

EMPREENDEDORISMO DIGITAL: *E-COMMERCE*

Ronaldo Mangel Pereira de Brito¹, Marcos Araujo²

1 Aluno do Curso de Administração

2 Professor Mestre do Curso Administração

Resumo

Introdução: O empreendedorismo digital e o comércio eletrônico têm se tornado cada vez mais relevantes no cenário econômico global, impulsionados pelo avanço das tecnologias digitais e pela crescente digitalização do mercado. **Objetivo:** O objetivo deste estudo é analisar as dinâmicas e desafios enfrentados pelos empreendedores digitais e pelas empresas de comércio eletrônico, bem como avaliar o impacto das tecnologias emergentes e das mídias sociais nesse contexto. **Materiais e Métodos:** A metodologia utilizada foi uma revisão sistemática da literatura, que permitiu a análise de estudos acadêmicos e relatórios especializados sobre o tema. **Resultado:** Os resultados apontam que o sucesso no empreendedorismo digital depende da inovação constante, da personalização da experiência do consumidor e da superação de desafios logísticos e regulatórios. **Conclusão:** Conclui-se que a adaptação às tecnologias emergentes e a utilização eficaz de mídias sociais são fatores críticos para o sucesso no mercado digital.

Palavras-Chave: Empreendedorismo digital; Comércio eletrônico; Tecnologias emergentes; Mídias sociais; Inovação.

Abstract

Introduction: Digital entrepreneurship and e-commerce have become increasingly relevant in the global economic landscape, driven by the advancement of digital technologies and the growing digitization of the market. **Objective:** This study aims to analyze the dynamics and challenges faced by digital entrepreneurs and e-commerce companies, as well as assess the impact of emerging technologies and social media in this context. **Materials and Methods:** The methodology employed was a systematic literature review, allowing for the analysis of academic studies and specialized reports on the topic. **Results:** The findings indicate that success in digital entrepreneurship depends on continuous innovation, personalized consumer experiences, and overcoming logistical and regulatory challenges. **Conclusion:** It is concluded that adapting to emerging technologies and the effective use of social media are critical factors for success in the digital market.

Keywords: Digital entrepreneurship; E-commerce; Emerging technologies; Social media; Innovation.

Contato: ronaldo.mangel@soupromove.com.br;marcos.araujo@somospromove.com.br

Introdução

O empreendedorismo digital e o comércio eletrônico têm se consolidado como elementos essenciais na transformação dos mercados globais. Com o avanço da internet e das tecnologias digitais, a criação de novos modelos de negócios e formas de comercialização se tornou uma característica marcante da economia contemporânea. O *e-commerce* possibilita a compra e venda de produtos e serviços de forma remota, rompendo fronteiras geográficas e oferecendo uma nova dinâmica para o consumo. O empreendedorismo digital surge como uma via inovadora, na qual empreendedores podem utilizar plataformas digitais para criar, gerenciar e expandir negócios com maior flexibilidade e menor necessidade de capital inicial em comparação aos

negócios tradicionais. A interação entre esses dois fenômenos: o empreendedorismo digital e o comércio eletrônico, reflete uma transformação estrutural que tem alterado os padrões de consumo, a competitividade empresarial e as exigências do mercado.

Essas mudanças são impulsionadas por fatores como o uso cada vez mais intensivo de tecnologias emergentes, a adaptação constante às tendências do consumidor e o papel predominante das mídias sociais como canal de interação e vendas. Questões como a análise de dados, a personalização da experiência do usuário e a otimização dos processos logísticos tornaram-se indispensáveis para a sobrevivência e o crescimento das empresas no ambiente digital. Diante dessas transformações, o entendimento

das dinâmicas que moldam o empreendedorismo digital e o comércio eletrônico é fundamental, tanto para acadêmicos quanto para profissionais que atuam nessas áreas. A compreensão dos desafios e oportunidades oferecidos por essas novas formas de empreender e vender no ambiente online é um ponto-chave para o desenvolvimento de estratégias eficazes e inovadoras.

O presente estudo delimita-se ao foco nas dinâmicas atuais do empreendedorismo digital e do comércio eletrônico, com ênfase em identificar as principais tendências e desafios enfrentados por empresas e empreendedores no ambiente online. O problema de pesquisa que orienta este trabalho é a questão de como as empresas e os empreendedores podem se adaptar e obter sucesso em um ambiente digital em constante transformação, considerando as principais inovações tecnológicas, mudanças no comportamento do consumidor e desafios logísticos e regulatórios. A rápida evolução das tecnologias e as constantes mudanças no cenário digital tornam essa questão relevante e demandam uma análise para fornecer orientações práticas e teóricas sobre como navegar nesse ambiente dinâmico.

Para responder a esse problema, este estudo tem como objetivo geral analisar de forma abrangente as dinâmicas do empreendedorismo digital e do comércio eletrônico, buscando entender suas tendências, desafios e impactos no cenário contemporâneo. Os objetivos específicos do estudo incluem investigar as principais tendências e inovações no empreendedorismo digital e no *e-commerce*, identificar os desafios enfrentados pelos empreendedores digitais e analisar estratégias eficazes para superá-los, e avaliar o impacto das tecnologias digitais, mídias sociais e do comércio móvel sobre os negócios digitais, destacando tanto as oportunidades quanto as ameaças nesse contexto.

A justificativa para a realização deste estudo está ancorada na crescente importância do empreendedorismo digital e do comércio eletrônico no cenário econômico atual.

