



# A TECNOLOGIA EM PROL DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL – MEI: FERRAMENTAS DIGITAIS E SUAS FUNCIONALIDADES

**Luan Silva de Sousa**  
luu.aaan@hotmail.com  
UGB

**Paloma de Lavor Lopes**  
palomalavor@gmail.com  
FASF/UGB

**Marcus Vinicius Barbosa**  
marcus.barbosa1979@gmail.com  
FASF

**Renan Gomes de Moura**  
renangmoura@gmail.com  
Unigranrio

**Resumo:** Este estudo tem como objetivo geral demonstrar e analisar as oportunidades e benefícios que as ferramentas digitais podem proporcionar ao Microempreendedor Individual (MEI). E como objetivos específicos realizar um levantamento bibliográfico dos conceitos de microempreendedor individual; e detalhar as ferramentas digitais no negócio do empreendedorismo individual. Para isso, optou-se pela realização de um estudo de caso através de um questionário em um comércio de artigos religiosos pertencente a uma microempreendedora individual. As respostas encontradas mostram que a MEI não utiliza ferramentas digitais devido a sua recente integração no MEI. Contudo a empreendedora individual divulga de forma simples sua loja pelo WhatsApp e Facebook, além de demonstrar interesses futuros por cursos e aperfeiçoamentos, tendo como visão o crescimento, profissionalismo, fidelização. Aproveitando o privilégio em ser pioneira no ramo na cidade que atua, buscará também parcerias, visto que cidades vizinhas possuem empresas de mesmo segmento.

**Palavras Chave:** MEI - Ferramentas Digitais - WhatsApp - Facebook - Microempreendedor

## 1. INTRODUÇÃO

No Brasil, ter sucesso e êxito como Microempreendedor Individual (MEI) não é uma empreitada simples, porém, aquele que a alcança torna-se parâmetro pela coragem, criatividade, inovação, tenacidade empenho, que geralmente acompanha este indivíduo diferenciado. Além disso, todo microempreendedor individual pode assimilar e adquirir conhecimento com este exemplo e aplicar esse aprendizado de maneira a aprimorar as suas oportunidades de sucesso.

Não se pode deixar de acrescentar atualmente a importância das ferramentas digitais no dia a dia da empresa, pois tais ferramentas são maneiras de transformar o trabalho de qualquer cidadão mais fácil, assim como também no cenário do empreendedorismo individual (MEI).

Para o Microempreendedor Individual, o emprego das tecnologias digitais poderá se tornar essencial. Na maior parte dos casos, é viável empreender de forma analógica, contudo poderá vir ocasionar um aumento da quantidade de falhas e podendo desta forma prejudicar a produtividade da empresa. Para isso segue a seguinte questão: Como as ferramentas digitais podem contribuir com o fortalecimento do microempreendedor individual para que o empreendimento se desenvolva cada vez mais?

Como objetivo geral demonstrar e analisar os benefícios das ferramentas digitais para o Microempreendedor Individual (MEI). E como objetivos específicos realizar um levantamento bibliográfico dos conceitos de microempreendedor individual; bem como suas obrigações e responsabilidades e detalhar as ferramentas digitais no negócio do empreendedorismo individual.

Este estudo quanto ao procedimento metodológico será da pesquisa bibliográfica, e estudo de caso de uma empresa que se encaixa no Micro Empreendedorismo Individual (MEI) na categoria de comerciante de produtos religiosos. Quanto ao instrumento de coleta de dados será utilizado um pequeno questionário feito com a responsável da empresa em questão, no qual com as informações coletadas será feita uma análise de conteúdo.

No entendimento de Gil (2007) a maior parte dessas pesquisas engloba o levantamento bibliográfico, entrevistas com indivíduos que tenham conhecimentos e práticas com o problema pesquisado. Podendo assim este tipo pesquisa ser caracterizada como pesquisa bibliográfica e estudo de caso.

## 2. MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)

O microempreendedor individual (MEI) é o cidadão denominado de pessoa física que se ocupa profissionalmente por conta própria e que se certifica como legítimo pequeno empresário. Hoje, para se tornar um microempreendedor individual, é preciso não exceder uma receita anual de até R\$81.000,00 e não estar envolvido como sócio ou titular em qualquer outra empresa. O microempreendedor individual (MEI) também tem o direito de possuir um colaborador contratado que tenha como remuneração um salário mínimo ou o piso da categoria (PORTAL SEBRAE, 2018).

