doi.org/10.51891/rease.v12i11.33351

ENTRE A GESTÃO E A DIGITALIZAÇÃO: DESAFIOS E OPORTUNIDADES PERCEBIDOS POR EMPREENDEDORES EM UMA FEIRA DE MANAUS/AM

BETWEEN MANAGEMENT AND DIGITALIZATION: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES PERCEIVED BY ENTREPRENEURS AT A STREET FAIR IN MANAUS/AM

ENTRE LA GESTIÓN Y LA DIGITALIZACIÓN: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES PERCIBIDOS POR EMPRENDEDORES EN UNA FERIA DE MANAUS/AM

Enzo Roberto Ferreira Frota[1]
Lorena da Silva Amaral[2]
Victor Matheus Correa Sampaio[3]
Wendell Ferreira da Fonseca[4]
Jackson Curicó Caldas[5]
Alcimar de Lima Marques Filho[6]

RESUMO: O empreendedorismo exerce papel relevante no desenvolvimento econômico e organizacional, especialmente diante da expansão das tecnologias digitais. Este estudo teve como objetivo analisar os principais desafios e oportunidades do empreendedorismo na era digital, considerando a percepção de empreendedores participantes de uma feira localizada na Avenida Eduardo Ribeiro, no Centro de Manaus (AM). Trata-se de uma pesquisa aplicada, descritiva e quantitativa, realizada por meio de pesquisa de campo com 30 empreendedores selecionados por conveniência. A coleta de dados ocorreu presencialmente, por meio de um questionário composto por cinco questões fechadas. Os resultados apontaram a gestão financeira, a concorrência e a falta de planejamento como principais desafios. Entre as oportunidades, destacaram-se a divulgação em redes sociais, a conquista de novos clientes e mercados e o uso de canais digitais de vendas. Verificou-se também a utilização de tecnologias digitais e a adoção de práticas de inovação e adaptação nos negócios. Conclui-se que, para os participantes, a continuidade dos empreendimentos está relacionada à capacidade de enfrentar desafios e aproveitar oportunidades, integrando tecnologia, planejamento e inovação às práticas de gestão.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Inovação. Transformação digital. Oportunidades. Desafios.

ABSTRACT: Entrepreneurship plays an important role in economic and organizational development, particularly in the context of the expansion of digital technologies. This study aimed to analyze the main challenges and opportunities of entrepreneurship in the digital age, considering the perceptions of entrepreneurs participating in a fair located on Avenida Eduardo Ribeiro, in downtown Manaus, Amazonas, Brazil. This is an applied, descriptive, and quantitative study conducted through field research with 30 entrepreneurs selected by convenience sampling. Data were collected in person using a questionnaire consisting of five closed-ended questions. The results identified financial management, competition, and lack of planning as the main challenges. Among the opportunities, social media promotion, reaching new customers and markets, and the use of digital sales channels stood out. The

[1] Formando do Curso de Administração. Universidade Nilton Lins.
[2] Formanda do Curso de Administração. Universidade Nilton Lins.
[3] Formando do Curso de Administração. Universidade Nilton Lins.
[4] Formando do Curso de Administração. Universidade Nilton Lins.
[5] Formando do Curso de Administração. Universidade Nilton Lins.
[6] Doutorado em Administração. Universidade Nilton Lins.

study also found the use of digital technologies and the adoption of innovation and adaptation practices in businesses. It is concluded that, according to the participants, business continuity is related to the ability to address challenges and seize opportunities by integrating technology, planning, and innovation into management practices.

Keywords: Entrepreneurship. Innovation. Digital transformation. Opportunities. Challenges.

RESUMEN: El emprendimiento desempeña un papel relevante en el desarrollo económico y organizacional, especialmente ante la expansión de las tecnologías digitales. Este estudio tuvo como objetivo analizar los principales desafíos y oportunidades del emprendimiento en la era digital, considerando la percepción de emprendedores que participaron en una feria ubicada en la Avenida Eduardo Ribeiro, en el centro de Manaus (AM). Se trata de una investigación aplicada, descriptiva y cuantitativa, realizada mediante un trabajo de campo con 30 emprendedores seleccionados por conveniencia. La recolección de datos se llevó a cabo de forma presencial, a través de un cuestionario compuesto por cinco preguntas cerradas. Los resultados señalaron la gestión financiera, la competencia y la falta de planificación como los principales desafíos. Entre las oportunidades, se destacaron la difusión en redes sociales, la captación de nuevos clientes y mercados, y el uso de canales digitales de venta. Asimismo, se observó el uso de tecnologías digitales y la adopción de prácticas de innovación y adaptación en los negocios. Se concluye que, para los participantes, la continuidad de sus emprendimientos está relacionada con la capacidad de enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades, integrando la tecnología, la planificación y la innovación en las prácticas de gestión.

Palabras clave: Emprendimiento. Innovación. Transformación digital. Oportunidades. Desafíos.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo contribui para o desenvolvimento econômico e organizacional por meio da criação de negócios, da geração de renda e da oferta de produtos e serviços. Segundo Dornelas (2023), empreender envolve identificar oportunidades e transformá-las em negócios por meio de planejamento e organização.

Na era digital, as tecnologias oferecem novas possibilidades de divulgação, comercialização e relacionamento com os consumidores. Entretanto, os empreendedores também enfrentam desafios relacionados à gestão financeira, à concorrência, à falta de planejamento e à adaptação às mudanças do mercado.

Diante desse contexto, esta pesquisa busca compreender os desafios e as oportunidades percebidos pelos empreendedores abordados na feira realizada aos domingos na Avenida Eduardo Ribeiro, no Centro de Manaus, Amazonas. O estudo justifica-se pela importância de conhecer as dificuldades enfrentadas por esses participantes e as estratégias que consideram relevantes para o desenvolvimento de seus negócios, especialmente diante das transformações digitais.

Assim, estabelece-se a seguinte questão-problema: quais são os principais desafios e oportunidades percebidos pelos empreendedores participantes da pesquisa em relação ao

desenvolvimento de seus negócios na era digital, e quais estratégias consideram relevantes para a adaptação e a continuidade de suas atividades?

O objetivo geral é analisar os principais desafios e oportunidades do empreendedorismo na era digital, considerando a percepção dos empreendedores participantes da feira realizada na Avenida Eduardo Ribeiro, no Centro de Manaus (AM). Como objetivos específicos, busca-se: a) identificar os principais desafios enfrentados por esses empreendedores; b) identificar as oportunidades associadas à inovação e às tecnologias digitais; e c) analisar as estratégias consideradas relevantes para a adaptação e a continuidade de seus negócios.

