

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA
CURSO DE GRADUAÇÃO TECNOLÓGICA EM
PROCESSOS GERENCIAIS

CLAUDETE CÂNDIDA DE FREITAS
MARIA DE FÁTIMA DE ARAÚJO PEREIRA
ROSEMBERG GUEDES DA COSTA JUNIOR

**ANÁLISE DO AVANÇO DA TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL EM DECORRÊNCIA DA PANDEMIA DE
COVID -19**

RECIFE/2022

CLAUDETE CÂNDIDA DE FREITAS
MARIA DE FÁTIMA DE ARAÚJO PEREIRA
ROSEMBERG GUEDES DA COSTA JUNIOR

**ANÁLISE DO AVANÇO DA TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL EM DECORRÊNCIA DA PANDEMIA DE
COVID -19**

Artigo apresentado ao Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, como requisito parcial para obtenção do título de tecnólogo em processos gerenciais.

Professora Orientadora: Ma. Wilka Mayra Ferreira Gomes Monteiro.

RECIFE/2022

Ficha catalográfica elaborada pela
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 1745.

A532 Análise do Avanço da Transformação Digital em Decorência da Pandemia
Covid -19 / Maria de Fátima de Araújo Pereira [et al]. Recife: O Autor,
2022.
36 p.

Orientador(A): Prof. Ma. Wilka Mayra Ferreira Gomes Monteiro.

Trabalho De Conclusão De Curso (Graduação) - Centro Universitário
Brasileiro – Unibra. Tecnólogo em Processos Gerenciais, 2022.

Inclui Referências.

1. Transformação Digital. 2. Pandemia. 3. Covid19. 4. Processos
Organizacionais. I. Freitas, Claudete Candida de. II. Costa Júnior,
Rosemberg Guedes da. III. Centro Universitário Brasileiro - Unibra. IV.
Título.

Cdu: 658

Dedicamos o resultado desta caminhada acadêmica, a Deus, nossa família, base de força e coragem, que sempre nos ensinaram o valor da educação para se entender o mundo e que nos mostraram, com muita paciência e amor, que não há limites para a busca de um sonho.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos nossos Pais que nos deram apoio e incentivo nas horas mais difíceis.

À nossa orientadora Profa. Wilka Monteiro. Obrigada, mestre, por exigir de nós muito mais do que imaginávamos ser e capaz de fazer. Nossa gratidão aos Professores por compartilhar sua sabedoria, o seu tempo e suas experiências.

Aos nossos Companheiros(as), por todo amor, força e apoio nos vários momentos que precisamos estando ausentes para elaboração deste trabalho e realização profissional.

*“Ninguém ignora tudo. Ninguém sabe tudo.
Todos nós sabemos alguma coisa. Todos
nós ignoramos alguma coisa. Por isso
aprendemos sempre.”
(Paulo Freire)*

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Exemplos de tecnologias digitais atuais.....	15
Quadro 2 : Tendências de tecnologia digital.....	16
Quadro 3: Dimensões dos modelos de maturidade digital.....	28

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO	12
3 RESULTADOS E DISCUSSÃO	13
3.1 Pandemia de COVID 19.....	13
3.2 Transformação Digital	14
3.3 Panorama dos micro e pequenos negócios no Brasil	18
3.4 Comércio eletrônico e transformação digital	20
3.5 Transformação digital no contexto do teletrabalho e home office	21
3.5.1 <i>Vantagens para os trabalhadores</i>	23
3.5.2 <i>Desvantagens para os trabalhadores</i>	24
3.5.3 <i>Vantagens para as empresas</i>	24
3.5.4 <i>Desvantagens para as empresas</i>	24
3.6 Telemedicina e as perspectivas da tecnologia na área de saúde	25
3.7 Repercussões no mercado de trabalho	26
3.8 Dimensões dos modelos de maturidade digital	27
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
REFERENCIAS	

DECISÃO ANÁLISE DO AVANÇO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL EM DECORRÊNCIA DA PANDEMIA DE COVID -19

Claudete Cândida de Freitas
Maria de Fátima de Araújo Pereira
Rosemberg Guedes da Costa Junior
Prof^a Ma. Wilka Mayra Ferreira Gomes Monteiro¹

