
ETEC TRAJANO CAMARGO
CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Mariana Caroline Ornagui
Otavio Rebechi De Lima
Rafaela De Souza Firmino

**MÉTODOS DE INOVAÇÃO PARA MELHOR CAPACITAÇÃO DOS
PROCESSOS COMERCIAIS**

Limeira
2023

Mariana Caroline Ornagui
Otavio Rebechi De Lima
Rafaela De Souza Firmino

MÉTODOS DE INOVAÇÃO PARA MELHOR CAPACITAÇÃO DOS PROCESSOS COMERCIAIS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Trajano Camargo, do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito parcial para a obtenção da habilitação profissional de Técnico em Administração em 2023 sob a orientação do Professor Samuel Fernando Muller.

Limeira
2023

**Mariana Caroline Ornagui
Otavio Rebechi De Lima
Rafaela De Souza Firmino**

**MÉTODOS DE INOVAÇÃO PARA MELHOR CAPACITAÇÃO DOS
PROCESSOS COMERCIAIS**

Data de aprovação: ___/___/___

Escola ETEC “Trajano Camargo”

Banca Examinadora

Professor Orientador: Samuel Fernando Muller

Professor Sandro Spindola

Professor Elias da Silva Bento

**Limeira
2023**

RESUMO

O objetivo deste relatório é descrever a implementação de soluções digitais, principalmente em pequenas empresas, é essencial para uma gestão eficiente e organização das atividades. Grandes empresas que adotam tecnologia em suas operações têm vantagens sobre as pequenas empresas que não aderem devido ao alto custo. Iniciativas inovadoras envolvem a aplicação de novas ideias, tecnologias ou práticas de negócios para melhorar processos, produtos ou serviços, criar mercados ou atender às necessidades dos clientes de forma mais eficiente. A inovação não é mais uma escolha, mas um requisito para a sobrevivência das empresas em um cenário de crise e mudanças constantes. As três principais iniciativas inovadoras são a adoção de ferramentas digitais, o uso de mídias sociais e a criação de uma cultura de inovação nas empresas. Essas iniciativas permitem aumentar a produtividade, expandir a atuação, se conectar com clientes, melhorar processos, entre outros benefícios. É importante que as pequenas empresas, por exemplo, superem desafios como falta de planejamento, capacitação em gestão, burocracia e carga tributária para se manterem competitivas. A inovação nos processos de venda é essencial para impulsionar as vendas e melhorar a efetividade das atividades comerciais. Ferramentas como o design de vendas, o canvas funil de vendas e o sugarCRM facilitam a organização e controle das ações de vendas, além de melhorar o atendimento ao cliente.

Palavras chave: empresas; gestão; tecnologias; inovações; planejamento.

ABSTRACT

The purpose of this report is to describe the implementation of digital solutions, mainly in small businesses, where it is essential for an efficient management and organization of the activities. Large companies that adopt technology in their operations have advantages over the small businesses ones that do not involve themselves due to the high costs. Innovative initiatives involve the application of new ideas, technologies, or business practices to improve processes, goods, or services, create markets, or meet their customer needs more efficiently. Innovation is no longer a choice but a requirement for business survival in a crisis scenario and also constant changes. The three main innovative initiatives are the adoption of digital tools, the use of social media, and the creation of an innovation companies' culture. These initiatives allow the company to increase their productivity, expand operations and also connect with their customers, making an improvement process, among other benefits. It is important for the small businesses, for example, to overcome challenges such as lack of planning, management training, red tapes, and tax burden to remain competitive. Sales processes innovation is essential to boost sales and improve the effectiveness of commercial activities. Tools such as sales design, the sales funnel canvas, and sugarCRM make it easy for the organization and control of sales actions, in addition to enhancing customer service.

Keywords: Companies; management; technologies; innovations; planning.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|-----------|
| FIGURA 1 - Evolução do comercio eletrônico de 2020 para 2021 | 18 |
|---|-----------|

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 7 |
| 2. A INOVAÇÃO | 10 |
| 3. INOVAÇÃO NO PROCESSO DE VENDA..... | 13 |
| 3.1 FERRAMENTAS PARA A INOVAÇÃO DOS PROCESSOS DE VENDA | 14 |
| 3.2 A INOVAÇÃO DO PROCESSO DE PRÉ-VENDAS | 15 |
| 3.3 A INOVAÇÃO DO PROCESSO DE PÓS-VENDAS..... | 15 |
| 4. INOVAÇÃO NO PROCESSO DE MARKETING | 17 |
| 4.1 PRINCIPAIS FERRAMENTAS PARA A INOVAÇÃO DO MARKETING..... | 17 |
| 5. O CRESCIMENTO DO E-COMMERCE NA PANDEMIA..... | 18 |
| 5.1 AS VANTAGENS E DESVANTAGENS DO E-COMMERCE | 19 |
| 6. A INOVAÇÕES NO PROCESSO DA PRODUÇÃO..... | 21 |
| 6.1 AS FERRAMENTAS DA INOVAÇÃO DA PRODUÇÃO | 23 |
| 7. CONCLUSÃO | 26 |
| 8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 27 |

1 INTRODUÇÃO

No cenário competitivo em constante evolução, as empresas buscam otimizar seus processos comerciais. A inovação desempenha um papel crucial, permitindo abordagens estratégicas para melhorar a capacitação das atividades comerciais. Isso envolve a melhoria contínua e eficiente de áreas como vendas, marketing, atendimento ao cliente e gestão da produção. Ao aprimorar esses processos, as empresas podem aumentar eficiência, produtividade e qualidade, ganhando vantagem competitiva no mercado.

Mediante a isso, a diversas perguntas recorrentes a esse tema, e uma delas seria: “Como a inovação melhora a capacitação dos processos comerciais?”. Através da adoção de tecnologias avançadas, como inteligência artificial e automação, as empresas otimizam suas atividades comerciais, aumentando a eficiência e liberando recursos para tarefas estratégicas. Métodos ágeis de gestão impulsionam a eficácia dos processos, enquanto uma cultura de inovação estimula colaboradores a buscar novas ideias e soluções, resultando em maior competitividade e adaptação ao mercado.