O autor do projeto que elaborou e idealizou a configuração do Microempreendedor Individual no ano de 2008, foi o Deputado Antônio Carlos Mendes Thame do PSDB no qual já beneficiou milhões de brasileiros com seus pequenos negócios, configurando ocupações como costureiras, manicures, mecânicos, doceiras, entre outros. Pela Lei Complementar 128/08 alterando o Art. 18 da Lei Complementar 123/06, viabilizando o reconhecimento e legalizando os empreendedores por conta própria (THAME, 2011).

O MEI possui um papel relevante para a economia do Brasil, por ser uma forma de começar sua atividade conforme a lei, criando empregos, renda familiar, desta maneira nota-se que quanto mais profissionais legalizados no Brasil, mais a economia se fortalecerá e consequentemente diminuir as probabilidades de desemprego, que atualmente apresenta números altos apesar do aumento de microempreendedores individuais no Brasil.

De acordo com Giugliane (2018) as novas regras que foram definidas em 2016 através da lei Complementar para o MEI viabilizou vários benefícios, no qual entraram em vigor em 06 de janeiro de 2018 com a aprovação do Comitê Gestor do Simples Nacional. Dentre esses benefícios encontram-se o aumento do limite da quantia arrecadada pelo MEI, no qual eram 60 mil para 81 mil ao ano.

O que torna um ponto positivo para o microempreendedor, pois desta maneira ele não se limitará a prosseguir prestando serviços, pois o limite do arrecadamento foi aumentado, além disso, conseguirá o estímulo de buscar mais negócios sem receio de perder sua condição de MEI por ultrapassar seu limite. Além disto, o novo limite possibilita mais tranquilidade para os microempreendimentos que possuem aptidão e inclinação a crescer (GIUGLIANE, 2018)

Com as novas regras o MEI deixará de ter direito em se enquadrar nesta categoria as profissões como: arquivista de documentos, contador, técnico contábil e personal trainer e salão de beleza parceiro, pois para o governo estas ocupações podem se enquadrar no Simples Nacional, contudo já são profissões regularizadas pela legislação específica. Por outro lado mais 12 ocupações foram inseridas no MEI, claro além de todas outras que permanecem, segundo Lima (2018) essas são as novas:

- Apicultor independente; Cerqueiro independente;
- Locador de bicicletas independente; Locador de material e equipamento esportivo independente; Locador de motocicleta, sem condutor, independente; Locador de vídeo games independente;
- Viverista independente;
- Prestador de serviços de colheita, perante contrato de empreitada, independente. Prestador de serviços de poda, perante contrato de empreitada, independente; Prestador de serviços de preparação de terrenos, perante contrato de empreitada, independente; Prestador de serviços de roçagem, destocamento, preparação de terra para ser cultivada, perante contrato de empreitada, independente; Prestador de serviços de semeadura, perante contrato de empreitada, independente.

O negócio mais formalizado através do MEI é o comércio varejista de vestuário; Comércio varejista de vestuário; Cabeleireiro; Pedreiro – obras de alvenaria; Outros tipos de tratamento de beleza; Minimercados e mercearias; Bares e similares e Alimentos preparados para o consumo doméstico. A atividade de comércio de vestuário lidera o número de registro de MEI seguida de cabelereiros. (PORTAL MEI-MICROEMPREENDEDOR, 2018, p.1).

Conforme o Portal MEI-Microempreendedor (2016) existe, setores no qual o microempreendedor pode praticar suas atividades, os quais são de grande importância para o dia a dia dos brasileiros, como por exemplo, o barbeiro, o artesão, o caminhoneiro e o pipoqueiro. Além disso, outras profissões vêm alcançando evidência são elas: o Animador de Festas, o Adestrador de Animais, o Bikeboy e o Cuidador de Idosos e Enfermos.

Para Domingos (2017, p.614) “Depois que a lei entrou em vigor, a vida do pequeno empresário melhorou muito. Ela diminuiu a burocracia e a carga tributária e estimulou o crescimento desse segmento que é o que mais gera empregos no Brasil”.