Resumo:

Face ao cenário de Pandemia de COVID-19 que se instalou a partir de março de 2020, as empresas buscaram acelerar ações na direção da transformação digital, de forma a viabilizar a continuidade de suas operações. O objetivo deste trabalho é avaliar a real influência da pandemia na adoção emergencial de tecnologias de informação no suporte às atividades organizacionais, e verificar se o cenário citado de fato alavancou o desenvolvimento de novas soluções e novos negócios baseados ou suportados por tecnologias, considerando os conceitos que envolvem a transformação digital. Ações no sentido da transformação digital vinham sendo executadas pelas empresas já há algum tempo, mas foi possível verificar a rapidez com que este processo foi acelerado no cenário pandêmico. É possível perceber também o fato de que o aprimoramento e a inclusão de produtos e serviços em plataformas digitais, entre outras tantas tecnologias que podem melhorar a produtividade e levar as empresas a desenvolver mercados e mercadorias digitais.

Palavras-chave: Transformação Digital. Pandemia. COVID-19. Processos Organizacionais.

Abstract:

Faced with the scenario of the COVID-19 Pandemic that took place from March 2020, companies sought to accelerate actions towards digital transformation, in order to enable the continuity of their operations. The objective of this work is to evaluate the real influence of the pandemic on the emergency adoption of information technologies in support of organizational activities, and to verify whether the aforementioned scenario actually leveraged the development of new solutions and new businesses based or supported by technologies, considering the concepts involving digital transformation. Actions towards digital transformation had been carried out by companies for some time, but it was possible to verify how quickly this process was accelerated in the pandemic scenario. It is also possible to perceive the fact that the improvement and inclusion of products and services on digital platforms, among many other technologies that can improve productivity and lead companies to develop markets and digital goods.

Keywords: Digital Transformation. Pandemic. COVID-19. Organizational Processes.

¹ Professora Ma. Wilka Monteiro Mestre em Gestão Pública pelo programa de Pós-Graduação em Gestão Pública para o Desenvolvimento do Nordeste MGP da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Possui graduação em Administração pela Faculdade Integrada de Pernambuco (2009). Servidora pública federal, atuando na Coordenação de Acompanhamento e Monitoramento de Egressos (CAME) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). Atualmente exerce a docência no Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA). Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Administração pública. Email para contato: prof.wilkamonteiro@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

O mundo está cada vez mais dinâmico e as inovações e tendências da tecnologia não param de surgir e é por isso que a competitividade se apresenta como um fator determinante para a permanência das organizações no mercado. Tal situação tem essencialmente, a condição de propiciar agilidade e rapidez na composição da excelência do atendimento ao seu público alvo e tem em seus pilares de sustentação a utilização de ferramentas tecnológicas disponíveis na atualidade. Contudo, ainda existem obstáculos a serem superados para inserir as novas tecnologias dentro das organizações, como por exemplo, a falta de recursos financeiros ou falta de gestão com enfoque visionário.

Ultimamente a humanidade tem vivenciado grandes avanços econômicos e tecnológicos nunca antes visto na história. Contudo, assim como a facilidade de transporte e diminuição das fronteiras geográficas, a nova conjuntura também traz consigo o risco de transmissão de doenças altamente contagiosas de proporções globais, como no caso da COVID-19, que afetou o mundo e as relações do trabalho devido à reconfiguração dos processos nas organizações. Devido à pandemia, muitas mudanças na natureza do trabalho foram aceleradas, tal como a intensificação do trabalho remoto e a flexibilização da jornada de trabalho.

Desta forma, a relevância da temática se dá pela compreensão de que as tecnologias digitais trazem diversos benefícios às organizações, pois graças a elas, as formas de armazenamento e de difusão de informação foram alteradas de forma permanente e isso por si só, já se configura em vantagem, além de implicar em menor custo por parte das empresas.

Assim, considerando que a escassez de recursos financeiros pode ser uma grande barreira para os pequenos empresários se reinventarem e conseguirem se adaptar as mudanças, as tecnologias digitais surgem no contexto de auxílio a gestão para superar os desafios desta nova realidade onde eventos de natureza sociais e organizacionais se misturam e pedem ações que demonstrem a capacidade dos gestores em lidar de maneira eficiente com as circunstâncias previstas e não previstas.