A metodologia utilizada nesta pesquisa foi de natureza bibliográfica e qualitativa. A coleta de dados foi realizada por meio de pesquisas em sites confiáveis e relevantes, com o intuito de obter informações atualizadas e embasadas sobre o tema da inovação nos processos comerciais. A abordagem qualitativa permitiu uma análise aprofundada dos conteúdos encontrados, buscando compreender as características e particularidades dos processos comerciais em diversos setores. A seleção criteriosa das fontes bibliográficas e a análise qualitativa dos dados coletados contribuíram para a elaboração de um estudo consistente e fundamentado sobre o assunto em questão.

O objetivo geral deste TCC é demonstrar a importância da inovação nos processos comerciais das empresas. Serão abordados diferentes aspectos relacionados à inovação, como a implementação de novas ferramentas e práticas inovadoras, a adoção de tecnologias avançadas, a incorporação de estratégias de

marketing inovadoras e a melhoria dos processos de venda, pré-venda e pós-venda, entre outros setores.

O primeiro objetivo específico é identificar e apresentar iniciativas inovadoras nos processos comerciais da empresa, visando melhorar a eficiência, otimizar o fluxo de trabalho, aumentar a produtividade e impulsionar o crescimento do negócio.

O segundo objetivo específico é apresentar e explorar ferramentas de inovação nos processos comerciais, fornecendo conhecimento sobre análise de dados, automação, inteligência artificial e colaboração interdepartamental, a fim de aprimorar a eficiência, a tomada de decisões e a competitividade da empresa.

O terceiro objetivo específico é explicar características de inovação nos setores comerciais, abrangendo aspectos como vendas, marketing, produção e atendimento ao cliente, a fim de fornecer uma compreensão abrangente e aprofundada desses processos, permitindo a identificação de oportunidades de melhoria e a implementação de estratégias inovadoras para impulsionar o desempenho comercial.

A rápida evolução do mercado global exige que as empresas adotem métodos inovadores para aprimorar seus processos comerciais, garantindo assim uma vantagem competitiva sustentável. A capacitação adequada dos processos comerciais é vital para assegurar eficiência operacional, satisfação do cliente e crescimento contínuo. A implementação de métodos inovadores se torna crucial nesse contexto, permitindo que as empresas se adaptem às mudanças do ambiente de negócios, identifiquem oportunidades estratégicas e aprimorem a qualidade de seus produtos e serviços. Ao investir em abordagens inovadoras, como análise de dados, automação de processos, inteligência artificial e colaboração interdepartamental, as organizações podem fortalecer seus processos comerciais, maximizando a produtividade, reduzindo custos, otimizando o fluxo de trabalho e impulsionando a tomada de decisões embasadas em informações precisas. A adoção dessas práticas inovadoras é essencial para enfrentar os desafios do mercado contemporâneo e construir um negócio sustentável e próspero no longo prazo.

No capítulo um, abordaremos o conceito de inovação e sua importância para as empresas. A inovação pode ser definida como a criação e implementação de novas ideias, processos, produtos ou serviços que resultam em melhorias significativas. Ela envolve a introdução de algo novo e original, com o objetivo de trazer valor adicional para a organização e seus clientes.

No capítulo dois, iremos abordar a inovação nos processos de venda, englobando tanto o pré-venda quanto o pós-venda. Compreenderemos como a inovação nesses estágios é fundamental para melhorar os resultados e a satisfação dos clientes.

No capítulo três, iremos abordar a inovação nos processos de marketing e explorar algumas ferramentas inovadoras que podem ser utilizadas nesse contexto. Compreenderemos como a inovação no marketing é fundamental para alcançar e engajar os clientes de forma eficaz.

No capítulo quatro, abordaremos o impacto do e-commerce e da pandemia nos negócios. Compreenderemos como esses dois elementos transformaram os modelos de negócios e destacaram a importância da inovação e adaptação.

No capítulo cinco, abordaremos a inovação nos processos de produção das empresas. Compreenderemos como a inovação nessa área é crucial para melhorar a eficiência, a qualidade e a sustentabilidade da produção.

No capítulo seis, faremos a conclusão do TCC, onde reuniremos os principais pontos abordados ao longo do trabalho e forneceremos uma visão geral dos resultados obtidos.

2. A INOVAÇÃO

Nas últimas décadas a inovação se faz mais presente em diversas áreas. Mediante a evolução necessária da tecnologia, a implementação do mundo digital principalmente em pequenas empresas é essencial para uma boa gestão e organização das atividades.

Com a inserção da tecnologia em grandes empresas, a utilização desse meio operacional as torna fortes e eficientes (HOSTONE, 2019, P.1), com isso, levam vantagens sobre as empresas de pequeno porte que não aderiram desse sistema por ter um alto custo.

Com isso, pode-se apresentar as iniciativas inovadoras que são ideias, projetos ou ações que buscam trazer algo novo, diferente e/ou melhor para um negócio ou mercado. Elas envolvem a aplicação de novas ideias, tecnologias ou práticas de negócios para melhorar processos, produtos ou serviços, criar mercados ou atender às necessidades dos clientes de forma mais eficiente e eficaz. Segundo o web site (SEBRAE ,2022, P.1):

Inovar não é mais uma questão de escolha, mas um pré-requisito para a sobrevivência de pequenas empresas. Em um cenário de crise e de constantes mudanças, no qual os mercados são altamente globalizados e competitivos, é preciso que as empresas saibam como se adaptar para seguir adiante. (SEBRAE ,2022, P.1).

