, 2023). Apesar da inovação tecnológica médica ser uma habilidade importante para o exercício da medicina contemporânea, cabe salientar que a educação médica tradicional, no âmbito dos currículos acadêmicos dos cursos de medicina, não fornece uma formação orientada para o cultivo de uma mentalidade inovadora (Liu et al., 2024), mesmo sendo algo cada vez mais emergente no contexto do empreendedorismo médico contemporâneo.

A crescente digitalização dos produtos, serviços e tecnologias emergentes em saúde têm desencadeado uma ampla gama de ferramentas que estão transformando o setor médico e consequentemente impulsionando os empreendedorismos na área, e tal fato se potencializou com a pandemia da Covid-19 (Fantini, Loddó, Petrillo, & Onali, 2024).

Ferramentas emergentes como o sistema de registros eletrônicos de saúde, que permite uma gestão mais eficiente e precisa das informações do paciente, aplicativos de telemedicina, que viabilizam consultas de forma remota, plataformas de saúde digital (Garcia et al., 2024), ferramentas de inteligência artificial, que estão sendo cada vez mais integradas às demandas crescentes de cuidados de saúde de modo geral (Kachman, Brennan, Oskvarek, Waseem, & Pines, 2024), entre outros recursos tecnológicos, passaram a ser mais utilizados desde a crise pandêmica da Covid-19.

Estas inovações tecnológicas e organizacionais são capazes de melhorar a precisão e potencializar a eficiência dos cuidados e serviços médicos, na medida em que também se concebem como novas oportunidades para médicos

empreendedores desenvolverem soluções inovadoras que atendam às demandas emergentes do setor de saúde, integrando soluções tecnológicas capazes de revolucionar a prática médica.

Procedimentos metodológicos

A pesquisa é descritiva e de abordagem qualitativa, pois apresentou detalhadamente as etapas do processo empreendedor dos médicos, fornecendo uma visão abrangente de suas percepções. A pesquisa descritiva busca descrever as características do fenômeno ou população estudada e a abordagem qualitativa é fundamental para captar as complexidades e nuances das experiências individuais, permitindo uma compreensão profunda das subjetividades que permeiam o contexto vivencial (Creswell, 2021).

A coleta de dados foi realizada utilizando um roteiro baseado nas seis etapas do processo empreendedor de Baron e Shane (2007), alinhando-se aos objetivos específicos da pesquisa. Cada objetivo específico abrangeu duas etapas do processo empreendedor: o desenvolvimento de ideias e a decisão inicial (objetivo específico 1), a reunião dos recursos necessários e o lançamento do empreendimento (objetivo específico 2), e a construção de um negócio de sucesso e a colheita de recompensas (objetivo específico 3).

As entrevistas foram conduzidas via plataforma do Google Meet entre 16 de março e 5 de maio de 2023. Elas foram gravadas, transcritas e tiveram duração variando entre 19 e 32 minutos. Ao todo, participaram da pesquisa 9 médicos empreendedores que, em sua totalidade, no início do estudo, assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Para os critérios de inclusão dos sujeitos da pesquisa, foram considerados apenas médicos (homens ou mulheres), empreendedores, ou seja, que possuíssem seu próprio negócio na área da saúde. Segundo Leite (2022), esses negócios podem incluir consultórios, clínicas médicas, policlínicas, negócios digitais, startups, franquias, equipamentos de serviços médicos, entre outros empreendimentos vinculados à área da saúde. Quanto aos critérios de exclusão, foram descartados da pesquisa médicos que, embora empreendedores, não atuassem em áreas correlatas à sua formação acadêmica, não residissem na cidade de Fortaleza, Ceará e/ou apenas trabalhassem em órgãos públicos.

O acesso aos sujeitos da pesquisa foi realizado por meio das redes sociais LinkedIn e Instagram, utilizando a técnica de bola de neve (snowball), onde os participantes recrutados inicialmente indicam novos participantes para a pesquisa (Braun, Clarke, & Gray, 2019). Essas plataformas foram escolhidas devido à sua ampla utilização por profissionais de diversas áreas, incluindo médicos (Bendayan et al., 2024). O LinkedIn, sendo uma rede voltada para o networking profissional (Khan et al., 2024), permitiu identificar e contatar médicos empreendedores de maneira eficiente. O Instagram, por sua vez, ofereceu uma abordagem mais pessoal e direta, facilitando a interação inicial e o engajamento dos participantes. A combinação dessas duas redes sociais garantiu um alcance diversificado, essencial para recrutar médicos empreendedores que atendessem aos critérios da pesquisa.

Para a análise de dados, foi utilizada a análise de conteúdo em suas três etapas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados (Bardin, 2006). Na pré-análise, organizou-se os dados coletados nas entrevistas e realizou-se uma leitura flutuante das transcrições para familiarização do conteúdo. A exploração do material incluiu a sua codificação a partir de categorias pré-definidas, que no contexto deste estudo eram as próprias etapas do processo empreendedor, que se desmembravam em subcategorias correspondentes a cada etapa. Cada resposta foi examinada e relacionada às categorias correspondentes, permitindo a identificação de padrões e temas recorrentes. Na última etapa, os dados foram interpretados e analisados à luz das categorias e subcategorias estabelecidas.

Para manter o anonimato dos participantes, eles foram codificados com a sigla ME (Médico Empreendedor) seguida de um número de 1 a 9. Para interpretar e organizar as informações coletadas, foi utilizado o software

ATLAS.ti 23, que serviu como suporte para o processo de codificação e estruturação dos dados da pesquisa, bem como para a construção de redes semânticas que ilustram as etapas do processo empreendedor.