### **3. FERRAMENTAS DIGITAIS**

As ferramentas digitais utilizadas através de computador, celular, Tablet, Ipod, entre outros aparelhos tecnológicos possibilita uma comunicação adequada e eficaz para que o MEI possa estar sempre em contato com seus clientes e futuros consumidores, podendo ser aplicado pessoalmente, profissionalmente ou educacional, agilizando a comunicação entre indivíduos em todo o planeta, pois estes aparelhos tecnológicos auxiliam na comunicação entre indivíduos por meio das redes sociais em milésimos de segundos. No entanto para que se obtenha sucesso no uso destas ferramentas torna-se necessário o mínimo de entendimento sobre informática e internet, para que desta forma a comunicação com o mundo da tecnologia e das redes sociais se torne de fácil acesso, tendo em vista que o homem vive na era da tecnologia e aquele que não possui nenhum entendimento sobre tal coisa terá dificuldades de comunicação e até mesmo se locomover no futuro (LIMA, 2016).

Empresas de todos os setores ainda encaram como desafio estabelecer uma estratégia de marketing para atrair clientes por meio da utilização dessas plataformas. O Facebook é muito popular entre pequenas e grandes empresas, o Facebook é a principal rede social utilizada para negócios. Youtube (o enorme alcance da plataforma gera espaço para anunciantes e ainda estimula a produção de conteúdo por empresas de diferentes setores e tamanhos). Whatsapp (é utilizado por usuário empresas para a manutenção de relacionamentos). Instagram (a rede social construiu uma plataforma de anúncios patrocinados no Instagram, permitindo que marcas interagissem com usuários). (TUCUNDUVA, 2018, p.1).

No entendimento de Lima (2016) as ferramentas digitais para uso próprio do indivíduo são as redes sociais conhecidas como: Twitter, Instagram, WhastsApp, Facebook, entre outros. Estas ferramentas possibilitam uma comunicação simultânea entre as pessoas, por meio de imagens, vídeos ou textos. Atualmente no âmbito profissional essas ferramentas são imprescindíveis no que se refere às ferramentas de marketing na qual são cada vez mais eficazes e significativas, ou seja, para que um empreendedor alcance o sucesso profissional precisa estar sempre atualizados e conectados através das ferramentas digitais e de marketing.

As ferramentas de marketing digital são ferramentas que se encontram em contínua evolução e desenvolvimento, por esta razão a cada ano vem sido ajustadas, elaboradas e geradas. Por meio destas ferramentas torna-se viável analisar, conhecer, promover e comercializar os produtos ou serviços de uma empresa, considerando as metas delineadas pelo negócio. (SILVA, 2015). A website é uma ferramenta alicerçada e fortalecida de tal maneira que a internet é vista como um viés revolucionário para a aplicação do marketing. Ou seja, o Website é uma das principais procedências de valor do marketing digital, dado que se configura como a “cara” da empresa online.

Conforme Tucunduva (2017) as principais ferramentas de marketing digital que todo negócio precisa ter para que o empreendedor aumente sua produtividade e desenvolver seu próprio negócio.

- Ferramentas para SEO e Analytics são ferramentas que auxilia numa pesquisa adequada para entender o que o público-alvo de uma empresa procura na internet e desta maneira executar um trabalho de boa qualidade no âmbito do marketing digital e as três mais

usadas e tradicionais são: Google Analytics, Semrush e Moz. Contudo a ferramenta conhecida como SEO Certo é uma das ferramentas mais simples de se usar no qual engloba várias funcionalidades, além de ser uma ferramenta nacional.

- Construção de site e blogs: As duas ferramentas básicas para o marketing digital para a construção de sites e blogs dispõe de versões pagas e gratuitas. Sendo que o Wix proporciona mais facilidade ao usa-lo para a construção de sites e blogs. Já a WordPress é uma ferramenta mais ajustável e adaptável, além de ter mais aplicações e funções, plug-ins gratuitos, além disto viabiliza um trabalho de SEO mais eficaz, portanto se tornando o mais indicado para a construção de um blog.

- Mapas de calor – Estas ferramentas são formidáveis para que aquele que possui um blog ou vá construir um, pois ela mapeia e mostra qual parte do site ou blog está sendo mais acessado ou não, além de auxiliar na descoberta de algo que pode estar acontecendo que o administrador não perceba. A ferramenta mais popular é o Hotjar, contudo existem outras como, por exemplo, Cliktale; Crazy Egg.