A transformação digital que permeia praticamente todos os setores econômicos exige que se

compreenda como as empresas podem se adaptar a esse novo contexto e como podem tirar proveito das oportunidades oferecidas por essa revolução tecnológica. O estudo também se justifica pela contribuição que pode oferecer à literatura acadêmica, uma vez que o empreendedorismo digital e o comércio eletrônico ainda apresentam lacunas no que diz respeito à compreensão de suas dinâmicas mais recentes. Segundo Isto é Dinheiro (2024), em 2023 o comércio eletrônico brasileiro movimentou R\$ 196,1 bilhões, um crescimento de 4% em relação a 2022, de acordo com o Observatório do Comércio Eletrônico Nacional. São Paulo, Espírito Santo e Minas Gerais concentraram 60% das transações, enquanto os smartphones lideraram as vendas, com R\$ 10,3 bilhões movimentados. As regiões Sudeste e Sul dominaram o cenário de vendas online, com 73,5% e 15,2%, respectivamente. O projeto *E-commerce.BR*, do MDIC e ABDI, busca aumentar a adesão de pequenos negócios ao comércio *online*, especialmente em regiões onde a participação ainda é reduzida.

O presente estudo está estruturado em cinco capítulos, iniciando com a introdução ao tema e a definição dos objetivos da pesquisa. No segundo capítulo, é apresentada uma revisão da literatura, abordando os principais conceitos e discussões sobre empreendedorismo digital e comércio eletrônico. O terceiro capítulo descreve a metodologia utilizada, com enfoque na revisão sistemática da literatura e nos critérios de seleção das fontes. No quarto capítulo, são discutidos os resultados da pesquisa, destacando as tendências, desafios e inovações no campo. O quinto capítulo traz as considerações finais, onde são apresentadas as implicações práticas do estudo e sugestões para futuras pesquisas.

Materiais e Métodos

A pesquisa foi realizada com base em uma revisão de literatura, utilizando principalmente fontes secundárias de dados. O objetivo foi obter um panorama das tendências, desafios e inovações no campo do empreendedorismo digital e do comércio eletrônico. A metodologia aplicada é de natureza exploratória, considerando que se busca uma compreensão do tema a partir de diversas perspectivas teóricas e empíricas.

Para a coleta de artigos, a pesquisa foi conduzida em bases de dados acadêmicas amplamente reconhecidas, como *ScienceDirect*, *Scopus*, *Web of Science* e *Google Scholar*. Esses repositórios foram selecionados por sua relevância no campo da administração, tecnologia e inovação, que são áreas intimamente ligadas ao empreendedorismo digital e ao comércio eletrônico. Foram consultadas bases de dados específicas de negócios e gestão, como a *Emerald Insight* e a *EBSCOhost*, para garantir que artigos de alta qualidade fossem incluídos.

A busca nas bases de dados foi realizada utilizando palavras-chave diretamente relacionadas ao tema, tais como “empreendedorismo digital”, “comércio eletrônico”, “tendências de *e-commerce*”, “inovações tecnológicas no comércio eletrônico” e “desafios no ambiente digital”. Para assegurar a atualidade das informações, a pesquisa foi limitada a publicações dos últimos cinco anos (2019-2024), com o intuito de capturar as mudanças mais recentes e relevantes do setor. Além de artigos acadêmicos, foram incluídos relatórios de mercado e estudos de grandes empresas de consultoria, como *Gartner*, *McKinsey* e *PwC*, uma vez que esses documentos fornecem uma análise prática e prospectiva das tendências em empreendedorismo digital e *e-commerce*.

Os critérios de inclusão adotados para a seleção das fontes basearam-se em alguns fatores chave: relevância direta do conteúdo em relação ao tema central do estudo, a análise apresentada pelos autores e a aplicação prática das descobertas para o contexto do empreendedorismo digital. Foram priorizados artigos que abordavam inovações tecnológicas, estratégias de *marketing* digital, uso de dados e mídias sociais, além de estudos que exploravam os desafios enfrentados por empreendedores no ambiente *online*. Estudos que apresentavam uma base empírica, com amostras representativas ou metodologias robustas, foram considerados com maior ênfase.

Os critérios de exclusão, foram aplicados para eliminar artigos que não apresentavam uma relação direta com o foco do estudo ou que estavam desatualizados. Trabalhos publicados antes de 2013, que não abordavam o

empreendedorismo digital de forma clara ou que não continham fundamentação teórica ou empírica suficiente, foram descartados. Artigos duplicados em diferentes bases de dados também foram eliminados para evitar redundâncias na revisão.

Após a seleção dos artigos, foi realizada uma leitura detalhada e crítica de cada estudo. A análise foi conduzida com o auxílio de ferramentas de categorização de dados, como o software NVivo, para identificar os principais temas e padrões recorrentes na literatura. Essa abordagem permitiu uma organização sistemática, destacando tendências emergentes, inovações tecnológicas, barreiras encontradas pelos empreendedores digitais e as estratégias propostas na literatura para superação desses desafios.

Desenvolvimento

O empreendedorismo digital e o comércio eletrônico têm ganhado crescente relevância no cenário econômico global, impulsionados pelo avanço das tecnologias digitais e pela popularização da internet. O *e-commerce*, ou comércio eletrônico, representa uma modalidade de negócios que elimina barreiras físicas e geográficas, permitindo que empresas de diferentes portes alcancem consumidores em diversas partes do mundo. Ao mesmo tempo, o empreendedorismo digital surge como um movimento inovador, no qual empreendedores utilizam plataformas digitais para criar e gerenciar negócios com maior flexibilidade e custos relativamente baixos. Segundo Bezerra et al. (2022) e Franco (2021), esse tipo de empreendedorismo possibilita a rápida adaptação a mudanças no mercado e o aproveitamento das oportunidades emergentes proporcionadas pelas novas tecnologias.