Dentre as iniciativas inovadoras, podemos citar as três principais, sendo elas: A adoção de ferramentas digitais que é uma das mais comuns entre as pequenas empresas. Essa ferramenta inclui software, plataformas online e tecnologias digitais que ajudam as empresas a melhorar a eficiência e a produtividade. Segundo o web site (SEBRAE. 2023, P.1):

A inserção digital proporciona aumento da produtividade e proximidade com o consumidor. Significa trazer para a empresa a oportunidade de expandir a sua atuação e alcançar um número maior de clientes por um baixo custo. (SEBRAE. 2023, P.1).

Como isso, temos as mídias sociais que é uma ferramenta poderosa para as pequenas empresas utilizarem para se conectar com clientes potenciais, divulgar seus produtos e serviços e construir uma marca forte. De acordo com (FLAVIA, 2023, P.1) as plataformas de gerenciamento de projetos baseadas em nuvem permitem que as equipes trabalhem juntas em seus projetos, independentemente da localização geográfica.

Outro exemplo chamado de cultura de inovação que é um ambiente em que a inovação é valorizada e incentivada em uma empresa. Ela envolve um conjunto de valores, crenças e práticas que encorajam a criatividade e a experimentação, bem como a busca por soluções novas e eficazes para os desafios do negócio. Segundo o web site (WIKIHAUS. 2019, P.1):

A importância principal de criar uma cultura de inovação é, sem dúvida, a vantagem competitiva que ela traz para a empresa. O pensamento inovador de toda a equipe vai provocar a forma de desenvolver produtos e serviços, adequando às atuais necessidades dos clientes e inspirando melhorias sempre (WIKIHAUS. 2019, P.1).

Sendo assim, em uma cultura de inovação, conforme (DONATO, 2023, P.1) as equipes são encorajadas a pensar fora da caixa e a experimentar novas ideias, independentemente do resultado, também é praticado o reconhecimento do fracasso como um passo importante no processo de inovação, incentivando as equipes a aprender com os erros e a continuar experimentando e tentando novas abordagens.

Sequencialmente, temos a abordagem de riscos calculados, ela permite que as empresas testem suas ideias em um ambiente controlado e com um baixo nível de investimento, avaliando o feedback e a reação do público. As empresas podem então ajustar suas ideias com base nos resultados dos testes e experimentos e refinar sua abordagem antes de investir recursos significativos em seu desenvolvimento. Segundo o web site (OPPORTUNITY MAKER, P.1):

Um empresário que conhece os riscos calculados do seu negócio tem mais condições de alcançar o sucesso. Essa é uma informação muito importante no momento da tomada de decisão e gera uma influência sobre todas as estratégias traçadas. (OPPORTUNITY MAKER, P.1).

No entanto, é importante lembrar que a ferramenta de riscos calculados não é adequada para todos os tipos de ideias e projetos de inovação. Algumas ideias podem exigir um investimento maior para que sejam totalmente desenvolvidas e testadas. Por isso, é importante avaliar cada ideia e projeto individualmente para determinar se a abordagem de riscos calculados é a mais adequada para sua validação e desenvolvimento (SETTING, 2018, P.1).

O cenário empresarial nacional mostra que são necessárias as pequenas empresas brasileiras utilizarem as inovações para o seu desenvolvimento, importância da utilização desse sistema seria trazer uma melhor oportunidade para os empreendedores. De acordo com o (PORTAL DA INDUSTRIA, 2023. P.1) é possível confirmar os desafios:

Os principais desafios para micro e pequenas empresas se manterem no mercado estão associados à falta de planejamento e pouca capacitação em gestão, ao excesso de burocracia para a obtenção de crédito e à alta carga tributária. (PORTAL DA INDUSTRIA, 2023. P.1).

Além do mais, a inovação junto as pequenas empresas possibilitam a organização a manter um maior controle quando se relaciona a setores de venda, a boa capacitação e a preparação para esse setor, reflete no processo de acompanhamento da venda de uma empresa, com isso, o contato com o consumidor torna-se mais eficaz e importante para que possa atrair mais clientes.

Com a inovação atualizada da organização, a capacitação dos profissionais estará elevando as possibilidades e ferramentas dentro da empresa, e assim proporcionar melhor conforto para os seus consumidores. De acordo com a web site (UOL, 2022.P.1):

“Do planejamento até o contato com os clientes, as tendências tecnológicas estão surpreendendo os empreendedores que buscam crescer na internet e atrair consumidores.” (WEB SITE UOL, 2023.P.1).

Visto isso, a maior procura da tecnologia em pequenas empresas cresce a cada dia, pois as ferramentas tecnológicas se expandem, proporcionando novas ideias e vantagens para os empreendedores das organizações através da internet.

Segundo (SEBRAE,2021, P.1), nas companhias, essa renovação pode ser um componente fundamental que assegura variadas possibilidades e capacidades para distintas circunstâncias, tal como na alocação de responsabilidades para cada membro da equipe, resultando em uma abordagem relacionada à eficiência e ao rendimento da organização.

3. INOVAÇÃO NO PROCESSO DE VENDA

O processo de vendas de uma organização é algo importante para o desenvolvimento empresarial, com o auxílio da tecnologia, as atividades se tornam mais fácil. De acordo com a web site UOL, (GALERANI,2022. P.1):

“Utilizar a tecnologia nas pequenas empresas é a saída perfeita para quem deseja se destacar e impulsionar as vendas.” (GALERANI,2022. P.1).

Conforme (FGV, 2023, P.1) a adoção da tecnologia nas microempresas torna os procedimentos de pré e pós-comercialização mais efetivos e otimizados. A monitorização das operações do produto desde a expedição é crucial, uma vez que permite a organização de uma eventual logística reversa, que consiste no retorno do produto pelo cliente em caso de danos.