Cabe observar a relevância da compreensão de toda a conjuntura de modernização e automação por traz do crescimento do mercado no sentido geral e em especial o de serviços nos últimos anos em termos globais. O que é resulta em

uma promoção cada vez mais acentuada ao desenvolvimento de ferramentas tecnológicas capazes de substituir o trabalho manual de centenas de trabalhadores por um pequeno número de equipamentos e ou softwares com o mesmo nível de produtividade e essa substituição requer, impreterivelmente, o aporte de serviços de infraestrutura e apoio logístico e tecnológico (SILVA *et al*, 2021).

Neste sentido, é notória a importância de as empresas saberem utilizar essas ferramentas para também poderem expandir seu potencial e terem o melhor desempenho possível frente ao mercado concorrente, além de atrair e fidelizar os clientes, bem como, criar possibilidades de novos negócios (SILVA; MARTINS; MORAIS JUNIOR, 2021).

A proposta deste trabalho é entender como as tecnologias digitais podem contribuir para as organizações e como se deu a aceleração de sua implantação nas micro empresas em razão do contexto da pandemia da Covid-19. Uma vez que no cenário atual há reformulação significativa dos ganhos empresariais na exploração do trabalho humano, e uma nova redistribuição de ônus do processo produtivo.

2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

Conforme Mynayo (2013, p. 46) metodologia requer “mais que uma descrição formal dos métodos e técnicas a serem utilizados, indica as conexões e a leitura operacional que o pesquisador fez do quadro teórico e de seus objetivos de estudo”. Este trabalho é de natureza bibliográfica e exploratória e de caráter qualitativo.

Ao contrário dos estudos quantitativos que, normalmente, buscam seguir de forma rigorosa um modelo previamente estabelecido fundamentado em hipóteses, a pesquisa de caráter qualitativo comumente é direcionada na medida que é desenvolvida; além de não numerar ou fazer medida de eventos e não utilizar de instrumento estatístico para análise dos dados coletados. A pesquisa de caráter qualitativo é de importante relevância em estudos que tenham foco no social, visto que há perceptível aumento nas condicionantes acerca do que está sendo observado (NEVES, 1996).

A referência bibliográfica conforme Beuren e Raupp (p. 17, 2006) tem como objetivo dar uma “perspectiva histórica” ou, então, “reunir diversas publicações isoladas e atribuir-lhes uma nova leitura”. Portanto, intenciona despertar curiosidade sobre os assuntos discutidos e aprofundamento sobre sua relevância no atual momento de consolidação das novas mídias como principais meios de comunicação.

Para isto, fez o levantamento de dados através de livros encontrados nas bibliotecas e acessos a plataformas acadêmicas. O campo de busca foi: Google Acadêmico e Scielo.

Como colocado por Vergara (2004), a investigação exploratória é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado. Por sua natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia, poderão surgir no decorrer da pesquisa ou no final dela. Assim, torna-se a melhor abordagem quando da investigação exploratória proposta.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este trabalho apresenta inicialmente a pandemia de COVID 19 e o contexto com a transformação digital. Em seguida aborda o panorama dos micro e pequenos negócios no Brasil e trata de comércio eletrônico.

Posteriormente aponta o contexto do teletrabalho e home Office, as vantagens e desvantagens para empresa e trabalhadores. Também aborda a temática a respeito da telemedicina e as perspectivas da tecnologia na área de saúde e por fim reflete sobre as repercussões no mercado de trabalho bem como as dimensões dos modelos de maturidade digital

3.1 Pandemia de COVID 21

Segundo Brasil (2020), a COVID-19 é uma doença causada pelo vírus severe acute respiratory syndrome-coronavirus 2 (SARS-CoV-2), e o isolamento social foi a medida mais adotada no sentido de reduzir o contágio. A Pandemia de COVID-19 foi decretada pela Organização Mundial de Saúde em 11 de março de 2020 (BRASIL, 2020), após iniciar como um surto originado na cidade de Wuhan, na China, no final de 2019.

