

INOVAÇÃO

GUIA SOBRE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS



SEBRAE



© 2018. 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 Horácio César, 64 – Bairro Dois de Julho

CEP: 40.060-350 – Salvador / BA

Tel.: (71) 3320-4436

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Antônio Ricardo Alvarez Alban

Diretor Superintendente

Jorge Khoury

Diretor Técnico

Franklin Santana Santos

Diretor Administrativo e Financeiro

José Cabral Ferreira

Unidade de Gestão do Portfólio (UGEP)

Gerente

Norma Lúcia Oliveira da Silva

Gerente Adjunto

Leandro de Oliveira Barreto

Analista

Viviane Canna Brasil Sousa Cedraz

Analista

André Gustavo de Araújo Barbosa

Projeto Gráfico, editoração e revisão ortográfica

Yayá Comunicação Integrada

www.ba.sebrae.com.br **0800 570 0800**



SebraeBahia

SUMÁRIO

Transformação digital: um passo imprescindível em meio à cultura da inovação	4
Identifique em que estágio sua empresa se encontra	7
Conheça o cenário digital e potencialize a produtividade de sua empresa	9
Indústria 4.0 ou Quarta Revolução Industrial	13
A Transformação Digital como forma de sobrevivência no mercado	16
Os principais desafios da Transformação Digital	18
Conclusão	21

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: UM PASSO IMPRESCINDÍVEL EM MEIO À CULTURA DA INOVAÇÃO

Transformação digital é o termo usado para explicar a passagem inteligente dos processos empresariais antes feitos de forma analógica para um meio digital.

Em um cenário econômico cada vez mais desafiador, com consumidores mais criteriosos e menos impulsivos na conclusão de suas compras, o empreendedor precisa acompanhar as transformações sociológicas resultantes dos grandes avanços tecnológicos dos últimos anos, conhecer as novas tendências de mercado e realizar adaptações nos ambientes físico e digital de sua empresa, além de repensar as estratégias de comunicação com seus clientes.

Além disso, **é preciso encontrar novas formas de participar, se conectar a líderes empresariais**, gerar resultados de receita e gerenciar riscos. E para que a transformação digital aconteça com êxito, é preciso que os desafios sejam enfrentados com firmeza.





Neste cenário cresce também o interesse pela sustentabilidade empresarial em seus aspectos ambiental, econômico e social, e a partir dessas mudanças as empresas vêm ajustando suas estratégias, a fim de incluir iniciativas que permitam a operacionalização de ações, sobretudo para o ganho de produtividade.

A transformação digital é um conceito necessário de ser entendido por qualquer gestor atento às novas condições do mercado. O avanço da tecnologia vem causando mudanças consideráveis na forma como as pessoas pensam e consomem. Com o passar do tempo, a tecnologia fica ainda mais inteligente, estruturada e fácil de usar, e a transformação digital se torna um assunto cada vez mais recorrente entre empresas do mundo todo.

É impossível ignorar as potencialidades oferecidas pelas ferramentas digitais.

Mesmo as empresas mais presas ao passado, utilizam a digitalização, em algum nível, em seus negócios. No entanto, muitos empreendedores ainda deixam de usufruir todas as potencialidades que lhe são possíveis, para otimizar tempo e processos. Manter uma abordagem inovadora, estratégias bem definidas, exclusividade, liderança forte e bem preparada, inteligência criativa, confiança, trabalho em equipe e desenvolvimento colaborativo, estão entre os fatores fundamentais para garantir que sua empresa prospere e conquiste o mercado.

Confira as tendências mais relevantes deste cenário:

- **A análise de dados como ferramenta para decisões estratégicas**

O uso do processamento de dados e o uso das informações geradas nesse processo não é uma novidade para as empresas, elas sempre foram vitais para diversas decisões estratégicas. Mas a realidade mostra que temos um aperfeiçoamento no tratamento desses dados e um refinamento cada vez maior das informações.

- **Os dispositivos móveis e a era digital**

Responsáveis pela alta conectividade que vivemos atualmente, os dispositivos móveis contribuem de forma direta pela grande transformação no poder de decisão dos consumidores e as novas tendências de consumo. Assim, as empresas precisam concentrar seus esforços na criação de soluções e conteúdos criados especificamente para o formato de smartphones e tablets.

- **A influência da inteligência artificial**

O uso da inteligência artificial será cada vez mais forte e influente para empresas e na vida dos consumidores. Nos processos produtivos, ela será responsável pelo aperfeiçoamento da automação, transformando cada vez mais o relacionamento homem-máquina. Para as empresas o caminho natural será investimentos em inovação, capacitação e capital humano cada vez mais especializado.