Diversos programas e técnicas foram criadas e implementados no mercado empresarial como facilitadores desses processos, um deles foi o SugarCRM (ROCKCONTENT, 2018. P.1), é um programa criado com o intuito de planejar e controlar o marketing, sua principal função para o setor de vendas é organizar e controlar as futuras ações dos processos de vendas e os suportes necessários para a empresa. Segundo o web site (ROCKCONTENT, 2018. P.1):

Vale ressaltar que o atendimento e suporte oferecidos pela SugarCRM são extremamente positivos. Por isso, pode ser uma boa opção gerenciar vendas e organizar seu CRM de maneira prática. (ROCKCONTENT, 2018. P.1).

Além de fornecer diferentes estruturações para os seus clientes e colaboradores, os processos de vendas podem facilitar no momento da compra de seus produtos, um deles será no recolhimento de dados que facilitara o processo.

3.1 Ferramentas para a inovação dos processos de venda

Com o decorrer das décadas e das necessidades existentes em uma empresa, foram implementadas diversas ferramentas capazes de proporcionar uma melhor organização e planejamento do processo de vendas.

Mediante a isso, a primeira ferramenta inovadora a que tende a ser incluída no planejamento dos processos comerciais é o design de vendas, sendo assim, designer de vendas é a criação de peças atraentes e persuasivas que levem as pessoas a se interessarem pelo que está sendo vendido e assim comprar o produto, - o seu intuito é direcionar o cliente para o centro de atenção para solucionar e encontrar os problemas que são repentinos ou estão prejudicando o contado cliente/empresa. Além disso, ele auxilia no convívio e harmonia dos integrantes da equipe, para ter uma melhor resolução do problema do consumidor. Baseado no web site (FUNIL DE VENDAS; 2021, P.1):

Isso faz com que todos trabalhem para alcançar o mesmo objetivo e tenham conhecimento do novo processo a ser seguido, formando uma equipe mais harmônica e com uma comunicação mais fluída. (FUNIL DE VENDAS; 2021, P.1).

Mediante a isso, é necessário a adição de novas técnicas para auxiliar os colaboradores e fornecer aos consumidores da empresa uma melhor qualidade de atendimento nos processos de venda, além de proporcionar uma melhor ligação e comprometimento dos colaboradores.

Seguindo essa ideia, outra técnica a ser utilizada é o Canvas funil de vendas, que tem o intuito de classificar os pedidos e necessidades dos clientes, além de pré-estabelecer metas para a equipe que deveram ser alcançadas. Segundo a web site (FUNIL DE VENDAS; 2021, P.1):

“[...] O principal objetivo é toda a equipe ter claro quais os passos da jornada comercial e quais os números que deverão ser alcançados para se atingir a meta do mês.” (FUNIL DE VENDAS; 2021, P.1).

Posto isso, percebe-se que essa ferramenta visa a importância dos colaboradores baterem suas metas, proporcionar e solucionar de maneira eficaz as necessidades dos clientes.

3.2 A inovação do processo de pré-vendas

A inovação no pré-vendas está relacionada ao uso de tecnologias e estratégias avançadas para tornar o processo de pré-vendas mais eficiente e efetivo. Isso pode incluir a utilização de inteligência artificial e análise de dados para identificar leads qualificados, a automação de tarefas rotineiras para aumentar a produtividade, e o uso de técnicas de personalização e engajamento para melhorar a experiência do cliente. Segundo (CASAROTTO, Camila, 2022, P.1):

“Pré-venda é a etapa do processo comercial que seleciona e prepara os melhores leads para entregar aos vendedores e tornar as abordagens de vendas mais eficazes.” (CASAROTTO, Camila, 2022, P.1).

Isto posto, a inovação no pré-vendas também pode envolver a utilização de ferramentas colaborativas e a implementação de processos ágeis para permitir uma melhor comunicação e colaboração entre as equipes de vendas e marketing. O objetivo da inovação no pré-vendas é melhorar a eficácia da abordagem de vendas, aumentar a conversão de leads em clientes, e maximizar o sucesso das vendas.

3.3 A inovação do processo de pós-vendas

A inovação no pós-venda consiste em uma abordagem que busca oferecer serviços e suporte aos clientes após a venda de um produto ou serviço. Essa estratégia visa a fidelização do cliente, proporcionando-lhe uma experiência satisfatória e melhorando sua percepção em relação à marca além de trazer ao cliente uma boa valorização do seu produto (PAULILLO, Gustavo, 2023, P.1) .

Algumas das práticas inovadoras adotadas no pós-venda incluem o uso de tecnologias como inteligência artificial e *chatbots*. Os *chatbots* são programas de computador projetados para simular uma conversa humana, por meio de texto ou voz, com usuários que precisam de assistência ou informações.

Para oferecer um atendimento mais eficiente e personalizado, o monitoramento remoto do produto para identificar possíveis falhas e a adoção de programas de fidelidade e recompensas para incentivar a compra recorrente. Segundo o web site (ESCOLA DE E-COMMERCE; 2022, P.1):

” Fazer um cliente antigo voltar a fechar negócio demanda muito menos esforço e recursos por parte da sua empresa do que conquistar um novo cliente.” (ESCOLA DE E-COMMERCE; 2022, P.1).

Sendo assim, o objetivo da inovação no pós-vendas é melhorar a satisfação e o relacionamento do cliente com a empresa, aumentar a lealdade e o engajamento do cliente, e promover a geração de novas receita por meio de vendas adicionais e referências.

4. INOVAÇÃO NO PROCESSO DE MARKETING

A inovação no marketing envolve a adoção de novas estratégias e tecnologias para criar e entregar valor aos consumidores de forma mais eficiente e personalizada. Isso inclui o uso de dados e análises para entender o comportamento do consumidor, o desenvolvimento de experiências de marca imersivas e envolventes, a criação de campanhas de marketing digital altamente segmentadas e a adoção de tecnologias emergentes, como realidade aumentada e inteligência artificial. Segundo (RAMOS, Marcela, 2022, P.1):

A inovação de marketing tem o objetivo de, por meio da transformação digital, promover ações para se manter relevante em meio a tantas novidades e atualizações no meio digital. (RAMOS, Marcela, 2022P.1).