Rapidamente, a sociedade precisou tomar medidas de adaptação, com o fechamento de escolas, comércio, shoppings centers, e a determinação de medidas restritivas ao uso do transporte público e, inclusive, ao trabalho presencial. A resposta, em alguns casos, baseou-se amplamente no uso de tecnologias de apoio aos processos. Imediatamente, aulas passaram a ser ministradas de forma online, pessoas que trabalham em escritórios passaram a trabalhar a partir de casa, todos utilizando plataformas digitais incluindo vídeo conferência para o exercício de suas atividades (BEAUNOYER; DUPÉRÉ ; GUITTON, 2020).

Com mais de três bilhões de pessoas isoladas durante a pandemia, o status dos espaços digitais mudou de uma comodidade para uma necessidade, pois eles se tornam não apenas a principal maneira de acessar informações e serviços, mas também um dos únicos vetores restantes de recursos econômicos, educacionais, atividades de lazer e de interação social. No entanto, nem todos são iguais em termos de acesso a redes ou dispositivos conectados, ou quando se trata das habilidades necessárias para navegar de forma otimizada nos espaços informatizados (BEAUNOYER; DUPÉRE ; GUITTON, 2020).

A COVID -19 trouxe consigo profundas e marcantes consequências no campo econômico, na vida social e cultural, no modo de vida tradicional dos indivíduos e das famílias, na vida profissional, no relacionamento entre os atores sociais, afetando, principalmente, o mundo do trabalho (BEAUNOYER; DUPÉRE ; GUITTON, 2020)..

3.2 Transformação Digital

O Termo Transformação digital visa definir o processo pelo qual organizações utilizam tecnologias a fim de melhorar o desempenho de seus negócios (STEFANINI, 2020). Consiste basicamente, no uso de sistemas que automatizam atividades, promovendo mudanças na essência de como a empresa presta seus serviços ou produz seus produtos. Ainda segundo a Stefanini (2020), o processo de informatização, iniciado nos anos 90, foi ampliado e acelerado com a democratização da internet e com o advento dos computadores pessoais.

A tecnologia digital é um conjunto de tecnologias que permite a transformação de qualquer linguagem ou dado em números, em zeros e uns (0 e 1). Dessa forma, trata-se de um sistema discreto que se baseia em métodos de codificação e transmissão de dados de informação, convertendo diversos tipos de mensagem - como imagens, áudios e vídeos - em sistemas binários. Essas informações são codificadas, compactadas e decodificadas em operações por meio de computadores e outros dispositivos eletrônicos como smartphones e tablets (SOARES 2022).

Este cenário foi sendo alterado constantemente, por diversos movimentos como o das redes sociais e a utilização em grande escala de celulares, praticamente substituindo os computadores, e teve sua última grande movimentação com o largo

uso da Computação em Nuvem, Internet das Coisas – (IoT) e o uso de Inteligência Artificial, nos últimos anos desta década (STEFANINI, 2020).

Segundo Soares (2022), essa inovação contraposta à tecnologia analógica, que dependia de meios materiais diferentes para existir o que tornou possível descentralizar a informação, aumentar a segurança dos dados e criar outras tecnologias. Graças às tecnologias digitais, as formas de armazenamento e de difusão de informação foram alteradas, gerando debates em torno da relação da humanidade com seu passado, seu presente e seu futuro.

É possível identificar alguns exemplos de tecnologias digitais atuais conforme disposto no Quadro 1:

Quadro 1 Exemplos de tecnologias digitais atuais.