Apresentação e análise dos resultados

Perfil dos entrevistados

Os perfis dos entrevistados são diversos: as idades variam entre 28 e 52 anos; seis são casados e três são solteiros, sendo que todos os casados possuem filhos. A renda mensal dos entrevistados varia entre R\$25.000,00 e R\$60.000,00, e o tempo de atividade empreendedor

vai de 2 a 21 anos. Os tipos de negócios dos médicos empreendedores também são variados: alguns possuem clínica e atuam na direção hospitalar, outros operam startups, clínicas e consultórios, enquanto outros se dedicam exclusivamente a consultórios. Adicionalmente, há médicos que atuam na assessoria educacional médica, consultoria em gestão de serviços médicos e consultoria educacional relacionada a produção de conteúdo didático digital para médicos.

De maneira geral, os médicos possuem uma formação acadêmica robusta, incluindo especializações em áreas como medicina preventiva, economia e saúde, nutrição esportiva, e gestão, inovação e serviços em saúde, além de MBAs em gestão empresarial, gestão de saúde e gestão para competitividade. Ademais, alguns profissionais possuem mestrados e doutorados em áreas como ciências do esporte e atividade física, ciências médicas e radiologia.

Entretanto, a exposição à educação empreendedora varia consideravelmente entre os entrevistados. Por exemplo, o ME2 e ME9 participaram extensivamente de cursos relacionados a economia, empreendedorismo, marketing, gestão de pessoas, gestão de tráfego e mídias sociais e empreendedorismo médico. O ME3, por outro lado, fez um curso específico denominado “Liberdade Médica”, voltado para o empreendedorismo médico, segundo ele. Outros entrevistados, como ME1, ME4, ME5, ME6, ME7, e ME8, têm pouca ou nenhuma participação em cursos específicos de empreendedorismo, embora alguns demonstrem interesse pessoal em estudar essa área.

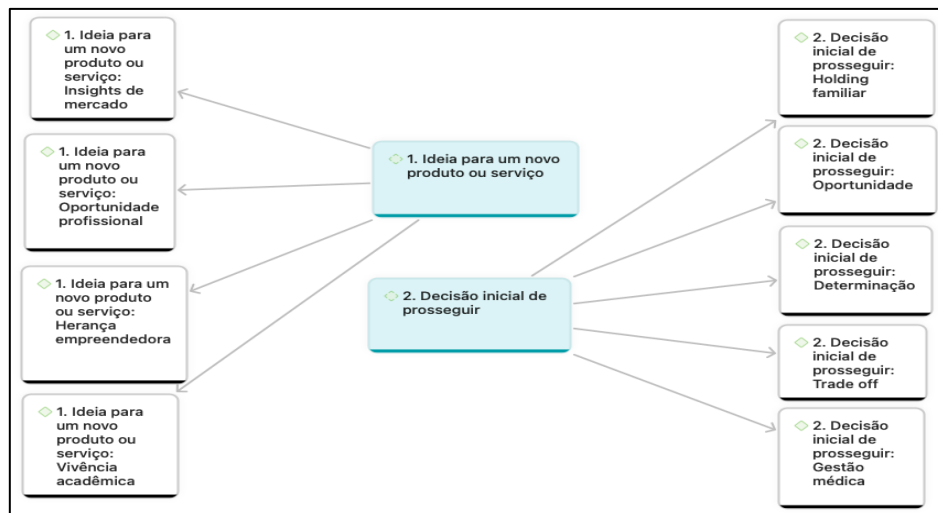
Durante a graduação, a maioria dos entrevistados não teve acesso a disciplinas voltadas para gestão ou empreendedorismo. As poucas exceções incluem ME2, que relata ter cursado a disciplina de "Marketing Médico", apesar de considerar o conhecimento adquirido superficial, e o ME4, que estudou Psicologia Médica, uma disciplina que, embora não diretamente relacionada ao empreendedorismo, auxiliou na comunicação e atendimento aos pacientes, segundo ele. Essa análise evidencia uma lacuna significativa na formação acadêmica tradicional dos médicos quanto às disciplinas de gestão e empreendedorismo, fato este que é fortemente reforçado pela literatura acadêmica (Mogaji, 2023; Liu et al., 2024).

Ideia para um novo produto ou serviço e decisão inicial de prosseguir

Na primeira etapa do processo empreendedor, que envolve a geração de ideias para novos produtos ou serviços e o reconhecimento de oportunidades, os entrevistados demonstraram diferentes motivações e percepções que os levaram a identificar e explorar nichos específicos no mercado médico. *Insights* de mercado, oportunidade profissional, herança empreendedora e vivência acadêmica (Figura 2), foram as principais subcategorias de análise da primeira e segunda etapa do processo empreendedor, com base no modelo de Baron e Shane (2007).

Em relação aos insights de mercado, o ME3 menciona que a ideia surgiu ao observar a emergência de uma área nova na medicina, a Nutrologia, que segundo ele, foca na qualidade de vida dos pacientes. O ME5 afirma que “Foi a partir de necessidade de mercado. Não tinha ninguém no mercado fazendo isso, eu fazia, e aí eu decidi começar a lucrar em cima disso”. O negócio no qual o entrevistado se refere é uma empresa de assessoria educacional digital, que produz materiais didáticos específicos para estudantes de medicina que são candidatos a uma vaga em residências médicas em instituições Brasil afora. As perspectivas dos entrevistados se alinham com a literatura sobre empreendedorismo, que enfatiza a importância do reconhecimento de oportunidades e a inovação como elementos catalisadores do processo empreendedor (Al-Tarawneh et al., 2024).

Figura 2: Ideia para um novo produto ou serviço e decisão inicial de prosseguir



Fonte: Dados da pesquisa (2023). Elaborado com o auxílio do ATLAS.ti 23.

A herança empreendedora e o holding familiar emergiram como fatores determinantes tanto para o reconhecimento de oportunidades quanto para a decisão inicial de prosseguir. Nessa perspectiva, o ME4 menciona que a inspiração para empreender veio principalmente da família, especificamente do lado paterno. O ME6 também enfatiza a influência paterna: “O meu pai trabalha em clínica médica já tem mais de 30 anos, então meio que foi ele que iniciou essa geração de médicos empreendedores, porque o meu avô era médico, mas ele não tinha um negócio em si, na conjuntura que nós temos hoje”. A exposição precoce ao empreendedorismo familiar pode moldar atitudes, habilidades e a mentalidade empreendedora dos indivíduos (Nallabathula., Doraiswamy, 2024), e a influência familiar pode não apenas fornecer o exemplo, mas também o apoio emocional e, potencialmente, os recursos necessários para iniciar o empreendimento (Vladasel, 2023).