Isto posto, a inovação no marketing também se concentra em questões sociais e ambientais, como a sustentabilidade e a responsabilidade social corporativa, para construir marcas mais éticas e conscientes.

4.1 Principais ferramentas para a inovação do marketing

As ferramentas da inovação do marketing são recursos e técnicas que as empresas podem utilizar para criar e entregar valor aos seus clientes de forma mais eficiente e personalizada. Essas ferramentas incluem tecnologias, processos e métodos que permitem que as empresas colem e analisem dados, automatizem processos de marketing, criem experiências imersivas e envolventes, gerenciem plataformas de mídia social e criem conteúdo relevante e valioso para o público-alvo. Segundo o web site (PLAY STUDIO, 2022, P.1):

“As ferramentas de trabalho para inovação, quando dominadas, levam empresas a desenvolver soluções que mudam cenários.”
(PLAY STUDIO, 2022, P.1).

Com isso, ao utilizar essas ferramentas, as empresas podem se diferenciar no mercado, aumentar a eficácia de suas estratégias de marketing e melhorar a experiência do cliente.

5. O CRESCIMENTO DO E-COMMERCE NA PANDEMIA

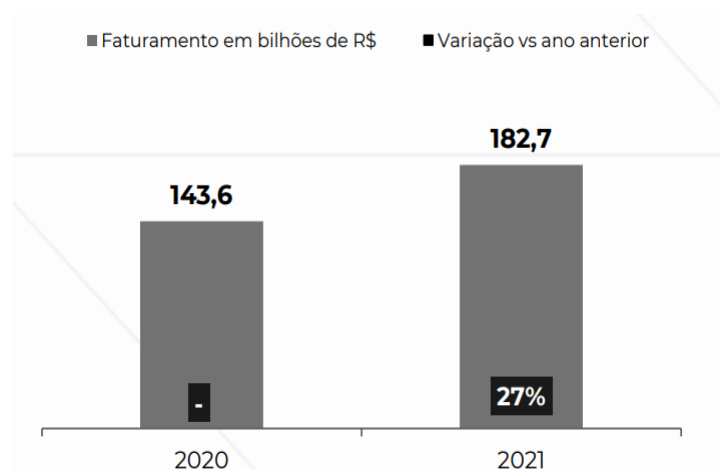
A pandemia do COVID-19 afetou o mundo de muitas maneiras, incluindo o modo como as pessoas fazem compras. Com a necessidade de distanciamento social e a recomendação de evitar lugares públicos, muitos consumidores mudaram seu comportamento de compra e recorreram ao comércio eletrônico para adquirir produtos e serviços. (ESCOLA DE E-COMMERCE, 2020, P.1):

[...]devido ao impacto gerado pela pandemia do novo coronavírus, o comércio tradicional sofreu com uma queda muito grande com as restrições de circulação. Para tentar contornar a situação, muitas lojas apostam nas vendas online, fazendo com que o e-commerce no Brasil tivesse um grande salto. (ESCOLA DE E-COMMERCE, 2020, P.1).

Outro fator que contribuiu para o crescimento do e-commerce foi a maior oferta de produtos e serviços online. Muitas empresas se adaptaram à nova realidade e passaram a oferecer seus produtos e serviços por meio de plataformas digitais. O aumento da concorrência nesse setor também beneficiou os consumidores, que passaram a ter mais opções de compra e preços mais competitivos.

De acordo com o relatório produzido pela (NielsenIQ|Ebit, 2022, P.1), as vendas do e-commerce no Brasil apresentaram um crescimento de 27% em relação a 2020, totalizando R\$ 182,7 bilhões. Esse aumento foi impulsionado, em grande parte, pelo desempenho positivo das categorias de alimentos e bebidas, assim como dos produtos de giro rápido.

Figura 1 - EVOLUÇÃO DO COMERCIO ELETRÔNICO DE 2020 PARA 2021



Fonte: E-commercebrasil(2023)

Apesar dos desafios, é provável que o e-commerce continue crescendo nos próximos anos. A pandemia mudou o comportamento do consumidor e criou hábitos de compra que devem permanecer no pós-pandemia. O comércio eletrônico se mostrou uma alternativa segura e conveniente para os consumidores, e as empresas que se adaptaram a essa nova realidade estão em vantagem para conquistar novos clientes e expandir seus negócios. Segundo o web site (ESCOLA DE E-COMMERCE, 2020, P.1):

[...] esse crescimento das lojas virtuais tende a permanecer, mesmo após a solução desse problema de saúde. Por causa disso, é necessário que os lojistas fiquem atentos a essa nova realidade e aos segmentos que farão melhor a transição para o mercado digital. (ESCOLA DE E-COMMERCE, 2020, P.1).

Em resumo, o crescimento do e-commerce na pandemia teve um impacto significativo no setor de varejo, acelerando a transformação digital e mudando o comportamento do consumidor. Embora tenha trazido desafios para as empresas, a tendência é que o comércio eletrônico continue crescendo nos próximos anos, impulsionado pela busca por conveniência, segurança e eficiência nas compras online.

5.1 As vantagens e desvantagens do e-commerce

A crise sanitária da Covid-19 trouxe uma variedade de transformações tanto para a sociedade quanto para a economia. O comportamento dos consumidores atualmente é distinto, e isso gerou novas demandas para as organizações, as quais têm necessitado se adaptar para continuar suprindo as necessidades de seus clientes (HCC ENERGIA SOLAR, 2022, P.1)

Entre as principais vantagens do e-commerce na pandemia estão a comodidade e a praticidade. Com a possibilidade de comprar produtos sem sair de casa, o cliente economiza tempo e esforço, além de reduzir o risco de exposição ao vírus. Outro ponto positivo é a possibilidade de acessar uma variedade maior de

produtos, já que é possível comprar em lojas de diferentes regiões e países. Segundo o web site (QUALITY SMI, 2023, P.1):

Quando você possui um e-commerce bem estruturado e uma loja virtual dinâmica e intuitiva, os clientes conseguem colocar seus produtos no carrinho e finalizar a compra sem grandes problemas e, muitas vezes, sequer precisarão do auxílio virtual de um profissional. (QUALITY SMI, 2023, P.1).

