

EMPREENDEDORISMO DIGITAL: OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS NA TRANSFORMAÇÃO DOS NEGÓCIOS

DIGITAL ENTREPRENEURSHIP: THE IMPACTS OF TECHNOLOGIES ON
BUSINESS TRANSFORMATION

EMPRENDIMIENTO DIGITAL: EL IMPACTO DE LAS TECNOLOGÍAS EN LA
TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL

Wanderson da Silva Benício de Miranda¹

DOI: 10.54899/dcs.v22i81.3106

Recibido: 20/6/2025 | Aceptado: 16/7/2025 | Publicación en línea: 23/7/2025.

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar os impactos das tecnologias digitais no empreendedorismo, destacando como elas têm transformado a estrutura, os processos e os modelos de negócio em diferentes setores. Utilizando uma metodologia qualitativa baseada em revisão bibliográfica, o estudo buscou averiguar as principais tendências tecnológicas e sua influência nas práticas empreendedoras. Os resultados obtidos revelam que a tecnologia tem desempenhado papel estratégico no fortalecimento do empreendedorismo digital, promovendo a criação de modelos de negócio mais escaláveis, personalizáveis, responsivos e orientados por dados. Verificou-se que a digitalização não apenas facilitou o acesso ao empreendedorismo, mas também multiplicou as formas de gerar valor e alcançar públicos-alvo de maneira segmentada e em escala global. A cultura de inovação foi identificada como elemento central para o sucesso em ambientes digitais, exigindo das organizações posturas mais flexíveis, abertas ao erro e à experimentação contínua. O estudo também destaca que o empreendedor contemporâneo precisa desenvolver competências híbridas - que combinam domínio tecnológico, habilidades socioemocionais e visão estratégica - para liderar negócios sustentáveis em ecossistemas de alta volatilidade. Além disso, o artigo aponta que o impacto do empreendedorismo digital não se restringe às startups ou empresas nativas digitais, mas também se estende às organizações tradicionais que buscam adaptar-se a um mercado em constante mutação. Nesse contexto, tecnologias como automação, análise de dados, inteligência artificial e plataformas colaborativas vêm sendo incorporadas em setores antes considerados convencionais, demonstrando a abrangência da transformação digital. Constatou-se ainda que o processo de transformação requer mais do que investimento em tecnologia: ele demanda uma mudança cultural profunda, baseada em colaboração, aprendizado contínuo e propósito alinhado com as novas exigências sociais e ambientais.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Tecnologia. Gestão.

ABSTRACT

This article aims to analyze the impacts of digital technologies on entrepreneurship, highlighting

¹ Graduado em Informática e Gestão Empresarial, W Miranda, Recife, Pernambuco, Brasil.
E-mail: Wandersonm27@gmail.com

how they have transformed the structure, processes, and business models in different sectors. Using a qualitative methodology based on a literature review, the study sought to investigate the main technological trends and their influence on entrepreneurial practices. The results reveal that technology has played a strategic role in strengthening digital entrepreneurship, promoting the creation of more scalable, customizable, responsive, and data-driven business models. It was found that digitalization has not only facilitated access to entrepreneurship but also multiplied the ways to generate value and reach target audiences in a segmented manner and on a global scale. A culture of innovation was identified as a central element for success in digital environments, requiring organizations to adopt more flexible approaches, open to error, and continuous experimentation. The study also highlights that contemporary entrepreneurs need to develop hybrid competencies—combining technological mastery, socio-emotional skills, and strategic vision—to lead sustainable businesses in highly volatile ecosystems. Furthermore, the article points out that the impact of digital entrepreneurship is not limited to startups or digitally native companies, but also extends to traditional organizations seeking to adapt to a constantly changing market. In this context, technologies such as automation, data analysis, artificial intelligence, and collaborative platforms are being incorporated into sectors previously considered conventional, demonstrating the scope of digital transformation. It also found that the transformation process requires more than investment in technology: it demands a profound cultural shift, based on collaboration, continuous learning, and a purpose aligned with new social and environmental demands.

Keywords: Entrepreneurship. Technology. Management.

