

MORETTI, Adrianny Erika Maruoka; SANTOS, Alice dos; COSTA, Marcela Avelina Bataghin. Dificuldades na gestão de *e-commerce* por MPES brasileiras: revisão bibliográfica sistematizada. In: WORKSHOP DE INOVAÇÃO, PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO, 2., 2016, São Carlos, SP. *Anais...* São Carlos, SP: IFSP, 2016. p. 22-26. ISSN 2525-9377.

DIFICULDADES NA GESTÃO DE *E-COMMERCE* POR MPES BRASILEIRAS: REVISÃO BIBLIOGRÁFICA SISTEMATIZADA

ADRIANNY ERIKA MARUOKA MORETTI¹, ALICE DOS SANTOS¹, MARCELA AVELINA BATAGHIN COSTA¹

¹Instituto Federal de São Paulo – Campus São Carlos. São Carlos, Brasil.

RESUMO: Para conquistar benefícios potenciais associados ao comércio eletrônico (CE) ou *e-commerce*, as micro e pequenas empresas (MPEs) têm enfrentado sérias dificuldades no gerenciamento dos negócios. Assim, com o propósito de identificar as principais dificuldades encontradas pelos gestores ao gerenciar as atividades de *e-commerce*, foi utilizado procedimento técnico da pesquisa bibliográfica, realizada por meio da Revisão Bibliográfica Sistematizada (RBS), uma metodologia específica que busca o máximo de material relevante sobre um determinado tema. A seguir, foi realizado um estudo de caso, para levantar possíveis gargalos de gerenciamento de uma microempresa varejista de produtos eletrônicos da cidade de São Carlos, SP. Observou-se que a microempresa do estudo de caso apresentou algumas especificidades comuns às microempresas no *e-commerce* relatadas na literatura, como destaque toda a gestão ser realizada apenas pelo proprietário há 13 anos, dependendo exclusivamente de suas habilidades, competências e percepção. Além disso, há fatores desestimulantes para projetar a sua expansão, como processos burocráticos e tributários.

PALAVRAS-CHAVE: *E-commerce*. Revisão Bibliográfica Sistematizada. Microempresa. Vantagem competitiva.

ABSTRACT: To achieve the potential benefits associated with electronic commerce or *e-commerce*, micro and small companies have faced many difficulties especially business management. Thus, with the main purpose to identify the main difficulties encountered by managers to manage the *e-commerce* activities, technical procedures of bibliographic researches were used, by means of Systematic Review (SR), a specific methodology that searches the maximum of relevant material on a particular topic. Followed by a case study, raising possible bottlenecks management of a micro company of electronic products trade in the city of São Carlos, SP. It was observed that micro company of this case study presents some common specificities of micro company in *e-commerce* reported in the literature, as featured all management is performed only by the owner for 13 years, relying solely on his skills, competencies and awareness. Besides this, there are discouraging factors to design expansion as bureaucratic and tax processes.

KEYWORDS: *E-commerce*. Systematic Review. Micro company. Competitive advantage.

INTRODUÇÃO

Segundo o relatório 33o *Webshoppers* publicado semestralmente pela E-bit (2016), empresa referência em fornecer informações sobre o *e-commerce* nacional, houve um

aumento acelerado do faturamento do setor nos últimos quinze anos (2001 a 2015), apresentando crescimento médio anual de 37%. No entanto, para conquistar benefícios potenciais associados a este tipo de comércio, micro e pequenas empresas têm enfrentado muitas dificuldades principalmente de negócios (SEBRAE, 2014).

Considerando o exposto acima, surgiu o seguinte questionamento: Existem planejamento e conhecimento do microempresário sobre como gerenciar uma loja virtual?

Diante disso, este trabalho tem como objetivo identificar as principais dificuldades encontradas por gestores no *e-commerce*, e assim, levantar possíveis gargalos no gerenciamento de uma microempresa de comércio varejista de eletrônicos localizada na cidade de São Carlos, SP.

Este estudo busca contribuir para o desenvolvimento social e econômico de micro e pequenas empresas, que são a grande maioria no país, por meio da investigação sobre processos e dinâmicas de um modelo de negócio associado ao uso de tecnologia acessível que representa lucratividade com baixo investimento.

MATERIAL E MÉTODOS

Para alcançar os objetivos deste estudo, foi adotada a pesquisa qualitativa. Além disso, esta investigação caracteriza-se como pesquisa exploratória e descritiva, pois possibilita maior familiaridade do problema e envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados (BRASILEIRO, 2013).

Para a pesquisa bibliográfica, foi utilizada a Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS), uma metodologia específica que confere um rigor para selecionar e avaliar contribuições e utilizar fonte de dados existentes sobre um determinado tema (COSTA, 2015).

