

## **Pequenas empresas e a competitividade no mercado digital.**

Small business and competitiveness in the digital market.

Leonardo Domingues da Fonte  
Leticia Campos Foroni  
Luiz André Meirelles  
Manoel Rosendo Fernandes Neto  
Pedro Kelner Silveira Lima  
Rômulo Moraes da Fonte

### **Resumo**

A transformação digital tem reconfigurado as dinâmicas competitivas no ambiente empresarial, exigindo das organizações a incorporação de tecnologias e estratégias orientadas à inovação. Nesse contexto, os pequenos negócios enfrentam desafios relacionados à limitação de recursos e à necessidade de adaptação às novas exigências do mercado. Diante disso, o presente estudo tem como objetivo analisar como essas organizações podem se tornar mais competitivas no contexto digital. Caracteriza-se como exploratória e explicativa, sendo desenvolvida por meio de pesquisa bibliográfica fundamentada em autores contemporâneos da área de marketing e inovação tecnológica. A análise evidencia que a adoção de práticas atuais, especialmente relacionadas ao marketing online, à presença em plataformas digitais e ao uso de comércio eletrônico, contribui para a ampliação da visibilidade e para a melhoria do desempenho organizacional. Observa-se, ainda, que a capacidade de adaptação às mudanças tecnológicas e o uso estratégico da informação constituem fatores determinantes para o sucesso empresarial. Conclui-se que a integração entre tecnologia, estratégia e gestão favorece o fortalecimento dessas organizações no cenário atual.

**Palavras-chave:** Tecnologia. Inovação. Comércio eletrônico.

### **Summary**

Digital transformation has reshaped competitive dynamics in the business environment, requiring organizations to adopt technologies and innovation-oriented strategies. In this context, small businesses face challenges related to limited resources and the need to adapt to new market demands. Therefore, this study aims to analyze how these organizations can become more competitive in the digital context. The research is characterized as exploratory and explanatory, developed through a bibliographic approach based on contemporary Brazilian authors in the fields of marketing and technological innovation. The analysis shows that the adoption of digital practices, especially those related to online marketing, presence on digital platforms, and data usage, contributes to increased visibility and improved organizational performance. Furthermore, the ability to adapt to technological changes and the strategic use of information are key factors for business success. It is concluded that the integration of technology, strategy, and management enhances the strengthening of small businesses in the current scenario.

**Keywords:** Technology; Innovation; E-commerce.

**Introdução:** As transformações tecnológicas têm promovido mudanças significativas no ambiente organizacional, impactando a forma como as empresas operam e se posicionam no mercado. A digitalização dos processos e a ampliação dos canais de interação com consumidores intensificaram a competitividade, exigindo das organizações maior capacidade de adaptação e inovação (GABRIEL, 2020).

Nesse contexto, os pequenos negócios enfrentam desafios estruturais e estratégicos, especialmente no que se refere à adoção de tecnologias digitais e à construção de presença em ambientes online. A ausência de estratégias estruturadas pode comprometer seu desempenho e limitar sua atuação em mercados cada vez mais dinâmicos.

Diante desse cenário, estabelece-se o seguinte problema de pesquisa: como pequenos negócios podem se tornar mais competitivos no contexto digital? Assim, o objetivo deste estudo consiste em analisar de que forma a adoção de estratégias digitais pode contribuir para o aumento da competitividade dos pequenos negócios. Especificamente, busca-se compreender os desafios enfrentados por essas

organizações, identificar práticas relacionadas ao ambiente digital e analisar sua relação com o desempenho organizacional.

**Metodologia:** A pesquisa exploratória tem como finalidade ampliar a compreensão acerca do fenômeno estudado, permitindo a identificação de conceitos e características relacionadas à inserção dos pequenos negócios no ambiente digital. Por sua vez, a pesquisa explicativa busca analisar os fatores que influenciam o desempenho organizacional, especialmente no que se refere à adoção de estratégias digitais (GIL, 2022).

Quanto aos procedimentos, o estudo foi desenvolvido por meio de pesquisa bibliográfica, fundamentada em obras contemporâneas da área de Administração e marketing digital.

**Resultados e discussão:** A análise teórica permitiu estabelecer relações entre os conceitos abordados na literatura e o contexto dos pequenos negócios no ambiente digital. A análise da literatura evidencia que a digitalização constitui um elemento central na redefinição das estratégias organizacionais. A incorporação de tecnologias permite às empresas ampliar sua atuação, otimizar processos e estabelecer novas formas de interação com o mercado.

Nesse sentido, a atuação em canais digitais e o uso de estratégias de marketing online tornam-se fundamentais para a construção de valor e posicionamento competitivo, permitindo maior alcance e interação com o público (GABRIEL, 2020).

Além disso, o uso de dados destaca-se como um fator estratégico para a tomada de decisão nas organizações. A análise de informações sobre o comportamento do consumidor possibilita maior precisão na definição de estratégias e contribui para melhores resultados organizacionais (MICELE, 2021).

Dessa forma, observa-se que o desempenho no ambiente digital está diretamente relacionado à capacidade das empresas de integrar tecnologia, informação e estratégias organizacionais, utilizando o meio digital como ferramenta de crescimento e diferenciação.

Os resultados indicam que o desempenho dos pequenos negócios no ambiente digital está diretamente associado à sua capacidade de adaptação às transformações tecnológicas e à incorporação de práticas inovadoras.

A utilização de ferramentas digitais, aliada ao uso de dados e ao planejamento estratégico, contribui para o fortalecimento organizacional e para a ampliação da presença de mercado. Nesse contexto, o uso estratégico da informação torna-se um diferencial relevante para a tomada de decisão e para a construção de vantagens sustentáveis (MICELI, 2021).

**Conclusão:** Assim, conclui-se que a integração entre tecnologia, gestão e estratégia representa um fator essencial para o crescimento e a sustentabilidade dos pequenos negócios no cenário contemporâneo.

#### **Referências:**

GABRIEL, MARTHA. **Você, eu e os robôs: pequeno manual do mundo digital**. 2020.

GIL, ANTÔNIO CARLOS. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 2022.

MICELI, ANDRÉ. **Marketing Digital: O Guia Completo**. 2021.