

Série empresarial

GUIA ESSENCIAL PARA A **RETOMADA** EMPRESARIAL **PÓS PANDEMIA**

Volume 3

TECNOLOGIA E
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL:
Um caminho sem volta

SEBRAE





© 2020. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – Sebrae/BA
Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

INFORMAÇÕES E CONTATO

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – Sebrae/BA

Unidade de Gestão do Portfólio – UGEP

Rua Arthur de Azevedo Machado, 1225 – Civil Towers – Torre Cirrus – Costa Azul

CEP: 41760-000 – Salvador/BA.

Telefone: 0800 570 0800

Home: <https://sebraeatende.com.br/>

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Carlos de Souza Andrade

Diretor Superintendente

Jorge Khoury

Diretor Técnico

Franklin Santana Santos

Diretor Administrativo e Financeiro

José Cabral Ferreira

Unidade de Gestão do Portfólio (UGEP)

Norma Lúcia Oliveira da Silva – Gerente

Leandro de Oliveira Barreto – Gerente Adjunto

Viviane Canna Brasil Sousa – Analista

Projeto Gráfico, editoração e revisão ortográfica:

MR Internet Ltda.

GUIA ESSENCIAL PARA A **RETOMADA** EMPRESARIAL **PÓS PANDEMIA**

O Sebrae desenvolveu uma série de ebooks que tem como objetivo ajudar o empreendedor na gestão da sua empresa frente aos novos desafios pós pandemia causada pelo novo Coronavírus.

A série é formada por 10 cartilhas. São elas:

VOLUME 01: Turnaround: dando a volta por cima

VOLUME 02: Planejamento estratégico: a peça chave para o sucesso empresarial

VOLUME 03: Tecnologia e transformação digital: um caminho sem volta

VOLUME 04: Gestão de pessoas: o sucesso da sua empresa depende delas

VOLUME 05: Novos hábitos de consumo: novas tendências, novos desafios

VOLUME 06: Finanças e liquidez: questão de sobrevivência do negócio

VOLUME 07: Marketing, manutenção e captação de clientes: consumidores são estatísticas. Clientes são pessoas

VOLUME 08: Cadeia de suprimentos e operações: garanta a satisfação do seu cliente

VOLUME 09: Ferramentas tecnológicas: como melhorar a gestão da sua empresa

VOLUME 10: Empresa resiliente: chave para superar desafios e sair fortalecida mesmo em tempos difíceis e sob pressão

Colaborar para que os empreendedores possam ter acesso a conteúdos de qualidade e que contribuam com a gestão e a sustentabilidade dos seus negócios é o nosso desafio.

Esperamos que você faça bom proveito dos nossos conteúdos.

Boa leitura!

www.sebraeatende.com.br **0800 570 0800**





Sumário

.....

O que é transformação digital e quais os principais tipos?	07
Como implementar a transformação digital na sua empresa?	09
Como digitalizar as operações da sua empresa?	10
Como implementar sistema de delivery ou aplicativos próprios?	12
Como usar o marketplace?	14
Como implantar o e-commerce na sua empresa?	15
Como utilizar a computação em nuvem (Cloud)?	16
Como garantir a segurança da informação na sua empresa?	18
Conclusão	20

Já podemos afirmar, com segurança, que hoje a tecnologia e a transformação digital são dois caminhos sem volta. A pandemia do novo coronavírus acelerou o processo de transformação digital nos empreendimentos, bem como na vida privada das pessoas em todo o mundo. Sendo assim, nenhum empreendimento pode ficar inerte a esta realidade.

Em muitos casos, a tecnologia e a transformação digital não são apenas aliados dos empreendimentos, mas servem precisamente como o suporte que permite às empresas operar em tempos de crise. Suporte este que, certamente, será definitivo nos negócios mesmo depois que toda essa turbulência sanitária acabar.

Toda empresa que deseja se manter competitiva diante de um mercado cada vez mais intenso e acirrado precisa se ligar nas possibilidades que a tecnologia proporciona aos empreendimentos. Ficar alheio às transformações digitais significa perder clientes e se tornar obsoleto diante das outras empresas que disputam o mesmo ramo que a sua.