Tecnologias digitais	Funcionalidades
Integração de dados	Realizada com o intuito de organizar as informações mais importantes de sua empresa, proporcionando uma visão mais consistente da organização. Para isso, é necessário escolher um sistema ou software para que essas informações sejam armazenadas e, então, selecionadas de acordo com os processos de cada empresa.
Cybersegurança	É a segurança de dispositivos ligados à tecnologia da informação, como computadores, servidores, redes, sistemas eletrônicos e dispositivos móveis. Está relacionada a ameaças virtuais (malwares) que possam invadir e roubar dados e informações eletrônicas importantes para operações empresariais.
Internet das Coisas Industrial (IIoT)	Está relacionada a inovações tecnológicas que buscam facilitar a cadeia de produção dos processos da indústria. A IIoT foca na comunicação máquina a máquina, no Big Data e no aprendizado de máquina, permitindo que as indústrias tenham mais eficiência em suas operações. Ela está relacionada à robótica, dispositivos médicos e processos de produção definidos por software.
Impressão 3D	A Impressão 3D possui aplicação em diversas áreas de atuação. Isso porque possibilita a fabricação de qualquer objeto a partir de um projeto ou um modelo 3D. Os materiais utilizados são geralmente plástico e ligas de metal, mas qualquer coisa pode ser utilizada, desde material de construção até material sintético. Esse tipo de impressão pode ser utilizado para a fabricação de protótipos, de moldes e até mesmo de peças prontas para produtos. Uma das plataformas mais utilizadas para o desenvolvimento de projetos 3D é o Blender.

Realidade Aumentada e Realidade Virtual	<p>São duas tecnologias que se mostram em alta nos dispositivos eletrônicos atuais. Porém, os dois conceitos são bem diferentes.</p> <p>Enquanto a Realidade Virtual está relacionada à interação do usuário com um ambiente criado por computador, a Realidade Aumentada está relacionada à uma expansão da visão do mundo real, oferecendo informações e conteúdos extras.</p>
---	--

Fonte: Elaboração própria baseado em Soares (2022).

Os exemplos elencados no Quadro 1 demonstram como as tecnologias digitais atuais ampliam as possibilidades de desempenho organizacional.

Todavia, Algumas tecnologias digitais são tendências para o futuro conforme demonstrado no Quadro 2 :

Quadro 2 : Tendências de tecnologia digital.

<u>Inteligência Artificial</u>	<p>Está enquadrada nesta categoria, pois ainda há muito o que mostrar para o mercado. Graças à IA, os computadores são capazes de trabalhar de maneira eficaz, analisando uma infinidade de dados em curto espaço de tempo.</p> <p>Essa tendência pode otimizar processos de negócios, agilizar a conclusão de tarefas e padronizar tarefas em uma empresa. Algumas técnicas como o Machine Learning e o Deep Learning são responsáveis por essas ações.</p>
<u>Blockchain</u>	<p>Está relacionada ao mercado especulativo financeiro. Ele facilita o processo de registro de transações e o rastreamento de ativos em uma rede empresarial.</p> <p>Um ativo pode ser tanto uma casa, um carro ou um lote como a criação de marcas e de patentes. A Blockchain permite o rastreamento dessas transações, reduzindo os riscos e os custos para quem está no negócio.</p> <p>Dessa forma, ela fornece informações imediatas, compartilhadas e transparentes armazenadas em um livro-razão imutável que pode ser acessado exclusivamente por membros da rede autorizada, oferecendo confiança e eficiência.</p>
<u>5G</u>	<p>A Tecnologia 5G chega para dar conta do grande volume de dispositivos eletrônicos conectados à Internet em casa e nas empresas existentes.</p> <p>O 5G possibilita a existência da Internet das Coisas, do Cloud Computing e do trabalho remoto, além do acesso à medicina à distância, da melhoria da mobilidade urbana e do desenvolvimento de cidades inteligentes.</p>

Fonte : Elaboração própria baseado em Soares (2022).

Como visto no Quadro 2 as características das tendências da tecnologia digital demonstram que há uma pretensão de alinhar as expectativas para adaptar as organizações à transformação digital.

3.2.1 *Evolução da adoção das tecnologias associadas à transformação digital*

As tecnologias associadas à transformação digital, já mencionadas, têm tido grande evolução na adoção por parte das organizações. Segundo estudo do IDC estudo econômico da força de vendas no ano de 2016, em todo o mundo, a expectativa de gastos em computação em nuvem pública direcionada ao público geral cresceu mais de 240%. No mesmo estudo, é possível verificar que mais de 25% do retorno deste investimento retorna para a organização como melhoria na produtividade, e quase 40% retorna em crescimento operacional (IDC,2016).