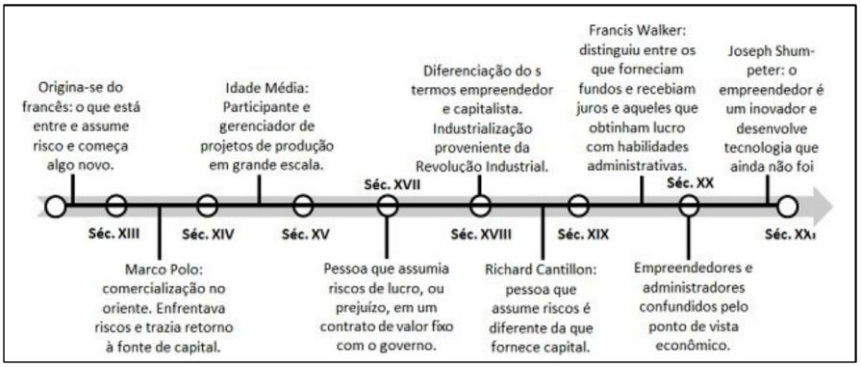
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo: conceitos e definições

O empreendedorismo é um fenômeno que passou por diferentes transformações ao longo do tempo. Inicialmente associado principalmente à criação de negócios e à assunção de riscos, passou a ser discutido também a partir da identificação de oportunidades, da inovação, do planejamento e da capacidade de adaptação às mudanças do mercado. Segundo Dornelas (2023), o processo empreendedor envolve a identificação de oportunidades e a transformação de ideias em negócios, exigindo conhecimentos e estratégias que contribuam para a organização e o desenvolvimento das atividades empresariais.

A atividade empreendedora não se limita, portanto, à abertura de uma empresa. Ela também envolve a capacidade de reconhecer necessidades, avaliar possibilidades, organizar recursos e tomar decisões para colocar uma ideia em prática. Nesse sentido, a evolução do conceito de empreendedorismo demonstra a importância de compreender o empreendedor como alguém que participa ativamente da criação e do desenvolvimento de iniciativas empresariais.

Figura 1 – Evolução do empreendedorismo



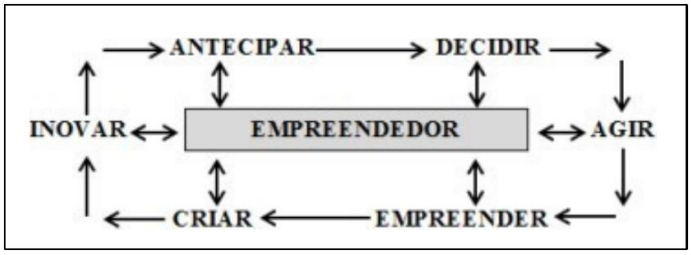
Fonte: Adaptado de Dornelas (2023).

A inovação é importante para o empreendedorismo, pois permite aperfeiçoar produtos, serviços, processos e estratégias de comercialização diante das mudanças do mercado. Mondelli (2025) destaca o papel do empreendedor como agente de inovação, capaz de transformar práticas existentes por meio de novas ideias.

Entretanto, identificar oportunidades exige planejamento, avaliação da viabilidade e organização dos recursos disponíveis. Segundo Dornelas (2023), o processo empreendedor envolve transformar ideias em iniciativas estruturadas, considerando objetivos, condições financeiras e necessidades do mercado. Além disso, características como iniciativa, criatividade, liderança e capacidade de adaptação contribuem para a condução dos negócios.

O empreendedorismo também possui importância econômica e social, pois contribui para a geração de empregos, renda e desenvolvimento. Saad (2022) destaca sua participação no crescimento dos negócios e das regiões. Dessa forma, o empreendedor contemporâneo precisa reunir inovação, planejamento, organização e capacidade de adaptação para desenvolver suas atividades.

Figura 2 – Ações do empreendedor



Fonte: Adaptado de Dornelas (2023).

A compreensão dessas ações contribui para analisar o empreendedorismo não apenas pela existência de um negócio, mas também pelas decisões e estratégias utilizadas para

desenvolvê-lo. Essa perspectiva é relevante para a presente pesquisa, pois permite relacionar o conceito de empreendedorismo aos desafios enfrentados, às oportunidades percebidas e às estratégias utilizadas pelos participantes na era digital.

2.2 Competências e comportamento empreendedor

O desenvolvimento de uma atividade empreendedora exige competências que vão além da identificação de oportunidades, envolvendo iniciativa, criatividade, planejamento, liderança, tomada de decisões e capacidade de adaptação. Essas características auxiliam o empreendedor na organização dos recursos e na definição de estratégias diante das condições do mercado. Dornelas (2023, p. 57) destaca que "o empreendedor precisa desenvolver capacidade de identificar oportunidades e transformar ideias em iniciativas estruturadas, o que envolve planejamento, organização e tomada de decisões".

A mobilização de recursos e a liderança integram a atuação empreendedora, conforme Francis (2020). A gestão financeira e o conhecimento do mercado auxiliam o acompanhamento de custos, receitas, concorrência e necessidades dos consumidores. A adaptação envolve aperfeiçoar produtos, serviços, processos e atendimento. Mondelli (2025) associa essas práticas à criatividade e ao desenvolvimento de novas ideias.

Por fim, Keller, Ollig e Rövekamp (2022) destacam o desenvolvimento de capacidades digitais e a integração dos recursos tecnológicos às atividades organizacionais.

2.3 Tipos de empreendedorismo

O empreendedorismo por necessidade relaciona-se à geração de renda diante de dificuldades no mercado de trabalho; por oportunidade, ao reconhecimento de possibilidades de negócio. Vale, Corrêa e Reis (2014) mostram que essas motivações podem envolver fatores combinados.

O empreendedorismo social busca atender necessidades coletivas. Gonçalves et al. (2020) destacam iniciativas voltadas ao bem-estar, à inclusão e à transformação social. O empreendedorismo digital incorpora tecnologias à divulgação, comercialização e gestão. Pinto, Martens e Scazziota (2023) analisam essas transformações pela perspectiva das capacidades dinâmicas.

Santos et al. (2023) discutem o empreendedorismo digital feminino. As ferramentas digitais podem ampliar públicos, vendas e relacionamento com clientes, mas sua escolha exige

considerar as necessidades do negócio. A inovação abrange produtos, serviços, atendimento e organização das atividades, incluindo melhorias compatíveis com os recursos disponíveis.

Esta pesquisa concentra-se na digitalização, na inovação e na adaptação dos negócios, sem classificar todos os participantes em uma modalidade de empreendedorismo.

2.4 Empreendedorismo seus desafios e oportunidades

A continuidade dos negócios exige planejamento, gestão de recursos, conhecimento do mercado e adaptação. Essas condições variam conforme o setor, a concorrência e as características do empreendimento. Já o planejamento orienta objetivos e recursos, o Sebrae (2023) ressalta a necessidade de considerar as particularidades dos pequenos negócios na transformação digital.

Dificuldades financeiras podem limitar investimentos e adoção de tecnologias, Castro et al. (2021) ao analisarem os impactos de uma crise, destacam estratégias de organização e adaptação para a continuidade das atividades. A concorrência exige conhecer consumidores e possibilidades de diferenciação, Barreto, Messeder e Gil (2022) destacam a influência do contexto econômico e social sobre os empreendimentos.

