

DESAFIOS E POSSIBILIDADES DO EMPREENDEDORISMO NO *E-COMMERCE*

IDENTIFICAÇÃO

Autores: Ana Clara Silva, Angelica Santilli e Beatriz Cardoso

Orientadores: Prof. Dr. Elvio Carlos da Costa

Profª. Gabriela Messias da Silva

OBJETIVO

O objetivo geral desse trabalho é compreender como os empreendedores digitais são desafiados pelas turbulências que caminham juntas com a evolução tecnológica.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

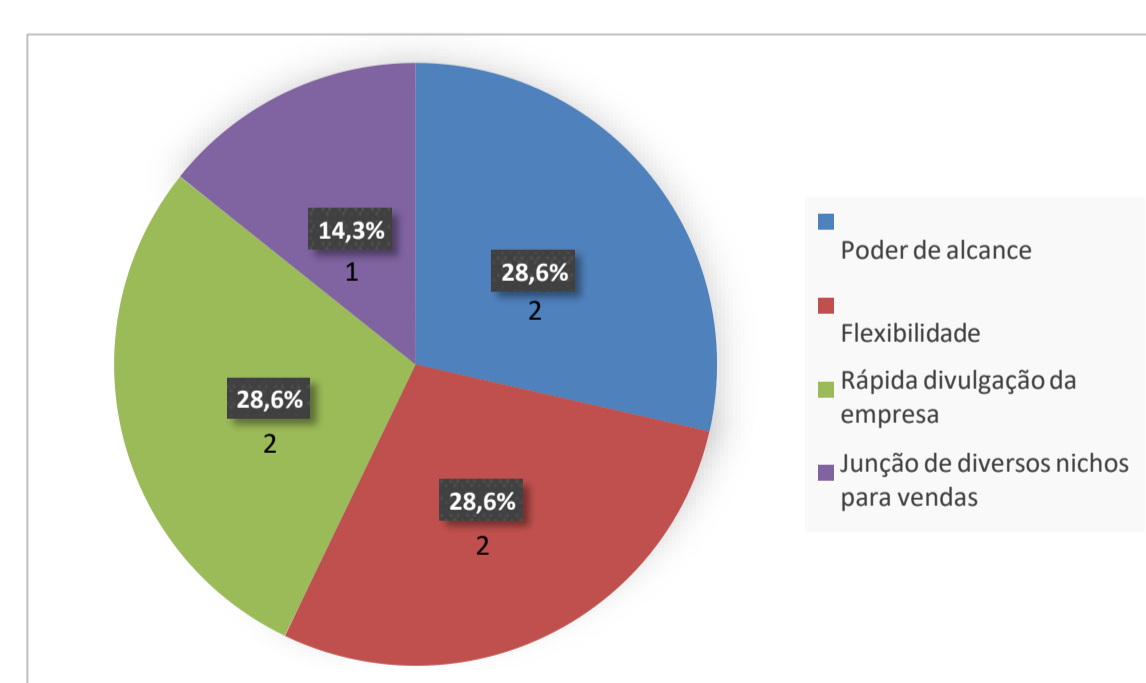
- **Aspectos conceituais e históricos do empreendedorismo e *e-commerce*:** como interpretado por Barbeiro, Alvez e Domene (2015, p.11) “o modo de apresentação da empresa na atmosfera virtual tornou-se veementemente importante, assim como o interesse do cliente pelas facilidades da venda online cresceu exponencialmente através dos anos”.
- **Definição de *e-commerce*:** segundo Müller (2013, p.15) “o *e-commerce* nada mais é que uma transação online onde se pode comprar ou vender uma rede onde pessoas se comunicam e buscam o melhor produto ou serviço”.
- **Desafios dos empreendedores da implantação do *e-commerce*:** aplicando-se ao pensamento de Barbeiro, Alvez e Domene (2015, p.11) “com o passar dos anos e a maior inserção das empresas na rede, o aumento da concorrência tornou-se crucial para o investimento em métodos de confiança, fidelização e satisfação do cliente, principalmente no que intitula-se: logística pós-venda”.
- **Benefícios do *e-commerce*:** de acordo com Frapiccini (2018, p.57) os principais benefícios do *e-commerce* são: “poder de alcance, aumentar as vendas, despesas reduzidas, flexibilidade de horários e novas oportunidades de negócios”.