RESUMEN

Este artículo analiza el impacto de las tecnologías digitales en el emprendimiento, destacando cómo han transformado la estructura, los procesos y los modelos de negocio en diferentes sectores. Mediante una metodología cualitativa basada en una revisión bibliográfica, el estudio buscó investigar las principales tendencias tecnológicas y su influencia en las prácticas empresariales. Los resultados revelan que la tecnología ha desempeñado un papel estratégico en el fortalecimiento del emprendimiento digital, promoviendo la creación de modelos de negocio más escalables, personalizables, responsivos y basados en datos. Se constató que la digitalización no solo ha facilitado el acceso al emprendimiento, sino que también ha multiplicado las formas de generar valor y llegar a públicos objetivo de forma segmentada y a escala global. Se identificó una cultura de innovación como un elemento central para el éxito en entornos digitales, lo que exige que las organizaciones adopten enfoques más flexibles, abiertos al error y a la experimentación continua. El estudio también destaca que los emprendedores contemporáneos necesitan desarrollar competencias híbridas que combinen dominio tecnológico, habilidades socioemocionales y visión estratégica para liderar negocios sostenibles en ecosistemas altamente volátiles. Además, el artículo señala que el impacto del emprendimiento digital no se limita a las startups o empresas nativas digitales, sino que también se extiende a las organizaciones tradicionales que buscan adaptarse a un mercado en constante evolución. En este contexto, tecnologías como la automatización, el análisis de datos, la inteligencia artificial y las plataformas colaborativas se están incorporando a sectores previamente considerados convencionales, lo que demuestra el alcance de la transformación digital. También se concluye que el proceso de transformación requiere más que una simple inversión en tecnología: exige un profundo cambio cultural, basado en la colaboración, el aprendizaje continuo y un propósito alineado con las nuevas demandas sociales y ambientales.

Palabras clave: Emprendimiento. Tecnología. Gestión.



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución- NoComercial 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

INTRODUÇÃO

O cenário econômico global tem passado por transformações intensas e aceleradas, em grande parte impulsionadas pelo avanço das tecnologias digitais. As inovações tecnológicas, especialmente a internet, a computação em nuvem, a inteligência artificial e as redes sociais, remodelaram a maneira como os negócios são concebidos, estruturados e operados. Nesse contexto, surge o empreendedorismo digital como uma força dinâmica, capaz de quebrar paradigmas tradicionais e inaugurar novos modelos de negócio, altamente escaláveis, conectados e orientados por dados (Abrão Junior, 2020).

Historicamente, empreender era um processo que exigia capital elevado, infraestrutura física e acesso limitado a mercados. Hoje, com um computador e conexão à internet, é possível lançar uma startup global do quarto de casa. Esse novo panorama democratizou o empreendedorismo, tornando-o acessível a um número muito maior de pessoas, independentemente de sua localização geográfica, condição social ou recursos financeiros. O digital não apenas reduziu barreiras, mas também aumentou significativamente as possibilidades de inovação (Brito; Silva; Rossignoli, 2023).

A transformação digital também influenciou as expectativas dos consumidores. Clientes estão mais conectados, informados e exigentes. Eles esperam experiências personalizadas, atendimento ágil e produtos que evoluam constantemente. Para atender a essas novas demandas, os empreendedores precisam incorporar a tecnologia como aliada estratégica desde o início de suas jornadas. Não se trata mais de uma escolha, mas de uma necessidade de sobrevivência e diferenciação em um mercado altamente competitivo (Campos *et al.*, 2023).

Além disso, as ferramentas tecnológicas oferecem vastas oportunidades de análise e monitoramento de dados, permitindo uma tomada de decisão mais inteligente e estratégica. A utilização de algoritmos, métricas de desempenho, inteligência artificial e automação otimiza processos, reduz custos e permite escalar operações com maior eficácia. Com isso, o empreendedor moderno precisa ser, antes de tudo, um gestor de tecnologia e inovação, mesmo

que seu produto final não seja um software (Braga *et al.*, 2021).

O ambiente digital também favorece o surgimento de modelos de negócio disruptivos, como marketplaces, fintechs, edtechs, entre outros. Esses modelos geralmente operam com custos mais baixos e maior capacidade de adaptação, colocando empresas tradicionais em uma posição de vulnerabilidade. Essa disrupção exige uma mentalidade flexível, aberta à mudança e ao aprendizado constante - características essenciais do empreendedor digital contemporâneo (Carvalho; Kanda, 2025).

Ao mesmo tempo, os desafios também são relevantes. A velocidade das mudanças tecnológicas exige constante atualização. A segurança da informação, a privacidade de dados e a regulação digital tornaram-se aspectos críticos. Empreender digitalmente é um processo que exige mais do que habilidades técnicas: requer visão estratégica, resiliência emocional e ética no uso da tecnologia. Portanto, é necessário compreender profundamente esse novo ecossistema para explorar seu potencial de maneira sustentável e responsável (Correia; Martens, 2020).

