

DIFICULDADES E FATORES QUE INFLUENCIAM O MICROEMPREENDEDOR À UTILIZAÇÃO DA FERRAMENTA E-COMMERCE

IDENTIFICAÇÃO

Autores: João Vitor Morallis Araujo, Julia Fonseca Lagoa dos Santos, Patrícia Victória Caruso Silva
Orientadores:

OBJETIVO

Analisar as dificuldades enfrentadas e os fatores que influenciam a adoção do e-commerce por microempreendedores no Brasil, considerando aspectos como logística, marketing digital, infraestrutura tecnológica e gestão.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

- ✓ “O comércio eletrônico, ou *e-commerce*, tem se destacado como uma revolução no cenário global de negócios nas últimas décadas. Impulsionado pela expansão da internet e pela evolução das tecnologias digitais, o comércio eletrônico se transformou de maneira como as empresas interagem com os consumidores e como os produtos e serviços são comercializados [...]” (Amorim; et al., 2023, s/n).
- ✓ “Entre 2014 e 2019, o Brasil testemunhou um aumento anual de 21,3% no número de lojas online, com um notável aumento de 40% em 2020. No primeiro semestre de 2021, essa tendência persistiu, registrando um crescimento de 22,1%, alcançando um recorde de 1.594.927 de sites [...]” (Amorim; et al., 2023, s/n).
- ✓ Com o isolamento social os microempreendedores foram forçados a utilizar o *e-commerce* como seu principal meio de vendas, desta forma, o comércio digital teve um crescimento significativo no mercado com um dos meios mais utilizados. Grandes *marketplace* se expandiram devido a essas circunstâncias (Schiavini, 2021, s/n).

METODOLOGIA

- ✓ Pesquisa bibliográfica: utilização de livros, artigos científicos e relatórios de mercado sobre e-commerce.
- ✓ Estudo de caso: entrevista com microempreendedor digital para entender práticas e desafios enfrentados.
- ✓ Análise comparativa: comparação de plataformas digitais com base em custo, facilidade de uso e recursos.
- ✓ Contextualização histórica: análise da evolução do comércio eletrônico com ênfase no período da pandemia.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

- ✓ O estudo de caso destaca como o uso das redes sociais, especialmente TikTok e Instagram, foi crucial para o aumento das vendas. A criação de conteúdos criativos e persuasivos foi um desafio, mas a abordagem estratégica, que incluiu storytelling, humor e influenciadores, ajudou a atrair e converter o público. O produto digital facilitou a logística, eliminando custos com armazenamento e entrega física.
- ✓ Ferramentas como o pixel para rastreamento de comportamento e o uso de upsell aumentaram a eficiência das campanhas, enquanto apps de rastreamento permitiram otimizar os resultados em tempo real. A segmentação precisa do público-alvo, baseada em dados comportamentais e demográficos, garantiu que os anúncios chegassem às pessoas certas, resultando em maior conversão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

- ✓ O e-commerce se mostra essencial para o crescimento do microempreendedorismo, porém, enfrenta barreiras como limitações financeiras, dificuldade de gestão e forte concorrência.
- ✓ O sucesso depende do investimento em conhecimento, planejamento estratégico e uso eficiente das ferramentas digitais.
- ✓ A pandemia acelerou essa transição, revelando a necessidade de adaptação rápida e eficaz ao meio digital.

PRINCIPAIS REFERÊNCIAS

AMORIM, K. S.; et al. E-COMMERCE: um estudo bibliográfico sobre a importância das vendas online para os microempreendedores. *Revista Ft*, Rio de Janeiro, v. 128, n. 27, 145 nov. 2023. Disponível em: <https://revistaft.com.br/e-commerce-um-estudo-bibliografico-sobre-a-importancia-das-vendas-online-para-os-microempreendedores/>. Acesso em: 13 jun. 2025.

SCHIAVINI, D. O crescimento do e-commerce na pandemia. *Revista Comércio Digital*, 2021. Acesso em: 09 fev. 2025.