- Compressão de imagens – este tipo de ferramenta ajuda no carregamento mais rápido da página, assim não corre o risco de ser penalizada pelo Google ou simplesmente abandonada pelos usuários, e geralmente são as imagens que por vezes costumam a ser carregadas, devido seu peso de imagens. Para tanto o TinyPng auxilia na compressão das imagens sem perder a qualidade, esta ferramenta possui versão gratuita e paga.

Além das ferramentas descritas acima existem inúmeros tipos de ferramentas digitais como, por exemplo, ThriveLeads, Sumo e Hello Bar (todas essas ferramentas ajudam na captação de leads). Infogr.am, Piktochart e Visme (Criação de infográficos). Beacon e Trakto (Criação de e-books). Rawshorts, PowToon, Showbox e FluxVFX (Vídeos para explicar os benefícios e maneiras de aplicabilidade de seus produtos e serviços, ou mesmo para passar dicas, tutoriais e conteúdos, são uma mídia poderosíssima que toda estratégia de marketing digital deveria ter). Buffer, Instamizer, Hootsuite (oferecem relatórios sobre o desempenho de suas publicações). Google Analytics (Para decisões de marketing mais inteligentes e gerar resultados melhores) (TUCUNDUVA, 2017).

Desta maneira pode-se afirmar que a aplicabilidade das ferramentas digitais trás como benéficos a automatização de várias atividades manuais que consomem um tempo enorme para executar diversas tarefas e atrapalham a dar prioridade para as atividades mais estratégicas. Assim as ferramentas digitais possibilitam a trabalhar com um enorme volume de informação, tornar mais rápido os processos e, com isso, impulsionar resultados.

As ferramentas de Marketing Digital mais usadas no Brasil são: Automação de Marketing (RD Station Marketing); Email Marketing; Marketing de Conteúdo (Rock Content); SEO (Google Search Console, Google Analytics), Sistema de Gerenciamento de Conteúdo (WordPress); Monitoramento de Redes Sociais (RD Station Marketing). (LIPINSKI, 2017, p.1).

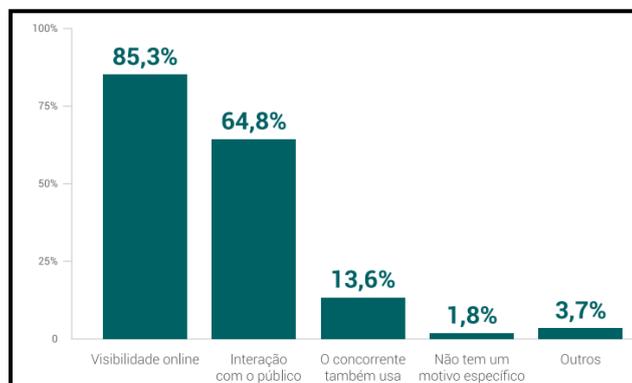
As ferramentas digitais em sua grande maioria facilitam dentre diversos instrumentos, como o acesso a celulares, computadores, tablets etc., auxiliando na propaganda e publicidade seja de um produto, gestão ou sistematização das atividades dos profissionais, além de ajudar na gestão financeira. Gomes (2003, p. 15) diz que: “O empreendedor virtual deve ser um indivíduo que possua todos os requisitos necessários para ser um empreendedor, com algumas qualidades mais evidentes, como inovação, identificador de tendências etc.”.

### 3. FERRAMENTAS DIGITAIS ADEQUADAS AO MEI

As pessoas que trabalham informalmente e os microempresários consideram que as ferramentas digitais ou tecnológicas são somente para as empresas de grande porte, entretanto isso não corresponde à realidade. O MEI deve entender que priorizar as atividades e focar sua atenção no que verdadeiramente resulta no ganho financeiro com a venda de produtos e serviços, torna-se essencial e é por esta razão que as ferramentas tecnológicas ou digitais simplificam as obrigações, ou ao menos as organiza, para que o MEI não necessite ficar se cobrando sempre, e desta maneira ele consegue ficar atento com mais eficiência no que está realizando, logo rendendo mais (ASAAS, 2017).

Para a atividade empresarial mudou a forma de se comunicar. E, conseqüentemente, mudaram as estratégias de atração do consumidor. A internet é um dos meios que mais alcançam a audiência. E com pouco investimento é possível utilizar mecanismos para dar maior visibilidade ao negócio. Oferece soluções que podem atrair novos clientes, aumentar as vendas, divulgar produtos, serviços e relacionar com os clientes. O pequeno negócio pode utilizá-la no seu dia-a-dia de diversas formas. Seja gratuitamente ou não e ter presença digital. (VIDIGAL, 2018, p.3).

