



II JORNADA DE ACOMPANHAMENTO PROMIC

DESENVOLVIMENTO DE SISTEMA DE VENDAS PARA MICROEMPREENDEDORES

Cauã Viana
Darlan Victor
Felipe de Oliveira
Gustavo Pontes
José Victor
Jolivan de Abreu

Introdução: O microempreendedor individual (MEI) representa hoje mais de 50% das empresas ativas no Brasil, segundo dados do SEBRAE (2023). Essa modalidade tem sido essencial para a geração de renda e inclusão de milhões de trabalhadores na economia formal, sobretudo em setores de alimentos e bebidas, que lideram os registros de novos negócios. Entretanto, esses empreendedores enfrentam desafios constantes, como baixa margem de lucro, falta de conhecimento em gestão e dificuldades para atrair clientes em um mercado altamente competitivo. O cenário intensificou-se durante a pandemia da Covid-19, quando 62,4% das empresas declararam perdas significativas no faturamento (IBGE, 2020). Nesse contexto, os sistemas digitais surgem como aliados estratégicos, oferecendo novas formas de comercialização, otimização de processos e aproximação entre empreendedores e clientes. Assim como o projeto “Jornal do Bairro”, que promoveu soluções para dar visibilidade a comerciantes locais, este trabalho busca analisar e propor um sistema de vendas digital acessível voltado para salgados, sorvetes e pequenos produtos, com foco em custo-benefício e inclusão digital.

Metodologia: A construção do sistema proposto foi organizada em cinco etapas inspiradas na metodologia Lean Inception (CAROLI, 2018): 1. Levantamento de necessidades – entrevistas com microempreendedores do setor alimentício para mapear as maiores dores, como ausência de sistemas de gestão, dependência exclusiva de redes



II JORNADA DE ACOMPANHAMENTO PROMIC

sociais e dificuldade em atender pedidos em escala. 2. Criação de personas – definição de perfis que representam tanto os clientes (consumidores finais que buscam preço e praticidade) quanto os empreendedores (produtores de salgados, sorvetes artesanais e pequenos comércios locais). 3. Modelagem de processos – desenho do fluxo de compra, desde a navegação no aplicativo até o pagamento, incluindo opções de retirada e entrega. 4. Desenvolvimento de MVP – prototipagem inicial do sistema com recursos essenciais – cadastro de produtos, pedidos online, integração com Pix e relatórios básicos. 5. Validação com usuários – aplicação de questionários e testes com um grupo piloto de empreendedores e consumidores para identificar melhorias. Essa abordagem favorece entregas rápidas, testes contínuos e ajustes de acordo com o feedback, garantindo que o sistema realmente atenda às necessidades do público-alvo.

Resultados parciais e Discussão: Com a implementação do sistema, espera-se alcançar resultados como: - Maior visibilidade digital para microempreendedores, que poderão competir em pé de igualdade com grandes redes locais. - Aumento no faturamento devido à integração com meios de pagamento digitais e possibilidade de promoções exclusivas. - Organização e controle de estoque, reduzindo desperdícios e melhorando a precificação dos produtos. - Fidelização dos clientes com programas de pontos, cupons de desconto e notificações personalizadas. - Redução de custos de marketing, já que o sistema oferecerá espaço para divulgação própria e integração com redes sociais. - Inclusão digital, auxiliando empreendedores que antes dependiam apenas do boca a boca ou de aplicativos de terceiros. Estudos do SEBRAE (2022) apontam que empreendedores que digitalizam parte dos seus processos conseguem aumentar em até 35% a sua base de clientes em menos de um ano.

Considerações finais: Os microempreendedores de alimentos, como os que trabalham com salgados e sorvetes, representam um segmento promissor, mas vulnerável, da economia. O sistema aqui proposto busca oferecer soluções práticas, acessíveis e sustentáveis, ajudando-os a superar barreiras estruturais e competir de forma mais equilibrada no mercado. Ao integrar tecnologia, gestão e marketing digital, a iniciativa



II JORNADA DE ACOMPANHAMENTO PROMIC

pode contribuir não apenas para o crescimento individual dos negócios, mas também para o fortalecimento do comércio local, gerando impactos positivos na comunidade e promovendo maior inclusão socioeconômica. Portanto, investir em plataformas digitais voltadas a microempreendedores não é apenas uma questão de inovação tecnológica, mas também uma estratégia de desenvolvimento social e econômico que pode transformar realidades e ampliar oportunidades.

Referências:

CAROLI, P. Lean Inception: Como alinhar pessoas e construir o produto certo. Editora Caroli, 2018. SEBRAE. Conheça as principais dificuldades dos empreendedores na crise. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 2020. SEBRAE. Panorama dos Pequenos Negócios 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 2023. IBGE. 62,4% das empresas foram afetadas negativamente pela pandemia. Agência Brasil, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br>. Acesso em: 2020. FOLHA DE S. PAULO. Plataformas de compras levam socorro a pequenos negócios na pandemia. Disponível em: <https://folha.uol.com.br>. Acesso em: 2021.