Pensando nisso, o Sebrae disponibiliza o terceiro volume do Guia para Retomada Empresarial pós Pandemia, e neste ebook o tema é Tecnologia e Transformação digital. Falaremos um pouco sobre estes conceitos, sua importância, como aplicá-los, as principais tendências tecnológicas para o mercado atual, dicas de segurança e conselhos estratégicos.

Com isso, esperamos que o seu empreendimento esteja mais preparado para uma transição proveitosa, tranquila e eficiente para o ambiente digital.

Desejamos uma boa leitura!



O que é transformação digital e quais os principais tipos?

Transformação digital significa, basicamente, transportar para meios eletrônicos on-line parte das operações de sua empresa. Naturalmente, nem tudo pode ser digitalizado, uma vez que muitos serviços e atividades administrativas são feitas de maneira presencial ou mecânica. Entretanto, cada vez mais as empresas preferem utilizar meios digitais do que, por exemplo, papel ou serviços analógicos como a telefonia convencional.

Algumas empresas atuaram por décadas de maneira tradicional, tendo que passar por um processo total de transição para os meios digitais. Outros empreendimentos, por sua vez, já nascem totalmente digitalizados. Embora isso não seja sinônimo de sucesso, no mercado atual, quanto mais adaptada aos meios digitais um empreendimento estiver, maiores as suas chances de êxito.

Existem alguns tipos de transformação digital que merecem a nossa atenção. Veja os principais deles:

Transformação digital administrativa

A maioria das empresas já passaram em alguma medida por este processo. Nesse caso, trata-se de digitalizar parcial ou totalmente os processos de gestão do empreendimento. Isto é, comunicar-se pelos meios digitais.

- ◆ Emitir, assinar, publicar e armazenar digitalmente editais, memorandos, ordens de serviço e comunicados;
- ◆ Utilizar softwares de gestão on-line;
- ◆ Realizar videoconferências entre membros da equipe;

- ◆ Realizar balanços e elaborar relatórios digitais;
- ◆ Utilizar certificados digitais para representar administradores da empresa, etc.

Transformação digital operacional

Desta vez, os processos produtivos dos empreendimentos passam por transformações digitais parciais ou totais. Um bom exemplo são as instituições financeiras, que operam muitos de seus produtos e serviços apenas por meios digitais. Em alguma medida, os aplicativos de transporte também passam por este processo: sua atividade-fim é realizada presencialmente, ou seja, o transporte, mas toda a sua operação é digital e automatizada.

Uma parte da transformação digital que pode se aplicar a alguns ramos do mercado é a transformação logística. Nesse caso, empresas do ramo dos transportes, da distribuição, do armazenamento e outros empreendimentos ligados à logística digitalizam suas operações de maneira integrada a outros negócios, criando uma rede de dados que torna muito mais ágil e eficiente a entrega e a locomoção de cargas.

Transformação digital comercial

As empresas digitalizam as formas pelas quais oferecem seus produtos e serviços aos clientes. O exemplo mais clássico dessa transformação é o e-commerce, mas ele não é o único. Hoje, cada vez mais empresas utilizam Telefonia VoIP, voz por protocolo de internet, para ligar a seus clientes e realizar negociações mesclando chamadas de voz e arquivos digitais.

Transformação digital da atividade fim

A atividade realizada pela empresa se torna parcialmente ou totalmente digital. O exemplo mais clássico desta

transformação está nos veículos de comunicação: jornais impressos que se tornaram digitais, rádios analógicas que viraram rádios on-line, veículos de TV que produzem audiovisual para internet, entre outros.



Como implementar a transformação digital na sua empresa?

.....

É importante ressaltar que a transformação digital não é obrigatória. Pode ser feita por etapas, de acordo com a realidade do negócio, as características do mercado que o empreendimento atende e as especificidades de cada tecnologia. Por isso, uma empresa pode realizar a transformação administrativa e comercial, mas manter sua atividade-fim e seu operacional analógico, se julgar rentável. Tudo vai depender do planejamento estratégico exercido.