Pinto, Martens e Scazziota (2023) discutem oportunidades digitais e capacidades para responder às mudanças empresariais. Redes sociais e canais de venda podem ampliar divulgação e comercialização.

A adoção dessas ferramentas exige aprendizagem, planejamento e avaliação de custos. Seu aproveitamento depende da adequação aos objetivos e às condições do empreendimento. No contexto investigado, essa discussão relaciona dificuldades financeiras, concorrência e planejamento às oportunidades de divulgação e conquista de clientes.

2.5 Empreendedorismo e suas estratégias na era digital

A transformação digital ampliou canais de venda, comunicação e gestão. Redes sociais, plataformas de mensagens e ferramentas administrativas oferecem possibilidades de divulgação, atendimento e organização.

Segundo o Sebrae (2023), os recursos digitais podem fortalecer a presença dos pequenos negócios no mercado e o relacionamento com consumidores. Pinto, Martens e Scazziota (2023) discutem como a tecnologia pode reorganizar processos, canais comerciais e formas de atuação empresarial. E, Keller, Ollig e Rövekamp (2022) destacam capacidades digitais, aprendizagem e

adaptação. A escolha das ferramentas deve considerar suas funcionalidades e os objetivos do negócio.

A transformação digital pode exigir conhecimentos, tempo e investimentos. Khurana, Dutta e Ghura (2022) relacionam esse processo à resiliência das pequenas e médias empresas diante de crises. Yu, Wang e Moon (2022) discutem capacidades de transformação digital e desempenho operacional. Mondelli (2025) relaciona a atuação empreendedora à inovação e à modificação de práticas existentes.

2.6 Modelo conceitual da pesquisa

O modelo conceitual articula a fundamentação teórica ao instrumento de coleta por meio dos desafios, oportunidades, uso de tecnologias, inovação e estratégias de continuidade dos negócios. Os desafios abrangem gestão financeira, concorrência, planejamento, adaptação e conhecimento do mercado.

As oportunidades incluem divulgação em redes sociais, novos mercados e clientes e a utilização de canais de vendas digitais. Essas oportunidades estão relacionadas às possibilidades de comunicação e comercialização discutidas na literatura sobre empreendedorismo e transformação digital.

A terceira dimensão refere-se à utilização de tecnologias digitais e às mudanças ou inovações declaradas pelos empreendedores. A frequência de utilização de ferramentas digitais permite observar a presença desses recursos nas atividades dos participantes. Já a frequência de realização de mudanças ou inovações oferece uma informação distinta, relacionada às práticas declaradas para acompanhar as necessidades dos consumidores e as mudanças do mercado.

A quarta dimensão reúne as estratégias consideradas importantes para o desenvolvimento e a continuidade dos negócios, incluindo o uso de tecnologias digitais, o planejamento, a divulgação em redes sociais, a inovação e o controle financeiro. As respostas permitem identificar quais estratégias receberam maior destaque entre os participantes, mas não demonstram, isoladamente, que essas práticas garantiram a continuidade ou produziram crescimento dos empreendimentos.

Quadro 1 – Modelo conceitual da pesquisa

DIMENSÃO	CATEGORIAS DE ANÁLISE	RELAÇÃO COM INSTRUMENTO
Desafios	Gestão financeira, concorrência, falta de planejamento, adaptação às mudanças e conhecimento do mercado	Questão sobre o principal desafio enfrentado atualmente na gestão do negócio.
Oportunidades	Divulgação em redes sociais, novos mercados e clientes, canais de vendas digitais, inovação e novas tecnologias	Questão sobre a oportunidade considerada mais importante para o desenvolvimento do negócio na era digital.
Utilização de tecnologias	Frequência de uso de recursos digitais nas atividades do negócio	Questão sobre a frequência de utilização de tecnologias digitais.
Inovação e adaptação	Frequência de realização de mudanças e inovações para acompanhar as necessidades dos clientes e do mercado	Questão sobre a frequência de mudanças ou inovações no negócio.
Estratégias para continuidade	Uso de tecnologias digitais, planejamento, divulgação, inovação e controle financeiro	Questão sobre a estratégia considerada mais importante para a continuidade e o desenvolvimento do negócio.

Fonte: Elaborado pelos autores (2026).

3 PROCESSOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa é aplicada, descritiva e quantitativa, desenvolvida por procedimentos bibliográficos e de campo. Conforme Gil (2022), os procedimentos devem corresponder aos objetivos e ao problema investigado. A pesquisa bibliográfica fundamentou as dimensões de análise e o instrumento de coleta. Foram priorizadas publicações de 2020 a 2026, sem excluir obras anteriores pertinentes.

O formulário eletrônico continha cinco perguntas de conteúdo e uma de concordância em participar. As questões investigaram desafios, oportunidades, uso de tecnologias, inovação e estratégias de continuidade, conforme o modelo conceitual da seção 2.6. O pré-teste envolveu integrantes da equipe e dois proprietários de mercadinhos externos ao grupo pesquisado. Avaliou clareza e compreensão; as perguntas foram mantidas sem alterações.

Os participantes receberam esclarecimentos sobre instituição, curso, finalidade acadêmica, participação voluntária, recusa e sigilo. O formulário identificava pesquisadores, tema e orientador e continha pergunta de concordância, com alternativas de aceitação ou recusa. Não foi exigida identificação pessoal; as respostas foram utilizadas para fins acadêmicos.

A coleta ocorreu em 18 de outubro de 2026, das 7h às 12h30, na feira da Avenida Eduardo Ribeiro, no Centro de Manaus. Foram abordados 32 empreendedores; 30 participaram e dois recusaram por estarem atendendo clientes. Parte preencheu o formulário eletrônico; os demais responderam verbalmente, com registro pela equipe.

Participaram maiores de 18 anos que exerciam atividade empreendedora e aceitaram o convite. A amostragem foi não probabilística por conveniência, conforme a disponibilidade dos abordados. Todas as cinco perguntas de conteúdo foram analisadas por sua relação com os objetivos e as dimensões do modelo conceitual. As questões abordaram os desafios, as oportunidades, a utilização de tecnologias digitais, a inovação e as estratégias de continuidade dos negócios. Todas apresentavam alternativas de resposta previamente estabelecidas, sendo permitido aos participantes selecionar apenas uma opção por pergunta, de acordo com sua percepção.

Esse formato possibilitou organizar as respostas de maneira objetiva e quantificar as escolhas realizadas pelos participantes. As respostas foram organizadas em planilha eletrônica e examinadas por meio de estatística descritiva, utilizando frequências absolutas e relativas, apresentadas em quantidades e percentuais. Posteriormente, os dados foram organizados em cinco gráficos e interpretados com base na fundamentação teórica, buscando relacionar as percepções dos participantes aos aspectos discutidos na literatura.