IDENTIFIQUE EM QUE ESTÁGIO SUA EMPRESA SE ENCONTRA



Muitas empresas, ao explorar as novas possibilidades tecnológicas, **acabam comprometendo o próprio empreendimento devido à má usabilidade e conhecimento das ferramentas**, investindo muitas vezes em finalidades errôneas. Por isso, nesse contexto onde é preciso se adaptar e criar novas formas de atrair, engajar e fidelizar seus clientes, enquanto buscam criar processos internos mais eficientes, o primeiro passo para transformar sua empresa digitalmente é identificar em qual estágio de avanço ela se encontra.

Geralmente, as organizações podem ser classificadas em quatro fases digitais:

1ª Fase

Na fase mais carente de desenvolvimento se encontram as empresas com alta adesão dos processos analógicos e resistência do grupo gestor a investir em novos instrumentos.

2ª Fase

Nesta fase encontram-se os ambientes que já estão em processo prático de implementação de suas tecnologias, mas que contemplam baixa interação entre os colaboradores.

3ª Fase

Aqui se encontram as empresas onde já existe uma integração tecnológica entre os envolvidos e diferentes setores, no entanto, as tecnologias utilizadas ainda não atendem às expectativas da empresa. Nesse caso, os gestores devem solicitar estudos de aplicabilidade de novas tecnologias.

4ª Fase

Na quarta fase estão as empresas mais desenvolvidas, aquelas que atingiram o grau máximo de transformação digital, empregando em seus processos, tecnologias altamente eficientes, aliadas a uma harmoniosa interação entre os diferentes colaboradores e setores. Colaboradores de empresas nesse estágio, tornam-se mais engajados com a corporação, incorporando conceitos como a mobilidade.



Identificado o estágio em que sua empresa se encontra, parte-se para traçar um plano de digitalização. Ele nasce dessa análise inicial de onde surgirá a resposta sobre quais resultados você quer atingir no curto, médio e longo prazo. Essa análise inicial é essencial para te dar um norte sobre quais atuais processos adotados estão indo contra as suas diretrizes de evolução e precisam ser remodelados.

CONHEÇA O CENÁRIO DIGITAL E POTENCIALIZE A PRODUTIVIDADE DE SUA EMPRESA



Produtividade é a relação entre o rendimento de uma atividade em função de tempo, capital, pessoas e demais fatores ligados à sua realização. Remodelar as visões de mercado e conseqüentemente o seu comportamento empreendedor é fundamental para seguir apresentando soluções mais dinâmicas, assertivas e personalizadas, mantendo o caráter competitivo da sua empresa.

Os avanços tecnológicos permitem aumentar a produtividade, otimizar recursos, tempo, reduzir despesas e melhorar a qualidade de vida e do ambiente. Para os pequenos negócios, bons exemplos de otimização estão no sensor de rastreamento que informa a localização exata de um produto e no uso da maquininha de cartão, que gera automaticamente, no ato da compra, uma nota fiscal eletrônica. **A automação dos equipamentos** que geram melhorias na eficiência operacional e conseqüente melhoria na experiência dos usuários **é parte dessa transformação digital** capaz de potencializar a produtividade das empresas.

Em um ambiente de crescente influência digital nos negócios, para potencializar as vendas e gerar melhores resultados e lucros, conhecer as novas ferramentas e conceitos tecnológicos que estão promovendo uma revolução na forma de vender, comprar, atrair clientes e gerenciar os processos é essencial para descobrir quais soluções podem ser melhor exploradas por sua empresa.

O novo cenário digital abrange:

• Internet das coisas

A internet das coisas (IoT na sigla em inglês), aplicada nos pequenos negócios, é a denominação da tecnologia que permite ter objetos conectados à internet, de modo que interajam com o ambiente, enviem e recebam informações. A internet das coisas permite que você obtenha dados nunca antes possíveis. Esses dados geram informações riquíssimas que podem minimizar seus riscos, custos e potencializar suas estratégias.

• Realidade virtual e aumentada

Complementares, a realidade virtual e aumentada são duas tecnologias atuais que mexem com a experiência de compra dos consumidores. A realidade virtual (RV) consiste em você criar um ambiente totalmente gerado pelo computador, 100% virtual. O usuário pode interagir com esse ambiente, e o ideal seria que ele emergisse nele; ou seja, tudo que ele veria ali seria gerado por computador. Um exemplo muito comum das aplicações de RV são os jogos digitais.