Na segunda etapa do processo empreendedor (decisão inicial de prosseguir), foram identificadas cinco subcategorias de análise: holding familiar, oportunidade, determinação, trade off e gestão médica. No contexto das oportunidades, o ME5 destaca como a identificação de uma demanda específica no mercado pôde catalisar a decisão de seguir em frente com um empreendimento. Segundo ele, “Foi com essa demanda né, do mercado, e com a oportunidade de criar conteúdo voltado para a área médica. Foi no último ano de faculdade, eu vi essa oportunidade e tive interesse de prosseguir nela como um negócio mesmo”. O ME9 evidencia uma abordagem mais analítica e baseada em dados para a identificação de oportunidades: “De início eu fiz algumas pesquisas de mercado para entender as necessidades e demandas das empresas de saúde, porque de certa forma a gente que é médico percebe que existem lacunas quando o assunto é gestão médica”.

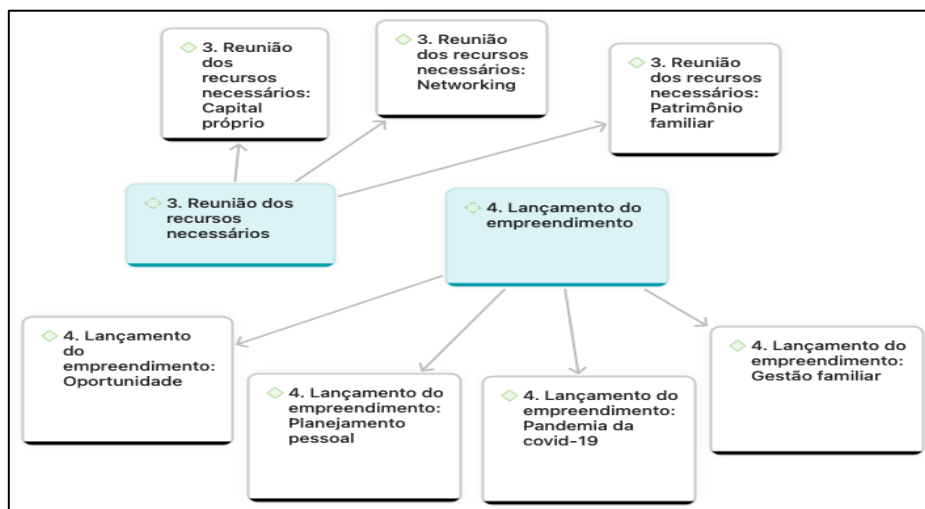
A antecipação de tendências, como a produção de conteúdo digital mencionada pelo ME5, que se intensificou durante e após a pandemia, mostra como os empreendedores visionários podem estar à frente do mercado. Hoje, é comum encontrar profissionais de diversas áreas, incluindo a medicina, trabalhando como criadores de conteúdo, compartilhando conhecimento e estabelecendo autoridade em suas especialidades por meio de plataformas digitais (Atef, Fleerackers, & Alperin, 2023). A realização de pesquisas de mercado para identificar necessidades e demandas nas empresas de saúde, identificada na perspectiva do ME9, é uma prática fundamental para validar a viabilidade de novas ideias de negócios e minimizar riscos. Esse comportamento analítico reflete uma estratégia de tomada de decisão baseada em dados, que é crucial para o sucesso empreendedor, principalmente em um ambiente de inovação de mercado (Balliu, Sinanaj, Tapija, Durmishi, & Madhi, 2024).

Reunião dos recursos e lançamento real do empreendimento

No contexto do segundo objetivo específico deste estudo, que aborda a reunião dos recursos necessários e o lançamento real do empreendimento (Figura 3), os resultados destacam uma série de subcategorias que elucidam as estratégias dos médicos empreendedores. A terceira etapa do processo empreendedor (reunião dos recursos necessários), é influenciada por três subcategorias principais: capital próprio, networking e patrimônio familiar.

No âmbito da subcategoria capital próprio, é notabilizada a importância dos recursos financeiros pessoais no início do empreendimento. O ME1, por exemplo, destaca a vantagem de exercer uma atividade médica assistencial que, segundo ele, facilita a acumulação de capital necessário para iniciar um negócio. Já o ME8 mostra uma abordagem pragmática ao complementar seus recursos próprios com um empréstimo bancário para cobrir os custos iniciais do negócio.

Figura 3: Reunião dos recursos necessários e lançamento real do empreendimento



Fonte: Dados da pesquisa (2023). Elaborado com o auxílio do ATLAS.ti 23.

A dependência de capital próprio, como evidenciado pelas perspectivas dos médicos entrevistados, está alinhada com estudos que enfatizam a importância do financiamento próprio para estabelecer a sustentabilidade financeira e o controle sobre o novo negócio. De acordo com Singh, Dhir, & Mishra (2024), a dependência de capital próprio, a combinação de fontes de financiamento e o uso de métodos de bootstrapping (que é quando o empreendedor utiliza recursos próprios), são estratégias que não apenas facilitam o início de um

empreendimento, mas também demonstram resiliência e adaptabilidade, características essenciais para o sucesso empreendedor (Sharma & Sehrawat, 2022).

As respostas dos médicos também refletem diversas maneiras pelas quais o networking surgiu como um facilitador na obtenção de recursos, sejam eles de informações, financeiros ou humanos. O ME8, por exemplo, enfatiza a utilização de redes profissionais para a contratação de equipe qualificada: “Para contratar a equipe necessária, eu fiz uma busca por profissionais, inclusive até uns que já trabalhavam comigo no hospital e contratei algumas pessoas que tinham experiência no ramo, e que de certa forma compartilhavam da minha visão, no sentido de acreditar na proposta do negócio”.