Durante o planejamento, serão definidos os termos desta transformação digital, seus prazos e metas. Depois, a empresa deve estabelecer um orçamento disponível para ser aplicada nesta transformação, uma vez que cada tecnologia a ser utilizada tem seus próprios custos de manutenção e investimento inicial. Esse momento é crucial para que a empresa não disponha mais dinheiro do que pode neste processo.

Enquanto realiza o planejamento, a empresa também precisa levantar de maneira precisa quais as vantagens e desvantagens das tecnologias que pretende usar, especialmente no que diz respeito ao custo-benefício e como as equipes de funcionários irão se adaptar ao processo de transformação. Normalmente, processos como esse causam a demissão de alguns funcionários e a contratação de outros, por isso, é muito importante que todo esse processo de implementação seja planejado e realizado com responsabilidade.



Como digitalizar as operações da sua empresa?

.....

Depois que as diretrizes, metas, custos e características da transformação digital forem delineados com sucesso, a empresa já pode começar a aplicar o que planejou e digitalizar-se. Primeiro, a empresa contata os responsáveis por oferecer os dispositivos tecnológicos escolhidos para a implementação. Assina contratos, aplica recursos e coloca a tecnologia para funcionar.

Depois, cria iniciativas de treinamento e comunicação junto aos funcionários. É essencial que todos os funcionários envolvidos diretamente com a transformação digital estejam preparados para utilizar os novos dispositivos. É importante implementar capacitações e políticas de suporte eficientes, solucionando eventuais dúvidas.

Antes de colocar as novas tecnologias em pleno funcionamento, entretanto, pode ser interessante realizar testes para detectar de antemão eventuais problemas, dificuldades ou limitações das ferramentas. Por isso, com uma equipe restrita de funcionários, faça estes testes e corrija quaisquer erros antes mesmo que os novos sistemas sejam colocados em prática por todo o empreendimento.

Acompanhe desde o princípio como as tecnologias utilizadas desempenham seu papel. Afinal, nada impede que as ferramentas contratadas ou adquiridas não tenham o resultado esperado. Se isso ocorrer, a sua empresa precisa estar preparada para tomar as ações necessárias rapidamente, de forma a evitar prejuízos e normalizar a performance da empresa o mais rápido possível.

Isso significa que pode ser necessário contratar ou terceirizar uma equipe especializada exclusivamente no monitoramento e na manutenção destes recursos tecnológicos. Estes profissionais costumam ser analistas de UX/UI, desenvolvedores front-end e back-end, bem como analistas de Business Intelligence, BI.

Uma das vantagens da digitalização de operações das empresas é a centralização de processos e dados. Por isso, todos os setores de seu empreendimento poderão gerar relatórios de suas operações, permitindo aos responsáveis pela gestão do negócio, uma tomada de decisão estratégica mais assertiva, bem como a facilidade em implementar modificações operacionais no sistema.



Como implementar sistema de delivery ou aplicativos próprios?

.....

Durante a pandemia, o sistema de delivery ganhou muita força, demanda e sofisticou-se tecnologicamente ainda mais. Muitas empresas que não atendiam com entregas começaram a também operar neste sistema. Entretanto, para implementar o sistema de delivery, é sempre importante tomar alguns cuidados, pois realizar estes projetos pode ser mais complexo do que parece, especialmente se a empresa tiver grande fluxo de vendas.

Há duas principais maneiras de realizar um sistema de delivery e elas podem ser mescladas se a empresa julgar conveniente. A primeira delas é bastante simples, voltada a empresas menores, cujo público é mais restrito, principalmente em cidades do interior ou empreendimentos com um público eminentemente local.

