

OnCatalog: Catálogo Virtual para Pequenas Empresas

Allyson Bruno de Freitas Fernandes
UFERSA

Pau dos Ferros, Brasil
allyson.fernandes@alunos.ufersa.edu.br

Caio Vinícius Pessoa Gomes
UFERSA

Pau dos Ferros, Brasil
caio.gomes84471@alunos.ufersa.edu.br

Cleanio Talmo de Queiroz Paiva
UFERSA

Pau dos Ferros, Brasil
cleanio.paiva@alunos.ufersa.edu.br

Marcelo Henrique Mesquita da Silva
UFERSA

Pau dos Ferros, Brasil
marcelo.silva42454@alunos.ufersa.edu.br

Marcos Jhonaths de Oliveira
UFERSA

Pau dos Ferros, Brasil
marcos.oliveira30262@alunos.ufersa.edu.br

Silvio Martins Santos
UFERSA

Pau dos Ferros, Brasil
silvio.santos@alunos.ufersa.edu.br

Resumo—No Brasil, existem cerca de 21 milhões de empresas registradas no Simples Nacional, que incluem aproximadamente 14 milhões de Microempreendedores Individuais (MEIs) e 7 milhões de Microempresas (MEs) e Empresas de Pequeno Porte (EPPs). Essas organizações frequentemente enfrentam uma série de desafios para se destacar em um mercado competitivo e para se comunicar de forma eficaz com seus públicos-alvo. De acordo com o SEBRAE (2023), as MPEs representam mais de 99% do total de empresas no país, sendo responsáveis por cerca de 60% dos empregos formais. Esse cenário exige que as MPEs adotem soluções inovadoras que promovam sua visibilidade e eficiência.

Para abordar essas dificuldades, surge o OnCatalog, uma solução inovadora que oferece um catálogo virtual acessível e de baixo custo. O OnCatalog é projetado para facilitar a exposição de produtos e serviços, permitindo que pequenos empresários se conectem de maneira mais eficaz com seus clientes. A plataforma proporciona uma interface intuitiva, que simplifica a navegação e a interação, tornando o processo de descoberta de produtos mais amigável e atraente. Além disso, o OnCatalog vai além da mera exibição de itens, incluindo ferramentas analíticas que permitem que as empresas monitorem o desempenho de suas ofertas.

Com essas ferramentas, os empresários podem compreender melhor o comportamento dos consumidores, identificar tendências de mercado e avaliar a eficácia de suas estratégias de marketing. Isso possibilita ajustes proativos nas campanhas de vendas e nas abordagens de comunicação, promovendo um crescimento sustentável e fortalecido no mercado. Além disso, a plataforma incentiva a capacitação dos usuários, assegurando que os pequenos empresários estejam preparados para maximizar o uso das funcionalidades oferecidas.

Assim, o OnCatalog não apenas empodera as pequenas empresas a se tornarem mais visíveis e competitivas, mas também as equipa com insights valiosos que podem orientar suas decisões estratégicas, ajudando a otimizar suas ações e, consequentemente, a garantir um futuro próspero e duradouro. Ao integrar a tecnologia da informação em seus processos, as MPEs podem se adaptar rapidamente às mudanças do mercado, assegurando sua relevância e crescimento no cenário econômico contemporâneo.

Index Terms—Simples Nacional; Microempresas; Catálogo Virtual; Ferramentas analíticas; Marketing digital; Crescimento sustentável; Comunicação eficaz; Inovação; Digitalização; Empreendedorismo.

I. INTRODUÇÃO

De acordo com as últimas atualizações do portal SEBRAE, o Brasil abriga um robusto ecossistema de negócios, com aproximadamente 21 milhões de empresas optantes pelo Simples Nacional. Este vasto universo inclui 14 milhões de microempreendedores individuais (MEIs) e 7 milhões de microempresas (MEs) e empresas de pequeno porte (EPPs). Essas organizações, que variam amplamente em seus produtos e serviços, enfrentam o constante desafio de se destacar em um mercado competitivo e dinâmico, buscando incessantemente maneiras de alcançar e atrair seus públicos-alvo, além de conquistar a atenção do público em geral.