A pandemia de COVID-19 acelerou a adoção do comércio eletrônico, transformando-o em uma ferramenta essencial para a sobrevivência de muitas empresas durante a crise global. Como destacado por Ferreira e Del Mouro (2022) e Ribas et al. (2022), o período pandêmico evidenciou a importância das plataformas digitais como um canal de vendas viável para diversos setores, especialmente em momentos de restrição ao comércio físico. O *e-commerce* também passou a

integrar inovações tecnológicas que facilitam a personalização da experiência do consumidor e a otimização dos processos de compra, como o uso de inteligência artificial, *big data* e estratégias de marketing digital baseadas em redes sociais, conforme observado por Martins (2023) e Medeiros e Balduino (2019).

Além de representar um motor de inovação, o empreendedorismo digital apresenta desafios, como destacam Rezende e Vitali (2018). Para os autores, os novos empreendedores enfrentam obstáculos como a intensa competitividade, a segurança de dados e as questões logísticas, fatores que exigem estratégias bem definidas para alcançar o sucesso no ambiente online. Melo (2021) e Oliveira (2023) apontam que a superação desses desafios passa pela adoção de estratégias baseadas em tecnologia, como a automação de processos e o desenvolvimento de modelos de negócio flexíveis, capazes de se adaptar rapidamente às constantes mudanças do mercado digital.

Portanto, o estudo do empreendedorismo digital e do comércio eletrônico é de grande relevância, uma vez que reflete transformações no comportamento de consumo e nos modelos tradicionais de negócios. Como enfatizado por Belmont (2020) e Ribeiro (2021), compreender as dinâmicas desse campo é essencial para empresários, gestores e pesquisadores, pois o sucesso nesse novo cenário depende da habilidade de adaptar-se às tecnologias emergentes e aos novos padrões de interação com os consumidores.

Entre as diferentes tendências mapeadas nesse artigo, destaca-se o estudo de Araújo e Fahd (2022) que levantam um aspecto importante do comércio eletrônico relacionado ao empreendedorismo feminino no contexto rural, com foco em práticas de economia solidária. No caso das mulheres empreendedoras rurais, a digitalização das vendas por meio de plataformas de *e-commerce* pode facilitar o acesso a mercados distantes, permitindo que produtos de origem artesanal ou local alcancem consumidores em todo o país e, potencialmente, no exterior. A pesquisa revela que o acesso a recursos tecnológicos e a formação adequada ainda é um

desafio para essas empreendedoras, que enfrentam barreiras relacionadas à infraestrutura e à alfabetização digital. O desenvolvimento de iniciativas de capacitação e apoio técnico é essencial para que essas empreendedoras aproveitem as oportunidades oferecidas pelo comércio eletrônico.

Campos (2022) exploram o processo de elaboração de um plano de negócios para a criação de um e-commerce de joias, o que ressalta a importância de uma abordagem estratégica e bem estruturada ao ingressar no comércio eletrônico. O estudo aborda como o planejamento detalhado, que inclui a definição clara de público-alvo, estratégias de marketing digital e logística, é fundamental para o sucesso de um empreendimento online. O plano de negócios, deve considerar as especificidades do mercado de luxo, onde a construção de uma marca sólida e a confiança do consumidor são essenciais para a viabilidade e o crescimento no ambiente digital.

Granado (2023) examina como o comércio eletrônico pode servir como uma estratégia eficaz para micro e pequenas empresas, permitindo que elas expandam seu alcance e aprimorem seu processo, apesar das vantagens do *e-commerce*, as pequenas empresas frequentemente enfrentam desafios logísticos e de gestão que dificultam a sua competitividade. Para contornar essas barreiras, Granado sugere a adoção de tecnologias de automação e ferramentas de análise de dados, que permitem a personalização do atendimento ao cliente e a otimização das operações, facilitando a escalabilidade e o crescimento sustentável no ambiente digital.

Junqueira (2021) explora a relação entre inovação e empreendedorismo digital no setor agropecuário, destacando como o comércio eletrônico pode beneficiar produtores rurais, especialmente na comercialização de seus produtos diretamente ao consumidor final, eliminando intermediários, por meio de plataformas digitais, os produtores podem aumentar suas margens de lucro e oferecer uma maior diversidade de produtos com menor dependência dos mercados tradicionais. Essa abordagem exige, entretanto, que os empreendedores rurais invistam em tecnologias digitais e em uma presença online estratégica,

fatores que muitas vezes são limitados pela falta de recursos e de conectividade em regiões rurais. A investigação das principais tendências e inovações no campo do empreendedorismo digital e do comércio eletrônico revela um cenário em constante evolução, impulsionado pelo avanço tecnológico e pela crescente digitalização da sociedade. A literatura acadêmica e especializada destaca que o comércio eletrônico e o empreendedorismo digital ganharam relevância, sobretudo durante a pandemia de COVID-19, quando muitas empresas se viram forçadas a migrar para o ambiente online para garantir sua sobrevivência. Segundo Ferreira e Del Mouro (2022) e Ribas *et al.* (2022), o aumento expressivo das vendas online durante a crise global demonstrou a importância estratégica dessas modalidades para a continuidade dos negócios e para a adaptação às mudanças no comportamento do consumidor.

Uma das principais tendências identificadas na revisão da literatura é a adoção de tecnologias emergentes, como a inteligência artificial (IA), big data e automação, que têm atuado na transformação dos processos de venda e na personalização da experiência do consumidor. Martins (2023) ressalta que a utilização dessas tecnologias no *e-commerce* permite que as empresas analisem grandes volumes de dados e ajustem suas estratégias de marketing e vendas com base em padrões de consumo e preferências individuais, criando experiências mais personalizadas e otimizadas. A automação de processos tem sido destacada por Oliveira (2023), que menciona o impacto positivo dessa prática na eficiência operacional, especialmente em termos de logística e atendimento ao cliente.