Os procedimentos metodológicos adotados permitiram reunir informações sobre os desafios, as oportunidades e as estratégias percebidas pelos empreendedores participantes, contribuindo para a compreensão do empreendedorismo na era digital em um contexto local. Considerando que a pesquisa foi delimitada a 30 participantes de uma feira específica, os resultados representam as percepções desse grupo, não tendo como finalidade generalizar os achados para todos os empreendedores de Manaus. Ainda assim, os dados possibilitam relacionar as experiências relatadas pelos participantes aos conceitos discutidos na literatura, especialmente no que se refere à gestão, à utilização de tecnologias digitais, à inovação e à continuidade dos negócios.

Ressalta-se que o instrumento não contemplou informações específicas sobre o setor de atuação ou o tempo de funcionamento dos empreendimentos. Por esse motivo, a análise concentrou-se nas percepções dos participantes sobre os desafios, as oportunidades e as estratégias relacionadas ao empreendedorismo na era digital.

Em atenção ao art. 9º, inciso I, alínea c, da Portaria CNPq n.º 2.664, de 6 de março de 2026, declara-se a utilização de ferramenta de Inteligência Artificial Generativa durante a preparação deste manuscrito. Foi utilizada a ferramenta ChatGPT, desenvolvida pela OpenAI, exclusivamente como recurso auxiliar para revisão da redação, aprimoramento da coesão e da coerência textual. A ferramenta não foi empregada para substituir a análise intelectual dos

autores, definir resultados da pesquisa ou assumir responsabilidade autoral pelo conteúdo científico apresentado. E, não foi utilizada para gerar dados empíricos, simular resultados de campo ou substituir a responsabilidade intelectual dos autores. As fontes científicas, as informações, as citações, as referências e a versão final foram examinadas e assumidas criticamente pelos integrantes da equipe, que permanecem responsáveis pelo conteúdo do artigo (CNPq, 2026).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

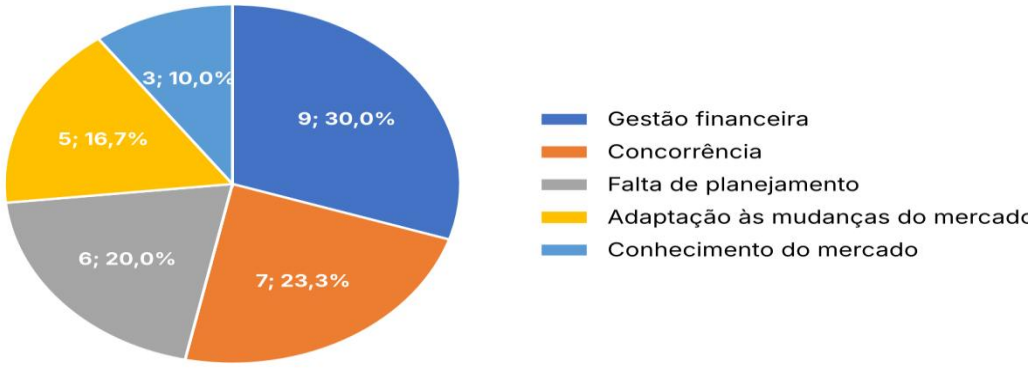
A pesquisa contou com a participação de 30 empreendedores. Para a apresentação e análise dos resultados, foram analisadas todas as cinco questões de conteúdo do formulário, relacionadas às categorias estabelecidas no modelo conceitual: desafios, oportunidades, tecnologias digitais, inovação e estratégias de continuidade. Os dados foram organizados por meio de frequências absolutas e relativas, sendo apresentados em gráficos e discutidos com base na fundamentação teórica.

4.1 Principais desafios percebidos pelos empreendedores

Para identificar os principais desafios enfrentados pelos participantes na condução de seus negócios, foi apresentada a seguinte questão: “Qual é o principal desafio enfrentado atualmente na gestão do seu negócio?”. A pergunta está diretamente relacionada ao primeiro objetivo específico da pesquisa, que busca identificar os desafios percebidos pelos empreendedores participantes.

As respostas dos 30 participantes demonstraram que a gestão financeira foi o desafio mais citado, com 9 respostas (30,0%), seguida pela concorrência, com 7 respostas (23,3%), e pela falta de planejamento, com 6 respostas (20,0%). A adaptação às mudanças do mercado foi apontada por 5 participantes (16,7%), enquanto o conhecimento do mercado recebeu 3 respostas (10,0%). A distribuição das respostas está apresentada no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Principais desafios enfrentados pelos empreendedores



Fonte: Elaborado pelos autores (2026).

A gestão financeira, apontada como principal desafio, reforça a relevância do planejamento e da organização dos recursos discutidos por Dornelas (2023). Barreto, Messeder e Gil (2022), por sua vez, defendem abordagens sensíveis às particularidades de cada realidade empreendedora. Na feira da Avenida Eduardo Ribeiro, esse resultado situa a digitalização em um cotidiano que também exige decisões administrativas, sem demonstrar quais controles financeiros são efetivamente utilizados.

A concorrência e a falta de planejamento complementam esse quadro. Em uma feira presencial, a divulgação digital pode ampliar a visibilidade dos negócios, mas não substitui a definição de objetivos e a organização financeira. O instrumento identifica a dificuldade considerada principal entre as alternativas, sem permitir concluir que cada participante enfrente apenas o desafio selecionado.

A particularidade do grupo pesquisado está na coexistência de dificuldades administrativas e oportunidades digitais em um espaço de comercialização presencial. Essa combinação contribui para compreender o contexto local, sem caracterizar os desafios como exclusivos de Manaus ou atribuir à tecnologia a solução automática para os problemas relatados.

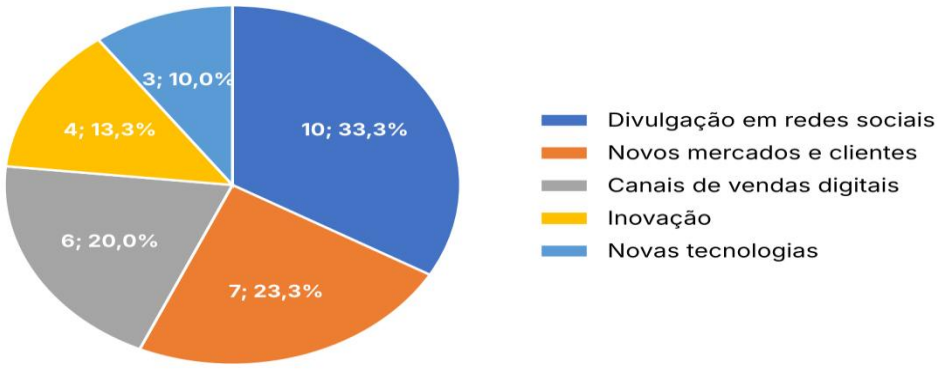
4.2 Oportunidades percebidas na era digital

Após a identificação dos principais desafios enfrentados pelos participantes, buscou-se compreender quais oportunidades eles reconhecem no contexto da transformação digital. Para isso, foi apresentada a seguinte questão: “Qual oportunidade você considera mais importante para o desenvolvimento do seu negócio na era digital?”. Essa questão está relacionada ao

segundo objetivo específico da pesquisa, que busca identificar as oportunidades associadas à inovação e às tecnologias digitais.

