

O PODER DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL PÓS CORONAVÍRUS





O PODER DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL PÓS CORONAVÍRUS



O poder da transformação digital pós coronavírus

A pandemia do novo coronavírus rapidamente se espalhou pelo planeta, atingindo também o Brasil. Com isso, a realidade das pessoas mudou em diversos aspectos. Suas rotinas familiares, seus cuidados com a saúde, sua forma de se relacionar com outras pessoas, seu trabalho, etc.

E no aspecto do trabalho, nota-se um dos maiores impactos da **Covid-19**. Com a necessidade do distanciamento social como medida para conter o avanço da doença, o cotidiano de negócios de todos os setores sofreu profundas alterações.

E por sua vez, um efeito em cascata se fez presente em toda a cadeia de produção, distribuição e suprimento de produtos e serviços.

Mas, os recentes avanços das telecomunicações ofereceram a negócios de todos os portes e segmentos a oportunidade de se reinventar e desenvolver novos métodos de trabalho e processos para sobreviver à passagem do vírus pelo Brasil.

As tecnologias digitais já vinham se mostrando como um importante agente transformador na rotina das empresas.

As vendas on-line, a gestão integrada remota, o trabalho via home office e a rapidez na comunicação já eram, em alguma medida, parte da rotina de diversos negócios no país.

Contudo, não há dúvidas de que a pandemia aumentou a força e a velocidade deste processo, trazendo mudanças que serão irreversíveis, tanto no comportamento do consumidor quanto nos processos das empresas.

Continue a leitura deste e-book para saber mais sobre o poder da transformação digital **pós-Coronavírus**.



Adesão tímida do empresário brasileiro às tecnologias digitais

Os avanços das tecnologias de telecomunicações aconteceram de forma extremamente rápida nos últimos 30 a 40 anos.

A internet, os telefones celulares e a combinação de ambos, com o advento dos smartphones, revolucionaram de uma vez por todas a forma como as pessoas consomem cultura, produtos e se relacionam umas com as outras. A popularização da internet no Brasil se deu na década de 90 e, desde então, os recursos disponíveis on-line evoluíram muito.

Além disso, o acesso à Internet se democratizou bastante.

Desta forma, este sistema informacional permitiu o contato entre empresas e clientes de uma forma totalmente nova, ascendendo como uma mídia inovadora, multifuncional e tomando o protagonismo na vida das pessoas.

No entanto, a adesão das empresas brasileiras aos recursos oferecidos pela tecnologia se deu de forma lenta. No ano de 2010, de acordo com dados da última Pesquisa de Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nas Empresas, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, o IBGE, cerca de um quinto das empresas do país ainda não utilizava a rede em nenhum âmbito de seus negócios.

O dado demonstra certa resistência do empresário brasileiro em aderir às novas formas de se fazer negócio. Dez anos depois da pesquisa, ainda que uma nova edição do estudo tenha sido impedida pela própria pandemia, podemos notar maior adesão das empresas às ferramentas da rede.

Da presença nas redes sociais à manutenção de blogs informativos para o cliente e ao uso da conectividade para a realização de processos, a internet já é considerada imprescindível para a operação de muitos negócios.

No entanto, a realidade das empresas de pequeno e médio portes em muitos casos dificulta a adesão aos novos formatos disponibilizados pela internet.

Com quadros de funcionários mais enxutos e uma tendência à centralização das atividades administrativas sobre os dirigentes, estes negócios frequentemente têm dificuldades em levantar recursos pessoais e financeiros para criar uma presença virtual relevante.

Assim, entre as empresas de pequeno e médio portes, muitas vezes o uso da ferramenta é limitado por dificuldades em adaptação às linguagens da rede, falta de expertise do pessoal para digitalização dos negócios e priorização de outras atividades rotineiras.

Deste modo, muitas empresas brasileiras vinham adiando o uso de todo o potencial da internet a favor de suas atividades.



A pandemia como agente de transformação na cultura das empresas

Com os pequenos negócios empresariais representando 99% dos estabelecimentos no país, seu comportamento é determinante para uma análise do uso da Internet no cenário de negócios brasileiro.

E os desafios na gestão de empresas deste porte configuram-se como empecilhos para uma digitalização com maior aproveitamento dos negócios, tendo em vista que uma parcela significativa do mercado nacional não vinha aproveitando ao máximo os benefícios da internet.

Diante deste cenário, apesar de todos os impactos negativos da pandemia da **Covid-19**, como em toda crise, alguns campos precisam se desenvolver para garantir a subsistência em diversas esferas, sejam elas sociais, econômicas, sanitárias, etc.

E para os negócios, o novo coronavírus trouxe significativas transformações.