Segundo Bommadevara; Del miglio; Jansen (2018), a adoção de tecnologia de nuvem computacional deixa claro que o uso da tecnologia de forma isolada não entrega transformação digital e os resultados esperados. É preciso associar a tecnologia aos processos, e não ignorar a necessidade por cultivar as competências adequadas da força de trabalho. Um modelo operacional ágil altamente automatizado exigirá mudanças significativas nos comportamentos e nas mentalidades de TI. Deve –se investir no gerenciamento de mudanças e no desenvolvimento de habilidades multifuncionais em ambientes de infraestrutura, segurança e aplicativos. (BOMMADEVARA; DEL MIGLIO; JANSEN, 2018)

Segundo (IINTERATIVA, 2018), tecnologias de automação, BIG Data e inteligência artificial afetaram 50% da economia mundial. Ainda, 82% dos executivos ao redor do mundo acreditam que as empresas onde trabalham devem passar pelo processo de transformação digital. A maioria deles acredita que ela deve aumentar de 50% a 80% a produtividade.

Os poderes transformadores da inteligência artificial, big data, internet das coisas, tecnologias móveis, criptomoedas e *blockchain* acabarão por gerar uma quarta revolução industrial. Essa revolução deve aumentar nosso padrão, expectativa e qualidade de vida. No entanto, é possível que aconteçam alguns movimentos disruptivos, sobretudo no mercado de trabalho (IINTERATIVA, 2018).

Uma das tecnologias mais relevantes na ascensão da transformação digital é a *Cloud Computing*, ou Computação em Nuvem. Trata-se de oferta de tecnologia como serviços, baseada em Internet, que tem como objetivo administrar, armazenar

e processar dados de forma remota, amenizando assim a necessidade desse tipo de serviço em diversos equipamentos (IINTERATIVA, 2018).

De acordo com dados de previsão fornecidos pelo IDC (2019), em todo o mundo, o crescimento dos gastos com software de nuvem pública, de 2018 a 2024, chega a quase 300%, considerando um aumento anual de aproximadamente 20%.

Nota-se que todas as estatísticas já apontavam para um crescimento das tecnologias associadas à transformação digital, no Brasil e no mundo. Mas a pandemia de COVID-19 parece ter acelerado este processo. No relatório de julho de 2020 (IDC, 2019), focado no mercado asiático, mostrou um crescimento projetado de 26% na adoção de tecnologia em nuvem, para o ano de 2020.

As organizações se beneficiaram da tecnologia em nuvem durante a pandemia. Como os gastos gerais com TIC estão observando um declínio, espera-se ver mais organizações mudarem os orçamentos para aplicativos e tecnologias baseados em nuvem em um futuro próximo. Na Ásia por exemplo, o crescimento dos gastos com serviços em nuvem cresce a uma taxa acima de 20% ao ano, em 2019, e mantém previsão de aumento para 2020 e 2021 (IDC, 2019).

E não são somente empresas que ampliaram o portfólio de uso de tecnologias associadas à transformação digital. O setor educacional parece ter sido definitivamente impactado por estas tecnologias. O aumento nas buscas por cursos ligados ao ensino a distância tem sido alto. Segundo Iinterativa (2020), 40% dos brasileiros pretendem realizar cursos online, na busca por capacitação para enfrentamento da crise provocada pelo COVID-19, e houve um aumento de 68% nas matrículas em cursos online, no período de março a abril de 2020.

3.3 Panorama dos micro e pequenos negócios no Brasil

No Brasil, as Leis Complementares nº123/2006, nº128 e nº155 estabelecem um tratamento diferenciado às microempresas e empresas de pequeno porte, através de normas gerais. São classificadas como microempresas as organizações que possuem receita bruta anual de até R\$ 360.000,00 e empresas de pequeno porte as que possuem receita bruta de até R\$ 4,8 milhões. Outra categoria considerada no mercado brasileiro é a figura do Microempreendedor Individual (MEI), definido pela Lei Complementar nº 128, o qual possui um regime tributário desburocratizado, tal empreendimento deve possuir receita bruta anual de R\$ 81.000,00 (BRASIL, 2008).