No contexto atual, marcado por rápidas mudanças nas preferências dos consumidores e uma crescente digitalização, as MEs e EPPs precisam de soluções eficazes para otimizar sua comunicação e marketing. A evolução das tecnologias e das plataformas digitais exige que essas empresas não apenas se adaptem, mas também inovem em suas abordagens. Nesse cenário, a ideia do OnCatalog surge como uma resposta inovadora às necessidades específicas desse segmento. O OnCatalog é uma plataforma dedicada a facilitar a interação entre pequenas empresas e seus públicos, por meio de um catálogo virtual acessível e de baixo custo.

O principal objetivo do OnCatalog é permitir que essas empresas exponham seus produtos, serviços, preços e informações detalhadas de maneira clara e atrativa. A interface intuitiva da plataforma visa simplificar o contato entre clientes e empresas, proporcionando uma experiência de usuário fluida que encoraja a exploração e a interação. Além de sua proposta inicial de simplificar a exposição e a comunicação, o OnCatalog se destaca por integrar ferramentas analíticas que capacitam as empresas a monitorar o desempenho de suas ofertas.

Por meio de dados concretos sobre visualizações, interações e feedbacks dos clientes, as MEs e EPPs poderão ajustar suas estratégias de forma mais ágil e fundamentada. A plataforma oferece insights valiosos, permitindo que os empresários

compreendam quais produtos estão gerando mais interesse e quais áreas podem necessitar de melhorias. Com isso, o OnCatalog se torna uma ferramenta essencial para a tomada de decisões informadas, permitindo que as pequenas empresas se adaptem rapidamente às tendências do mercado e otimizem suas estratégias de marketing e vendas.

Ao promover uma conexão mais eficaz entre empresas e clientes, o OnCatalog não apenas busca aumentar a visibilidade das pequenas empresas, mas também aspira a impulsionar seu crescimento e garantir sua sustentabilidade em um ambiente de negócios cada vez mais competitivo e desafiador. Assim, o OnCatalog se posiciona como uma solução transformadora, que promete fortalecer o papel das pequenas empresas no desenvolvimento econômico do Brasil.

Adicionalmente, a plataforma pode contribuir para a democratização do acesso à informação e ao mercado, permitindo que empreendedores de diferentes regiões e setores possam competir em condições mais equitativas. Com a inclusão de funcionalidades que atendem a um leque diversificado de negócios, o OnCatalog se torna uma ferramenta versátil e adaptável às necessidades específicas de cada empresa, favorecendo a inovação e o desenvolvimento sustentável. Nesse sentido, a iniciativa não apenas valoriza as MPEs, mas também as prepara para os desafios futuros, ampliando suas oportunidades no cenário econômico nacional e, potencialmente, internacional.

II. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As micro e pequenas empresas (MPEs) desempenham um papel crucial na economia brasileira, apresentando um potencial significativo para a geração de empregos. Essas empresas são fundamentais para o progresso econômico do país, especialmente em contextos de desenvolvimento, onde a expansão econômica está frequentemente associada ao aumento do número de novos empreendimentos [1]. Segundo o SEBRAE (2023), as MPEs representam mais de 99% do total de empresas no Brasil, contribuindo para aproximadamente 60% dos empregos formais. Além de gerar postos de trabalho, as MPEs são essenciais para a inovação e a diversidade de ofertas no mercado, estimulando a concorrência e beneficiando os consumidores.

A introdução da Lei do Simples Nacional representou um marco importante para a formação de novas micro e pequenas empresas. Esta legislação, que entrou em vigor em 2007, proporciona um regime tributário simplificado e vantajoso, facilitando a formalização e a operação desses negócios [7]. Atualmente, as MPEs estão regulamentadas pela Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, que estabelece um tratamento fiscal diferenciado em relação às normas tributárias tradicionais. Essa legislação tem sido fundamental para incentivar a formalização das empresas, permitindo que um número crescente de empreendedores ingressasse no mercado de forma legal e sustentável [5].

Em um ambiente de negócios cada vez mais dinâmico, a adoção de tecnologias da informação (TI) tornou-se uma necessidade inadiável para todas as organizações. Com a

intensificação da competitividade e as frequentes mudanças na gestão empresarial, as empresas são desafiadas a adaptar continuamente seus processos operacionais para se manterem relevantes e eficientes. Nesse contexto, a tecnologia da informação emerge como uma aliada estratégica, capaz de transformar a maneira como as empresas operam e se relacionam com seus clientes [2].