Neste artigo, aborda-se os principais aspectos do empreendedorismo digital, dividindo a análise em três subtemas: a digitalização dos modelos de negócio, a cultura de inovação e transformação nas organizações, e as novas competências empreendedoras na era digital.

DESENVOLVIMENTO

Digitalização dos Modelos de Negócio

A digitalização transformou radicalmente a forma como os negócios são estruturados e operados. Antes, a presença física era praticamente obrigatória para a atuação comercial; hoje, muitas empresas nascem e operam exclusivamente no ambiente online. Essa transição permite que negócios alcancem mercados internacionais com menos recursos do que o necessário anteriormente, ampliando exponencialmente seu potencial de crescimento (Correia; Martens, 2020).

Modelos como e-commerce, SaaS (Software as a Service) e plataformas baseadas em assinaturas são alguns dos formatos digitais que se popularizaram. Eles oferecem escalabilidade, recorrência de receita e baixo custo operacional. Além disso, possibilitam um controle preciso sobre o comportamento dos clientes, facilitando ajustes constantes no modelo de negócio com base em dados reais e atualizados (Braga *et al.*, 2021).

A digitalização também impulsionou o surgimento de empresas que funcionam com estruturas enxutas e equipes remotas. Isso possibilita a construção de startups com grande capacidade de adaptação e menor dependência de recursos físicos. A flexibilidade e o dinamismo tornam essas empresas mais competitivas em mercados voláteis (Abrão Junior, 2020).

Outro fator relevante é a automação de processos. A utilização de ferramentas digitais permite automatizar tarefas administrativas, marketing, atendimento ao cliente e logística. Isso libera os empreendedores para se concentrarem em tarefas estratégicas, ao mesmo tempo em que melhora a eficiência e reduz erros humanos (Correia; Martens, 2020) .

A economia de plataforma é um reflexo direto da digitalização. Empresas como Uber, Airbnb e iFood exemplificam como é possível conectar oferta e demanda por meio da tecnologia, criando novos mercados e experiências de consumo. Esses modelos muitas vezes dependem de algoritmos, machine learning e big data para otimizar suas operações em tempo real (Campos *et al.*, 2023).

Além disso, surgiram novos ecossistemas de apoio ao empreendedorismo digital. Incubadoras, aceleradoras, coworkings e comunidades virtuais fornecem conhecimento, networking e financiamento. Esses ambientes favorecem a criação de novos negócios e o fortalecimento de iniciativas que antes teriam grandes dificuldades para se estabelecer (Braga *et al.*, 2021).

O acesso facilitado a marketplaces, como Amazon e Etsy, bem como a redes sociais como Instagram e TikTok, também permite a empreendedores individuais alcançarem grandes audiências. Com um celular e criatividade, é possível construir marcas fortes e altamente rentáveis. Isso reforça a ideia de que a digitalização está redefinindo o conceito de empresa (Brito; Silva; Rossignoli, 2023).

A monetização de conteúdo e a economia dos criadores são exemplos de modelos que surgiram quase exclusivamente no ambiente digital. Criadores de conteúdo hoje empreendem ao construir comunidades e vender produtos, serviços ou experiências. Plataformas como YouTube e Substack abriram espaço para um novo perfil de empreendedor (Franco *et al.*, 2021).

O modelo freemium - em que produtos são oferecidos gratuitamente com funcionalidades limitadas - também se popularizou com a digitalização. Esse modelo permite conquistar usuários em larga escala, oferecendo versões pagas com recursos premium. Empresas como Spotify e Trello cresceram fortemente com esse modelo (Gonçalves *et al.*, 2024; Franco *et al.*, 2021).

Além dos modelos emergentes, há a digitalização de negócios tradicionais. Padarias, lojas

de roupas, consultórios e até mesmo oficinas têm adotado sistemas digitais de agendamento, pagamento e relacionamento com o cliente. Isso mostra que a transformação digital não é restrita ao setor de tecnologia (Campos *et al.*, 2023).

A digitalização também contribui para a transparência e rastreabilidade em diversos setores. Com o uso de blockchain, por exemplo, é possível garantir a procedência de produtos e registrar transações de forma imutável. Isso traz segurança e confiança, fundamentais no ambiente digital (Irigaray; Stocker, 2022).

O uso de inteligência artificial permite que modelos de negócio se tornem preditivos, recomendando produtos ou otimizando rotas de entrega. O digital permite a coleta e análise em tempo real de dados, o que melhora substancialmente a experiência do cliente e os resultados operacionais (Carvalho; Kanda, 2025).