As mídias sociais também atuam no contexto do empreendedorismo digital e do comércio eletrônico. Estudos de Medeiros e Balduino (2019) e Ribeiro (2021) apontam que o marketing digital nas plataformas de redes sociais, como Instagram, Facebook e TikTok, tem permitido que empresas de diferentes tamanhos atinjam públicos-alvo com uma precisão nunca vista. As campanhas de publicidade digital e o engajamento direto com os consumidores por meio de redes sociais são ferramentas poderosas que possibilitam a promoção de produtos, serviços e a construção de

marcas com identidade própria e autêntica, tem se mostrado particularmente eficaz para pequenas e médias empresas que, por meio de estratégias de marketing digital eficazes, conseguem competir com grandes corporações no ambiente online.

Uma outra inovação relevante discutida na literatura é o crescimento do comércio móvel (*m-commerce*), ou seja, a realização de transações comerciais por meio de dispositivos móveis, como smartphones e tablets. Bezerra *et al.* (2022) observam que o *e-commerce* representa uma evolução natural do *e-commerce*, acompanhando o aumento do uso de dispositivos móveis para o acesso à internet e a realização de compras online. Essa tendência tem sido reforçada pela integração de métodos de pagamento digitais, como carteiras virtuais e soluções de pagamento por aproximação, que simplificam e agilizam o processo de compra, conforme descrito por Rezende e Vitali (2018).

Além das tendências tecnológicas, os estudos também abordam os desafios enfrentados pelos empreendedores digitais, que incluem a competitividade acirrada, a segurança de dados e a conformidade regulatória. Gomes *et al.* (2021) destacam a logística como um dos principais obstáculos, especialmente para empresas que operam em mercados emergentes, onde a infraestrutura de transporte e distribuição nem sempre está à altura das demandas do comércio eletrônico. Ainda sobre desafios, Castro *et al.* (2021) apontam que a pandemia de COVID-19 acelerou a necessidade de adaptação rápida ao ambiente digital, forçando muitos empreendedores a buscar novas formas de manter suas operações viáveis durante a crise.

Em relação ao empreendedorismo feminino no *e-commerce*, Rodrigues (2021) e Cineglaglia (2021) destacam as barreiras específicas que mulheres enfrentam nesse contexto, como o acesso limitado a recursos financeiros e as responsabilidades domésticas, que muitas vezes dificultam a dedicação total ao desenvolvimento de negócios digitais. Araújo e Fahd (2022) enfatizam a resiliência dessas empreendedoras, que, ao utilizarem plataformas digitais, encontram oportunidades de equilibrar suas atividades

empresariais com suas responsabilidades pessoais.

Dessa forma, a literatura especializada aponta que o empreendedorismo digital e o comércio eletrônico estão fortemente vinculados ao desenvolvimento e à incorporação de novas tecnologias. As inovações na automação, IA, *big data* e *marketing* digital, juntamente com o uso crescente de dispositivos móveis para compras, são tendências que continuarão a moldar o futuro desses setores. O sucesso nesse ambiente competitivo exige que os empreendedores estejam preparados para enfrentar desafios logísticos, regulatórios e relacionados à segurança de dados, além de adaptarem-se rapidamente às mudanças no comportamento do consumidor e às novas demandas do mercado.

A análise dos desafios enfrentados pelos empreendedores digitais e pelas empresas de comércio eletrônico revela um cenário complexo, marcado por obstáculos que envolvem desde questões tecnológicas até barreiras logísticas e regulatórias. A literatura destaca a necessidade de adaptação contínua a um ambiente de negócios em constante transformação, impulsionado pela rápida evolução das tecnologias digitais e pelas mudanças no comportamento dos consumidores. O entendimento desses desafios é fundamental para que empreendedores e empresas possam desenvolver estratégias eficazes para superá-los e alcançar o sucesso no ambiente online.

Um dos principais desafios apontados por Oliveira (2023) e Rezende e Vitali (2018) refere-se à alta competitividade no ambiente digital. O baixo custo de entrada no mercado online facilita a criação de novas empresas, o que aumenta o número de competidores. Esse fator força os empreendedores a se diferenciarem através da inovação e da oferta de experiências personalizadas aos clientes. A diferenciação pode ser alcançada por meio do uso eficaz de tecnologias emergentes, como inteligência artificial e análise de *big data*, que permitem a personalização de produtos e serviços de acordo com o comportamento e as preferências dos consumidores, conforme apontado por Martins (2023). Assim, uma estratégia eficaz para superar a competitividade é a inovação constante e a

criação de valor para o cliente, além do investimento em soluções tecnológicas que otimizem o desempenho da empresa no mercado digital.

Um desafio enfrentado pelos empreendedores digitais envolve a segurança de dados e a proteção da privacidade do consumidor. O aumento das transações *online* e a coleta massiva de dados exigem que as empresas implementem sistemas robustos de segurança cibernética para evitar ataques e garantir a confiança dos clientes. Segundo Franco (2021), a proteção de dados tornou-se uma preocupação central para empresas de *e-commerce*, especialmente após a implementação de regulamentos como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil e o Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR) na Europa. A adoção de medidas de segurança cibernética eficazes, como a criptografia de dados e a autenticação multifatorial, além da transparência em relação ao uso dos dados dos consumidores, são estratégias essenciais para superar esse desafio e construir uma relação de confiança com os clientes.