METODOLOGIA

- Pesquisa qualitativa através de um levantamento bibliográfico.
- Pesquisa de campo, foi utilizada como instrumento de coleta de dados, através da aplicação de um questionário.
- Os participantes são compostos por 7 empreendedores digitais que vivenciam a realidade do comércio eletrônico.
- Análise de conteúdo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

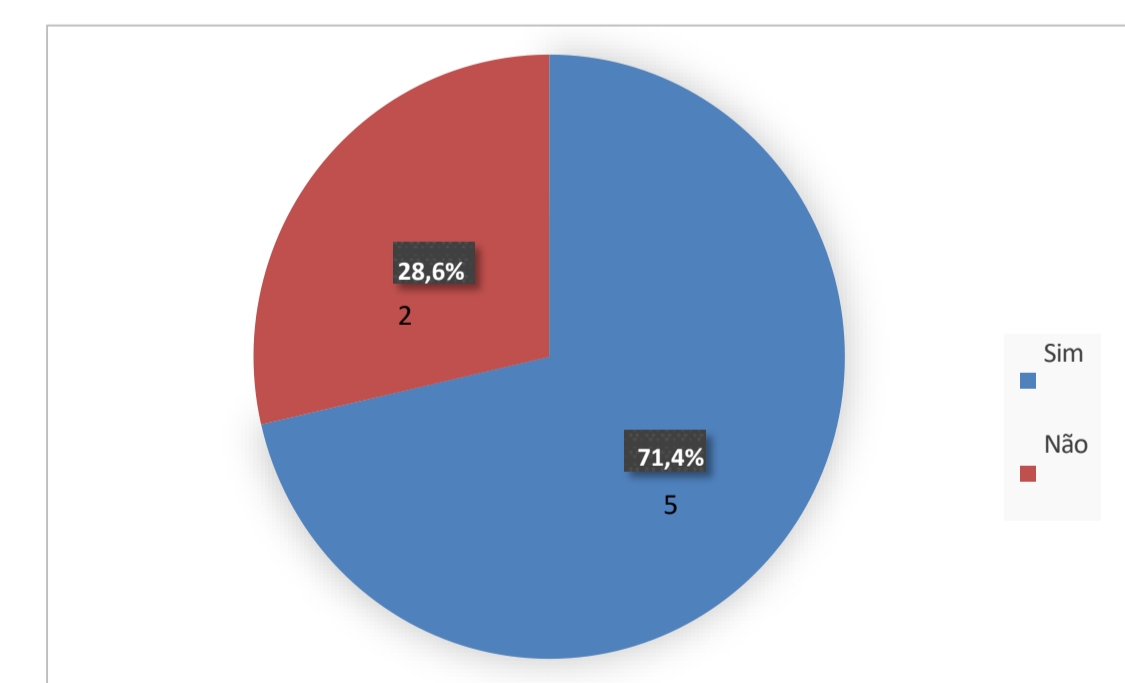
Gráfico 01: benefícios do *e-commerce*



Fonte: Baseado no questionário aplicado pelas autoras, 2024

Como observado no Gráfico 01, todos os participantes percebem pelo menos um dos benefícios vivenciados após a abertura do comércio eletrônico, o que obteve mais destaque com empate entre os empreendedores foi a flexibilidade, poder de alcance e rápida divulgação da empresa. Fatores que se justificam pelos serviços online através de sites ou mídias sociais que são muito explorados pelo público-alvo.

Gráfico 02: Dificuldades no começo do empreendimento



Fonte: Baseado no questionário aplicado pelas autoras, 2024

O Gráfico 02 apresenta as dificuldades que os empreendedores enfrentaram no início do seu empreendimento, dois dos empresários relataram não ter sofrido com nenhuma adversidade, enquanto os outros cinco registraram dificuldades em relação a concorrência e dificuldade de fidelização dos clientes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos através dos questionários aplicados aos participantes indicou que a maioria dos empresários consideram que o *e-commerce* proporciona mais benefícios que o comércio presencial, de acordo com a demanda mais alta de vantagens oferecidas no comércio eletrônico, como custos menores, flexibilidade e expansão de mercado (poder de alcance) que as mídias têm o poder e facilidade de executar.

PRINCIPAIS REFERÊNCIAS

BARBEIRO, A.K.; ALVES, E.S.; DOMENE, I.M. OS NOVOS DESAFIOS DA LOGÍSTICA PÓS-VENDA APLICADA AO *E-COMMERCE*. Orientadora: Profª Vania Cristina Pastrí Gutierrez. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia). Curso de Administração, Centro Universitário Eurípedes de Marília – UNIVE, 11p., 2015. Disponível em <https://aberto.univem.edu.br/bitstream/handle>. Acesso em 11 de jun de 2024.

FRAPICCINI, F. O USO DO *E-COMMERCE* PELO MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL: BENEFÍCIOS E DIFICULDADES. Orientador: Profª Aurélio Adriana de Melo. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia). Curso de Administração, Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos, 72p., 2018. Disponível em <https://repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle>. Acesso em 23 maio 2024.

MÜLLER, V.N. *E-COMMERCE: VENDAS PELA INTERNET*. Orientador: Prof. Ms. Adm. João Carlos da Silva. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia). Curso de Administração de Empresas, Instituto de Ensino Superior de Assis – IMESA, 41p., 2013 Disponível em <https://cepein.femane.com.br/BDigital/arqTccs/1011260193.pdf>. Acesso em 11 abr. 2024.