Por fim, a digitalização representa mais do que a migração para o online: trata-se de uma mudança profunda na lógica de funcionamento dos negócios. É um reposicionamento estratégico que exige repensar toda a cadeia de valor com base nas possibilidades e exigências do mundo digital (Lima; Domingues; Silva, 2024; Santos *et al.*, 2023).

Cultura de Inovação e Transformação nas Organizações

A cultura de inovação tornou-se um pilar essencial nas organizações que desejam se manter competitivas no ecossistema digital. No passado, inovar era um diferencial. Hoje, tornou-se uma necessidade estratégica. A velocidade das mudanças tecnológicas exige que as empresas estejam preparadas para adaptar-se rapidamente e, muitas vezes, reinventar-se por completo. Nesse cenário, o empreendedorismo digital atua como catalisador dessa mudança cultural, promovendo novas formas de pensar e agir (Lima; Domingues; Pimentel Júnior, 2023).

Para construir uma cultura de inovação sólida, é necessário romper com estruturas hierárquicas rígidas e processos burocráticos. O ambiente digital valoriza a agilidade, a experimentação e a autonomia dos times. Startups, por exemplo, operam com metodologias ágeis e ciclos curtos de entrega, o que permite ajustes rápidos com base em feedbacks reais do mercado. Empresas tradicionais que adotam essas práticas conseguem acelerar seu processo de inovação.

A tolerância ao erro também é um componente-chave na cultura de inovação. O empreendedorismo digital é repleto de testes, hipóteses e tentativas. Errar faz parte do processo de construção de produtos e soluções viáveis. Organizações que encaram os erros como

aprendizado têm maior capacidade de evoluir e inovar de forma consistente (Abrão Junior, 2020).

Outro aspecto relevante é a diversidade de pensamento. A inovação floresce em ambientes onde diferentes perspectivas são valorizadas. Equipes multidisciplinares, compostas por pessoas com formações, origens e experiências diversas, geram soluções mais criativas e alinhadas com as complexidades do mundo atual. O empreendedorismo digital, por sua natureza descentralizada e global, favorece esse tipo de diversidade (Lima *et al.*, 2025; Lima *et al.*, 2025; Lima; Gomes; Domingues Júnior, 2025).

Além disso, a colaboração é um valor central na cultura digital. Plataformas de trabalho colaborativo, redes de inovação aberta e parcerias estratégicas permitem que empreendedores e organizações compartilhem conhecimentos, recursos e ideias. A inovação não é mais restrita aos departamentos de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento), mas sim distribuída em toda a organização e, muitas vezes, além dela (Braga *et al.*, 2021).

A inovação contínua também depende da capacidade de escuta ativa do cliente. Ferramentas como design thinking e user experience (UX) colocam o usuário no centro da construção de produtos. Através de entrevistas, testes de usabilidade e análise de comportamento, as empresas captam insights que norteiam suas decisões e refinam suas ofertas (Braga *et al.*, 2021).

A liderança desempenha papel fundamental na consolidação de uma cultura de inovação. Líderes digitais incentivam a experimentação, apoiam a aprendizagem contínua e servem como exemplo de adaptação à mudança. Eles não apenas permitem, mas estimulam a transformação organizacional, criando um ambiente seguro para a criatividade florescer (Brito; Cordeiro; Tamer, 2025).

Nesse processo, as tecnologias digitais oferecem suporte essencial. Plataformas de ideação, CRM, análise preditiva e automação de tarefas reduzem o tempo entre a concepção e a execução de novas ideias. Isso acelera o ciclo de inovação e permite uma resposta mais ágil às demandas do mercado (Campos *et al.*, 2023).

A mentalidade de crescimento, também conhecida como growth mindset, é outra característica de organizações inovadoras. Trata-se da crença de que habilidades e conhecimentos podem ser desenvolvidos por meio de esforço, prática e aprendizado contínuo. Essa filosofia está presente em empresas de tecnologia que valorizam o desenvolvimento humano tanto quanto o tecnológico (Nascimento *et al.*, 2024).

Empresas que adotam uma cultura de dados, utilizando informações em tempo real para

orientar decisões, também se destacam. O uso de dashboards, KPIs e analytics permite que inovações sejam mensuradas, testadas e validadas de maneira precisa. Isso reduz riscos e aumenta a eficácia das iniciativas empreendedoras (Nascimento *et al.*, 2024).