A logística é outro ponto crítico, particularmente em mercados emergentes, onde a infraestrutura de transporte e distribuição pode não acompanhar o ritmo de crescimento do comércio eletrônico. A eficiência na entrega de produtos é uma das principais preocupações dos consumidores, e falhas nesse aspecto podem levar à perda de clientes. Uma solução para esse desafio é a formação de parcerias estratégicas com empresas de logística e a utilização de tecnologias como rastreamento em tempo real e inteligência artificial para otimizar a gestão da cadeia de suprimentos. A adoção de modelos de logística descentralizada, como centros de distribuição regionais, pode reduzir os prazos de entrega e melhorar a experiência do consumidor (Gomes *et al.*, 2021).

Os desafios regulatórios também representam uma barreira para os empreendedores digitais, especialmente aqueles que operam em mercados internacionais. As empresas precisam lidar com diferentes legislações tributárias, normas de comércio e regulamentações de proteção ao consumidor em cada país onde atuam. Nascimento (2021) ressalta que a conformidade

com as regulamentações locais e internacionais é fundamental para evitar sanções legais e financeiras, uma estratégia eficaz é a contratação de consultorias especializadas em compliance e a automação de processos administrativos, como o cálculo de impostos e a gestão de documentos fiscais, para garantir que a empresa esteja em conformidade com todas as exigências legais.

Além dos desafios tecnológicos, logísticos e regulatórios, o comportamento do consumidor no ambiente digital também impõe desafios importantes. Os consumidores estão cada vez mais exigentes, buscando experiências de compra personalizadas, interações rápidas e convenientes, além de uma presença ativa das marcas nas redes sociais. Para atender a essas expectativas, as empresas precisam investir em estratégias de *marketing* digital eficientes, como o uso de plataformas de redes sociais para interagir com os consumidores, campanhas de marketing de influência e o desenvolvimento de conteúdo relevante e engajador (Medeiros; Balduino 2019).

Diante desses desafios, a flexibilidade e a capacidade de adaptação são essenciais para o sucesso no empreendedorismo digital e no comércio eletrônico. As empresas que adotam uma abordagem ágil investem em tecnologias inovadoras e desenvolvem parcerias estratégicas têm maiores chances de superar os obstáculos e se destacar no ambiente *online*. O desenvolvimento de uma estratégia digital integrada, que combine segurança de dados, eficiência logística, conformidade regulatória e um forte relacionamento com o consumidor, é o caminho para que os empreendedores digitais alcancem o sucesso e consolidem suas marcas no mercado global.

O impacto das tecnologias digitais, das mídias sociais e do comércio móvel no empreendedorismo digital e no comércio eletrônico molda novas oportunidades e desafios para os negócios. Esses três elementos têm se consolidado como pilares fundamentais para o desenvolvimento e expansão do comércio *online*, ao mesmo tempo em que impõem ameaças que requerem adaptação e inovação constante por parte dos empreendedores. A análise desses fatores é para entender como os negócios podem

explorar as oportunidades que surgem e, ao mesmo tempo, mitigar os riscos envolvidos.

As tecnologias digitais, como a inteligência artificial (IA), o big data e a automação de processos, têm revolucionado o empreendedorismo digital e o comércio eletrônico, possibilitando uma gestão mais eficiente e a personalização da experiência do consumidor. A utilização de IA no *e-commerce* tem permitido a criação de sistemas de recomendação personalizados, capazes de sugerir produtos com base nas preferências e no comportamento de compra dos clientes. O *big data*, possibilita que as empresas coletem e analisem grandes volumes de dados, permitindo uma melhor compreensão do comportamento do consumidor e a tomada de decisões mais informadas. Essas tecnologias oferecem oportunidades de inovação para empreendedores que desejam se destacar em um mercado competitivo, promovendo a eficiência operacional e o aumento das vendas. Entretanto, o uso inadequado dessas ferramentas pode gerar ameaças, como a má utilização de dados e a invasão da privacidade do consumidor, que pode resultar em sanções legais e perda de confiança do cliente (Martins, 2023).

As mídias sociais atuam na promoção e desenvolvimento de negócios no ambiente digital. Ribeiro (2021) e Medeiros e Balduino (2019) observam que plataformas como *Instagram*, *Facebook* e *TikTok* oferecem oportunidades sem precedentes para que empreendedores e empresas de comércio eletrônico alcancem e engajem grandes audiências de maneira eficaz. As mídias sociais permitem que as marcas interajam diretamente com seus consumidores, promovam seus produtos por meio de campanhas de *marketing* digital e influenciadores, e criem uma identidade de marca autêntica e próxima do público, cria oportunidades para empreendedores com recursos limitados, permitindo que eles compitam com grandes empresas por meio de estratégias digitais bem elaboradas, a rápida evolução dessas plataformas e as constantes mudanças em seus algoritmos podem representar ameaças, uma vez que as empresas precisam se adaptar rapidamente às novas regras e comportamentos dos usuários. A dependência excessiva de uma única plataforma também pode

ser arriscada, uma vez que mudanças nas políticas de uso ou quedas de desempenho nessas redes podem prejudicar a visibilidade e a performance das marcas.