O networking é uma competência empreendedora que facilita o acesso a informações valiosas, conhecimento especializado e melhores práticas, por meio da interação com colegas e profissionais mais experientes que atuam na área, e pode abrir portas para recursos financeiros, como empréstimos ou investimentos, além de permitir a formação de equipes qualificadas e alinhadas com a visão do empreendimento (Asis, 2024).

O ME4 destacou o papel significativo do patrimônio familiar na reunião dos recursos necessários para empreender: “De certo modo eu não precisei reunir os recursos porque eles sempre estiveram ali né, já que a clínica é um negócio que existia antes mesmo de eu nascer”. Ou seja, o patrimônio familiar, assim como a herança e o holding familiar, identificadas nas etapas anteriores do processo empreendedor, foram fatores determinantes na atuação empreendedora dos médicos, especialmente o ME4 e ME6. Vladasel (2023) salienta que a dependência do patrimônio familiar para a reunião de recursos necessários demonstra como a história e os ativos familiares podem de fato facilitar o caminho para novos empreendedores.

No âmbito da quarta etapa do processo empreendedor (lançamento do empreendimento), a oportunidade emergiu como um elemento crucial na perspectiva dos médicos. O ME2 ressalta que a pandemia da COVID-19 funcionou como um catalisador para o seu negócio, criando condições favoráveis para a adoção de soluções digitais: “Na verdade, a pandemia foi o motor catalisador para isso [...] eu acredito que não teriam as condições necessárias regulatórias, inclusive de aceleração de adoção digital da população como um todo, então eu acho que a pandemia foi o catalisador, sabe” (ME2). Crises como a pandemia da COVID-19 podem acelerar a inovação e a transformação digital (Bouwdad & Lafraxo, 2024), gerando novas oportunidades de mercado, tendo em vista que eventos disruptivos podem fomentar o empreendedorismo ao alterar drasticamente as condições políticas, sociais e econômicas (Tishutin, 2023).

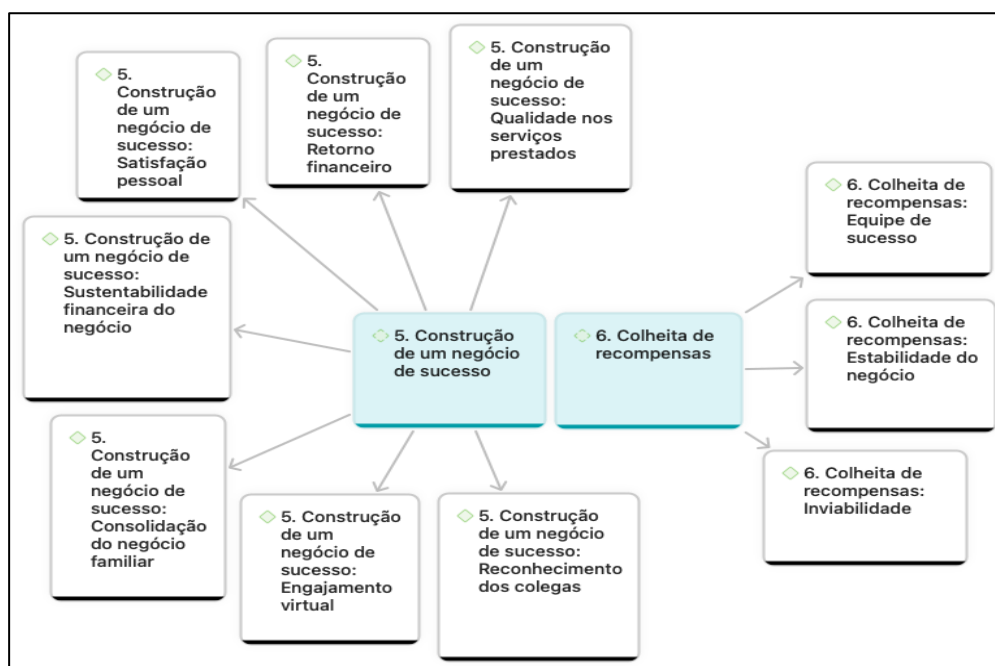
O planejamento pessoal emergiu como um elemento crucial para o lançamento do empreendimento. O ME7 menciona que passou um tempo significativo traçando um planejamento detalhado, incluindo a identificação e levantamento de recursos necessários: “[...] eu passei um bom tempo traçando um planejamento, levantando os recursos que eu considerava necessários e tal, as pessoas, fazendo tipo um mapeamento do que eu ia precisar para lançar o negócio” (ME7). O ME8 complementa essa visão ao destacar a análise cuidadosa da situação antes de decidir pelo lançamento do empreendimento: “Depois de fazer uma análise cuidadosa da situação e sentir que era o momento certo. Eu levei em consideração também algumas coisas como ter reunido os recursos necessários, porque se não fosse isso era inviável”. O planejamento pessoal é amplamente reconhecido no âmbito da literatura acadêmica empreendedora como sendo um elemento crucial para o sucesso no lançamento de um novo negócio. A preparação cuidadosa e a estratégia bem delineada são fundamentais para mitigar riscos e maximizar as chances de sucesso (Muñoz-Céspedes, Ibar-Alonso, & Cuerdo-Mir, 2023).

Construção de um negócio de sucesso e colheita de recompensas

As duas últimas etapas do processo empreendedor (construção de um negócio de sucesso e colheita de recompensas), refletem o terceiro objetivo específico deste estudo. Nesta etapa, foram identificadas sete subcategorias: qualidade nos serviços prestados, retorno financeiro, satisfação pessoal, sustentabilidade financeira do negócio, consolidação do negócio familiar, engajamento virtual e reconhecimento dos colegas (Figura 4).