Segundo [3] Bazzotti e Garcia (2000), a tecnologia da informação oferece uma ampla gama de ferramentas e recursos computacionais para a gestão de dados, e os sistemas de informação estão se tornando cada vez mais sofisticados. Esses avanços promovem mudanças significativas nos processos internos, na estrutura organizacional e nas estratégias empresariais. Nesse sentido, é impensável para uma empresa competir de forma eficaz nos dias de hoje sem a adoção dessas ferramentas [10]. Essa realidade abre portas para que novos gestores, com perspectivas inovadoras, busquem continuamente a melhoria e a evolução de suas operações.

A adoção de TI nas micro e pequenas empresas é particularmente significativa, pois permite que essas organizações inovem na forma como oferecem produtos, bens e serviços. A capacidade de disponibilizar produtos online, o acesso eletrônico a informações e serviços, e a agilidade no fornecimento de determinados serviços são apenas alguns exemplos de inovações possibilitadas pela tecnologia [6]. Essas mudanças não apenas melhoram a experiência do cliente, mas também transformam a dinâmica de operação das empresas, permitindo uma maior flexibilidade e adaptabilidade às demandas do mercado [11].

Além disso, o uso de tecnologia da informação nas MPEs pode resultar em uma redução significativa dos custos operacionais [4]. Com processos mais ágeis e eficientes, as empresas conseguem otimizar seus recursos e, consequentemente, oferecer serviços com preços mais competitivos. A tecnologia também altera a relação entre clientes e funcionários, criando um ambiente mais colaborativo e orientado ao atendimento das necessidades do consumidor. Isso gera novas oportunidades de negócios e potencializa a criação de valor contínuo nos serviços oferecidos.

O impacto da tecnologia da informação sobre a competitividade das MPEs é evidente em diversos estudos. Por exemplo, Silva e Sousa (2016) destacam que a digitalização não apenas melhora a eficiência operacional, mas também potencializa a capacidade de inovação das pequenas empresas. Outras pesquisas indicam que a adoção de práticas tecnológicas adequadas pode levar a um aumento significativo na satisfação do cliente e na fidelização, o que é vital em um mercado tão competitivo [8]. Além disso, Costa e Melo (2018) discutem como a integração de sistemas de informação pode promover uma gestão mais eficiente e aumentar a competitividade das MPEs [4].

Adicionalmente, a pesquisa de Nascimento et al. (2021) evidencia a importância do marketing digital e da presença online para as pequenas empresas, sugerindo que a digitalização é um fator crítico para o crescimento e a sustentabilidade das MPEs [8]. A formação e o desenvolvimento das competências digitais entre os empreendedores são igualmente fundamentais, con-

forme ressaltado por Oliveira e Silva (2023), que afirmam que a capacitação em TI é um pré-requisito para a implementação eficaz de soluções tecnológicas [9].

Em suma, a integração da tecnologia da informação nas micro e pequenas empresas não é apenas uma tendência, mas uma necessidade estratégica para a sobrevivência e o crescimento em um mercado cada vez mais competitivo. Ao adotar soluções tecnológicas, as MPEs não apenas se capacitam para enfrentar os desafios atuais, mas também se posicionam para aproveitar as oportunidades futuras, assegurando um desenvolvimento sustentável e inovador.

III. ABORDAGEM

Para utilizar o OnCatalog de forma eficaz e maximizar seus benefícios, é fundamental seguir uma abordagem estruturada e sistemática. O primeiro passo desse processo consiste em realizar uma análise cuidadosa das necessidades específicas de cada empresa. É importante identificar os principais desafios enfrentados em relação à comunicação e à visibilidade no mercado. Essa etapa inicial permitirá uma compreensão mais profunda do que cada negócio precisa para se destacar em um ambiente competitivo, considerando as particularidades de seu setor e público-alvo.

Após essa análise, a personalização da plataforma se torna um aspecto crucial. O OnCatalog deve refletir a identidade e os valores da empresa, oferecendo um catálogo virtual que seja não apenas detalhado, mas também visualmente atraente e coerente com a imagem da marca. Uma interface intuitiva é essencial para garantir que os usuários possam navegar facilmente pelo catálogo, facilitando a interação e a exploração dos produtos e serviços oferecidos. Essa personalização pode incluir elementos como cores, logotipos e descrições que ressoem com a essência da marca.