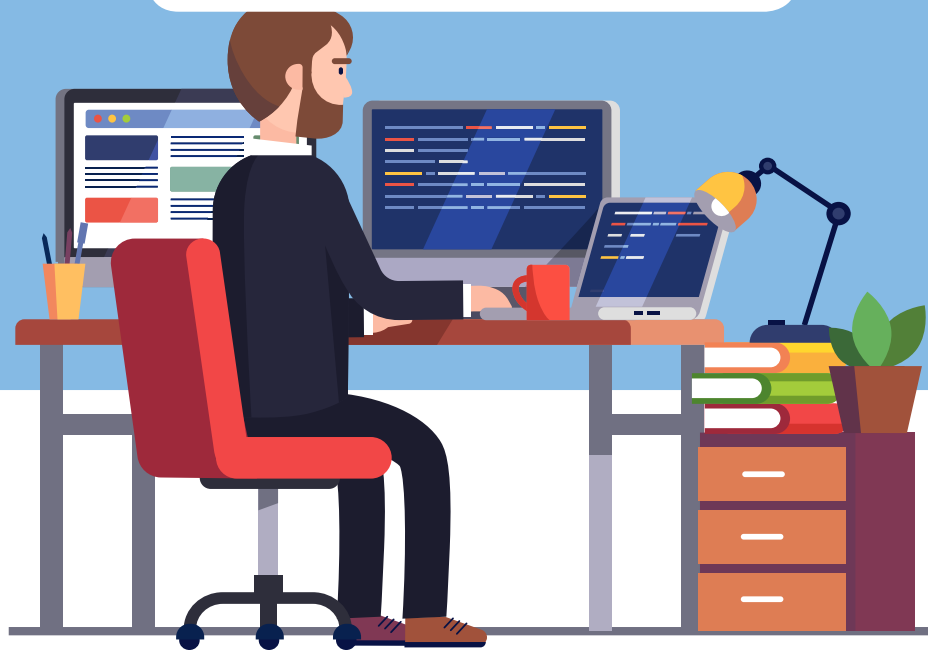
Com o isolamento social impondo-se como relevante desafio no atendimento ao cliente e no desempenho das atividades das empresas, os meios digitais ganharam ainda mais força.

Propiciando uma comunicação eficiente, conexão entre pontos distantes e até mesmo uma plataforma de exibição e comercialização de produtos e serviços, a internet tornou-se uma saída para que empresas de todos os segmentos pudessem continuar com suas atividades, mesmo com todas as restrições sanitárias.

E isso obrigou muitos negócios a saírem da inércia e descobrirem novas formas de utilizar tais tecnologias a seu favor.

Com os grandes investimentos feitos para propiciar as adaptações necessárias, os benefícios oferecidos pelos meios digitais para os negócios e o prolongamento das operações em condições extraordinárias pela extensão da quarentena, levando a alterações mais sedimentadas no comportamento do consumidor, a pandemia gerou transformações digitais que vieram para ficar.

O alcance destas mudanças se estende a várias esferas do ambiente de negócios, como você verá a seguir.



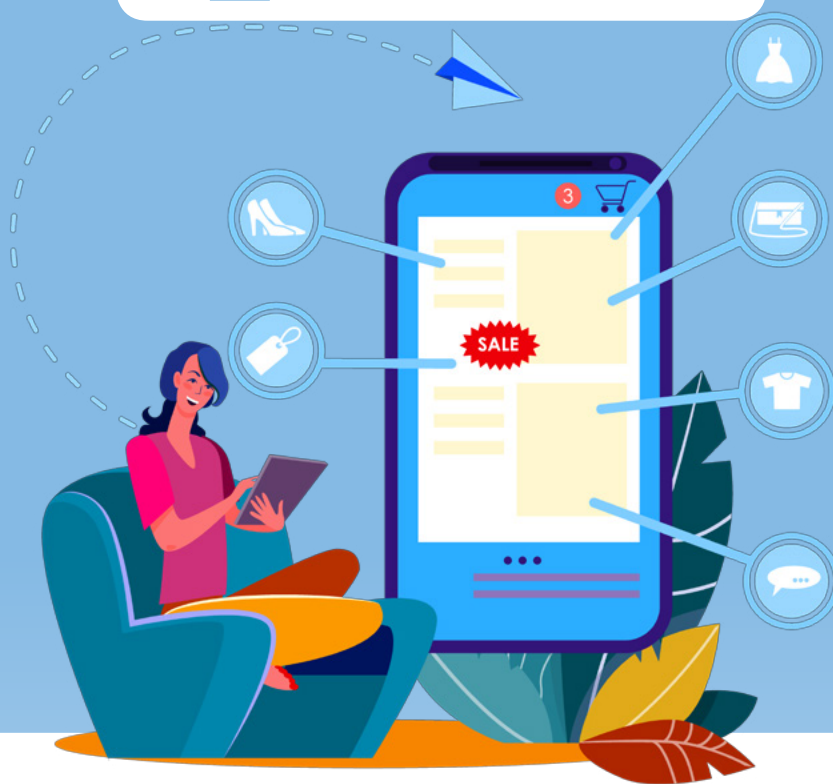
Trabalho via home office

A necessidade de manter as operações em andamento, aliada à urgência no distanciamento social, fez com que muitas empresas recorressem ao trabalho remoto.