A qualidade nos serviços prestados é apontada como um fator relevante na construção de um negócio de sucesso. Nesse sentido, o ME8 e ME9 associam o sucesso do negócio a satisfação contínua dos pacientes e clientes: “Para mim, o sucesso em relação ao meu negócio é ver meus pacientes satisfeitos e saudáveis. É quando eles confiam em mim para cuidar de sua saúde e recomendam meus serviços para seus amigos e familiares” (ME8). A qualidade nos serviços de saúde é de fundamental importância, não apenas para o bem-estar e satisfação dos pacientes, mas também para o sucesso e sustentabilidade dos empreendimentos deste setor (Kalainov, Barnard, & Walradt, 2024).

Figura 4: Construção de um negócio de sucesso e colheita de recompensas



Fonte: Dados da pesquisa (2023). Elaborado com o auxílio do ATLAS.ti 23.

A satisfação pessoal também emergiu como um elemento importante na construção de um negócio de sucesso, onde os entrevistados destacaram aspectos emocionais e de realização pessoal. O ME1 enfatiza o prazer e a paixão pelo trabalho como componentes cruciais de sua satisfação pessoal: “Primeiro estar fazendo uma coisa que eu gosto muito. Então eu tenho muito prazer envolvido naquilo que eu faço”. O ME7, por outro lado, destaca uma visão mais abrangente de sucesso, que vai além da realização financeira: “(...) pra mim, o sucesso não é uma questão financeira, apesar de que eu vivo muito bem hoje em dia, graças ao suor do meu trabalho, mas eu percebi que o sucesso tá muito relacionado àquela coisa emocional, sabe” (ME7). A satisfação pessoal pode ser vista como um pilar central que sustenta não apenas o desempenho individual dos empreendedores, mas também o crescimento e a sustentabilidade de seus negócios (Kautonen, Halvorsen, Minniti, & Kibler, 2023).

Os entrevistados sublinham a importância da sustentabilidade financeira como um elemento fundamental para o sucesso de um negócio, refletindo uma compreensão clara de que a viabilidade econômica é crucial para a longevidade e estabilidade empresarial. O ME4 destaca que a sustentabilidade é um pilar central do sucesso empresarial: “Nenhum negócio pode ser considerado de sucesso se ele não tiver sustentabilidade. E eu tô falando não é só do ponto de vista ambiental não, eu tô falando do ponto de vista capital mesmo. Nenhum negócio que se sustenta pode ser considerado como um negócio de sucesso, correto?”. A literatura que versa sobre empreendedorismo e gestão empresarial corrobora essa perspectiva, enfatizando que a sustentabilidade financeira é um indicador chave para o sucesso, e que o empreendedor bem-sucedido é aquele que consegue equilibrar a inovação e a expansão de seus negócios por meio de uma gestão prudente de recursos financeiros (Suriyankietkaew, 2023).

A consolidação do negócio familiar foi destacada pelo ME6 como sendo um fator importante na construção de um negócio de sucesso: “Olha, eu enxergo, assim... eu olho para o negócio que o meu pai construiu, e que teve uma influência muito forte do meu avô, e tal, e que de certa forma está passando pra mim sabe, como um exemplo de um negócio de sucesso”. Já o ME5 sublinha a importância do engajamento virtual e da atuação nas redes sociais como um indicador de sucesso empresarial, já que o seu negócio é digital: “Hoje em dia a gente tem uns 74, 75 mil seguidores, e na época do lançamento do primeiro produto esgotou tudo, assim, a gente tinha feito o planejamento para 1 mês e esgotou em 3 dias, então, para mim isso foi um sucesso absoluto” (ME5). A consolidação do negócio familiar (ME6), destaca a importância da continuidade e da herança cultural empreendedora na sustentabilidade a longo prazo no contexto das empresas familiares (Nallabathula, Doraiswamy, 2024), enquanto o engajamento virtual (ME5), ressalta a relevância das estratégias digitais na ampliação da visibilidade e no sucesso de negócios modernos (Nicolescu, Lobont, Vătavu, & Emilia, 2024).

A última etapa do processo empreendedor (colheita de recompensas), envolve a consolidação dos esforços empreendidos ao longo da jornada de construção do negócio, destacando-se em três subcategorias: equipe de sucesso, estabilidade do negócio e inviabilidade. A importância de formar uma equipe de sucesso é destacada nas respostas dos entrevistados. O ME7 ressalta como a possibilidade de delegar responsabilidades para uma equipe competente permite maior flexibilidade e a oportunidade de se concentrar em planejamentos e projetos de longo prazo: “[...] eu posso dizer que o fato de ter uma equipe faz com que eu tenha uma certa flexibilidade digamos assim, e que eu posso definir, em algumas situações, o meu nível de envolvimento com algumas atividades do negócio”. LeCounte (2024) reforça que uma equipe bem estruturada e competente é fundamental para a sustentabilidade e crescimento de um negócio, assim como delegar responsabilidades não apenas aumenta a eficiência operacional, mas também permite que os líderes empresariais se concentrem em decisões estratégicas e inovadoras, que são cruciais para a longevidade e sucesso do negócio.

A estabilidade do negócio também emergiu como um fator determinante para a colheita de recompensas. O ME3 enfatiza a importância da independência operacional do negócio: “Eu consigo imaginar que isso pode dar certo, que o negócio vai começar a desenrolar sem a minha presença lá obrigatoriamente, mas, tipo, eu tenho essa visão e eu quero isso, quero isso assim, ter essa independência, entendeu, de o negócio fluir sem mim”. A gestão de negócios, expansão, criação de emprego e a independência operacional são pilares de estabilidade do negócio, que permitem que os empreendedores invistam em novas possibilidades de mercado (Inegbedion, Thikan, David, Ajani, & Peter, 2024), na medida em que também podem criar as condições necessárias para um eventual afastamento da gestão estratégica do negócio.