Já na realidade aumentada (RA), o usuário continua vendo o mundo real, complementado de alguns elementos virtuais, como olhar por exemplo para um motor real de automóvel mas ver o interior dele com as válvulas se mexendo e a explosão acontecendo. Na realidade aumentada, a ideia é aumentar a realidade com informações adicionais devidamente alinhadas com a visão do usuário e do mundo real.

• Inteligência artificial

Criar máquinas inteligentes tornou-se uma parte essencial do setor de tecnologia. Altamente técnica e especializada, a inteligência artificial possibilita que máquinas aprendam com experiências, se ajustem a novas entradas de dados e executem tarefas como seres humanos. Inclui a programação constante de computadores para determinados traços, tais como conhecimento, raciocínio, solução de problemas, percepção, aprendizagem, planejamento, capacidade de manipular e mover objetos.

Enquanto os filmes de Hollywood e os romances de ficção científica retratam a inteligência artificial como robôs humanoides que dominam o mundo, a evolução atual das tecnologias de AI evolui para fornecer muitos benefícios específicos para todas as indústrias.



• Mobile e aplicativos

Os aplicativos estão cada vez mais populares e se tornaram muito importantes nos últimos anos na vida dos usuários consumidores. Grande parte deste sucesso vem dos smartphones, que crescem rapidamente em todo o mundo e **oferecem aos usuários diversas ferramentas para cada tipo de necessidade** ao alcance das suas mãos.

Aplicativos mobile são softwares que desempenham objetivos específicos em smartphones e tablets. É possível acessá-los por meio das “lojas de aplicativos”, como a App Store, Android Market, BlackBerry App World, Ovi Store, entre outros. Alguns são gratuitos e outros pagos e são destinados a facilitar o desempenho de atividades do usuário para diversas finalidades, seja para adquirir novos produtos e serviços ou para puro divertimento.

• Pagamentos com um clique

A compra com um clique é uma ferramenta estratégica para otimizar o processo de pagamento e-commerce. Quem busca o ambiente da internet para obter novos produtos e serviços espera ter mais agilidade e segurança na hora de finalizar o pagamento. Oferecer uma oportunidade de compra sem grandes obstáculos é fundamental para gerar mais conversão e menos abandono no meio do caminho.

Para implementar a compra com um clique é necessário solicitar ao consumidor que forneça seus dados efetuando seu cadastro em uma plataforma junto com os dados do cartão de crédito.

• Operações e engajamento do consumidor

Entender as tendências de engajamento do consumidor é fundamental. Quando os consumidores se engajam com uma marca acabam formando vínculos emocionais com ela de modo que aquele determinado produto ou serviço passa a fazer parte de suas vidas, por isso descobrir quais são os fatores que promovem retenção de clientes e quais suas preferências de consumo deve ser um exercício constante na vida dos empreendedores. O engajamento da marca leva ao consumo frequente, a lealdade, e a influência de outros consumidores pela propaganda verbal positiva, também conhecida como boca a boca.

Compreender o caminho percorrido pelo consumidor até sentir-se engajado com uma marca envolve o conhecimento dos hábitos de compra desse consumidor, como ele chegou até a empresa, os seus padrões de comportamento durante as compras, a análise do processo de pagamento e como eles reagem às estratégias de pós-venda.



INDÚSTRIA 4.0 OU QUARTA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

Englobando as principais inovações tecnológicas das áreas de automação, controle e tecnologia da informação aplicadas aos processos de manufatura, a **Indústria 4.0 também chamada de Quarta Revolução Industrial**, utiliza conceitos de sistemas ciber-físicos, Internet das Coisas e Computação em Nuvem. Além desses, podemos citar outros dois conceitos de grande relevância considerados pilares dessa Indústria 4.0 como:

• Big Data Analytics

Estruturas de dados muito extensas e complexas que utilizam novas abordagens para a captura, análise e gerenciamento de informações que aplicadas à Indústria 4.0 consiste em direcionamentos para lidar com informações relevantes: Conexão (à rede industrial, sensores e CLPs), Cloud (nuvem/dados por demanda), Cyber (modelo e memória), Conteúdo, Comunidade (compartilhamento das informações) e Customização (personalização e valores).

• Segurança

Um dos principais desafios para o sucesso da quarta revolução industrial está na segurança e robustez dos sistemas de informação. Problemas como falhas de transmissão na comunicação máquina-máquina, ou até mesmo eventuais “engasgos” do sistema podem causar transtornos na produção. Com toda essa conectividade, também serão necessários sistemas que protejam o know-how da companhia, contido nos arquivos de controle dos processos.