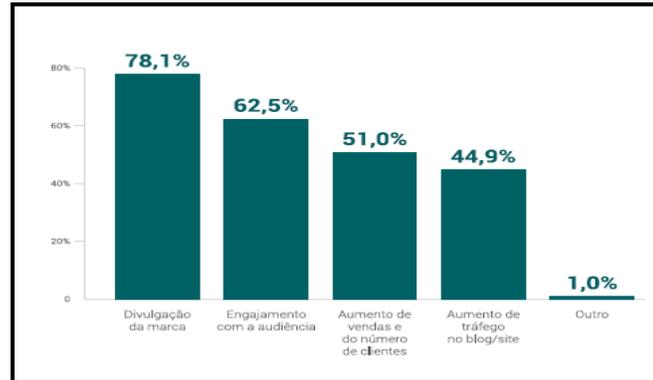
No entendimento de Vidigal (2018) o MEI deve utilizar no seu cotidiano as ferramentas digitais seja ela gratuita ou não de inúmeras maneiras inseridas no planejamento do empreendedor e fixadas de acordo com o momento de maturidade do negócio. Pesquisas realizadas no Brasil mostrou que 94,4% das empresas analisadas estão presentes nas redes sociais, nestes 62% acreditam que as redes sociais possuem uma função significativa e relevante nos negócios.



**Gráfico 1 – Motivos de se Utilizar as Redes Sociais**

**Fonte:** VIDIGAL (2018, p.3).

A visibilidade e o relacionamento com o público, proporcionado pelas redes sociais, fez com que as empresas criassem um perfil, com o intuito de divulgar a marca e dessa forma agregando valores (VIDIGAL, 2018).



**Gráfico 2 – Benefícios das Redes Sociais**  
 Fonte: VIDIGAL (2018, p.3).

A opção pelas redes sociais vai depender das estratégias estabelecidas pela empresa, público e o alcance pretendido. É uma ferramenta de marketing digital com o intuito de criar laços com os clientes, perceber e entender o que estão exteriorizando sobre a marca, aplicá-los no negócio e trocar conteúdo.

Contudo para que o MEI se adeque e integre no mundo digital precisa ter um perfil arrojado sem algum receio, ou seja, entrar de cabeça no mundo digital, fazendo uso de tecnologias como, por exemplo, aplicativos para celulares que se tornam a cada vez mais intuitivos. O MEI poderá buscar cursos voltados ao empreendedorismo que ensinam a administrar o negócio e estes cursos são oferecidos gratuitamente. Atualmente no Brasil 77% dos MEI's do Brasil nunca fizeram um curso ou treinamento em finanças. Torna-se essencial que o MEI nos dias de hoje crie uma página no Facebook e um perfil no Instagram para seu negócio, além de contar com a importância dos e-mails, pois este é um veículo no qual envia alerta de promoções e especialmente quando se têm os contatos dos clientes descritos em uma planilha ou aplicativo (BEGRMAN, 2018).

#### **4. ESTUDO DE CASO – ESCRITÓRIO DE DIGITAÇÃO**

A loja comercial aqui estudada com o nome Rei da Campina Grande está situada na cidade de Mendes-RJ, e de propriedade de Rosalina Moreira Muller. A empresa atua na área de comércio varejista, isto é, conforme a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) a empresa em questão exerce funções como: vendas de produtos religiosos e de culto. A Proprietária se inscreveu no MEI em novembro de 2018.

##### **4.1 Análise dos dados**

Esta sessão analisa os resultados obtidos na pesquisa de estudo de caso realizada com a Proprietária, onde se analisou o perfil desta e a sua compreensão no que se refere à Ferramenta Digital. A proprietária tenciona por melhoramentos para que desta maneira possa satisfazer os seus clientes. O perfil da entrevistada foi avaliado, tendo um conhecimento intermediário em informática, contudo pode se notar que existe a ausência do entendimento sobre as ferramentas digitais. Referente aos meios de comunicação, os mais utilizados por ela é o WhatsApp e o Facebook para a divulgação de sua loja.