A integração das ferramentas analíticas na plataforma é outro elemento vital para o sucesso do uso do OnCatalog. Monitorar métricas-chave, como visualizações, interações e feedbacks dos clientes, permitirá que as empresas obtenham insights valiosos sobre o desempenho de suas ofertas. Com base nesses dados, será possível revisar e ajustar as estratégias de marketing de forma contínua, buscando melhorar a eficácia das ações e a aceitação dos produtos pelo público-alvo. A capacidade de adaptar as ofertas com base em dados concretos pode ser um diferencial significativo em um mercado em constante mudança.

Além disso, investir na capacitação dos usuários é crucial. Oferecer treinamentos adequados sobre como utilizar todas as funcionalidades do aplicativo não apenas aumenta a confiança na utilização da plataforma, mas também assegura que todos os colaboradores estejam alinhados e preparados para tirar o máximo proveito das ferramentas disponíveis. O suporte contínuo é igualmente essencial, pois permite que qualquer dúvida ou problema seja resolvido rapidamente, garantindo uma experiência de uso fluida e eficiente. Essa formação contínua ajuda a cultivar uma cultura de inovação e adaptabilidade dentro da empresa.

A coleta de feedback dos usuários deve ser uma prática constante. Estabelecer canais de comunicação para receber sugestões e críticas ajudará a aprimorar a plataforma e implementar melhorias que atendam às necessidades dos usuários. Esse ciclo de feedback é fundamental para o desenvolvimento contínuo do OnCatalog e para garantir que a plataforma evolua junto com as demandas do mercado. A inclusão dos usuários nesse processo não só promove engajamento, mas também reforça a relevância da plataforma para suas operações.

Por fim, o OnCatalog deve ser integrado de forma estratégica em campanhas de marketing digital, promovendo os produtos e serviços de maneira eficaz. Utilizar redes sociais, e-mails marketing e outras plataformas digitais para divulgar o catálogo virtual pode aumentar significativamente a visibilidade da empresa e atrair um público mais amplo. Essa estratégia não apenas maximiza o potencial do aplicativo, mas também melhora a comunicação entre as empresas e seus clientes, impulsionando o crescimento e a sustentabilidade das pequenas empresas em um mercado em constante transformação.

Ao adotar essa abordagem abrangente, as pequenas empresas não apenas conseguem se destacar em um ambiente competitivo, mas também se preparam para explorar novas oportunidades, assegurando um futuro próspero e inovador. A implementação eficaz do OnCatalog representa, portanto, não apenas uma ferramenta de marketing, mas uma estratégia de desenvolvimento sustentável que contribui para a longevidade e sucesso das MPEs.

IV. CONSIDERAÇÕES FINAIS E TRABALHOS FUTUROS

A capacidade de digitalizar processos e acessar dados analíticos oferece uma vantagem competitiva significativa para as empresas, permitindo que elas se adaptem rapidamente às mudanças do mercado e atendam de maneira mais eficaz às necessidades dos consumidores. Nesse contexto, o OnCatalog se posiciona como uma ferramenta prática e eficaz, projetada para fortalecer a presença digital das pequenas empresas e melhorar seu desempenho no mercado.

Para garantir que o OnCatalog continue a ser uma solução valiosa e relevante, a expansão das funcionalidades da plataforma é uma prioridade crucial. Essa expansão deve incluir o desenvolvimento de novas ferramentas que sejam diretamente inspiradas no feedback dos usuários, permitindo que a plataforma evolua em sintonia com as necessidades do mercado. Por exemplo, integrações com plataformas de e-commerce são essenciais, pois possibilitam que as empresas ampliem suas operações online, facilitando não apenas a venda, mas também a gestão eficiente de produtos. Essa integração pode resultar em um fluxo de vendas mais contínuo e otimizado, essencial para a sustentabilidade das pequenas empresas.