Neste sistema, a empresa recebe e sistematiza por conta própria os pedidos, colocando-os na ordem que achar mais eficiente e operando o transporte de maneira independente, com veículos próprios ou serviços de motoboy. Para receber os pedidos, a maioria dos empreendimentos que operam desta forma utilizam o WhatsApp e o chat do Facebook. A organização dos pedidos, por sua vez, é feita com tabelas digitais ou escritas à mão.

A vantagem deste modelo é que a empresa não tem custos ou comissões e, se bem organizada, pode ter ótimos resultados sem incidentes. Por outro lado, a empresa corre mais riscos de errar na anotação ou na entrega dos pedidos, caso alguma comanda, mensagem ou comunicação da equipe seja compreendida de maneira equivocada.

A implementação deste sistema é simples. A empresa pode simplesmente comprar seus próprios veículos e organizar

as entregas com papel ou utilizar softwares de computador desenvolvidos especialmente para esta finalidade.

A outra modalidade de delivery se faz possível através da parceria com aplicativos que oferecem o serviço de entrega aos clientes. Uma das vantagens destes aplicativos é que eles colocam a marca do seu restaurante no catálogo que é acessado por milhares de usuários todos os dias. Com isso, aumentam as chances de venda.

Além disso, outra vantagem para a sua empresa é que estes aplicativos terceirizam o serviço de entrega, fazendo com que a sua empresa não tenha qualquer tipo de preocupação relacionada a esta parte do serviço. Entretanto, o que a empresa economiza com estrutura de delivery ela acaba pagando em comissões aos apps parceiros. Entretanto, com o aumento das vendas durante a quarentena, a sua empresa pode ter ótimos resultados independente destes custos.

Por fim, os aplicativos próprios também têm sido estratégias bastante utilizadas pelas empresas para facilitar as vendas e fidelizar clientes. Um app para Android ou iOS pode ser construído em menos de uma semana com a cara da sua empresa. Este app liga o cliente diretamente aos canais de venda, além de oferecer informações atualizadas sobre promoções, catálogos e demais mensagens do empreendimento.

Uma das vantagens dos apps são as notificações push, que aparecem já na tela inicial do dispositivo do cliente, com boas chances de ser lida e até mesmo servir para converter uma venda.



Como usar o marketplace?

O Marketplace é outra ferramenta que tem feito grande sucesso durante a pandemia, e provavelmente se mantém forte mesmo após a crise do novo coronavírus. Por meio deste modelo de negócio, a sua empresa anuncia produtos nos sites de grandes redes de varejo, com milhões de acessos diariamente em todo o Brasil. O marketplace serve como intermediário entre a sua empresa e o cliente, além de facilitar a realização da entrega emitindo etiquetas automaticamente.

A comissão paga pela sua empresa neste tipo de negócio varia entre 10% e 20%. Alguns marketplaces cobram taxas mensais, outros cobram apenas a comissão. Normalmente, o sistema de inscrição de empresas que querem começar a vender por marketplace é o seguinte:

Primeiro, a empresa procura o Marketplace e realiza uma proposta. Esta proposta contém várias características do empreendimento, que a titular do marketplace precisa analisar para saber se o seu negócio está em sintonia com o que eles vendem. Em caso positivo, o titular dá o aceite e a sua empresa assina um contrato, além de fornecer dados e documentos necessários para a operação.

Depois, a sua empresa cadastra os produtos para serem anunciados no marketplace, com seus respectivos preços, aguardando por vendas. Sempre que a sua empresa vende, a titular do Marketplace utiliza sua estrutura própria para operar o pagamento e emitir um ticket para que a sua empresa faça a postagem do produto nos Correios ou em outra transportadora. A data de pagamento das vendas realizadas por Marketplace depende de cada empresa titular. O pagamento pode ser semanal, mensal ou por outras formas.

Aqui é preciso sempre colocar na balança se é viável para o seu negócio vender por meio deste modelo. Afinal, sua

empresa estará sacrificando uma porcentagem de receita a cada venda realizada. Por outro lado, o número de vendas pode aumentar consideravelmente, fazendo com que o pagamento da comissão seja rentável.