Conforme a fala da entrevistada, evidencia-se, a ausência do plano de negócios, contudo esta tem planos para que no futuro possa vir a ser uma ME (Microempresária). Apesar de usar o WhatsApp e Facebook, ela não desenvolve um plano de marketing digital, atualmente ela somente divulga sua loja através de panfletagem e o serviço de carro de som rodando pela cidade.

Diante do exposto, no mercado com uma enorme competitividade, ações inovadoras podem ajudar a tornar nulos os aspectos que afetam as concorrências empresariais. No entanto, percebe-se que a ausência de planejamento estratégico advém por a loja ser a única da cidade que trabalha com artigos religioso e principalmente como descrito anteriormente a proprietária se inscreveu no MEI recentemente e desta forma não dando tempo para que a mesma possa a vir participar de cursos, treinamentos e estudos sobre as ferramentas digitais, mas que com certeza, conforme a fala da entrevistada, esta pretende colocar no mercado peças e artigos religiosos que gerem emoção neste segmento, construindo assim uma parceria não somente com os clientes como também com fornecedores, priorizando a inovação, comprometimento e qualidade de atendimento.

Ao longo da coleta de dados, observou-se que a proprietária do estabelecimento trabalha sozinha, assim sendo ela absorve as atividades operacionais e administrativas, contudo o indivíduo ao optar pelo MEI tem-se a opção de realizar a contratação um funcionário como apresentado pelo Portal do Empreendedor.

Desta forma, a partir do contexto teórico e prático demonstrado nesse estudo, pode-se concluir que o uso das ferramentas digitais influi de maneira positiva e inovadora para o diferencial competitivo do MEI quer seja pelo produto, processo ou prestação do serviço. As ferramentas digitais são importantes para o desenvolvimento do MEI, uma vez que, existe propensão para entrada de novos concorrentes.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com o propósito de realizar uma pesquisa do perfil empreendedor do MEI foi efetuada uma coleta de dados através de questionário composto por perguntas referentes às características básicas de um MEI, inicialmente por tópicos de identificação como: categoria do MEI inscrita data de inscrição e localidade do comércio em questão. Em seguida para perguntas sobre o tema proposta deste trabalho com o objetivo de analisar a utilização das ferramentas digitais pelo MEI.

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre o MEI e as ferramentas digitais e de acordo com as pesquisas foi possível verificar e reconhecer que os motivos mais influentes para que o profissional informal formalize seu negócio no MEI encontra-se na legalização de sua atividade de forma simples e desta maneira ter o acesso aos benefícios que com certeza será relevante para seu empreendimento, e assim, buscando por meio do MEI, trabalhar de maneira íntegra e honesta, exercendo sua cidadania diante à sociedade. Contudo torna-se importante evidenciar que estes trabalhadores informais que estão ingressando no MEI, precisam de zelo e atenção, pois ser um MEI traz também obrigações e direitos e não podem ser descuidados e nem omitidos.

Logo o MEI é uma excelente oportunidade para que estas pessoas possam se tornar profissionais cadastrados conforme a Lei exige e desta forma possam a vir progredirem em suas atividades e consequentemente aquecer a economia brasileira e fundamentalmente trazer de volta o sentimento de cidadania destes profissionais.

Quanto às ferramentas digitais, pode-se afirmar que estas trazem inúmeros benefícios indispensáveis ao MEI principalmente no que tange ao marketing, Hoje o âmbito online tornou-se um mundo de alternativas, oportunidades, perspectivas promissoras e a escolha pelo um canal digital adequado e acertado poderá trazer viabilidades de negócios almejados de maneira sustentável. Ou seja, estas ferramentas são essenciais para um melhoramento no trabalho do MEI, principalmente se o empreendedor individual pretende ser um MEI de sucesso.



Adotar as ferramentas digitais é indispensável, pois todos os MEI's e demais empresas podem vir a ganhar com a utilização e aplicação dessas ferramentas, que foram elaboradas e geradas para facilitar o dia a dia dos profissionais, por esta razão, todo MEI que almeja alcançar o sucesso necessita de experimentar as ferramentas digitais, e certamente ganhará eficiência e organização, e deste modo fundamentais para o empreendimento.

Entretanto, salienta-se as limitações do trabalho, pelo fato de ter realizado o estudo de caso de somente um MEI. Uma vez que mostrou o perfil de um profissional informal que teve sua inscrição recentemente cadastrada no MEI.