Entre os 30 participantes, a divulgação em redes sociais foi a alternativa mais escolhida, com 10 respostas (33,3%), seguida pela possibilidade de alcançar novos mercados e clientes, com 7 respostas (23,3%), e pela utilização de canais de vendas digitais, com 6 respostas (20,0%). A inovação foi mencionada por 4 participantes (13,3%), enquanto o uso de novas tecnologias recebeu 3 respostas (10,0%). A distribuição das respostas está apresentada no Gráfico 2.

Gráfico 2 – Principais oportunidades percebidas na era digital



Fonte: Elaborado pelos autores (2026).

A valorização das redes sociais aproxima-se dos resultados de Fontana et al. (2021), que identificaram contribuições desses recursos para a obtenção de clientes e a manutenção de empreendimentos liderados por mulheres em Rondônia. Há convergência quanto à relevância da comunicação digital, embora o estudo citado utilize casos de empreendedoras e esta pesquisa examine percepções de um grupo não delimitado por gênero.

Pinto, Martens e Scazziota (2023) compreendem o empreendedorismo digital pela articulação entre tecnologia, habilidades e processos organizacionais. À luz dessa perspectiva, as oportunidades de divulgação e comercialização identificadas na feira representam possibilidades de atuação no mercado, mas não comprovam transformação dos negócios ou aumento das vendas, aspectos que não foram mensurados.

Para os participantes de uma feira presencial, a divulgação digital pode representar uma possibilidade de contato além do espaço da banca. Essa interpretação relaciona o resultado ao contexto investigado, sem afirmar que os negócios vendam em outros municípios ou durante toda a semana. Santos et al. (2023) também ressaltam a relevância dos contextos sociais, mas

suas conclusões sobre empreendedorismo feminino não podem ser transferidas integralmente a esta amostra.

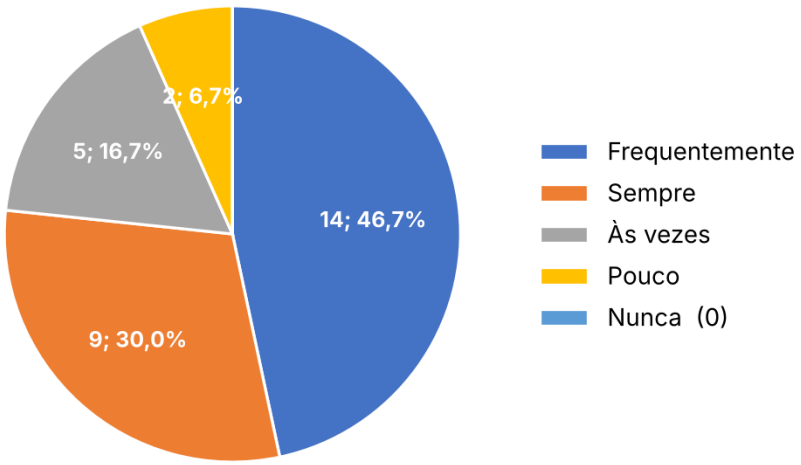
A contribuição deste resultado é mostrar como os participantes priorizam oportunidades ligadas à divulgação e ao relacionamento com o mercado. As respostas expressam expectativas, sem demonstrar os efeitos dessas oportunidades sobre o desempenho. A análise seguinte examina a frequência declarada de utilização das tecnologias digitais.

4.3 Utilização de tecnologias digitais

Após identificar as oportunidades percebidas na era digital, buscou-se verificar com que frequência os participantes utilizam tecnologias digitais para auxiliar na gestão ou divulgação de seus negócios. Para isso, foi apresentada a seguinte questão: "Com que frequência você utiliza tecnologias digitais nas atividades do seu negócio?". Essa análise complementa o segundo objetivo específico da pesquisa, relacionado às oportunidades associadas à inovação e às tecnologias digitais.

Entre os 30 participantes, 14 (46,7%) afirmaram utilizar tecnologias digitais frequentemente, enquanto 9 (30,0%) responderam sempre. Outros 5 participantes (16,7%) indicaram utilizar esses recursos às vezes e 2 (6,7%) responderam pouco. Não houve respostas na categoria nunca. A distribuição está apresentada no Gráfico 3.

Gráfico 3 – Frequência de utilização de tecnologias digitais



Fonte: Elaborado pelos autores (2026).

Os 76,7% de uso frequente ou permanente indicam presença recorrente de recursos digitais no grupo pesquisado. O resultado se aproxima da discussão do Sebrae (2023) sobre comunicação e presença dos pequenos negócios no mercado. Entretanto, frequência de uso não identifica ferramentas, competências ou integração com os controles administrativos, exigindo cautela na interpretação.

Entretanto, conforme discutido por Keller, Ollig e Rövekamp (2022), a utilização de ferramentas digitais não significa, necessariamente, que o empreendedor desenvolva plenamente suas capacidades digitais ou aproveite todos os recursos disponíveis. Dessa forma, a frequência de uso identificada nesta pesquisa demonstra a presença da tecnologia nas atividades dos participantes, mas não permite concluir, isoladamente, que exista domínio avançado dessas ferramentas ou melhoria no desempenho dos negócios.

A interpretação deve considerar o possível viés de seleção: a amostragem por conveniência e a disponibilidade dos empreendedores durante o atendimento podem influenciar a participação. O formulário eletrônico também pode favorecer a adesão de pessoas familiarizadas com recursos digitais, embora o registro assistido relatado na metodologia reduza a exigência de preenchimento autônomo. Assim, os 76,7% não representam uma estimativa para todos os empreendedores de Manaus.

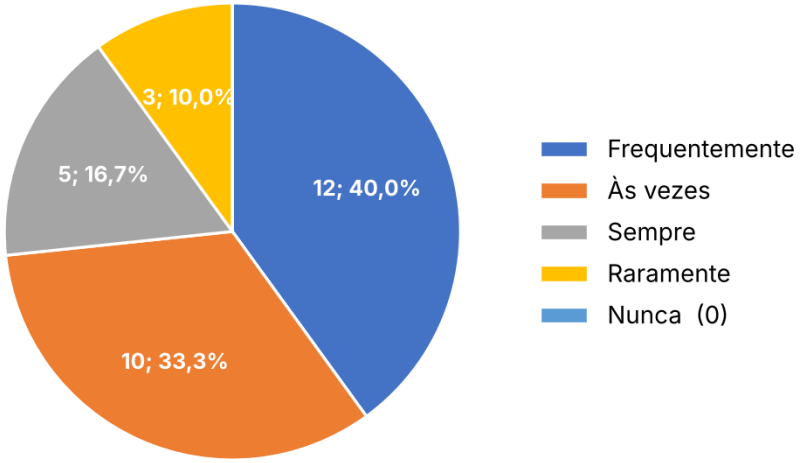
Em diálogo com Keller, Ollig e Rövekamp (2022), a contribuição do levantamento consiste em distinguir a utilização de recursos digitais do desenvolvimento de capacidades organizacionais. Os dados disponíveis descrevem uso declarado, sem permitir verificar domínio tecnológico ou associação individual entre uso de tecnologia, gestão e inovação.

