

Artigo Original

Analisar os impactos do empreendedorismo digital no crescimento de micro e pequenas empresas do Novo Gama - DF

Analyze the impacts of digital entrepreneurship on the growth of micro and small businesses in Novo Gama - DF

Maria de Jesus Silva dos Santos¹

Gabriela da Silva Carvalho²

André Moraes Repinaldo.org.³

RESUMO

O presente estudo analisou o impacto do empreendedorismo digital no crescimento e na sobrevivência de micro e pequenas empresas nas cidades de Novo Gama (DF) e Natal (RN). A pesquisa abordou aspectos da transformação digital, com ênfase no uso de redes sociais, como o Instagram, para a promoção e expansão dos negócios. Também foram examinados fatores relacionados à mortalidade empresarial e às políticas públicas de apoio ao empreendedor, destacando-se a importância da formalização, da capacitação e do acesso ao crédito. O comércio eletrônico foi outro ponto central, sendo avaliado quanto

¹ Discente Maria de Jesus Silva dos Santos, Curso de Administração da Faculdade Apogeu. E-mail: mariadejesus.mdj716@gmail.com

² Discente Gabriela da Silva Carvalho, Curso de Administração da Faculdade Apogeu. E-mail: carvalhogabriela015@gmail.com

³ Docente André Moraes Repinaldo, Mestre e Doutorando em Ciências da Educação, Orientador/Organizador do curso de Administração da Faculdade Apogeu. E-mail: professor.andre.repinaldo@gmail.com

aos seus efeitos sobre a economia local. Os resultados indicam que a digitalização oferece desafios e oportunidades, reforçando a necessidade de estratégias integradas que fortaleçam o ambiente empreendedor e contribuam para a sustentabilidade dos pequenos negócios na era digital.

Palavras-chave: Empreendedorismo Digital, Micro e Pequenas Empresas, Transformação Digital, Comércio Eletrônico.

ABSTRACT

This study analyzed the impact of digital entrepreneurship on the growth and survival of micro and small enterprises in the cities of Novo Gama (DF) and Natal (RN), Brazil. The research explored aspects of digital transformation, with an emphasis on the use of social media platforms, particularly Instagram, for business promotion and expansion. It also examined factors related to business mortality and public policies supporting entrepreneurship, highlighting the importance of formalization, training, and access to credit. E-commerce was another central focus, assessed in terms of its effects on the local economy. The results indicate that digitalization presents both challenges and opportunities, reinforcing the need for integrated strategies to strengthen the entrepreneurial environment and promote the sustainability of small businesses in the digital era.

Keywords: Digital Entrepreneurship, Small and Micro Enterprises, Digital Transformation, E-commerce Impact.

Introdução

1. Estudo sobre a mortalidade e sobrevivência de micro e pequenas empresas natalenses e seus impactos nas políticas públicas pró-empresendedorismo.

O comportamento das micro e pequenas empresas (MPEs) em Natal, capital do Rio Grande do Norte, revelou, ao longo dos últimos anos, padrões preocupantes em relação à sua taxa de mortalidade. Diversos estudos apontaram que uma parcela significativa desses empreendimentos encerrou suas atividades nos primeiros anos de funcionamento, especialmente entre o segundo e o quinto ano após a abertura. Esse fenômeno afetou diretamente o desenvolvimento econômico local, a geração de empregos e a estabilidade do ecossistema empreendedor da cidade (Iglesias, 2009).

A alta taxa de mortalidade foi atribuída a múltiplos fatores, entre eles a má gestão financeira, a ausência de planejamento estratégico, a informalidade, o baixo acesso ao crédito e a carência de capacitação técnica por parte dos empreendedores. A falta de inovação e a limitada adaptação às exigências do mercado também contribuíram para o fechamento prematuro de muitos negócios (Iglesias, 2009).

Em contrapartida, as empresas que conseguiram sobreviver mais tempo apresentaram características em comum, como maior qualificação dos gestores, participação em programas de capacitação, planejamento prévio e uso de tecnologias na gestão. Além disso, o acesso a redes de apoio e parcerias institucionais favoreceu a permanência dessas empresas no mercado, reforçando a importância do suporte público e institucional para a sustentabilidade do empreendedorismo local (Iglesias, 2009).

Os dados sobre a mortalidade e a sobrevivência das MPEs em Natal provocaram impactos diretos na formulação de políticas públicas. A partir das evidências levantadas, governos municipais e estaduais passaram a adotar medidas voltadas ao fortalecimento do microempreendedor, como a ampliação de linhas de microcrédito, a criação de centros de apoio ao empreendedor, programas de mentoria e incentivo à formalização (Iglesias, 2009).