Esta modalidade, que antes parecia inviável para muitos modelos de negócios e que causava certo receio em muitos empreendedores, demonstrou-se uma solução capaz de reduzir os impactos da pandemia e garantir o funcionamento adequado da empresa. A experiência forçada provou para gestores de negócios de diversos setores que outras formas de trabalhar são possíveis e eficientes.

Assim, abriram-se as portas para muitas possibilidades que estas empresas sequer imaginavam como:

- **Reduzir o porte e os custos de suas estruturas físicas;**
- **Conectar equipes em diferentes sedes e locações de forma eficiente e fluida;**
- **Aproveitar talentos que residem em outras cidades e estados.**



Varejo reinventado e com novo alcance

O e-commerce já era muito popular no Brasil. De acordo com o IBGE, entre janeiro de 2019 e de 2020 (pré-pandemia), houve uma alta de 58,52% no faturamento do varejo on-line.

No entanto, com as restrições à abertura de uma série de estabelecimentos comerciais em todo o país, podemos esperar um aumento das vendas no setor. Isto ocorre porque essa alternativa se mostrou como uma solução para muitos negócios manterem seus produtos no mercado.

Assim, muitas empresas que ainda não disponibilizavam seus produtos em plataformas de e-commerce passaram a utilizar esta solução. Além disso, negócios que já investiam nesse setor ganharam uma oportunidade de focar seus esforços nestas plataformas, aprimorando sua presença digital.

Por outro lado, o consumidor também terá criado novas formas de consumir. Muitos daqueles que ainda tinham receio de comprar on-line terão aderido à modalidade.

Além disso, o aumento da disponibilização de opções para compra pela internet também vai alterar a forma como os clientes consomem.

Os supermercados e conveniências, por exemplo, são alguns dos nichos que terão mais empresas concorrendo nos meios digitais, bem como mais clientes experimentando suas soluções on-line após a pandemia.





Digitalização de processos

A utilização dos recursos da nuvem e de softwares de gestão mostrou-se como aspecto chave para a manutenção de processos, contato com fornecedores e controle das atividades durante a pandemia.

A exploração mais minuciosa destas ferramentas para garantir a eficiência operacional dos negócios, durante a quarentena, vai gerar mudanças significativas no modo como os negócios gerenciam seus setores, pessoal, atividades e recursos.

As modificações implementadas durante o distanciamento social, por meio das tecnologias digitais, permitem o aumento da organização na coleta e análise dos dados, melhoria na troca de informações entre equipes e um ganho geral na produtividade dos negócios.

Um dos principais âmbitos em que se pode notar estes benefícios é na gestão de estoques.

Com a ampliação das operações remotas, a necessidade de maior cuidado para evitar perdas e uma redução no pessoal operando nos pátios, as ferramentas digitais de centralização de estoques tornaram-se imprescindíveis para que os negócios permanecessem rentáveis durante a pandemia.

Os sistemas de gestão integrada permitem às empresas controlar de forma simples a entrada e a saída de itens em diversos armazéns e centros de distribuição.

Este aumento na eficiência da gestão de estoque se mostra como um valioso recurso para o controle de custos em empresas de diversos portes, devendo permanecer e aumentar a competitividade destas após a crise da **Covid-19**.



Diálogo com o cliente

As redes sociais e ferramentas de SAC 2.0 (atendimento ao consumidor na internet) ainda eram subutilizadas por muitas empresas. Contudo, a necessidade de manter o contato com os clientes para descobrir novas formas de servir e para permanecer presente na rotina do consumidor levou muitos negócios a priorizar estes canais.

Desta forma, uma nova maneira de se relacionar com os clientes e de se posicionar no mercado deve permanecer após a pandemia. Com a crise, as empresas precisaram aprimorar sua comunicação nos meios sociais digitais, tanto em termos de tom de voz como em curadoria de conteúdo sensível e relevante, frequência de publicações e nível de engajamento com o público.

Este aspecto da crise terá levado a transformações relevantes na forma como as redes sociais e os canais de atendimento online são usados por negócios de todos os setores e tamanhos.

Deste modo, a partir de agora, o diálogo será cada vez mais ágil, consistente e focado nas necessidades do cliente.

Referências

<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=283191>

<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>

<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/comercio/9227-pesquisa-mensal-de-comercio.html?=&t=o-que-e>



www.sebrae.com.br

0800 570 0800