Além disso, o e-commerce também oferece a vantagem da personalização e da recomendação de produtos, por meio de algoritmos e inteligência artificial, que podem apresentar sugestões de acordo com as preferências do cliente. A facilidade de pagamento, a possibilidade de comparar preços e o acesso a promoções exclusivas também são benefícios do comércio eletrônico.

No entanto, é importante considerar as desvantagens do e-commerce na pandemia. Uma delas é a impossibilidade de ver e tocar o produto antes da compra, o que pode gerar dúvidas e insatisfação com a aquisição. Além disso, problemas com a entrega e a logística podem ocorrer, atrasando a chegada do produto ou gerando perdas. Segundo o web site (DLOJA VIRTUAL, 2023, P.1):

Não há dúvidas de que a principal desvantagem do comércio eletrônico é a falta de contato do cliente com o produto. Ao comprar em uma loja virtual, o consumidor não consegue usar nenhum sentido além da visão. Ou seja, não pode sentir, tocar ou experimentar o produto que pretende comprar. (DLOJA VIRTUAL, 2023, P.1).

Outro ponto negativo do e-commerce é a vulnerabilidade a fraudes e golpes online. Em vista disso, é de suma importância para qualquer vendedor compreender como prevenir fraudes no comércio eletrônico (PARREIRA, Ana, 2021, P.1). Além

disso, é preciso tomar cuidado com a segurança dos dados pessoais e financeiros, evitando o compartilhamento de informações sensíveis em sites suspeitos.

Por fim, é importante ressaltar que o e-commerce na pandemia não substituiu completamente a experiência de compra presencial. Para muitos consumidores, o contato físico com o produto e a interação com o vendedor são importantes para a tomada de decisão de compra (IOTTI, Matheus, 2023, P.1). Portanto, é importante considerar as vantagens e desvantagens do comércio eletrônico na pandemia, para escolher a opção mais adequada para cada caso.

6. A INOVAÇÕES NO PROCESSO DA PRODUÇÃO

A inovação na produção tem sido um motor importante do progresso humano e econômico ao longo da história. Desde o início da humanidade, os seres humanos têm buscado novas formas de produzir alimentos, roupas e abrigo de maneira mais eficiente. Com o tempo, essas inovações evoluíram para tecnologias mais avançadas, como a roda, o arado, a máquina a vapor e a eletricidade, que revolucionaram a produção em todo o mundo. Segundo (ABERALDO, Fabiana, 2015, P.1):

“A aplicação da inovação no processo produtivo envolve a inovação do produto, pois havendo a melhoria dos meios de fabricação conseqüentemente o produto melhora sua qualidade” (ABERALDO, Fabiana, 2015, P.1).

A partir da Revolução Industrial, no século XVIII, a inovação na produção se tornou ainda mais importante, pois foi impulsionada pelo desenvolvimento de novas tecnologias, como a linha de montagem, a produção em massa e a automação. Essas inovações permitiram que as empresas produzissem mais rapidamente, com maior eficiência e a um custo menor, aumentando a produção e a produtividade e permitindo que as pessoas tivessem acesso a bens e serviços antes inacessíveis. Segundo (SOUSA, Rainer, 2023, P.1):

As inovações tecnológicas oferecidas, principalmente a partir do século XVIII, proporcionaram maior velocidade ao processo de transformações da matéria-prima. Novas máquinas automatizadas, geralmente movidas pela tecnologia do motor a vapor, foram responsáveis por esse tipo de melhoria. (SOUSA, Rainer, 2023, P.1).

Em conclusão, as inovações tecnológicas têm sido fundamentais para o desenvolvimento da produção ao longo dos séculos. Com isso, impulsionando o desenvolvimento de inovações que auxiliem esse processo.

Com o advento da tecnologia da informação e a revolução digital, as inovações na produção se tornaram ainda mais importantes. A automação e a inteligência artificial são apenas duas das tecnologias que estão transformando a produção em todo o mundo. Segundo o web (GRYFO, 2021, P.1) , a automatização de processos assegura a padronização de bens e sistemas, o que torna a produção mais rentável e confiável. Além disso, ela possibilita uma gestão mais eficiente da qualidade. Com a inclusão da inteligência artificial nesse processo, é possível reduzir as chances de falhas em sua empresa, garantindo aprimoramento na qualidade dos produtos oferecidos.

A inovação na produção também é importante para a sustentabilidade ambiental. Novas tecnologias, como a energia renovável e os materiais biodegradáveis, estão ajudando a reduzir o impacto ambiental da produção e a preservar os recursos naturais. Segundo o web site (JANUTT, Bruna., 2021, P.1):

Tendo conhecimento da seriedade dos problemas socioambientais, a inovação atrai a sustentabilidade, ressaltando a importância de buscar as melhores soluções para as gerações futuras e preservando o que temos de mais importante: o meio ambiente. (JANUTT, Bruna., 2021, P.1).

Em resumo, a inovação na produção é um motor importante do progresso humano e econômico, permitindo que as empresas produzam mais eficientemente,

com maior qualidade e sustentabilidade, e ofereçam produtos e serviços mais acessíveis e personalizados para atender às necessidades dos consumidores.

6.1 As ferramentas da inovação da produção

A inteligência artificial tem um grande potencial para melhorar o processo de produção em diversas áreas. Com a utilização de algoritmos de aprendizado de máquina, é possível coletar dados em tempo real e analisá-los para identificar padrões e fazer previsões sobre a demanda futura, otimizando assim a cadeia de suprimentos e reduzindo o desperdício. Segundo o web site (SIEMENS, 2023, P.1):

A utilização de inteligência artificial cria oportunidades inteiramente novas para produção flexível e eficiente, mesmo quando se trata de produtos complexos e cada vez mais personalizados em pequenas séries de lotes. (SIEMENS, 2023, P.1).