Programas como o "Empreende Natal", lançados em diferentes períodos, buscaram mitigar as causas do encerramento precoce dos negócios, promovendo ações integradas entre entidades como SEBRAE, instituições financeiras, universidades e órgãos públicos. As políticas públicas, então, foram redesenhadas com base em dados concretos, o que aumentou sua efetividade e alinhamento com as reais necessidades do empreendedor local (Iglesias, 2009).

Concluiu-se que compreender os fatores que influenciaram a mortalidade e a sobrevivência das micro e pequenas empresas natalenses foi essencial para promover um ambiente de negócios mais saudável, resiliente e propício ao crescimento sustentável. O aprendizado derivado dessas análises contribuiu não apenas para reduzir a vulnerabilidade empresarial, mas também para melhorar a eficiência das ações públicas voltadas ao desenvolvimento econômico local (Iglesias, 2009).

2. A implantação do empreendedorismo digital para a expansão dos negócios através do Instagram nos últimos 5 anos.

Nos últimos cinco anos, o empreendedorismo digital consolidou-se como uma das principais estratégias de expansão de negócios no Brasil, impulsionado pelo avanço das tecnologias móveis, pela democratização do acesso à internet e pelas mudanças no comportamento do consumidor. Nesse cenário, o Instagram destacou-se como uma das plataformas mais utilizadas pelos empreendedores para promover produtos, serviços e fortalecer o relacionamento com o público (Melo, 2021).

A implantação do empreendedorismo digital por meio do Instagram ocorreu de forma acelerada, sobretudo a partir do período da pandemia da COVID-19, entre 2020 e 2022, quando muitos negócios físicos precisaram se adaptar ao ambiente virtual para garantir sua sobrevivência. A plataforma ofereceu funcionalidades estratégicas como o Instagram Shopping, Stories, Reels e Lives, que facilitaram a comunicação com os consumidores e aumentaram as oportunidades de venda (Melo, 2021).

Além disso, o Instagram possibilitou a criação de marcas pessoais e institucionais com maior proximidade ao público, promovendo o engajamento e a fidelização de clientes. Pequenos negócios e microempreendedores individuais, antes limitados à atuação local, passaram a atingir públicos regionais e até nacionais, aproveitando o alcance orgânico e patrocinado da rede social (Melo, 2021).

A acessibilidade da ferramenta e a possibilidade de criar conteúdo com poucos recursos financeiros permitiram a inclusão de diversos perfis de empreendedores, inclusive aqueles sem formação técnica em marketing digital. A plataforma também se

tornou um espaço de aprendizado, onde muitos empreendedores buscaram estratégias de crescimento por meio de cursos online, influenciadores e conteúdos educativos (Melo, 2021).

Portanto, a implantação do empreendedorismo digital via Instagram transformou-se em uma alternativa viável, econômica e eficaz para a expansão dos negócios, promovendo não apenas a visibilidade das marcas, mas também a inovação nas formas de comercialização, atendimento e relacionamento com o consumidor (Melo, 2021).

3. Dimensões da transformação digital em micro e pequenas empresas do novo gama.

A transformação digital nas micro e pequenas empresas (MPEs) do município de Novo Gama apresentou-se como um processo gradual, mas fundamental para a modernização e competitividade desses negócios no contexto regional. Ao longo dos últimos anos, evidenciou-se que a incorporação de tecnologias digitais impactou diversas dimensões organizacionais, ampliando as capacidades produtivas e o alcance mercadológico dessas empresas (Diniz, 2023).

A primeira dimensão observada foi a digitalização dos processos operacionais. Muitas empresas iniciaram a substituição de métodos manuais e analógicos por sistemas informatizados, tais como softwares de gestão empresarial (ERP), ferramentas para controle de estoque, faturamento eletrônico e automação de processos internos. Essa digitalização possibilitou maior eficiência na administração, redução de erros e otimização do tempo, aspectos fundamentais para a sustentabilidade das MPEs frente à concorrência (Diniz, 2023).

Em paralelo, a presença digital tornou-se uma dimensão crucial da transformação. O uso das redes sociais, especialmente Instagram, Facebook e WhatsApp Business, foi amplamente adotado para divulgação de produtos e serviços, relacionamento com clientes e captação de novos mercados. Para muitas dessas empresas, a comunicação digital representou a principal forma de interação com o consumidor, permitindo agilidade no atendimento e maior proximidade, mesmo em cenários adversos como o da pandemia de COVID-19 (Diniz, 2023).