Outro ponto importante é a resiliência organizacional. Inovar envolve riscos, mudanças e instabilidade. Empresas que cultivam a capacidade de se adaptar, responder a crises e aprender com elas são mais propensas a prosperar no longo prazo. Essa resiliência está diretamente ligada à flexibilidade dos processos e à cultura de aprendizado constante (Campos *et al.*, 2023).

A digitalização também promove uma redefinição das relações de trabalho. O modelo tradicional de emprego cede espaço a formas mais flexíveis de colaboração, como freelancing, coworking e economia gig. Isso amplia as possibilidades de inovação, ao mesmo tempo em que desafia as empresas a repensarem sua cultura organizacional (Bezerra *et al.*, 2022).

A cultura de inovação não é implementada por decreto; ela é construída no cotidiano da empresa, por meio de práticas, rituais, comportamentos e incentivos. Requer tempo, investimento e, acima de tudo, coerência entre o discurso e a prática. As empresas que conseguem desenvolver essa cultura estão mais preparadas para enfrentar os desafios do empreendedorismo digital e colher seus frutos (Oliveira *et al.*, 2023).

Por fim, é importante destacar que a cultura de inovação é um processo contínuo, não uma meta a ser alcançada. Em um mundo onde o que é inovador hoje pode se tornar obsoleto amanhã, manter a organização em estado constante de aprendizado e adaptação é o único caminho viável para garantir sua relevância e sustentabilidade (Pereira; Bernardo, 2016).

Novas Competências Empreendedoras na era Digital

O empreendedor digital precisa desenvolver um novo conjunto de competências para prosperar em um ambiente marcado pela tecnologia, pela incerteza e pela velocidade das mudanças. Diferente do empreendedor tradicional, cuja ênfase estava em aspectos operacionais e administrativos, o novo perfil demanda habilidades ligadas à inovação, ao pensamento estratégico, ao domínio digital e à gestão da complexidade (Pinto; Martens; Oliveira Filho, 2023).

A primeira e talvez mais fundamental dessas competências é a alfabetização digital. Trata-se da capacidade de compreender, utilizar e aplicar tecnologias digitais de maneira crítica e criativa. Isso inclui desde o uso de ferramentas básicas de produtividade até o entendimento de conceitos mais complexos como inteligência artificial, blockchain e análise de dados (Pinto;

Martens; Scazziota, 2023).

Outra competência essencial é o pensamento crítico e analítico. Em um mundo saturado de informações, saber selecionar dados relevantes, interpretar evidências e tomar decisões informadas é uma vantagem competitiva. O empreendedor digital precisa desenvolver a habilidade de avaliar riscos e oportunidades com base em métricas reais, não apenas intuições (Campos *et al.*, 2023).

A comunicação digital também se torna um diferencial. Saber criar conteúdo, construir narrativas persuasivas e engajar audiências em ambientes digitais - como redes sociais, blogs, e-mail marketing e webinars - é essencial para atrair, manter e converter clientes. Isso exige não apenas habilidades técnicas, mas também sensibilidade cultural e empatia (Bezerra *et al.*, 2022).

A gestão de projetos ágeis é outra competência muito valorizada. Metodologias como Scrum e Kanban ajudam empreendedores a organizar tarefas, priorizar entregas e acompanhar o progresso em tempo real. A agilidade permite que ideias sejam testadas e implementadas com maior velocidade, respondendo rapidamente às mudanças de mercado (Braga *et al.*, 2021).

A habilidade de liderar equipes remotas e multiculturais também ganha relevância. O empreendedor digital, muitas vezes, trabalha com colaboradores em diferentes partes do mundo, exigindo habilidades de liderança adaptativa, escuta ativa e gestão do tempo. Ferramentas como Slack, Trello e Zoom tornam essa dinâmica possível, mas a competência relacional é insubstituível (Pinto; Santos; Martens, 2021).

A inteligência emocional é uma habilidade-chave. Em um ambiente de constante transformação e pressão por resultados, saber lidar com frustrações, manter o equilíbrio emocional e liderar com empatia são aspectos que influenciam diretamente o desempenho e a resiliência do empreendedor (Braga *et al.*, 2021).

A capacidade de aprendizado contínuo, ou lifelong learning, tornou-se indispensável. As tecnologias mudam rapidamente, e acompanhar essas mudanças requer dedicação ao estudo, participação em cursos, leitura constante e disposição para revisar crenças e estratégias. O empreendedor digital é, acima de tudo, um eterno aprendiz (Pinto; Santos; Martens, 2021).