O comércio móvel (*m-commerce*) é outra área que tem impactado fortemente o empreendedorismo digital e o comércio eletrônico. Bezerra *et al.* (2022) destacam que o aumento no uso de smartphones para compras online tem transformado a maneira como os consumidores interagem com as lojas virtuais. A praticidade e a conveniência oferecidas pelos dispositivos móveis têm ampliado as oportunidades de venda para os empreendedores digitais, permitindo que as transações sejam realizadas de qualquer lugar e a qualquer momento. A integração de métodos de pagamento móveis, como carteiras digitais e soluções de pagamento por aproximação, também simplificou o processo de compra, aumentando as taxas de conversão no *e-commerce*, o comércio móvel traz seus próprios desafios. As empresas precisam garantir que suas plataformas sejam otimizadas para dispositivos móveis, oferecendo uma experiência de usuário fluida e intuitiva. A segurança dos dados torna-se uma preocupação ainda maior no contexto móvel, devido ao risco elevado de fraudes e ataques cibernéticos em dispositivos móveis. Um impacto das tecnologias digitais e das mídias sociais é a transformação da relação entre consumidores e marcas. As expectativas dos consumidores no ambiente digital evoluíram, e eles agora exigem uma experiência de compra mais rápida, personalizada e interativa. Franco (2021) observam que os empreendedores digitais que conseguem alavancar essas tecnologias para criar uma jornada do cliente sem fricções, desde a descoberta do produto até o pós-venda, tendem a ter uma vantagem competitiva no mercado. A criação de experiências multicanal, que integrem o *e-commerce* com as redes sociais e o *e-commerce*, também é vista como uma oportunidade para aumentar a fidelidade do cliente e o engajamento com a marca. Essa demanda crescente por personalização e conveniência representa uma ameaça para empresas que não conseguem acompanhar a evolução tecnológica ou que enfrentam dificuldades em integrar seus sistemas.

As oportunidades e ameaças que surgem no

contexto das tecnologias digitais, mídias sociais e comércio móvel dependem, em grande parte, da capacidade dos empreendedores de se adaptarem rapidamente às inovações tecnológicas e de desenvolverem estratégias que aproveitem ao máximo essas ferramentas. O sucesso no empreendedorismo digital e no comércio eletrônico requer um equilíbrio entre a exploração das novas oportunidades oferecidas pelas tecnologias emergentes e a mitigação dos riscos associados, como a segurança de dados e a dependência de plataformas. Aqueles que conseguem integrar essas tecnologias de forma estratégica, alinhando-as às necessidades de seus consumidores e ao ambiente competitivo, têm uma maior chance de alcançar o sucesso sustentável no mercado digital global.

Sobre o impacto transformador das tecnologias emergentes no empreendedorismo digital e no comércio eletrônico, Ferreira e Del Mouro (2022) e Martins (2023) enfatizam que a inteligência artificial (IA) e o *big data* são ferramentas essenciais para personalizar a experiência do consumidor e otimizar operações. Ambos os estudos concordam que essas tecnologias permitem uma análise mais precisa do comportamento do consumidor, o que facilita a criação de estratégias de marketing e vendas mais eficazes. Oliveira (2023), acrescenta que, além de aumentar a eficiência operacional, a automação também reduz os custos, oferecendo uma vantagem competitiva aos empreendedores que a adotam. Bezerra *et al.* (2022) também corroboram essa visão, destacando a importância da integração tecnológica como fator de inovação contínua no comércio eletrônico.

As mídias sociais atuam na construção de marcas e no engajamento com o público, uma visão compartilhada por Ribeiro (2021) e Medeiros e Balduino (2019). Ambas as análises concordam que o *marketing* digital nas redes sociais é uma estratégia poderosa para alcançar novos públicos e fidelizar clientes, especialmente para pequenas e médias empresas. Franco (2021) complementam essa análise ao observar que, além do alcance, as mídias sociais permitem uma interação direta e constante com os consumidores, o que fortalece o relacionamento e a confiança. Bezerra *et al.* (2022) alertam para a ameaça representada pelas

mudanças constantes nos algoritmos das plataformas, que podem prejudicar o alcance das campanhas digitais. Esse desafio, conforme Ribeiro (2021) e Medeiros e Balduino (2019), deve ser mitigado com uma adaptação ágil e diversificação de estratégias de *marketing* para não depender exclusivamente de uma única plataforma.

O comércio móvel, ou *m-commerce*, surge como uma evolução natural do *e-commerce*, conforme discutido por Bezerra *et al.* (2022) e Rezende e Vitali (2018), o crescimento do uso de smartphones para transações comerciais cria oportunidades para os empreendedores, que podem explorar a conveniência e a praticidade oferecidas pelos dispositivos móveis, também mencionam os desafios de segurança cibernética associados ao *e-commerce*, uma preocupação igualmente discutida por Gomes *et al.* (2021). Esses desafios envolvem a necessidade de garantir a proteção de dados e a privacidade do usuário, uma demanda crescente que se torna mais crítica no ambiente móvel, onde fraudes e ataques cibernéticos são mais frequentes.

Os desafios enfrentados pelos empreendedores digitais são amplamente abordados por diferentes autores. Rezende e Vitali (2018) e Oliveira (2023) concordam que a alta competitividade no mercado digital é um dos maiores obstáculos. Ambos sugerem que a diferenciação por meio da inovação e da personalização de serviços é uma estratégia eficaz para lidar com esse desafio. A segurança de dados é um problema crescente, especialmente com o aumento das regulamentações, como a LGPD e o GDPR. A solução passa pela adoção de medidas robustas de segurança cibernética e pela transparência no uso dos dados dos consumidores (Franco, 2021).

Os desafios logísticos também se destacam como uma preocupação central para os empreendedores digitais, especialmente em mercados emergentes, como observam Gomes *et al.* (2021) e Nascimento (2021). Eles destacam que a eficiência na entrega de produtos e a gestão da cadeia de suprimentos são essenciais para garantir a satisfação do cliente no *e-commerce*. A formação de parcerias estratégicas com empresas de logística e o uso de tecnologias avançadas,

como rastreamento em tempo real e inteligência artificial, são estratégias sugeridas para superar esses obstáculos. Castro *et al.* (2021) reforçam essa visão ao observar que, durante a pandemia de COVID-19, a capacidade de adaptação rápida a mudanças na logística foi determinante para o sucesso de muitas empresas.