Além disso, a digitalização afetou a cultura organizacional das MPEs de Novo Gama. Observou-se que gestores e colaboradores passaram a valorizar a inovação e a capacitação tecnológica como instrumentos essenciais para a sobrevivência e o crescimento empresarial. A busca por treinamentos e atualização constante ganhou destaque, embora ainda existissem barreiras significativas relacionadas à resistência à mudança e à falta de conhecimentos técnicos aprofundados (Diniz, 2023).

Outra dimensão fundamental foi a adoção de modelos de negócio digitais e estratégias de marketing digital. Muitas empresas passaram a explorar canais de vendas online, utilizando plataformas de e-commerce ou marketplaces locais e regionais. O marketing digital, por sua vez, ampliou as possibilidades de segmentação de público e personalização de ofertas, tornando os investimentos em publicidade mais assertivos e mensuráveis (Diniz, 2023).

Por fim, destacou-se a importância da governança digital e do planejamento estratégico para garantir que as iniciativas de transformação digital fossem alinhadas aos objetivos do negócio. Embora muitas micro e pequenas empresas ainda realizassem ações isoladas, sem integração sistêmica, algumas começaram a estruturar planos digitais, definindo metas, indicadores e processos de acompanhamento que possibilitaram decisões mais embasadas e eficazes (Diniz, 2023).

No entanto, identificaram-se desafios persistentes que limitaram o avanço completo da transformação digital nas MPEs do Novo Gama. Entre eles, destacaram-se a limitação financeira para investir em tecnologias mais avançadas, a infraestrutura de internet ainda deficiente em algumas áreas e a carência de suporte técnico especializado. Esses obstáculos demonstraram a necessidade de políticas públicas e iniciativas privadas que incentivassem e apoiassem a digitalização, por meio de capacitação, acesso facilitado a crédito e melhoria da infraestrutura (Diniz, 2023).

Em resumo, a transformação digital nas micro e pequenas empresas do Novo Gama abrangeu múltiplas dimensões, desde a operacional até a estratégica, promovendo melhorias significativas na eficiência, inovação e competitividade. Embora o processo tenha sido marcado por avanços importantes, ele também evidenciou lacunas e desafios

que precisam ser enfrentados para consolidar um ambiente empresarial mais digital, dinâmico e sustentável na região (Diniz, 2023).

4. Impacto do comércio eletrônico na economia local: transformações, desafios e oportunidades.

Ao longo das últimas décadas, o comércio eletrônico (e-commerce) provocou mudanças significativas na economia local de diversas regiões, transformando a forma como consumidores e empresas interagiram, compraram e venderam produtos e serviços. A adoção das tecnologias digitais no comércio regional impulsionou a modernização dos negócios, ampliou o alcance dos mercados e gerou novas oportunidades para micro, pequenas e médias empresas. Contudo, esse processo também revelou desafios estruturais e estratégicos que impactaram a sustentabilidade dos empreendimentos locais (Silva, 2023).

Entre as principais transformações observadas, destacou-se a ampliação do acesso ao mercado consumidor, que deixou de estar restrito às limitações geográficas tradicionais. O comércio eletrônico permitiu que empresas locais atingissem públicos mais amplos, regionais e até nacionais, o que resultou no aumento do volume de vendas e na diversificação das fontes de receita. Essa expansão também incentivou a formalização de negócios que, anteriormente, atuavam na informalidade, contribuindo para a melhoria da arrecadação tributária e o fortalecimento do setor produtivo local (Silva, 2023).

Além disso, o e-commerce propiciou a otimização de processos logísticos e administrativos. A automação de vendas, controle de estoque, faturamento e gestão de pedidos reduziu custos operacionais e melhorou a eficiência das empresas, tornando-as mais competitivas. Plataformas digitais facilitaram a integração entre fornecedores, vendedores e clientes, acelerando o fluxo de informações e o atendimento, o que refletiu em maior satisfação dos consumidores (Silva, 2023).

No entanto, os desafios decorrentes dessa transformação não foram poucos. Um dos principais obstáculos enfrentados pelas empresas locais foi a adaptação à tecnologia e à nova cultura digital. Muitas micro e pequenas empresas careceram de capacitação



técnica e recursos financeiros para investir em infraestrutura tecnológica adequada, o que limitou a sua competitividade no ambiente digital. Ademais, a dificuldade em entender as particularidades do marketing digital, atendimento online e segurança da informação dificultou a consolidação do comércio eletrônico em algumas localidades (Silva, 2023).