O domínio de ferramentas de automação e análise de dados permite ao empreendedor otimizar processos e tomar decisões com base em evidências. O uso de CRMs, ERPs, Google Analytics e outras plataformas proporciona uma visão holística do negócio e permite ajustes em tempo real. Isso garante maior precisão e eficiência nas operações (Campos *et al.*, 2023).

A criatividade aplicada à solução de problemas é outra competência essencial. No

ambiente digital, os desafios são multifacetados e dinâmicos. Saber propor soluções inovadoras, desenhar experiências encantadoras e criar valor em contextos diversos é o que diferencia negócios bem-sucedidos de iniciativas medíocres (Campos *et al.*, 2023).

A ética digital também é uma competência emergente. O uso de dados, a segurança da informação e o respeito à privacidade dos usuários tornaram-se questões críticas. O empreendedor precisa não apenas cumprir regulamentações como a LGPD, mas também adotar práticas responsáveis e transparentes no uso da tecnologia (Braga *et al.*, 2021).

Outra habilidade importante é o pensamento estratégico orientado por dados. Isso envolve analisar o mercado, estudar a concorrência, identificar tendências e construir cenários futuros para tomar decisões embasadas. A capacidade de planejar com visão de longo prazo, mesmo em contextos incertos, é um diferencial relevante (Santos *et al.*, 2023).

A construção de marca pessoal também passou a integrar o rol de competências do empreendedor digital. O empreendedor não é apenas um gestor, mas também uma referência e um influenciador. Criar autoridade, transmitir confiança e posicionar-se como especialista no nicho é uma habilidade que impacta diretamente a captação de clientes, parceiros e investidores (Campos *et al.*, 2023).

Por fim, a interdisciplinaridade é um traço marcante do novo empreendedor. Ele transita entre diferentes áreas do conhecimento - tecnologia, marketing, gestão, design, psicologia - para construir soluções integradas e inovadoras. Essa visão holística permite que ele compreenda os problemas de maneira mais ampla e proponha soluções mais eficazes (Bezerra *et al.*, 2022).

O empreendedorismo digital, portanto, exige mais do que ideias inovadoras. Exige preparo, competências sólidas e uma mentalidade alinhada com a era da informação e da conexão. Desenvolver essas competências é o caminho para construir negócios sustentáveis, relevantes e preparados para o futuro (Santos *et al.*, 2023).

CONCLUSÃO

O empreendedorismo digital não é apenas uma extensão do empreendedorismo tradicional, mas uma verdadeira reconfiguração da lógica de criação, operação e entrega de valor nos negócios. A tecnologia, em sua multiplicidade de aplicações, rompeu barreiras antes consideradas intransponíveis e abriu espaço para novos modelos empresariais, mais ágeis, conectados e centrados no usuário. Os empreendedores digitais não apenas aproveitam essas

ferramentas, mas também moldam o futuro por meio de sua capacidade de adaptação e inovação constante.

Ao longo do artigo, foi possível observar como a digitalização dos modelos de negócio transformou os mecanismos de produção, distribuição e relacionamento com o cliente. Do e-commerce às plataformas de serviço sob demanda, o ambiente digital criou novas possibilidades para escalar negócios de forma eficiente e com baixo custo. Além disso, a ampliação do acesso à tecnologia democratizou o empreendedorismo, permitindo que indivíduos em diferentes contextos sociais e geográficos possam criar soluções inovadoras e competitivas em nível global.

A cultura de inovação mostrou-se como um elemento central nesse processo. O sucesso no ecossistema digital depende da capacidade de experimentar, aprender com os erros e manter uma postura aberta à mudança. Empresas que cultivam essa cultura estão mais preparadas para lidar com incertezas, desenvolver produtos alinhados às expectativas do cliente e responder rapidamente às transformações do mercado. A inovação contínua, nesse sentido, não é um objetivo pontual, mas um modo de existência para as organizações que desejam permanecer relevantes.

Por outro lado, os desafios também são significativos. A velocidade das mudanças exige atualização constante de competências e posturas éticas diante do uso de dados e tecnologias emergentes. O empreendedor digital precisa estar atento às questões legais, à segurança da informação e aos impactos sociais e ambientais de suas decisões. Em um mundo hiperconectado, a responsabilidade empresarial se torna ainda mais ampla e complexa.