A inviabilidade de se afastar do negócio para colher as recompensas foi notabilizada na perspectiva do ME5, que tem um negócio digital baseado em uma página no Instagram. Ele menciona a necessidade de sua participação ativa: “Não, não consigo, porque como é uma página no Instagram, eu tenho que colocar o meu rosto lá. Eu tenho um sócio, então a gente divide as responsabilidades de criação de conteúdo, de postagem, de direct” (ME5). Essa perspectiva revela uma limitação comum nos negócios altamente dependentes da presença e da marca pessoal dos fundadores. Nesse sentido, a marca pessoal é um componente vital para negócios que operam em plataformas de mídia digital, pois contribui para a autenticidade e a conexão direta com o público-alvo do negócio (Liu, 2024).

Os resultados da pesquisa demonstram a complexidade e as particularidades do processo empreendedor dos médicos, revelando como eles transitam entre as etapas delineadas por Baron e Shane (2007). Desde a geração e reconhecimento de oportunidades até a colheita de recompensas, os médicos empreendedores enfatizam a importância de fatores como a inovação, a delegação de responsabilidades, a estabilidade do negócio, entre outros pontos importantes. A seguir, serão apresentadas as considerações finais deste estudo.

Considerações finais

O empreendedorismo médico, como campo empírico e como campo de pesquisa acadêmica, tem se tornado crescentemente relevante, em função de seu impacto socioeconômico e pelo relevante papel que desenvolve como indutor de inovação na área da saúde. Trata-se, contudo, de uma área relativamente carente de pesquisas aplicadas, em especial na busca de se investigar como ocorre este fenômeno, em termos das etapas que o constituem.

Os resultados da pesquisa indicam que a maioria dos médicos tende a avançar em suas práticas empreendedoras seguindo a sequência de passos descrita no modelo processual utilizado como parâmetro neste estudo. Estas etapas são constituídas por diversos estágios, resultando em subcategorias que apresentam desafios e oportunidades específicas inerentes ao processo empreendedor.

Embora o seguimento das etapas do processo empreendedor seja visto como uma jornada a ser percorrida pela maioria dos médicos que constroem seus próprios empreendimentos, aqueles que herdaram o negócio da família seguem um caminho diferente dos demais. Herdar um negócio já estabelecido proporciona uma vantagem significativa, especialmente quando se comparado com as nuances do empreendedorismo tradicional, em que o empreendedor se concentra em etapas críticas e cruciais que envolvem identificar oportunidades, desenvolver e validar ideias, captar e investir recursos necessários - ou seja, construir o negócio do zero, ao invés de expandir, melhorar e dar continuidade a gestão do negócio familiar, que é o que se presume em negócios provenientes desse contexto. Importante salientar que o que se está em discussão não é o mérito da conjuntura do negócio ou a forma como ele foi propriamente concebido, mas sim uma compreensão ampla das etapas do processo empreendedor, conforme o modelo teórico que delineou a presente pesquisa.

As etapas do processo empreendedor dos médicos foram investigadas em diversos contextos de atuação dos negócios, que variavam desde empreendimentos tradicionais, como consultórios e clínicas médicas, até negócios inovadores e contemporâneos de base tecnológica, como startups. Os resultados revelaram que, independentemente da conjuntura do negócio, a maioria dos médicos segue um percurso que envolve desde a identificação de oportunidades até a possível colheita de recompensas.

Uma das limitações deste estudo está no fato de que todos os participantes da pesquisa foram exclusivamente homens, evidenciando uma lacuna significativa de gênero que pode ser abordada em pesquisas futuras para obter uma compreensão mais ampla e representativa das etapas do empreendedorismo médico, sobretudo na perspectiva de médicas empreendedoras.

Outro ponto limitante foi a dificuldade em entrevistar médicos, devido às suas agendas ocupadas e à natureza da profissão, que além das funções profissionais, exercem, concomitantemente, a atividade empreendedora. Mesmo com as limitações, este estudo contribui para o avanço e preenchimento da lacuna empírica existente no campo de conhecimento das etapas do empreendedorismo médico, ao destacar a importância de cada etapa do processo empreendedor.

Referências

- Alshebami, A. S., Fazal, S. A., Seraj, A. H. A.; Marri, S. H. A., Alsutan, W. S. (2024). Fostering potential entrepreneurs: an empirical study of the drivers of green self-efficacy in Saudi Arabia. *Discov. Sustain.*, 5(21). <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00201-w>
- Al-Tarawneh, A., Haddad, E., Al-Dwairi, R. M., Al-Freijat, S. Y., Mansour, A., AL-Obaidly, G. A. (2024). The impact of strategic and innovativeness entrepreneurship and social capital on business overall performance