A conformidade regulatória surge como outro desafio, especialmente para empreendedores que atuam em mercados internacionais. Nascimento (2021) e Gomes *et al.* (2021) concordam que a conformidade com regulamentações locais e internacionais é vital para evitar sanções legais e financeiras. Ambos sugerem que a automação de processos administrativos e a contratação de consultorias especializadas em compliance são estratégias eficazes para lidar com essa questão, garantindo que as empresas operem dentro das normas legais em diferentes jurisdições.

Discutem de maneira convergente os principais temas relacionados ao empreendedorismo digital e ao comércio eletrônico, destacando as oportunidades oferecidas pelas tecnologias emergentes, as mídias sociais e o comércio móvel, ao mesmo tempo em que apontam desafios importantes, como a segurança de dados, a logística e a conformidade regulatória. A capacidade dos empreendedores de se adaptar e inovar, utilizando essas ferramentas de forma estratégica, é apontada por todos como um fator determinante para o sucesso no ambiente digital.

Considerações Finais

O estudo reflete a importância crescente do empreendedorismo digital e do comércio eletrônico no contexto econômico contemporâneo, destacando os principais fatores que moldam suas dinâmicas, desafios e oportunidades. Ao longo da análise, ficou claro que a evolução das tecnologias digitais, o uso estratégico das mídias sociais e a adoção crescente do comércio móvel estão transformando a maneira como os negócios são conduzidos, oferecendo novas possibilidades para empreendedores e empresas e impondo desafios que exigem adaptação constante.

Os desafios enfrentados no empreendedorismo digital e no *e-commerce*, como a concorrência

acirrada, as questões de segurança de dados, logística e conformidade regulatória, são complexos e dinâmicos. Compreender esses desafios é essencial para desenvolver estratégias eficazes de mitigação de riscos e para garantir a sustentabilidade dos negócios no longo prazo.

Portanto, a realização deste estudo se justifica pela sua contribuição para a produção de conhecimento, o desenvolvimento de práticas eficazes e a promoção do sucesso e da inovação no empreendedorismo digital e no comércio eletrônico.

A investigação das tendências e inovações no campo revelou que o sucesso no empreendedorismo digital depende fortemente da capacidade de inovação e da integração de tecnologias como inteligência artificial, big data e automação. Essas ferramentas permitem que as empresas ofereçam experiências mais personalizadas aos consumidores, otimizem suas operações e se diferenciam em um mercado altamente competitivo. As mídias sociais auxiliam na criação de uma presença digital forte, facilitando a interação direta com os consumidores e a promoção de produtos e serviços de forma eficaz. A rápida evolução tecnológica também apresenta riscos, como a segurança de dados e a dependência de plataformas externas, que precisam ser gerenciadas com atenção.

Os desafios enfrentados pelos empreendedores digitais, como a competitividade acirrada, as barreiras logísticas e as questões regulatórias, foram amplamente discutidos, e as estratégias para superá-los apontam para a necessidade de parcerias estratégicas, inovação constante e o uso de tecnologias emergentes. O estudo mostrou que as empresas que conseguem enfrentar esses obstáculos de forma proativa e adotar uma postura ágil têm maior potencial para prosperar no

ambiente online. A logística pode ser aprimorada por meio de tecnologias de rastreamento em tempo real e centros de distribuição descentralizados, enquanto os desafios regulatórios podem ser superados com o apoio de consultorias especializadas em compliance.

Ao avaliar o impacto das tecnologias digitais, mídias sociais e comércio móvel, o estudo destacou que, embora essas ferramentas criem oportunidades, também trazem ameaças, especialmente para empresas que não conseguem acompanhar a velocidade das inovações. A personalização da experiência do usuário e a conveniência oferecida pelo *e-commerce* são exemplos de como as empresas podem capitalizar sobre as expectativas dos consumidores, mas esses avanços exigem infraestrutura tecnológica adequada e uma estratégia digital bem definida.

Conclui-se que o empreendedorismo digital e o comércio eletrônico continuarão atuar na economia global, impulsionados pelas mudanças tecnológicas e pelas novas demandas dos consumidores. As empresas que estiverem preparadas para se adaptar a essas transformações e que desenvolverem estratégias eficazes para explorar as oportunidades e mitigar os riscos estarão bem posicionadas para prosperar. Este estudo contribui para o entendimento das dinâmicas que moldam esse campo e oferece dados tanto para a academia quanto para os profissionais que atuam nesse setor. Futuras pesquisas podem se concentrar em áreas específicas, como o impacto de novas tecnologias emergentes ou a evolução das regulamentações no comércio eletrônico, a fim de aprofundar ainda mais o conhecimento sobre esse campo em rápida evolução.

Referências:

ARAÚJO, Alcione Lino; FAHD, Plínio Gonçalves. Economia solidária e os desafios do empreendedorismo feminino rural: um estudo de caso na Associação das Colônias. **P2P e inovação**, v. 9, n. 1, p. 29-49, 2022.

BELMONT, Filipe. **Marketing digital e e-commerce**. Editora Senac São Paulo, 2020.

BEZERRA, Paloma Rayane Silva; DE SOUZA, Sandra Maria Araújo; GONÇALVES, Geuda A. Da Costa. Estudo bibliométrico da produção científica internacional sobre empreendedorismo digital. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 13, n. 2, p. 75-100, 2022.

CAMPOS, Shayane Engelmann; **Plano de negócios**: abertura de um e-commerce de joias. 2022.

CASTRO, Beatriz Leite Gustmann; Pontelli, Greice Eccel; NUNES, Andrielli de Fátima Paz; KNEIPP, Jordana Marques; COSTA, Vânia Medianeira Flores. Empreendedorismo e coronavírus: impactos, estratégias e oportunidades frente à crise global. **Estudios Gerenciales**, p. 49-60, 2021.

CINEGLAGLIA, Maria Natalina. Desafios do empreendedorismo feminino. **LexCult: revista eletrônica de direito e humanidades**, v. 5, n. 3, p. 59-76, 2021.