A análise das novas competências empreendedoras reforça essa visão. Não basta ter uma boa ideia ou dominar aspectos técnicos: é necessário desenvolver habilidades interpessoais, visão estratégica, inteligência emocional, liderança e fluência digital. A integração dessas competências é o que torna o empreendedor apto a navegar em um ambiente de alta complexidade e transformação constante. Aqueles que souberem cultivar essas qualidades terão maior capacidade de inovar de forma sustentável e impactar positivamente seu ecossistema.

REFERÊNCIAS

- ABRÃO JUNIOR, A. A. Empreendedorismo digital: um estudo sobre o uso da tecnologia como geração de negócios. *Revista Alomorfia*, v. 8, n. 1, p. 46–57, 2020.
- BEZERRA, P. R. S.; SOUZA, S. M. A. de; GONÇALVES, G. A. da C. Estudo bibliométrico da produção científica internacional sobre empreendedorismo digital. *Revista de Gestão e Secretariado*, v. 13, n. 2, p. 75–100, 2022.

BRAGA, R. M.; STEFANO, E. de; FREITAG, A. E. B.; COELHO, A. C. R. Impacto da gestão da informação e inovação tecnológica no empreendedorismo digital. *Brazilian Journal of Development*, v. 7, n. 12, p. 110511–110540, 2021.

BRITO, C. K. R. de; SILVA, J. P. A. da; ROSSIGNOLI, M. Teoria da complexidade e as implicações do PPA 2020–2023 para o alcance do ODS 10 no Brasil. *Revista de Direito e Sustentabilidade*, Florianópolis, v. 9, n. 1, p. 23–46, 2023. DOI: 10.26668/IndexLawJournals/2525-9687/2023.v9i1.9641.

BRITO, C. K. R. de; CORDEIRO, L. M.; TAMER, S. V. O dilema da ascensão dos direitos sociais ao status de direitos fundamentais no Brasil: um estudo relativo à concretização do direito à saúde. *ARACÊ*, [S. l.], v. 2, p. 9426–9447, 2025. DOI: 10.56238/arev7n2-279.

CAMPOS, J. A.; SILVA, R. S.; CORRÊA, R. O.; CARVALHO, G. D. G. de. A face atual das pesquisas sobre empreendedorismo digital: avanço, retrocesso ou estagnação? *Revista Economia & Gestão*, v. 23, n. 66, p. 79–100, 2023.

CARVALHO, A. C. S. de; KANDA, J. Y. Uso das redes sociais como estratégia para o empreendedorismo digital. *UFAM Business Review - UFAMBR*, v. 7, n. 1, p. 41–61, 2025.

CORREIA, S. R. V.; MARTENS, C. D. P. Empreendedorismo digital e gestão de projetos: uma revisão sistemática da literatura. *Iberoamerican Journal of Project Management*, v. 11, n. 1, p. 01–24, 2020.

FRANCO, J.; ROSE, M.; ABREU, I.; VITÓRIA, A.; EDUARDA, M.; PAULA, L. de; SALIBA, G. Empreendedorismo digital. *Revista Projetos Extensionistas*, v. 1, n. 2, p. 58–64, 2021.

GONÇALVES, J. N. de A.; MORAES, L. C. N. de; SILVA, A. A. da; ASSIS II, O. R. de; FLUMINHAN, A.; PACHECO, C. S. G. R.; SANTOS, R. P. dos; BALDISSARELLI, J. M.; BERNARDY, T. A. dos S.; MELLER, G. S. Industry 4.0: Biotechnologies and the Implications For Innovation and Sustainability. *RGSA (ANPAD)*, v. 18, p. e010547, 2024.

IRIGARAY, H. A. R.; STOCKER, F. ESG: novo conceito para velhos problemas. *Cadernos EBAPE.BR*, v. 20, n. 4, Rio de Janeiro, jul./ago. 2022.

LIMA, L. A. O.; DOMINGUES, P. L.; SILVA, R. T. Applicability of the Servqual Scale for Analyzing the Perceived Quality of Public Health Services during the Covid-19 Pandemic in the Municipality of Três Rios/RJ, Brazil. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, v. 12, p. 17–18, 2024. DOI: <https://doi.org/10.20431/2349-0349.1208003>.

LIMA, L. A. O.; DOMINGUES, P. L.; PIMENTEL JÚNIOR, W. Young University Students and the Difficulties they Face in Entering the Job Market in the Municipality of Três Rios, Brazil. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, v. 11, p. 1, 2023. DOI: <http://dx.doi.org/10.20431/2349-0349.1103001>.