Compreende basicamente a coleta e o acúmulo de material bibliográfico e a análise sistemática do material adquirido. Primeiramente, é realizada uma busca sobre todos os materiais disponíveis, e ao alcance, sobre esses assuntos. Em seguida, são definidas as regras do protocolo de avaliação, sob o qual os materiais serão submetidos. Geralmente, lê-se o resumo e a conclusão de cada material e, com as informações obtidas, as regras do protocolo são verificadas. Caso esse conteúdo inicial atenda as regras, o material é separado para estudo posterior (BIOLCHINI et al., 2005; COSTA, 2015).

Esta RBS foi conduzida entre os meses de setembro de 2015 e abril de 2016.

Foram consultados o *site* de busca *Google Acadêmico*, a base de dados do *site Scielo (Scientific Electronic Library Online)* e do portal Periódicos Capes/MEC para o levantamento das produções acadêmicas publicadas.

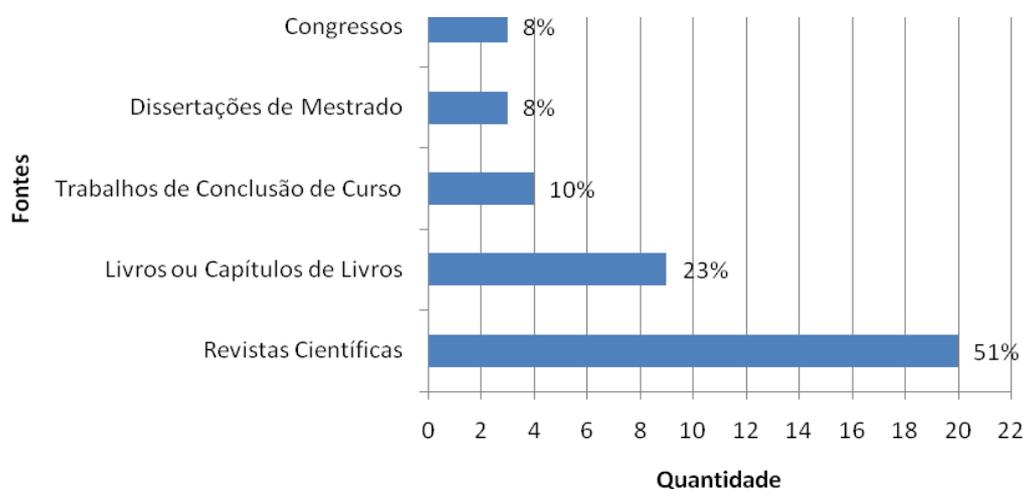
Quanto ao estudo de caso, teve com foco uma microempresa de comércio varejista de produtos eletrônicos localizada na cidade de São Carlos, SP, buscando levantar como o empresário tem gerenciado seu comércio virtual e as dificuldades reais encontradas no dia a dia.

A entrevista ocorreu por meio de trocas de *e-mail* e com envio do questionário semi-estruturado, sendo dividido em seis seções: Identificação da empresa, Planejamento da loja virtual, Estrutura do comércio eletrônico, Gestão e controle financeiro, Relacionamento com fornecedores e clientes, e Gerenciamento da cadeia de suprimentos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A RBS resultou na seleção de 39 trabalhos que atenderam aos objetivos da pesquisa. Destes, 20 são artigos publicados em periódicos, revistas científicas (ou *journals*), 9 estão entre livros ou capítulos de livros, 3 são artigos publicados em congressos nacionais e internacionais, 3 dissertações de mestrado e 4 trabalhos de conclusão de curso, como mostra a Figura 1.

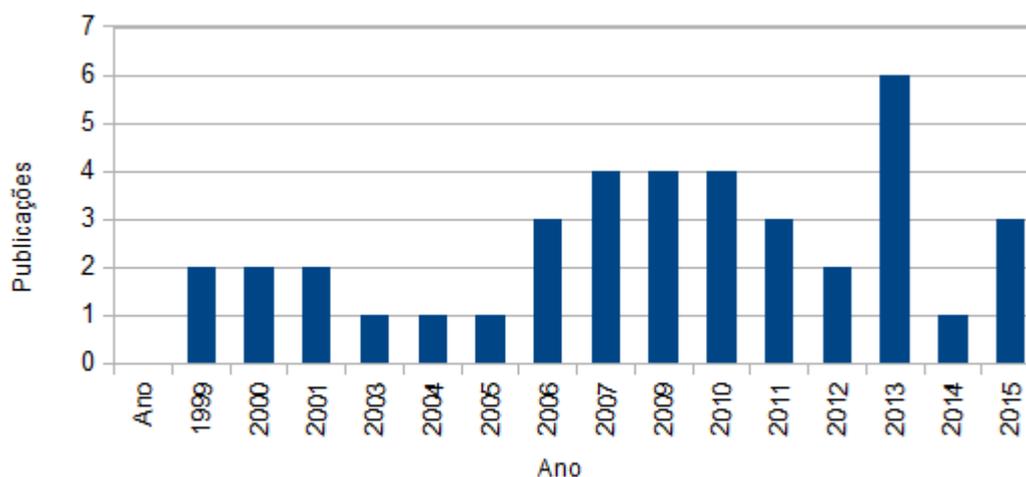
Figura 1 – Quantidade e Fontes de Publicações