O fundamento básico da Indústria 4.0 implica que, conectando máquinas, sistemas e ativos, as empresas poderão criar redes inteligentes ao longo de toda cadeia de valor, que podem controlar os processos de produção de forma autônoma. Ou seja: as fábricas inteligentes terão a capacidade e autonomia para agendar manutenções, prever falhas nos processos e se adaptar aos requisitos e mudanças não planejadas na produção.

Existem alguns princípios para o desenvolvimento e implantação da Indústria 4.0, que definem os **sistemas de produção inteligentes que tendem a surgir nos próximos anos**. São eles:



• Capacidade de operação em tempo real

Consiste na aquisição e tratamento de dados de forma praticamente instantânea, permitindo a tomada de decisões em tempo real.

• Virtualização

Simulações já são utilizadas atualmente, assim como sistemas supervisórios. No entanto, a Indústria 4.0 propõe a existência de uma cópia virtual das fábricas inteligentes. Permitindo a rastreabilidade e monitoramento remoto de todos os processos por meio dos inúmeros sensores espalhados ao longo da planta.

• Descentralização

A tomada de decisões poderá ser feita pelo sistema cyber-físico de acordo com as necessidades da produção em tempo real. Além disso, as máquinas não apenas receberão comandos, mas poderão fornecer informações sobre seu ciclo de trabalho. Logo, os módulos da fábrica inteligente trabalharão de forma descentralizada a fim de aprimorar os processos de produção.

• Orientação a serviços

Utilização de arquiteturas de software orientadas a serviços aliado ao conceito de Internet of Services.

• Modularidade

Produção de acordo com a demanda, acoplamento e desacoplamento de módulos na produção. O que oferece flexibilidade para alterar as tarefas das máquinas facilmente.

Os profissionais também precisarão se adaptar, pois com as fábricas ainda mais automatizadas novas demandas surgirão enquanto algumas deixarão de existir. Os trabalhos manuais e repetitivos já vêm sendo substituídos por mão de obra automatizada, e com indústria 4.0 isso tende a continuar. Por outro lado, as demandas em pesquisa e desenvolvimento oferecerão oportunidades para profissionais tecnicamente capacitados, com formação multidisciplinar para compreender e trabalhar com a variedade de tecnologia que compõe uma fábrica inteligente.



A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL COMO FORMA DE SOBREVIVÊNCIA NO MERCADO

No mundo corporativo, transformação representa mudança de escala e nos componentes fundamentais que compõem uma empresa. A transição tecnológica presenciada nos últimos anos vem impulsionando novos modelos de negócio e fazendo com que as corporações repensem suas ofertas, suas formas de distribuição, necessidades e desejos dos clientes finais.

A digitalização é uma facilitação de processos, não uma complicação. Antes de realizar qualquer mudança e investir em determinada ferramenta, é preciso conhecer quais pontos da cadeia produtiva de sua empresa são frágeis e devem ser desenvolvidos.

E como funciona o marketing de varejo no cenário digital?

Primeiro é preciso parar de pensar de forma fragmentada.

O bom **marketing sabe integrar os ambientes on e offline**, pensando estrategicamente o posicionamento de uma marca, produto ou serviço de maneira integrada, aproveitando das melhores maneiras os espaços físico e virtual. Assim, o marketing de varejo no cenário digital busca não só estar próximo dos consumidores como também entender seus hábitos e preferências, a fim de oferecer as melhores soluções e experiências de compras.

Ou seja: entender as inovações do marketing e os novos desafios do setor varejista na era digital é também compreender as transformações sociais geradas pela predominância da tecnologia e como isso têm impactado o mercado.



Para se adequar às novas necessidades, desejos e modos de agir dos novos consumidores na era digital, os empreendedores precisam repensar suas estratégias a fim de iniciar sua própria revolução. O conceito de *Inbound Marketing*, que tem o conteúdo como base e vem ajudando empresas de diversos portes e segmentos, consiste em uma estratégia de marketing que visa atrair o interesse das pessoas.



O passo inicial é entender como seus clientes estão mudando o comportamento, a forma como se informam, como decidem, como compram. As etapas pelas quais o consumidor passa no processo de vendas formam a chamada “jornada do cliente”, que está dividida em três fases:

- **Estágio de Consciência:**

onde o cliente percebe e expressa sintomas de um problema ou uma necessidade que possivelmente tenha;

- **Estágio de Consideração:**

onde o consumidor tem claramente definido seu problema ou necessidade;

- **Estágio de Decisão:**

quando o usuário tem definida sua estratégia de solução, método ou abordagem para solucionar o problema ou necessidade que ele tem.