Além disso, a inteligência artificial pode ser usada para automatizar tarefas que antes eram realizadas manualmente, aumentando a eficiência e reduzindo o tempo de produção. Isso inclui desde o monitoramento e manutenção de equipamentos até o controle de qualidade dos produtos.

Outra aplicação da inteligência artificial no processo de produção é a utilização de robôs colaborativos, que trabalham ao lado dos funcionários humanos, realizando tarefas repetitivas e perigosas, liberando os trabalhadores para realizar atividades que exijam habilidades humanas, como tomada de decisões e resolução de problemas complexos. Segundo o web site (BRASIL ESCOLA, 2000, P.1):

Sem querer desmerecê-los, esses robôs não passam de máquinas sofisticadas que repetem com extrema habilidade, rapidez e precisão os comandos que são programados pelo homem. (BRASIL ESCOLA, 2000, P.1).

Em resumo, a inteligência artificial tem um enorme potencial para transformar o processo de produção, trazendo maior eficiência, redução de custos e aumento da qualidade dos produtos.

Por outro lado, temos uma outra ferramenta que seria a automação do processo de produção que tem revolucionado a indústria, trazendo maior eficiência, redução de custos e aumento da produtividade. Com a automação, é possível substituir tarefas manuais por máquinas, reduzindo o tempo de produção e aumentando a precisão na execução das tarefas. Segundo a web (JHM MAQUINAS, 2023, P.1):

“[...]elas ajudam a acelerar as etapas, de forma a evitar desperdícios e gastos com mãos de obra, além de diminuir os riscos de acidentes e fatalidades comuns em fábricas.” (JHM MAQUINAS, 2023,P.1).

A automação permite ainda uma maior flexibilidade na produção, possibilitando mudanças rápidas na linha de produção para atender às demandas do mercado. Além disso, a automação traz ganhos em segurança no trabalho, pois muitas tarefas perigosas podem ser realizadas por robôs.

Outra vantagem da automação é a possibilidade de coletar dados em tempo real para monitorar e otimizar o processo de produção, identificando gargalos e falhas no sistema e corrigindo-os rapidamente. Segundo o web site (HUBIFY, 2023,P.1):

No cenário da indústria essas informações são todos os dados coletados pela fábrica para obter conhecimento que guiará tomadas de ações eficientes, reduz os custos, melhora a produção e a qualidade do produto. (HUBIFY, 2023, P.1)

Com a evolução da tecnologia, a automação do processo de produção tem se tornado cada vez mais sofisticada, permitindo uma maior integração entre máquinas e sistemas, e oferecendo novas possibilidades de inovação e melhoria contínua. A automação é uma tendência irreversível na indústria, e empresas que adotam essa inovação estão se posicionando de forma competitiva no mercado.

7. CONCLUSÃO

Concluimos que a inovação tem desempenhado um papel cada vez mais importante nas empresas, especialmente nos processos comerciais, a implementação de novas inovações e ferramentas digitais tem sido essencial para a gestão e organização das atividades, tanto em grandes empresas quanto em pequenas. Iniciativas inovadoras, como a adoção de ferramentas digitais, mídias sociais e uma cultura de inovação, têm proporcionado vantagens competitivas e melhorado a eficiência e a produtividade das empresas.

Para as pequenas empresas, a inovação é um pré-requisito para sua sobrevivência em um cenário de constantes mudanças e alta competição. Além disso, a inovação nos processos de vendas, tanto no pré-vendas quanto no pós-vendas, tem proporcionado melhores resultados e maior satisfação dos clientes.

A tecnologia tem sido uma aliada nesse sentido, facilitando o planejamento, controle e acompanhamento das vendas, além de permitir uma abordagem mais eficiente e personalizada. No geral, a inovação é fundamental para o crescimento e a competitividade das empresas, independentemente do seu porte.

Deixamos como sugestão novas pesquisas a partir desta com novas ideias de inovação e melhorias de forma de trabalho.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABERALDO, Fabiana. **Inovação no processo produtivo.** Disponível em: <https://www.webartigos.com/artigos/inovacao-no-processo-produtivo/131602>. Acesso em: 01.Mai.23

BORJA, Leonardo. **Descubra os 9 melhores softwares de vendas para você implementar na sua empresa.** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/software-de-vendas/>. Acesso em: 16.Mar.23

Brasil escola. **Robôs.** Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/informatica/robos.htm>. Acesso em 01.mai.2023

CASORATTO, Camila. **O que é pré-venda: entenda o conceito, vantagens e como fazer.** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/pre-venda/>. Acesso em: 01. Abr.2023.

DONATO, Lilian. **Cultura de inovação: conceito, importância e boas práticas.** Disponível em: <https://blog.aevo.com.br/cultura-de-inovacao/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20uma%20cultura,otimizar%20recursos%20e%20melhorar%20resultados>. Acesso em: 04.mai.2023

Ecommerce Brasil. **Vendas do E-commerce crescem 27% em 2021; alimentos e bebidas se destacam, revela Nielseniqiebit.** Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/vendas-e-commerce-bebidas-alimentos>. Acesso em: 22.Abr.2023

Escola de Ecommerce. **Pós-venda: o que é, sua importância e como fidelizar clientes através do recurso.** Disponível em: https://www.escoladeecommerce.com/artigos/pos-venda/amp/?gclid=CjwKCAjwrJ-hBhB7EiwAuyBVXdRp0Wqmy2XpiH9pzNO-mCEx7IYgzxgEUVvCYL8BfCf7fOZbDc9KmxoCa6YQAvD_BwE. Acesso em: 01.Abr.2023

Escola de Ecommerce. **Qual será o futuro do e-commerce no Brasil após a pandemia?** Disponível em: https://www.escoladeecommerce.com/artigos/futuro-e-commerce-no-brasil-apos-pandemia/amp/?gclid=Cj0KCQjwi46iBhDyARIsAE3nVraT_og7B1afJmx2fGgwfrWygI-J83hpkwmchX5tHbSI8xnVpl3vsvRkaAhD2EALw_wcB. Acesso em: 22.Abr.2023

FGV. **Pandemia acelerou processo de transformação digital das empresas no Brasil, revela pesquisa.** Disponível em: <https://portal.fgv.br/noticias/pandemia-acelerou-processo-transformacao-digital-empresas-brasil-revela-pesquisa>. Acesso em: 04.Mai.2023.