Outro desafio relevante esteve relacionado à logística de entrega, especialmente em regiões com infraestrutura precária. A ausência de redes eficientes de transporte e a desigualdade na cobertura de serviços de entrega resultaram em atrasos, custos elevados e insatisfação dos clientes, afetando diretamente a reputação e as vendas das empresas locais. A superação desses entraves demandou esforços conjuntos entre poder público e iniciativa privada para a melhoria da infraestrutura e a criação de políticas de incentivo (Silva, 2023).

Além disso, a concorrência acirrada no ambiente digital, com grandes marketplaces e empresas nacionais e internacionais, representou um desafio constante para o comércio local. A presença dessas grandes plataformas impôs pressões sobre preços, prazos de entrega e qualidade do atendimento, exigindo que as empresas locais desenvolvessem diferenciais competitivos, como atendimento personalizado, produtos exclusivos e estratégias de fidelização de clientes (Silva, 2023).

Por outro lado, surgiram diversas oportunidades decorrentes da inserção no comércio eletrônico. O acesso a dados e métricas de comportamento do consumidor permitiu às empresas locais ajustar suas estratégias comerciais, ofertar produtos alinhados às demandas do público e explorar nichos de mercado específicos. A diversificação dos canais de venda, como redes sociais, aplicativos e marketplaces regionais, ampliou o potencial de crescimento e fortalecimento dos negócios (Silva, 2023).

Além disso, a pandemia de COVID-19, entre 2020 e 2022, acelerou a digitalização do comércio local, forçando a adoção do comércio eletrônico como meio essencial para a continuidade das atividades comerciais. Esse período evidenciou a importância da presença digital para a sobrevivência dos negócios, além de estimular a inovação em produtos, serviços e modelos de atendimento (Silva, 2023).

Em síntese, o comércio eletrônico impactou profundamente a economia local, promovendo transformações estruturais e comportamentais que contribuíram para a modernização dos negócios e a ampliação do mercado. Embora os desafios fossem significativos, especialmente para micro e pequenas empresas, as oportunidades geradas pelo ambiente digital revelaram-se fundamentais para o fortalecimento do empreendedorismo e da competitividade regional (Silva, 2023).

A superação dos desafios tecnológicos, logísticos e de capacitação passou a depender não apenas dos esforços individuais das empresas, mas também de políticas públicas integradas, programas de incentivo, parcerias estratégicas e investimentos em infraestrutura digital e física. Dessa forma, o comércio eletrônico consolidou-se como um agente transformador capaz de impulsionar o desenvolvimento econômico local, promovendo inclusão, inovação e sustentabilidade para os negócios e para a comunidade (Silva, 2023).

4. Conclusão

Com base na análise dos impactos do empreendedorismo digital no crescimento de micro e pequenas empresas no município de Novo Gama – DF, conclui-se que a digitalização tem desempenhado um papel fundamental na sustentabilidade e expansão desses negócios. O estudo sobre a mortalidade empresarial, com base no cenário de Natal, revelou a importância de políticas públicas eficazes voltadas à formalização, capacitação e acesso ao crédito. A adoção do Instagram como ferramenta de marketing e vendas nos últimos cinco anos demonstrou-se estratégica para o alcance de novos públicos. As dimensões da transformação digital em Novo Gama evidenciaram uma transição gradual, porém necessária, para o ambiente online. Por fim, o comércio eletrônico mostrou-se como um vetor de desenvolvimento local, ao mesmo tempo em que impõe desafios logísticos, estruturais e tecnológicos que exigem estratégias integradas para superação.

Referências Bibliográficas

DINIZ, R. A. *Dimensões da transformação digital em micro e pequenas empresas do Distrito Federal. Tecnologias em Projeção*, v. 14, n. 1, p. 33–43, 2023.

IGLESIAS, L. R. *Estudo sobre a mortalidade e sobrevivência de micro e pequenas empresas natalenses e seus impactos nas políticas públicas pró-empresendedorismo*. 2009. 139 f. Dissertação (Mestrado em Políticas e Gestão Públicas – Gestão Organizacional) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2009.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. *Marketing 5.0: tecnologia para a humanidade*. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

SILVA, A. B. dos S.; FERREIRA, A. O.; SILVA, I. de J.; MELO, K. A. de; SANTOS, V. M. M. dos; SILVA, W. M. G. da. *A implantação do empreendedorismo digital para a expansão dos negócios através do Instagram nos últimos 5 anos*. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Técnico em Administração) – Escola Técnica Estadual ETEC de Cidade Tiradentes, São Paulo, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 04 set. 2025.

SILVA, P. M. D. *O programa prospera e a sobrevivência dos microempreendedores individuais do Distrito Federal: uma análise para o período de 2009 a 2022*. 2023. 77 f. Dissertação (Programa Stricto Sensu em Políticas Públicas) – Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2023.