Além disso, para trabalhar no marketplace a sua empresa pode ter que contratar um hub de integração de vendas. Este software serve para administrar de maneira centralizada as vendas realizadas por via física, por e-commerce, por marketplace ou qualquer outro canal que o negócio utilize. Assim, ele faz as baixas de estoque automaticamente, além gerar relatórios automatizados.



Como implantar o e-commerce na sua empresa?



Vender pela internet é uma opção que exige hábil planejamento. Há alguns passos importantes para se construir uma loja virtual e nós explicaremos os principais itens.

Primeiramente, é preciso escolher uma plataforma de e-commerce. Existem várias no mercado, atendendo a diferentes demandas. Você pode encontrar até mesmo plataformas gratuitas, porém bastante limitadas. Outras plataformas mais sofisticadas permitem fácil operação e várias opções para configurar a sua loja.

Depois, é preciso decidir pela hospedagem da sua loja virtual. Algumas plataformas de e-commerce já vêm com hospedagem inclusa, mas não são todas. Se no seu caso não estiver inclusa,



escolha um host considerado seguro, cujos custos estão dentro das possibilidades do seu orçamento.

Adicione os produtos no estoque e comece a vender! Utilize as redes sociais e outras mídias da sua empresa para divulgar os links do e-commerce e aumentar as chances de venda. Lembre-se sempre de acompanhar o progresso da página e trabalhar com agilidade. Ou seja, sempre que um cliente concluir uma venda, cujo pagamento já foi aprovado, seja rápido na preparação e na postagem. Isso faz a diferença para vender mais e fidelizar os clientes.

Muitas empresas não estão criando e-commerces completos para vender seus produtos, mas utilizando alguns apps que permitem a construção rápida de uma loja virtual sem que seja necessário se preocupar com hospedagem. Alguns destes aplicativos são voltados inclusive ao comércio local, permitindo que a sua empresa faça parte da cultura do Locavorismo, o incentivo à compra e venda de produtos locais.



Como utilizar a computação em nuvem (Cloud)?

.....

O Cloud Computing, ou computação em nuvem, está cada vez mais presente na realidade das empresas, e há diversas maneiras de se aproveitar de suas possibilidades. Alguns empreendimentos já utilizam a computação em nuvem mesmo

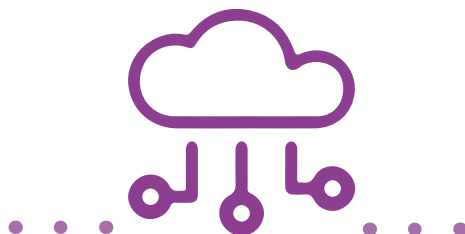
sem saber: quando realizam um backup on-line em suas contas de e-mail, isso já é uma forma de aproveitar a nuvem.

Computação em nuvem significa que os arquivos do seu negócio não estão armazenados nos dispositivos físicos presentes no espaço local de sua empresa, mas sim em um servidor distante, localizado em um data center, o qual o seu empreendimento acessa por meio da internet, diretamente.

A ideia aqui é que a sua empresa possa utilizar menos dispositivos físicos que ocupam espaço e podem dar problemas técnicos. Dessa forma, o seu negócio corre menos risco de sofrer com a perda, a danificação ou o extravio de arquivos importantes, acontecimentos extremamente comuns para quem ainda não utiliza o Cloud Computing.

Outra maneira muito relevante de se utilizar a computação em nuvem é realizar a gestão administrativa e a operação comercial da empresa através de programas e aplicativos hospedados na nuvem. Além da segurança de dados que mencionamos no parágrafo anterior, estes programas também permitem aos funcionários do empreendimento trabalhar de qualquer lugar em que estiverem, desde que tenham acesso à internet.

Muitas destas soluções são oferecidas no formato SaaS, Software as a Service ou Software como Serviço. Isso significa que a sua empresa não compra a licença desses programas, mas sim, realiza a assinatura destas soluções, contando com todo o apoio da empresa para implementar a tecnologia, bem como suporte técnico em caso de dúvidas ou problemas de qualquer natureza.