- through building a sustainable supply chain management at Jordan Private Universities. *Uncertain Supply Chain Management*, 12, 65-76. DOI: 10.5267/j.uscm.2023.10.017
- Asis, E. H. R. (2024). Entrepreneurial Capabilities and Survival of Microentrepreneurs in Rural Peru. In: Hamdan, A. *Technological Innovation for Business, Education and Sustainability*, Emerald Publishing Limited, Leeds, 235-248. <https://doi.org/10.1108/978-1-83753-106-620241016>
- Atef, N., Fleerackers, A., Alperin, J. P. (2023). “Influencers” or “Doctors”? Physicians’ Presentation of Self in YouTube and Facebook Videos. *International Journal of Communication*, 17, 2665-2688. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/19700>
- Balliu, T. H., Sinanaj, X. A., Tapija, N. K., Durmishi, A., & Madhi, D. (2024). Analyzing the impact of entrepreneurial traits on business growth: A study of start-ups in Elbasan, Albani. *Multidisciplinary Reviews*, 7(7). <https://doi.org/10.31893/multirev.2024152>
- Bardin, L. (2006). *Análise de conteúdo*. Lisboa, Edições 70.
- Baron, R. A., & Shane, S. A. (2007). *Empreendedorismo: uma visão do processo*. São Paulo, SP: Cengage Learning.
- Chandler, G. N., McLeod, M. S., Broberg, J. C., McKelvie, A., DeTienne, D. R. (2023). Customer engagement patterns and new venture outcomes. *Small Bus Econ*. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00843-6>
- Bendayan, M., Bonneau, C., Delespierre, M. T., Sais, E., Picard, F., Alter, L., Boitrelle, F., Cazabat, L. (2024). Evaluating the satisfaction and utility of social networks in medical practice and continuing medical education. *BMC Medical Education*, 24(186), 1-9. <https://doi.org/10.1186/s12909-024-05149-z>
- Bouwdad, A., Lafraxo, Y. (2024). Digital transformation and business model in management & business research: An overview and future perspectives. *Journal of Autonomous Intelligence*, 7(3). <https://doi.org/10.32629/jai.v7i3.1257>
- Braun, V.; Clarke, V.; Gray, D. (2019). *Coleta de dados qualitativos: um guia prático para técnicas textuais, midiáticas e virtuais*. Petrópolis, Rio de Janeiro, Vozes.
- Creswell, J. W. (2021). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Porto Alegre, Penso.
- Donzé, P. Y. (2023). Collective Entrepreneurship and the Development of Private Clinics in Geneva, 1860–2020. In: Pérez, P. F., Román, S. E. (Ed.) *Collective Entrepreneurship in the Contemporary European Services Industries: A Long-Term Approach (Frontiers of Management History)*, Emerald Publishing Limited, Leeds, 29-45. <https://doi.org/10.1108/978-1-80117-950-820231003>
- Fantini, M. C., Loddo, E., Petrillo, A. D., Onali, S. (2024). Telemedicine in inflammatory bowel disease from its origin to the post pandemic Golden age: A narrative review. *Digestive and Liver Disease*, 56(1), 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.dld.2023.05.035>
- Garcia, J. P., Avila, F. R., Guzman, R. A. T., Maita, K C., Lunde, J. J., Coffey, J. D., Demaerschalk, B. M., Forte, A. J. (2024). A narrative review of telemedicine and its adoption across specialties. *mHealth*, 10, 1-9. <https://dx.doi.org/10.21037/mhealth-23-2>
- Hoang, H., Perkmann, M. (2023). Physician entrepreneurship: A study of early career physicians’ founding motivations and actions. *Social Science and Medicine*, 339. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2023.116393>
- Huttin, C. C. (2023). Policies for life sciences and healthcare in the global health framework. *Technol Health Care*, 31(4), 1497-1505. <https://doi.org/10.3233/thc-220609>
- Inegbedion, H. E., Thikan, P. R., David, J. O., Ajani, J. O. & Peter, F. O. (2024). Small and medium enterprise (SME) competitiveness and employment creation: the mediating role of SME growth. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02434-y>

- Kachman, M. M., Brennan, I., Oskvarek, J. J., Waseem, T., Pines, J. M. (2024). How artificial intelligence could transform emergency care. *The American Journal of Emergency Medicine*, 81, 40-46. <https://doi.org/10.1016/j.ajem.2024.04.024>
- Kalainov, D. M., Barnard, C. & Walradt, J. (2024). Medicare in the 21 st Century: Understanding the Program to Promote Improvements. *J Am Acad Orthop Surg*. 15;32(10), 427-438. <https://doi.org/10.5435/jaaos-d-23-00464>
- Kautonen, T., Halvorsen, C., Minniti, M. & Kibler, E. Transitions to entrepreneurship, self-realization, and prolonged working careers: Insights from the English Longitudinal Study of Ageing. (2023). *Journal of Business Venturing Insights*, 19. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2023.e00373>
- Khan, R., Akhund, R., Allahwasaya, A., Wang, R., Chen, H., Gillis, A., McMullin, J. L. (2024). LinkedIn Usage Trends Among Surgeons at a Large Academic Institute. *Journal of Surgical Research*, 296, 770-775. <https://doi-org.ez11.periodicos.capes.gov.br/10.1016/j.jss.2023.11.069>
- Kumar, K. A., Azam, S. M. F., Jeppu, A. K. (2023). Nascent Entrepreneurial Behavior Among Medical Students in Malaysia: The Role of Sociodemographic Factors. *Education in Medicine Journal*, 15(4), 109-119. <https://doi.org/10.21315/eimj2023.15.4.8>
- Latifi, G., Grilli, L., Herrmann, A. M. (2024). Does writing a business plan still matter for searching and obtaining external equity finance. *Venture Capital*, 26(1), 47-73. <https://doi.org/10.1080/13691066.2022.2161969>
- LeCounte, J. F. (2024). HRM solutions: a framework for small business owners to manage industrial relations while facilitating labour unionization mitigation. *International Journal of Organizational Analysis*, 32(1), 1-16. <https://doi.org/10.1108/IJOA-07-2022-3343>
- Leite, R. (2022). Por trás do jaleco: quando o médico descobre que também precisa ser um gestor... e dos bons. Rio de Janeiro, Bibliomundi.
- Liñero, A. B.; Ochoa, J. A. R.; Barrera, J. M. (2024). Exploring entrepreneurial intentions and motivations: a comparative analysis of opportunity-driven and necessity-driven entrepreneurs. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(11). <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00366-8>
- Liu, D. S., Mazurek, M. H., Whitehead, D. C., Hood, M. C., Gupte, P. C. A., Ottensmeyer, M. P., Fintelmann, F. J., Uppot, R. N., Andriole, K. P., Gee, M. S., Brink, J. A., Succi, M. D. (2024). A Novel Design-Thinking, Hospital Innovation Core Certificate Curriculum for Radiologists and Trainees: Creation, Implementation, and Multiyear Results. *Academic Radiology*, 31(2). <https://doi.org/10.1016/j.acra.2023.11.018>
- Liu, Y. C. (2024). A New Framework for Evaluating Social Transparency Factors and Personal Brands in Social Networks. *Social Indicators Research*, 171(2), 701-728. <https://doi.org/10.1007/s11205-023-03289-1>
- Ming, Y., Zou, H. (2024). The Spirit of Capitalism, Entrepreneurship, and Talent Allocation. *Annals of Economics and Finance*, 25(1), 1–29. <http://aeconf.com/Articles/May2024/aef250101.pdf>
- Molian, D. (2024). *Scale-up and Build Your Business: How to Recognise and Overcome the Critical Challenges of Business Growth and Exit*. Londres, UK, Routledge.
- Mogaji, I. K. (2023). Medical Schools and Curriculum Enrichment in Entrepreneurship. In: Raimi, L., & Oreagba, I. A. (eds) *Medical Entrepreneurship: Trends and Prospects in the Digital Age*, 151-165, Springer, Singapore. http://dx.doi.org/10.1007/978-981-19-6696-5_10
- Mohammed-Nasir, R., Oshikoya, K. A., Oreagba, I. A. (2023). Digital Innovation in Healthcare Entrepreneurship. In: Raimi, L., & Oreagba, I.A. (eds) *Medical Entrepreneurship: Trends and Prospects in the Digital Age*, 341-372. Springer, Singapura. DOI: 10.1007/978-981-19-6696-5_22