FLAVIA, Ester. **Os benefícios das soluções baseadas em nuvem para gerenciar projetos complexos.** Disponível em: <https://resumo.cloud/2023/04/25/os-beneficios->

das-solucoes-baseadas-em-nuvem-para-gerenciar-projetos-complexos/. Acesso em 04.mai.2023.

Gryfo. **Inteligência Artificial para Automação.** Disponível em: <https://gryfo.com.br/blog/2021/03/01/inteligencia-artificial-para-automatizacao/>. Acesso em: 01.Mai.2023.

Hcc. **E-commerce na pandemia: tudo o que você precisa saber.** Disponível em: <https://hccenergiasolar.com.br/e-commerce-na-pandemia-tudo-o-que-voce-precisa-saber/>. Acesso em: 11.Mai.2023.

Hostone. **7 benefícios da gestão com tecnologia nas empresas.** Disponível em: <https://blog.hostone.com.br/tecnologia-nas-empresas/>. Acesso em: 04.Mai.2023.

Hubify. **Coleta automatizada de dados: como fazer e como deixar eficaz.** Disponível em: <https://hubify.com.br/gestao-e-negocios/coleta-automatizada-de-dados/>. Acesso em: 01.Mai.2023.

IOTTI, Matheus. **Compras digitais vs. Compras presenciais: 13 vantagens para você escolher a melhor opção.** Disponível em: <https://cadastroempresa.com.br/blog/compras-digitais-compras-presenciais/>. Acesso em: 11.Mai.2023.

JANUTT, Bruna. **A importância de inovar com sustentabilidade.** Disponível em: <https://marcaambiental.com.br/inovar-sustentabilidade-inovacao/>. Acesso em: 01.Mai.2023.

Loja Virtual. **Vantagens e Desvantagens do Comércio Eletrônico.** Disponível em: <https://dlojavirtual.com/e-commerce/comercio-eletronico-vantagens-e-desvantagens/amp/>. Acesso em: 22.Abr.2023.

MOTA, Gustavo. **O caminho do sucesso: a importância da inovação em processos.** Disponível em <https://blog.wedologos.com.br/inovacao-de-processo/>. Acesso em: 16.Mar.2023.

NETO, Jorge. **Conheça 5 ferramentas de gerenciamento de riscos e toque sua empresa com mais segurança.** Disponível em: <https://setting.com.br/blog/riscos-e-compliance/gerenciamento-riscos/>. Acesso em: 04.Mai.2023.

PARREIRA, Ana Júlia. **Fraudes no Ecommerce: o que Fazer e Como Proteger o seu Negócio.** Disponível em: <https://ecommercedesucesso.com.br/fraudes-no-ecommerce/>. Acesso em: 11.Mai.2023.

PAULILLO, Gustavo. **Fidelização de Clientes: Kotler ensina tudo para você!** Disponível em: <https://www.agendor.com.br/blog/fidelizacao-de-clientes-kotler/>. Acesso em: 04.Mai.2023.

Play Studio. **10 ferramentas de inovação para empresas e como aplicá-las.** Disponível em: <https://www.playstudio.io/blog/ferramentas-de-inovacao>. Acesso em: 01.Abr.2023.

Portal da Indústria. **Qual a diferença de micro e pequena empresa.** Disponível em: <https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-a-z/micro-e-pequena-empresa/>. Acesso em: 09.Mar.23.

Qi network. **O papel das ferramentas digitais para inovação das empresas.** Disponível em: <https://blog.qinetwork.com.br/o-papel-das-ferramentas-digitais-para-inovacao-das-empresas/>. Acesso em: 15.Abr.23.

Quality. E-commerce: **saiba o que é, qual a importância e as vantagens para o seu negócio!**. Disponível em: <https://www.qualitysmi.com.br/e-commerce-saiba-o-que-e>. Acesso em: 22.Abr.23.

RAMOS, Marcela. **O seu cliente exige uma inovação de marketing da sua empresa.** Disponível em: <https://www.surfedigital.io/blog/seu-cliente-exige-inovacao-de-marketing>. Acesso em 01.Abr.23.

Sebrae. **Entenda a importância da inovação para a sua empresa.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-a-importancia-da-inovacao-para-a-sua-empresa,4bbf0a088aa32810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 04.Mai.23.

Sebrae. **Qual a importância da inserção digital das empresas.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/qual-a-importancia-da-insercao-digital-das-empresas,888b8781da656810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 15.Abr.23.

Siemens. **Inteligência artificial na indústria: produção inteligente.** Disponível em: <https://www.siemens.com/br/pt/empresa/stories/tecnologia/ai-na-industria.html>. Acesso em: 01.Mai.23.

SOUSA, Rainer. **Revolução Industrial.** Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiag/revolucao-industrial-1.htm>. Acesso em: 01.Mai.23.

Uol. **Tendências de tecnologia para pequenas empresas.** Disponível em: <https://meunegocio.uol.com.br/blog/tendencias-tecnologia-para-pequenas-empresas/>. Acesso em 09.Mar.23.

Wikihaus. **A importância de uma cultura de inovação nas empresas.** Disponível em: <https://wikihaus.com.br/blog/importancia-de-uma-cultura-de-inovacao-nas-empresas/#:~:text=A%20importância%20principal%20de%20criar,clientes%20e%20inspirando%20melhorias%20sempre>. Acesso em: 15.Abr.23.