Fonte: Elaborado pelos autores.

A evolução das publicações acompanhou a expansão do *e-commerce* que tem sido impulsionado pela evolução da *Internet* no país nos últimos 15 anos, como pode ser observado na Figura 2.

Figura 2 - Número de publicação por ano.



Fonte: Elaborada pelos autores.

No início dos anos 2000, havia a questão da viabilidade para adoção do *e-commerce*, pois o custo do acesso à *Internet* era muito alto tanto para as micro e pequenas empresas quanto para consumidores finais (TIGRE; DEDRICK, 2003).

Nos anos seguintes, diversos fatores impulsionaram a disseminação do *e-commerce* como: a difusão do acesso à *Internet*, o aumento da renda das classes C e D, os incentivos com a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas (BRASIL, 2006), e a experiência acumulada na gestão de tecnologia de informação por empresários. Consequentemente houve um aumento nas publicações.

Com relação à microempresa do estudo de caso, destaca-se que na prática há algumas especificidades comuns a microempresas no *e-commerce* relatadas na literatura, como

estrutura organizacional centralizada em um único gestor, neste caso somente o proprietário sendo o responsável pela gestão do negócio (LOBOSCO et al., 2013).

Embora tenha alcançado uma renda bruta igual a R\$ 240.000,00, com atuação há 13 anos, o empresário prefere não projetar uma oportunidade de ampliação da empresa devido a dificuldade em analisar criteriosamente as tributações. Isto pode ser comum a micro e pequenas empresas que possuem negócios em crescimento, mas não tem condições de acompanhar alíquotas associado a mudança de porte de empresa.

CONCLUSÕES

Com base nas publicações dos últimos 15 anos, pode-se observar que as micro e pequenas empresas acumularam e ainda adquirem experiências com o crescimento do *e-commerce* no país. No entanto, para que este tipo de comércio possa proporcionar maior competitividade, com baixo custo, torna-se necessário o incentivo governamental para que os processos burocráticos e tributários não sejam o maior desafio para seu crescimento, como ocorreu com a microempresa do estudo de caso. Considerando a participação significativa das micro e pequenas empresas na economia brasileira, é essencial garantir meios para sua sobrevivência no mercado virtual.

REFERÊNCIAS

BIOLCHINI, J.; MIAN, P. G.; NATALI, A. C. C.; TRAVASSOS, G. H. **Systematic review in software engineering**. Rio de Janeiro: COPPE/UFRJ/PESC, 2005.

BRASIL. Lei complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília DF, 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm>. Acesso em: 20 jan. 2016.

BRASILEIRO, A. M. M. **Manual de produção de textos acadêmicos e científicos**. São Paulo: Atlas, 2013.

COSTA, M. A. B. **Análise de práticas do pré-desenvolvimento de novos produtos**: estudo de múltiplos casos. 2015, 240f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção), UFSCar, São Carlos, 2015.

EBIT. A certificação dos consumidores. **33º Webshoppers**. 2016. Disponível em: <<http://www.ebit.com.br/webshoppers>>. Acesso em: 08 abr. 2016.

LOBOSCO, A., ALAJIJA, A. F. da C., ZILBER, S. N. e MACCARI, E. A. A influência do comércio eletrônico nas pequenas empresas do setor de moda. In: II Simpósio Internacional de Gestão de Projetos e Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade. **Anais do II SINGEP e IS2IS**, 2013, São Paulo. 2013.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Primeira Pesquisa Nacional do Varejo Online**. São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://news.ecommercebrasil.com.br/PesquisaNacionalVarejoOnline-Sebrae-EcommerceBrasil-2014.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

TIGRE, P. B.; DEDRICK, J. Mitos e realidade sobre a difusão do comércio eletrônico nas empresas brasileiras. **Revista Brasileira de Inovação**, Campinas, v.4, n.2, p. 307-405, 2003. Disponível em: <<http://ocs.ige.unicamp.br/ojs/rbi/article/view/261>> Acesso em: 11 dez. 2015.