4.4 Inovação e adaptação dos negócios

Após analisar a frequência de utilização das tecnologias digitais, buscou-se compreender com que frequência os empreendedores realizam mudanças ou inovações para adaptar seus negócios às necessidades do mercado. Essa análise permite observar como os participantes lidam com as transformações do ambiente empresarial, complementando o objetivo específico relacionado às oportunidades associadas à inovação e às tecnologias digitais.

Entre os 30 participantes, 12 (40,0%) afirmaram realizar mudanças ou inovações frequentemente, enquanto 10 (33,3%) responderam às vezes. Outros 5 participantes (16,7%) indicaram que sempre realizam essas ações, e 3 (10,0%) responderam raramente. Não houve respostas na categoria nunca. A distribuição está apresentada no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Frequência de inovação e adaptação dos negócios



Fonte: Elaborado pelos autores (2026).

A realização frequente ou permanente de mudanças e inovações, declarada por 56,7%, coexistiu com frequências menos regulares entre os demais participantes. Em comparação com o uso recorrente de tecnologias digitais, a distribuição sugere que presença tecnológica e adaptação dos negócios são dimensões distintas. Os dados agregados, porém, não permitem identificar se os mesmos participantes concentram essas práticas.

Essa realidade se aproxima da discussão de Mondelli (2025), que relaciona a atuação empreendedora à inovação e à capacidade de modificar práticas existentes. Nessa perspectiva, inovar não significa necessariamente criar algo totalmente novo, mas também aperfeiçoar produtos, serviços, processos e formas de atendimento para responder às necessidades do mercado. Da mesma maneira, Dornelas (2023) destaca a importância da capacidade de adaptação, do planejamento e da tomada de decisões no comportamento empreendedor.

No contexto da feira da Avenida Eduardo Ribeiro, a diferença entre as frequências declaradas de adaptação mostra que os participantes não incorporam mudanças de maneira uniforme. Isso se aproxima da abordagem de Pinto, Martens e Scazziota (2023), que relaciona digitalização a processos e habilidades, além das ferramentas. Como setor e tempo de funcionamento não foram coletados, não é possível explicar a variação pelas características dos negócios ou estabelecer comparação entre segmentos.

A análise acrescenta um recorte local à discussão sobre inovação: os participantes relatam diferentes frequências de mudança em negócios que também mantêm atendimento

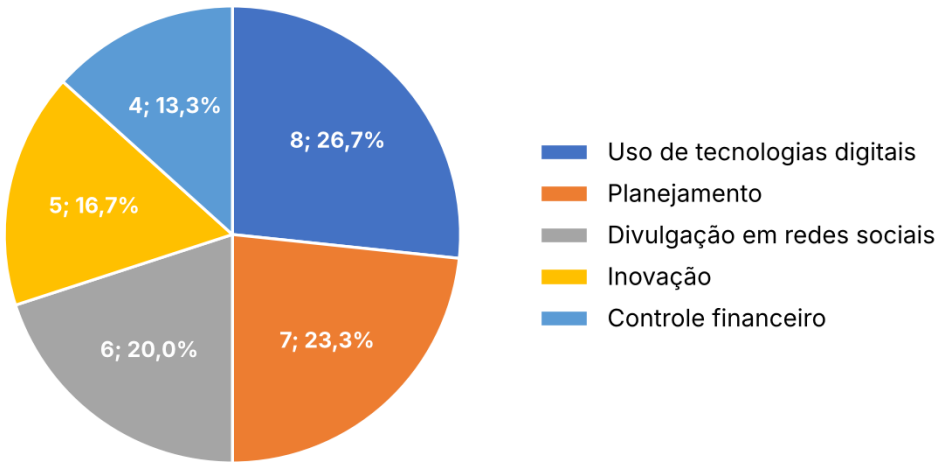
presencial. O resultado não informa o tipo ou o grau de novidade dessas alterações, nem demonstra que tenham produzido melhor desempenho. A seção seguinte examina as estratégias consideradas prioritárias pelo grupo.

4.5 Estratégias para continuidade e desenvolvimento dos negócios

Após analisar os desafios, as oportunidades digitais e a frequência de inovação e adaptação, buscou-se identificar quais estratégias os empreendedores consideram mais importantes para a continuidade e o desenvolvimento de seus negócios. Essa questão está diretamente relacionada ao terceiro objetivo específico da pesquisa, que procura analisar as estratégias consideradas relevantes pelos participantes para a adaptação e a continuidade de suas atividades.

Entre os 30 participantes, 8 (26,7%) apontaram a utilização de tecnologias digitais como a estratégia mais importante. Em seguida, 7 (23,3%) destacaram o planejamento, enquanto 6 (20,0%) escolheram a divulgação em redes sociais. A inovação foi indicada por 5 participantes (16,7%), e o controle financeiro por 4 (13,3%). A distribuição das respostas está apresentada no Gráfico 5.

Gráfico 5 – Principais estratégias para continuidade e desenvolvimento dos negócios



Fonte: Elaborado pelos autores (2026).

A tecnologia digital foi a estratégia mais indicada, mas não reuniu a maioria das respostas. A presença do planejamento, da divulgação, da inovação e do controle financeiro

mostra diversidade de prioridades. Esse resultado amplia a leitura dos desafios: a digitalização é valorizada em um grupo que também relata dificuldades administrativas, sem que os dados permitam estabelecer correspondências individuais entre essas respostas.

Yu, Wang e Moon (2022) investigam capacidades de transformação digital e desempenho operacional por meio de medidas e relações entre variáveis. Nesta pesquisa, a comparação é conceitual: a relevância atribuída à tecnologia não demonstra seus efeitos sobre o desempenho. A integração às necessidades de cada negócio, discutida pelo Sebrae (2023), ajuda a interpretar as prioridades, mas não comprova que as estratégias tenham sido implementadas.

Na feira da Avenida Eduardo Ribeiro, as prioridades declaradas articulam recursos digitais e práticas de gestão em um espaço presencial de venda. A contribuição local está nessa combinação, e não na identificação de uma estratégia universal. Sem informações sobre setor e tempo de funcionamento não é possível explicar por que os participantes priorizaram ações diferentes.

Em conjunto, os resultados mostram que o uso recorrente de tecnologia convive com dificuldades financeiras, concorrência e planejamento no grupo pesquisado. Em diálogo com a literatura, o estudo distingue presença digital, adaptação declarada e prioridades de gestão. Essa leitura contextualizada acrescenta evidências descritivas sobre os participantes da feira, sem demonstrar causalidade, crescimento ou continuidade efetiva dos empreendimentos.