Num ponto de vista prático, portanto, recomenda-se para estudos futuros a comparação do perfil empreendedor de diferentes categorias e de diferentes datas de admissão no MEI. Um estudo no qual demonstrará de forma substancial sobre a necessidade do aperfeiçoamento no que tange ao posicionamento e procedimento empreendedor do MEI em diversas áreas como: gestão, aplicações e utilizações de marketing e de ferramentas digitais.

E finalmente pode-se concluir que conforme o tamanho da empresa aumenta estas fazem uso das ferramentas de marketing digital para que desta forma possa cativar, envolver, reter, conhecer, relacionar com seus clientes e futuros clientes.

## 6. REFERÊNCIAS

ASAAS, Gestão Financeira. **Ferramentas digitais para microempreendedor individual**. Disponível em: <<https://www.asaas.com/blog/ferramentas-digitais-para-microempreendedor-individual/>>. Acesso em: 05 Jan. de 2019.

BEGRMAN, D. **Dicas para o MEI se adaptar ao mundo digital**. Disponível em: <<https://sagresonline.com.br/opiniaio/82134-5-dicas-para-o-mei-se-adaptar-ao-mundo-digital>>. Acesso em: 06 Jan. de 2019.

DOMINGOS, Afif. Guilherme. **Lei geral concede tratamento diferenciado a pequenos negócios**. Pequenas Empresas e Grandes Negócios. Disponível em: > <https://revistapegn.globo.com/busca/?q=neg%C3%B3cio>>. Acesso em: 02 Jan. de 2019.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GIUGLIANE, Andréa. **Mudanças no MEI chegam para melhor**. Disponível em: <<https://www.contabeis.com.br/noticias>>. Acesso em: 02 Jan. de 2019.

GOMES, R. C. O. **Empreendedor X E-Empreendedor**. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM), Faculdade Cenecista de Campo Largo, v. 2, n. 1, p.1-17, maio 2003.

LIMA, Maria José Pereira. **O que são ferramentas digitais? 2016**. Disponível em: <<https://ferramentasdigitais2.blogspot.com/2016/07/o-que-sao-ferramentas-digitais.html>>. Acesso em: 03 de Jan. de 2019.

LIMA, Presleyson. **MEI 2018**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/empreendedorismo/mei-2018-entenda-mais-sobre-o-microempreendedor-individual-e-se-a-modalidade-vale-a-pena/110126/>>. Acesso em: 02 Jan. de 2019.

LIPINSKI, J. **Conheça as ferramentas de Marketing Digital mais usadas no Brasil e como elas podem ajudar a agilizar e otimizar as ações da sua empresa**. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/ferramentas-de-marketing-digital/>>. Acesso em: 03 de Jan. de 2019.

PORTAL MEI-MICROEMPREENDEDOR. **Atividades permitidas pelo MEI**. 7 Atividades Mais Frequentes no MEI. Disponível em: < <https://mei-microempreendedor.com.br/7-atividades-mais-frequentes-no-mei/>>. Acesso em: 02 Jan. de 2019.

PORTAL SEBRAE. **Quer saber mais sobre o MEI**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>>. Acesso em: 18 de set. de 2018.



SILVA, Andreia M. R.. **A Utilização das Ferramentas de Marketing Digital nas empresas B2B no Setor das Tecnologias de Informação em Portugal.** Mestrado em Marketing. Faculdade de Economia do Porto - FEP. Portugal, 2015. 75p.

THAME, A. Carlos Mendes. **Microempreendedor Individual – MEI.** Disponível em: < <http://www.mendesthame.com.br/2011/04/microempreendedor/>>. Acesso em: 01 Jan. de 2019.

TUCUNDUVA, Rodrigo. **Conheça as 30 principais ferramentas de marketing digital que vão agilizar seus resultados.** 2017. Disponível em:< <https://blog.lahar.com.br/marketing-digital/principais-ferramentas-de-marketing-digital/>>. Acesso em: 03 de Jan. de 2019.

\_\_\_\_\_. **Tudo sobre as 5 redes sociais mais usadas no Brasil.** 2018. Disponível em:< <https://blog.lahar.com.br/midias-sociais/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em: 03 de Jan. de 2019.

VIDIGAL, L. S. **Ferramentas digitais para pequenos negócios.** Disponível em:< <http://sebraemgcomvoce.com.br/ferramentas-digitais-para-pequenos-negocios/>>. Acesso em: 06 Jan. de 2019.