LIMA, L. A. O.; ALMEIDA, M. G.; GOMES, H. R. L.; SALES, I. C. B.; MOURA, J. V. P.; STIVANIN, J. B.; AMAVA, S. L.; LIMA, S. S. A.; SILVA FILHO, J. L. Q.; PINHEIRO, B. J.

P. Os desafios na formação de profissionais de saúde no Brasil. *Brazilian Journal of Implantology and Health Sciences*, v. 7, p. 05–15, 2025. DOI: <https://doi.org/10.36557/2674-8169.2025v7n5p05-15>.

LIMA, L. A. O.; OLIVEIRA, J. L.; SILVA, A. A.; FERREIRA FILHO, L. I. P.; MENDES, M. A. M.; LOPES, M. F.; NUNES, L. P.; ALMEIDA, C. C. Gestão humanizada em saúde e suas implicações para a qualidade de vida no trabalho. *Lumen et Virtus*, v. 16, p. 1009–1019, 2025. DOI: <https://doi.org/10.56238/levv16n45-027>.

LIMA, L. A. O.; NASCIMENTO, C. M.; ARAÚJO, T. S. S.; ALMEIDA, M. G.; DAGUER, J. B. R.; SILVA, S. L.; OLIVEIRA, I. K. C.; MORAES, V. S. D.; THEOBALD, B. F.; STIVANIN, J. B.; MELLER, G. S.; BEZERRA, I. G. S.; FRANCO, R. F.; SANTOS, A. G. Informatização em saúde: avanços tecnológicos e a modernização nos serviços de saúde. *Lumen et Virtus*, v. 16, p. 5102–5111, 2025. DOI: <https://doi.org/10.56238/levv16n48-042>.

LIMA, L. A. O.; GOMES, O. V. O.; DOMINGUES JÚNIOR, P. L. Saúde ocupacional e qualidade de vida no trabalho de catadores de recicláveis: uma revisão sistemática. *Revista CPAQV – Centro de Pesquisas Avançadas em Qualidade de Vida*, v. 17, n. 2, p. 9, 2025. DOI: [10.36692/](https://doi.org/10.36692/).

NASCIMENTO, M. G. do; NASCIMENTO, I. J. B. M. F. do; GREGIO, E. L.; BERNARDY, T. A. dos S.; MARTINS, A. A. M.; PINHEIRO, L. A. L.; AGRA FILHO, J. B.; LULA, C. S. G.; VIANA, I. L. B.; SANTOS, A. R. dos; BALDISSARELLI, J. M.; SOUZA, D. F. de; DINIZ, M. H. dos S. Socio-Environmental Management: Green Marketing and its Contributions to Sustainable Consumption. *RGSA (ANPAD)*, v. 18, p. e09545, 2024.

OLIVEIRA, A.; QUEIROZ NETO, R. R. de; QUEIROZ, J. F. A.; DUARTE, S. Empreendedorismo digital: suas contribuições no âmbito econômico e social. *Revista Eletrônica Organizações e Sociedade*, v. 8, n. 9, p. 56–68, 2023.

PEREIRA, J. A.; BERNARDO, A. Empreendedorismo digital. *Estudo do Projeto Negócios Digitais Realizado pelo Sebrae-PR em Maringá. Desenvolvimento em Questão*, v. 14, n. 37, p. 293–327, 2016.

PINTO, A. R.; MARTENS, C. D. P.; OLIVEIRA FILHO, B. G. de. Empreendedorismo digital no setor bancário brasileiro: análise a partir do surgimento das fintechs. *Future Studies Research Journal: Trends and Strategies*, v. 15, n. 1, p. e0753–e0753, 2023.

PINTO, A. R.; MARTENS, C. D. P.; SCAZZIOTA, V. V. Empreendedorismo digital em organizações: revisão integrativa da literatura e proposição de elementos de análise sob a ótica das capacidades dinâmicas. *REAd. Revista Eletrônica de Administração*, Porto Alegre, v. 29, n. 3, p. 627–660, 2023.

PINTO, A. R.; SANTOS, T. A. dos; MARTENS, C. D. P. Impactos da pandemia de COVID-19 sobre o empreendedorismo digital nas instituições bancárias brasileiras: uma análise à luz das forças isomórficas. *Estudios Gerenciales*, v. 37, n. 158, p. 113–125, 2021.

SANTOS, J. M. dos; FIGUEREDO, R. A.; CORRÊA, R. O.; CARVALHO, G. D. G. de.

Empreendedorismo digital por mulheres: uma revisão integrativa da literatura. Revista Gestão e Desenvolvimento, v. 20, n. 2, p. 150–175, 2023.