Além disso, a implementação de recursos avançados de automação de marketing pode otimizar campanhas, tornando-as mais eficientes e personalizadas. Em um ambiente tão competitivo, a capacidade de segmentar o público e direcionar mensagens específicas é fundamental para captar e reter clientes. Isso não apenas melhora a experiência do consumidor,

mas também maximiza o retorno sobre o investimento em marketing.

O aprimoramento das ferramentas analíticas merece destaque por sua importância estratégica. Ao fornecer insights mais detalhados e preditivos sobre o comportamento dos consumidores e o desempenho das campanhas, o OnCatalog permitirá uma compreensão mais profunda das dinâmicas de mercado. Com informações mais precisas, as pequenas empresas poderão ajustar suas abordagens de marketing e vendas de maneira fundamentada, aumentando suas chances de sucesso em um cenário em constante transformação.

Outro aspecto vital é a integração do OnCatalog com outras plataformas de negócios e redes sociais. Essa interconexão pode ampliar significativamente o alcance e a visibilidade das empresas usuárias, permitindo que elas se conectem com um público mais amplo e diversificado. Facilitar a interação com potenciais clientes em diferentes canais não apenas enriquece a experiência do usuário, mas também transforma o OnCatalog em uma peça central nas estratégias de marketing digital das pequenas empresas.

Além disso, a acessibilidade e a usabilidade da plataforma devem ser constantemente aprimoradas. É fundamental que a interface do OnCatalog seja intuitiva e fácil de usar para todos os tipos de empresas, independentemente do seu nível de familiaridade com tecnologias digitais. Garantir uma experiência de usuário amigável permitirá que mais empreendedores aproveitem ao máximo as funcionalidades oferecidas, eliminando barreiras técnicas que poderiam dificultar sua adoção.

Essas iniciativas são essenciais para garantir que o OnCatalog continue a evoluir e a oferecer valor significativo para as pequenas empresas no competitivo ambiente de negócios. Ao focar na inovação e na melhoria contínua da plataforma, o OnCatalog não apenas atenderá às expectativas atuais dos usuários, mas também estará preparado para enfrentar os desafios futuros. Dessa forma, consolidará sua posição como uma ferramenta indispensável para o crescimento e a sustentabilidade das pequenas empresas no Brasil, contribuindo para um ecossistema de negócios mais robusto e dinâmico.

REFERÊNCIAS

- [1] AURELIO, F. O papel das micro e pequenas empresas na economia brasileira. *Revista Brasileira de Empreendedorismo* 12, 1 (2024), 20–30.
- [2] BARBOSA, L. Tecnologia da informação e a transformação digital nas pequenas empresas. *Journal of Information Systems and Technology Management* 17, 1 (2020), 45–58.
- [3] BAZZOTTI, C., AND GARCIA, E. A importância do sistema de informação gerencial na gestão empresarial para tomada de decisões. *Ciências Sociais Aplicadas em Revista* 6, 11 (2000), 23–35.
- [4] COSTA, F. J., AND MELO, C. M. Sistemas de informação e a competitividade das pequenas empresas: uma revisão da literatura. *Revista de Administração Contemporânea* 22, 6 (2018), 891–909.
- [5] FERREIRA, J. Impactos da lei do simples nacional nas micro e pequenas empresas. *Revista de Administração Contemporânea* 23, 2 (2019), 100–115.
- [6] FREITAS, M. A. A utilização da tecnologia da informação como ferramenta de gestão nas micro e pequenas empresas. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios* 20, 2 (2018), 112–128.
- [7] MARTENS, C. D. P. A tecnologia da informação (ti) em pequenas empresas industriais do vale do taquari/rs. dissertação de mestrado., 2001.

- [8] NASCIMENTO, S., AND OUTROS. Práticas de gestão e inovação nas micro e pequenas empresas. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios* 21, 4 (2021), 450–465.
- [9] OLIVEIRA, T., AND SILVA, A. Competências digitais nas micro e pequenas empresas: um fator crítico para o sucesso. *Revista de Empreendedorismo e Inovação* 18, 2 (2023), 100–115.
- [10] PINTO, R. A importância da inovação tecnológica nas mpes. *Revista de Negócios* 29, 3 (2021), 150–165.
- [11] RODRIGUES, M. A digitalização nas micro e pequenas empresas: desafios e oportunidades. *Revista de Administração da Unimep* 20, 1 (2022), 75–90.