OS PRINCIPAIS DESAFIOS DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

A medida em que a tecnologia se torna um elemento permanente na vida cotidiana, as empresas são confrontadas com uma crescente necessidade de atualizar seus legados de estratégias e metodologias de apoio a fim de que possam refletir melhor a forma como o mundo está evoluindo. Entre os novos desafios está a preparação das empresas para **atender com maior rapidez as reclamações dos clientes** e a falha de digitalizar os processos sem se preocupar com a experiência real dos usuários ao longo do processo de compra.

Com a finalidade de melhorar a experiência do consumidor e consequentemente alavancar as vendas de sua empresa e potencializar os lucros, o empreendedor precisa estar atento aos principais desafios do processo de transformação digital:

• Priorizar o cliente

A tecnologia não deve ser adotada só porque é uma novidade ou porque parece incrível. Quais as ferramentas necessárias para atender o seu cliente? Disponibilizar o atendimento online e fornecer ferramentas para que o próprio cliente possa resolver suas dificuldades é um exemplo de caminho assertivo. O cliente é impaciente e a rapidez de resposta pode garantir a oportunidade de venda. O novo consumidor pesquisa muito e tende a saber mais do que o vendedor sobre as soluções disponíveis no mercado. Se antecipe: pesquise, leia e esteja preparado para não só oferecer novas soluções, mas também saber fundamentá-las. Ter em mente a satisfação e engajamento dos clientes é fundamental e, claro, colocá-lo como ator central da transformação digital em cada fase.



• Transformar a arquitetura dos espaços

As tendências digitais incluem mudanças na arquitetura dos espaços. Telões e painéis são tão comuns que estão quase sendo considerados como mídia tradicional. O segredo ao usá-los é avaliar bem sua comunicação com o ambiente: eles devem ser incorporados de uma forma que passem a ser parte da experiência do lugar.

• Cultivar uma cultura colaborativa

Um dos maiores fatores mais importantes para o sucesso de uma empresa, é a conscientização de sua equipe de profissionais sobre o valor da comunicação e da colaboração. Fomentar **um ambiente propício para que todos se comuniquem** livremente, compartilhem conhecimento e respeitem a inteligência emocional de cada um, sendo capazes de aprender uns com os outros e compartilhar recursos. No processo de digitalização, uma mudança cultural está naturalmente implícita. As estruturas organizacionais devem ser repensadas e os métodos de trabalho revisitados, ou seja: **os líderes devem atuar na estratégia**, definir tecnologias, mapear suas integrações e fortalecer a comunicação interna para gerar mais autonomia e resultados inovadores.



• Olhar para o futuro

Nesse novo cenário sociotecnológico onde há um processo de transformação digital em curso, é essencial compreender como e de que forma estas tecnologias podem aumentar a competitividade das organizações em um mercado cada vez mais global e competitivo. Investir em uma sinalização digital que seja também interativa e em tecnologias que ajudem o consumidor a ter contato com o produto, como os provedores virtuais, é um bom exemplo. Uma empresa digital é dinâmica e flexível o suficiente para abraçar mudanças contínuas. Para isso, ela utiliza plataformas conectadas, análise de dados e modelos operacionais para aumentar sua produtividade, velocidade e capacidade de resposta ao colocar os clientes em primeiro lugar.



CONCLUSÃO



Nesse cenário de transformação tecnológica os empreendedores enfrentam o **desafio de reduzir custos** ao mesmo tempo em que precisam ser capazes de orquestrar e gerenciar os novos ambientes digitais, cumprindo os objetivos com velocidade, segurança e qualidade.

Os gestores, independente do porte de suas empresas e do segmento em que atuam, enfrentam diariamente os mais diversos desafios, como a melhoria do desempenho global, a ampliação do alcance de seus produtos e serviços e a busca por resultados mais expressivos.

São muitas as mudanças e é preciso estar preparado. A transformação digital já é uma realidade e **quem melhor se adaptar ganha vantagem frente aos concorrentes.**

As empresas que não se adaptarem a essa realidade correm um sério risco de serem deixadas para trás, seja pela falta de inovação ou ineficiência operacional. Portanto, implemente novos métodos, sistemas, tecnologias e transforme sua empresa. E lembre-se: o Sebrae possui consultorias especializadas para te ajudar nessa transformação. Se precisar, conte com o Sebrae.



Quer saber mais?
Acesse o site do Sebrae e conheça outros conteúdos.

www.ba.sebrae.com.br **0800 570 0800**



SebraeBahia