As percepções identificadas contribuem para compreender a realidade dos empreendedores participantes e podem servir de referência para novas pesquisas sobre os desafios e as oportunidades do empreendedorismo em Manaus. Entretanto, considerando que a pesquisa foi realizada com 30 participantes selecionados por conveniência em uma feira específica, os resultados não devem ser generalizados para todos os empreendedores do município.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar os desafios e as oportunidades do empreendedorismo na era digital, a partir da percepção de empreendedores da feira da Avenida Eduardo Ribeiro, em Manaus. Os resultados destacaram a gestão financeira, a concorrência e a falta de planejamento como principais desafios. Entre as oportunidades, sobressaíram a divulgação em redes sociais e o alcance de novos clientes. Também se identificou a presença das tecnologias digitais, de práticas de inovação e da importância do planejamento para a

continuidade dos negócios. Assim, os resultados permitiram alcançar os objetivos propostos e compreender as estratégias reconhecidas pelos participantes para o desenvolvimento de seus empreendimentos.

A pesquisa contribui para aproximar o conhecimento acadêmico da realidade empreendedora local, apresentando informações que podem estimular reflexões sobre a importância da tecnologia, do planejamento, da inovação e da gestão financeira no cotidiano dos pequenos negócios. Além disso, os resultados podem servir como ponto de partida para novas investigações, especialmente de estudantes e futuros pesquisadores interessados no empreendedorismo em Manaus. Recomenda-se que estudos posteriores ampliem o número de participantes e contemplem outros espaços, setores e regiões da cidade, permitindo aprofundar o conhecimento sobre as diferentes experiências e necessidades dos empreendedores diante das transformações digitais.

Por fim, registramos nosso sincero agradecimento a todos os empreendedores que aceitaram participar desta pesquisa. Mesmo em um dia de intenso calor, com a feira movimentada e muitos clientes para atender, demonstraram atenção, receptividade e disposição para compartilhar suas experiências. Foi especialmente significativo perceber que alguns participantes também agradeceram por verem um tema tão presente em suas realidades sendo abordado no meio acadêmico. Essa receptividade reforçou a importância de desenvolver pesquisas que valorizem as experiências de quem empreende e contribua para dar visibilidade aos desafios e às oportunidades vivenciados no cotidiano. Esperamos que este trabalho possa auxiliar futuros colegas e pesquisadores em seus estudos, incentivando novas pesquisas e fortalecendo a aproximação entre a universidade e a realidade dos empreendedores locais.

REFERÊNCIAS

BARRETO, Lenade; MESSEDER, Suely; GIL, Jaqueline. **Empreendedorismo:** uma revisão da literatura e a emergência de abordagens teóricas consoantes com o estudo de realidades específicas. **Revista** de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas, v. 7, n. 2, 2022. Disponível em: https://www.revistas.editoraenterprising.net/index.php/regmpe/article/view/499. Acesso em: 7 set. 2026.

CASTRO, Beatriz Leite Gustmann de et al. **Empreendedorismo e coronavírus:** impactos, estratégias e oportunidades frente à crise global. Estudios Gerenciales, v. 37, n. 158, p. 49-60, 2021. Disponível em:

https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/pt_BR/article/view/4304. Acesso em: 7 set. 2026.

CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO (CNPq). **Portaria CNPq nº 2.664,** de 6 de março de 2026. Institui a Política de Integridade na Atividade Científica do CNPq. Brasília, DF: CNPq, 2026. Disponível em: https://www.gov.br/cnpq/pt-br/composicao/comissao-de-integridade/documentos. Acesso em: 2 nov. 2026.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2023.

FONTANA, Darah de Mathias; OLIVEIRA, Deyvison de Lima; RAMOS, Elder Gomes; MASSARO, Ariadne dos Santos. **Contribuições do uso de Redes Sociais Virtuais para o Empreendedorismo Feminino**. Revista Ciências Administrativas, v. 27, n. 1, 2021. DOI: 10.5020/2318-0722.2021.27.1.11161. Disponível em: https://ojs.unifor.br/rca/article/view/e11161. Acesso em: 13 nov. 2026.

FRANCIS, Neil. **O guia do empreendedor:** porquês fundamentais que determinam o sucesso. São Paulo: Senac, 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

GONÇALVES, Fábio Luiz Papaiz et al. **Empreendedorismo social em organizações sociais.** Revista de Empreendedorismo, Negócios e Inovação, v. 5, n. 2, p. 72-87, 2020. DOI: 10.36942/reni.v5i2.329. Disponível em: https://periodicos.ufabc.edu.br/index.php/reni/article/view/329. Acesso em: 26 ago. 2026.

KELLER, Robert; OLLIG, Philipp; RÖVEKAMP, Patrick. **Pathways to Developing Digital Capabilities within Entrepreneurial Initiatives in Pre-Digital Organizations**. *Business & Information Systems Engineering*, v. 64, p. 33-46, 2022. Disponível em: https://link.springer.com/article/10.1007/s12599-021-00739-3. Acesso em: 7 set. 2026.

KHURANA, Indu; DUTTA, Dev K.; GHURA, Amarpreet Singh. **SMEs and digital transformation during a crisis: the emergence of resilience as a second-order dynamic capability in an entrepreneurial ecosystem**. *Journal of Business Research*, v. 150, p. 623-641, 2022. Disponível em: https://ideas.repec.org/a/eee/jbrese/v150y2022icp623-641.html. Acesso em: 7 set. 2026.

MONDELLI, Natália. **O mundo é seu:** negócio fechado! São Paulo: DVS Editora, 2025.

PINTO, Alexandre Rodrigues; MARTENS, Cristina Dai Prá; SCAZZIOTA, Vanessa Vasconcelos. **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. DOI: 10.1590/1413-2311.393.135273. Disponível em: https://www.scielo.br/j/read/a/LwyztymtznxMqPbjQKhsPBf/. Acesso em: 26 ago. 2026.

SAAD, Fabi. **Mulheres positivas**. São Paulo: Qualitymark, 2022.