- Muñoz-Céspedes, E., Ibar-Alonso, R. & Cuervo-Mir, M. (2023). Individual entrepreneurial behavior and financial literacy. *International Entrepreneurship and Management Journal*. <https://doi.org/10.1007/s11365-023-00936-4>
- Nallabathula, H. R., Doraiswamy, A. (2024). Entrepreneurship orientation in family business: Decision process structure & succession planning. *Multidisciplinary Reviews*, 7(7) 1-8. <https://doi.org/10.31893/multirev.2024149>
- Neckebrouck, J. (2023). Contemporary Topics in Entrepreneurship, Social Change, and Governance. IESE Business School, University of Navarra. https://www.iese.edu/phd-in-management/wp-content/uploads/sites/8/2023/07/Syllabus_PhD_Contemporary-Topics-in-Entrepreneurship.pdf
- Nicolescu, A. C., Lobont, O. R., Vătavu, S. & Bozga, E. (2024). Entrepreneurship and digitalisation in EU: Twinning insights through a panel threshold regression. *Journal of Business Economics and Management*, 25(2), 315-336. <https://doi.org/10.3846/jbem.2024.21206>
- Rabelo, J., Neto, Figueiredo, C., Gabriel, B. C., Valente, R. (2024). Factors for innovation ecosystem frameworks: Comprehensive organizational aspects for Evolution. *Technological Forecasting and Social Change*, 203, 1-15. DOI: 10.1016/j.techfore.2024.123383
- Raimi, L., Lukman, F. M., Mukhriz, R. M. M. (2023). Investment Opportunities in Medical Entrepreneurship from a Global Snapshot. In: Raimi, L., & Oreagba, I.A. (eds) *Medical Entrepreneurship: Trends and Prospects in the Digital Age*, 79-99. Springer, Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-19-6696-5>
- Raimi, L., Oreagba, I. A. (2023). An Overview of Medical Entrepreneurship: Trends, Prospects, and Challenges in the Digital Age. In: Raimi, L., & Oreagba, I.A. (eds) *Medical Entrepreneurship: Trends and Prospects in the Digital Age*, 1-11. Springer, Singapore. http://dx.doi.org/10.1007/978-981-19-6696-5_10
- Ratten V. (2023). Entrepreneurship: Definitions, opportunities, challenges, and future directions. *Global Business and Organizational Excellence*, 42(5), 79–90. 10.1002/joe.22217
- Ren, X., Liu, X. (2024). Passing the dividend baton: Family succession and cash dividends. *International Review of Financial Analysis*, 94, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2024.103308>
- Rosário, A. T., Figueiredo, J. & Bloor, M. (2024). Sustainable entrepreneurship and corporate social responsibility: Analysing the state of research. *Sustainable Environment*, 10(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/27658511.2024.2324572>
- Sharma, D., Sehrawat, M. (2022). Entrepreneurial Venture Funding and Growth in Industry 4.0 Era. In: Kumar, R., Sindhwani, R., Tewary, T., Davim, J. P. (2024). *Principles of Entrepreneurship in the Industry 4.0 Era*. New York, CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781003256663>
- Singh, M., Dhir, S. & Mishra, H. (2024). Synthesizing research in entrepreneurial bootstrapping and bricolage: a bibliometric mapping and TCCM analysis. *Manag Rev Q*, 74, 487-540. <https://doi.org/10.1007/s11301-022-00308-2>
- Suriyankietkaew, S. (2023). Effects of key leadership determinants on business sustainability in entrepreneurial enterprises. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(5), 885-909. <https://doi.org/10.1108/JEEE-05-2021-0187>
- Tishutin, A. A. (2023). Transformation of entrepreneurial activity under the influence of the COVID-19 pandemic. *Probl Sotsialnoi Gig Zdravookhranennii Istor Med*, 31(1), 828-831. 10.32687/0869-866X-2023-31-s1-828-831
- Tsaknis, P. A., Sahinidis, A. G., Vassiliou, E. E. (2022). Entrepreneurship education effectiveness: does personality matter? *Development and learning in organizations: ann international journal*. 36(6), 8-11. <http://dx.doi.org/10.1108/DLO-12-2021-0230>

- Vladasel, T. (2023). Family structure and entrepreneurship: Evidence from Swedish siblings. *Entrepreneurship & Regional Development*, 35(9-10), 979-1005. <https://doi.org/10.1080/08985626.2023.2243465>
- Wei, W., Duan, J. (2024). How do entrepreneurial activities at different levels promote business growth: a review and research agenda. *Chinese Management Studies*, 18(3), 755-784. <https://doi.org/10.1108/CMS-06-2022-0226>
- Xie, Y. (2023). Founder premiums, venture capital investments and acquirer benefits. *Journal of Business Finance & Accounting*, 1-71. <https://doi.org/10.1111/jbfa.12737>
- Zucchella, A., Hagen, B., & Serapio, M. G. (2023). *International entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.