Como garantir a segurança da informação na sua empresa?

.....

Mesmo quando falamos de tecnologia voltada ao mundo empresarial, este universo não está isento de riscos. Muito pelo contrário: há um grande número de criminosos virtuais cuja principal atividade é o roubo ou o sequestro de dados de pessoas ou empresas, com a finalidade de obter informações privilegiadas, furtar dinheiro de maneira digital ou extorquir empresas e clientes.

Como, portanto, garantir a segurança da informação na empresa? Alguns passos podem ser seguidos para se evitar que os dados e arquivos do seu negócio permaneçam sigilosos e seguros. O primeiro passo é bem simples: use antivírus em todos os dispositivos de sua empresa, sejam eles computadores, celulares ou tablets. Só isso já dificulta a vida dos malwares.

Utilize sempre aplicativos certificados. Empresas que comercializam programas na nuvem quase sempre possuem certificações de segurança atribuídas por associações e outras entidades responsáveis por testar e certificar tecnologia. Sempre que pensar em contratar um aplicativo ou Saas, busque as certificações de segurança que ele possui.

Ao contratar um programa que rode na nuvem, tente se informar junto à empresa prestadora qual serviço de data center eles utilizam. Serviços de hospedagem conhecidos e confiáveis são uma boa forma de assegurar que sua empresa não terá informações extraviadas, uma vez que o data center faz cópias de segurança e manda o mesmo arquivo para diferentes servidores.





Conclusão

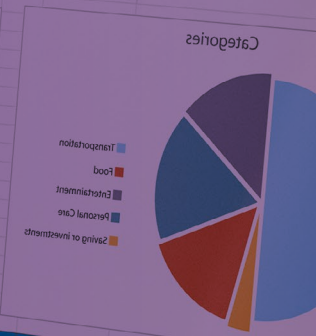
São vários os passos que a sua empresa pode dar para, gradualmente, se inserir no universo virtual. Isso é altamente recomendável, pois os clientes estão cada vez mais conectados às tecnologias digitais, levando para os dispositivos boa parte das negociações que antes realizavam pessoalmente.

Cada uma destas ações, no entanto, vai depender das características do seu negócio. Empresas que vendem bem na loja física podem não precisar de um e-commerce agora, mas fariam bem se, por exemplo, adotassem técnicas centralizadas digitais de administração do negócio, reduzindo custos e aumentando a eficiência.

Insira a transformação digital e tecnológica no seu planejamento estratégico para que este processo seja feito de maneira adequada, planejada, sem atropelamentos e sem decisões tomadas por impulso.

Neste ebook, você conheceu algumas das tendências que já são realidade nesta área e que podem ser onipresentes no mercado após a pandemia. Se você ainda não leu os outros volumes do nosso Guia Completo Sebrae, recomendamos que os leia em seguida. Assim, tudo o que dissemos aqui ficará ainda mais claro. Esperamos que este tenha sido um conteúdo proveitoso. Esperamos você em nosso próximo volume!





Category	Unit	Jan-16	Feb-16	Mar-16	Apr-16	May-16	Jun-16
Marketing Budget							
1-Personal	0	12,034	13,888	13,088	16,392	12,381	24,188
1-Personal	0	343	184	1,883	374	834	-
1-Personal	1	521	347	619	1,880	243	764
Benefits							
Payroll taxes							
Salaries							
1-Personal	1	0	424	80	23	488	348
1-Personal	1	16,848	2,300	18	23	13,880	28,888
Commissions and bonuses							
Personal Total							
2-Marketing	2	12,900	2,300	18,687	18,838	13,880	48,800
1-Personal	1	6,000	2,300	1,500	1,200	1,800	4,800
2-Marketing	1	2,000	4,250	3,000	1,200	4,382	3,874
2-Marketing	0	8,200	4,900	8,000	0	8,800	7,850
Independent Research							
Web Research							
Firm Research Fees							



www.sebraeatende.com.br 0800 570 0800