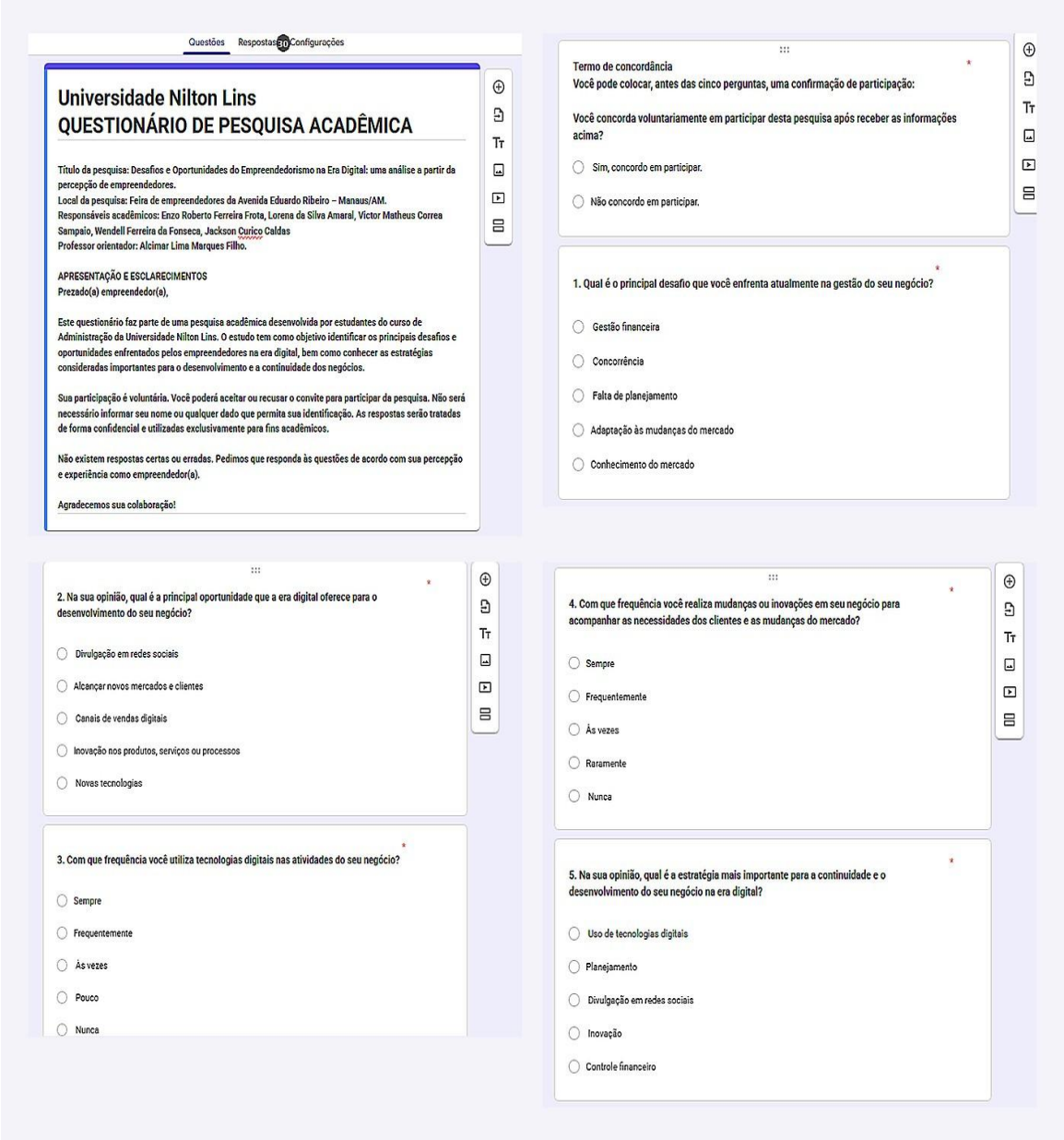
SANTOS, Juliana Moreira dos; FIGUEREDO, Rubem Alves; CORRÊA, Rúbia Oliveira; CARVALHO, Gustavo Dambiski Gomes de. **Empreendedorismo digital por mulheres:** uma revisão integrativa da literatura. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, v. 20, n. 2, p. 150-175, 2023. DOI: 10.25112/rgd.v20i2.3442. Disponível em: https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/3442. Acesso em: 13 nov. 2026.

SEBRAE. **Transformação digital nos pequenos negócios**. Brasília, DF: Sebrae, 2023.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, p. 311-327, 2014. DOI: https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rac/a/wVbBLJDGsbWC8bsBGV8tJpJ/. Acesso em: 11 nov. 2026.

YU, Jiatong; WANG, Jiajue; MOON, Taesoo. **Influence of Digital Transformation Capability on Operational Performance**. *Sustainability*, v. 14, n. 13, 2022. Disponível em: https://www.mdpi.com/2071-1050/14/13/7909. Acesso em: 7 set. 2026.

APÊNDICE


Questões
Respostas 10
Configurações
Universidade Nilton Lins
QUESTIONÁRIO DE PESQUISA ACADÊMICA
Título da pesquisa: Desafios e Oportunidades do Empreendedorismo na Era Digital: uma análise a partir da percepção de empreendedores.
Local da pesquisa: Feira de empreendedores da Avenida Eduardo Ribeiro – Manaus/AM.
Responsáveis acadêmicos: Enzo Roberto Ferreira Frota, Lorena da Silva Amaral, Victor Matheus Correa Sampaio, Wendell Ferreira da Fonseca, Jackson Curico Caldas
Professor orientador: Alcimar Lima Marques Filho.
APRESENTAÇÃO E ESCLARECIMENTOS
Prezado(a) empreendedor(a),
Este questionário faz parte de uma pesquisa acadêmica desenvolvida por estudantes do curso de Administração da Universidade Nilton Lins. O estudo tem como objetivo identificar os principais desafios e oportunidades enfrentados pelos empreendedores na era digital, bem como conhecer as estratégias consideradas importantes para o desenvolvimento e a continuidade dos negócios.
Sua participação é voluntária. Você poderá aceitar ou recusar o convite para participar da pesquisa. Não será necessário informar seu nome ou qualquer dado que permita sua identificação. As respostas serão tratadas de forma confidencial e utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos.
Não existem respostas certas ou erradas. Pedimos que responda às questões de acordo com sua percepção e experiência como empreendedor(a).
Agradecemos sua colaboração!
Termo de concordância
Você pode colocar, antes das cinco perguntas, uma confirmação de participação:
Você concorda voluntariamente em participar desta pesquisa após receber as informações acima?
Sim, concordo em participar.
Não concordo em participar.
1. Qual é o principal desafio que você enfrenta atualmente na gestão do seu negócio?
Gestão financeira
Concorrência
Falta de planejamento
Adaptação às mudanças do mercado
Conhecimento do mercado
2. Na sua opinião, qual é a principal oportunidade que a era digital oferece para o desenvolvimento do seu negócio?
Divulgação em redes sociais
Alcançar novos mercados e clientes
Canais de vendas digitais
Inovação nos produtos, serviços ou processos
Novas tecnologias
3. Com que frequência você utiliza tecnologias digitais nas atividades do seu negócio?
Sempre
Frequentemente
Às vezes
Pouco
Nunca
4. Com que frequência você realiza mudanças ou inovações em seu negócio para acompanhar as necessidades dos clientes e as mudanças do mercado?
Sempre
Frequentemente
Às vezes
Raramente
Nunca
5. Na sua opinião, qual é a estratégia mais importante para a continuidade e o desenvolvimento do seu negócio na era digital?
Uso de tecnologias digitais
Planejamento
Divulgação em redes sociais
Inovação
Controle financeiro