FERNANDES, Wesley; GUIMARÃES, Jairo. E-COMMERCE. **Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN)**, v. 7, n. 1, 2024.

FERREIRA, André Gonçalves; DEL MOURO, Neirisleia Francisconi. EMPREENDEDORISMO DIGITAL: A UTILIZAÇÃO DO E-COMMERCE COMO FERRAMENTA DE VENDAS DURANTE A CRISE. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 7, n. 4, p. 176-200, 2022.

FRANCO, Juliana. EMPREENDEDORISMO DIGITAL. **Revista Projetos Extensionistas**, v. 1, n. 2, p. 58-64, 2021.

GOMES, Rafael Martins; VILAR, Arthur Romeu; SANTANA, Camila Rayol Ribeiro; RODRIGUES, Guilherme; MORAES, Queila Ribeiro. OS IMPACTOS DA PANDEMIA NO EMPREENDEDORISMO: A LOGÍSTICA FRENTE AO ADVENTO DO E-COMMERCE. In: **X JORNACITEC-Jornada Científica e Tecnológica**. 2021.

GRANADO, Elisangela Pereira Soto. **Empreendedorismo digital como estratégia de negócio para micro e pequenas empresas de ferramentas**. 2023.

GUSTMANN, Beatriz Leite; Nunes, GREICE Eccel Pontelli; PAZ, Andrieli de Fátima; COSTA, Jordana Marques Kneipp; Vânia Medianeira Flores. Empreendedorismo e coronavírus: impactos, estratégias e oportunidades frente à crise global. **Estudios Gerenciales**, v. 37, n. 158, p. 49-60, 2021.

ISTO É DINHEIRO. **Comércio eletrônico movimentou R\$ 196,1 bi em 2023**. Disponível em: <<https://istoedinheiro.com.br/comercio-eletronico-movimentou-r-1961-bi-em-2023/>>. Acesso em: 3 out. 2024.

JUNQUEIRA, Gustavo Diniz. Inovação e empreendedorismo para ajudar o produtor a vender mais. **AgroANALYSIS**, v. 41, n. 1, p. 48-48, 2021.

LIMA, Ricardo Leite; DE SOUZA FIGUEIREDO, Giane Lourdes Alves. Novas estratégias do marketing 4.0 para as organizações. **Facit Business and Technology Journal**, v. 1, n. 21, 2020.

LOPES, Micael Alves; SILVEIRA, Orlando Ferreira Da; SCHWARTZ, Ricardo Domingues; SILVA, Jeferson Larrondo Da; FRIEDRICH, Lucas Tiago. O MERCADO DE TRABALHO DO FUTURO: UMA DISCUSSÃO SOBRE PROFISSÕES INOVADORAS, EMPREENDEDORISMO E TENDÊNCIAS. **Revista da Mostra de Iniciação Científica e Extensão**, v. 8, n. 1, 2022.

MARTINS, Inês Filipa dos Santos. **Empreendedorismo digital e inovação de produto: orientação para a experiência do consumidor**. 2023. Tese de Doutorado.

MEDEIROS, Ariany Corrêa; BALDUÍNO, Maria Aparecida Canale. O marketing 4.0 e a importância da comunicação com o novo consumidor nas redes sociais. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, v. 9, n. 1, p. 160-75, 2019.

MELO, Max Yan Alves. **Empreendedorismo digital: Evolução do e-commerce**. 2021.

MOURA, Danilo Faria; PONCIANO, Emanuel Soares; COSTA, Izabella de Oliveira; JUNIOR, Juarez Monteiro; COELHO, Lays Yanes da Silva; CELESTINO, Liliane Larissa. Empreendedorismo para negócios digitais. **Revista Master-Ensino, Pesquisa e Extensão**, v. 6, n. 11, p. 17-24, 2021.

NASCIMENTO, Challyton Santos Moura do. **E-Commerce: o estudo sobre o perfil do empreendedor digital durante a pandemia**. 2021. Tese de Doutorado.

OLIVEIRA, Paulo. Empoderamento Feminino e Empreendedorismo: Os Desafios Da Formação Profissional Para Mulheres. **Nexus-Revista de Extensão do IFAM**, v. 9, n. 13, p. 70-78, 2023.

OLIVEIRA, Sílvia Filomena Moreira. **Estratégias e desafios do empreendedorismo digital no universo do comércio eletrônico**. 2023. Tese de Doutorado.

REZENDE, Jean Peterson; VITALI, Deise. Desafios e oportunidades no e-commerce para novos empreendedores. **Anais Seminário de Ciências Sociais Aplicadas**, v. 6, n. 6, 2018.

RIBAS, Larissa Senhorini; SILVA, Marcela Ribeiro da; SANTOS, Rodrigo Adriano dos; OLIVEIRA, Tainara da Silva. **Empreendedorismo digital: o crescimento do e-commerce durante a pandemia no Brasil**. 2022.

RIBEIRO, Ana Claudia Almeida. Empreendedorismo e a comunicação no digital. **Revista Processando o Saber**, v. 13, p. 339-343, 2021.

RODRIGUES, Carolina Gianichn. **Empreendedorismo feminino e os desafios no e-commerce: plano de negócios para uma pequena empresa**. 2021.

SILVA, Thaís Oliveira da. **E-commerce: uma análise sobre a sua utilização em redes sociais virtuais**. 2020.



SOUZA, Beatris Frassi de; CARROSSONI, Leticia Pinheiro; DURANTE JUNIOR, Salvador; SANTOS, Sarah Rodrigues Lino dos; SILVA, Yasmin Bastos. **Plano de negócios para e-commerce:** aplicação da teoria na prática. 2022.