A taxa total de empreendedorismo (TTE) no Brasil, segundo o Global Entrepreneurship Monitor (2019), é de 51,9 milhões de pessoas ou seja, 38% da população do país está envolvida na criação ou manutenção de algum negócio. Tal patamar é o segundo maior da série histórica iniciada em 2002. O persistente cenário recessivo da economia nos últimos anos tem propiciado um ambiente desafiador para os empreendedores e isso se refletiu em um aumento na taxa de insucesso nos empreendimentos. O Sebrae (2020), destaca os principais motivos apontados como responsáveis pela mortalidade precoce das empresas: falta de capital (19%), encontrou outra atividade de atuação (14%), falta de clientes (9%), problemas particulares (9%) e problemas de planejamento/administração (8%).

Durante a pandemia, uma pesquisa realizada pelo Sebrae com empreendedores individuais e proprietários de empresas micro empresas e de empresas de pequeno porte indicou que 58,9% das organizações interromperam temporariamente o funcionamento, enquanto 31% modificaram a forma de funcionamento, 6,6% continuaram funcionando da mesma maneira, e 3,5% encerraram as atividades. Dentre o grupo de empresas que modificou o modelo de funcionamento, 41,9% passou a funcionar através de vendas online. A pesquisa ainda revelou que 73,4% das empresas estava com situação financeira razoável ou ruim, enquanto apenas 26,6% consideraram a situação das finanças boa (SEBRAE, 2020).

O setor de alimentação fora do lar tem grande importância para a economia brasileira. O segmento é um dos que apresenta maior crescimento e já representa 34% dos gastos com alimentos dos lares brasileiros. No entanto, apenas 28% relataram realizar ao menos 1 refeição preparada fora do lar em um dia. Entre os 13 países participantes da pesquisa, o Brasil é o que apresenta o menor resultado, o que indica um potencial crescimento para o segmento (GOUVEIA, 2019).

Diante da impossibilidade de consumo no local, muitos serviços de varejo, sobretudo o de alimentação, e também produtores de alimentos para venda em locais físicos (tais como bolos, chocolates etc) modificaram seus negócios, através de inovações. No segmento de alimentos e bebidas, (SEBRAE 2020), aponta que 43% dos pequenos negócios afirmou realizar mudanças no funcionamento. Como apresentado por Gouveia (2019) o segmento já tem aptidão e grande potencial de crescimento para demanda de *delivery*, e *drive-thru*, mas demanda uma estrutura diferenciada, maior consumo de embalagens descartáveis, processos de

higienização mais rigorosos diante das incertezas de contaminação do corona vírus, além de mudanças no atendimento dos pedidos.

3.4 Comércio eletrônico e transformação digital

A Ebit é uma plataforma que mede a reputação das lojas virtuais por meio de pesquisas com consumidores reais, gerando dados estratégicos e táticas para o mercado online. Segundo sua publicação, o comércio eletrônico vem ganhando espaço em vários países ao redor do mundo nos últimos anos, sendo o Brasil o país com o maior faturamento nessa área na América latina. Vale destacar ainda que, embora o PIB brasileiro tenha apresentado um crescimento tímido, o comércio eletrônico teve um crescimento nominal de 20% em 2017 e 18% em 2018 (EBIT-NIELSEN, 2019).

Okano, Simões, e Langhi (2019) apontam que com os números positivos do comércio eletrônico no Brasil, poucos negócios vinham se preparando para a transformação digital, uma vez que esse processo exige mudanças de modelos de negócio para sua efetivação. Além disso, devido ao fechamento do comércio para conter a proliferação da COVID-19 no primeiro semestre de 2020, a venda por meios digitais se apresentou como uma das principais soluções para evitar a falência de empresas e o aumento do desemprego.

Dessa forma, negócios que estavam num estágio avançado de transformação digital puderam se adaptar melhor a essas novas condições, enquanto que negócios tradicionais se viram forçados a se adaptar abruptamente. Diferente do que se difunde, a transformação digital não está relacionada com tecnologia, mas sim com estratégia e maneiras de pensar.

De acordo com Rogers (2018), para transformar-se na era digital é necessário que o gestor atualize a sua mentalidade estratégica, muito mais que a sua estrutura de TI. Nessa linha, Schallmo, Williams e Boardman (2017), destacam que a transformação digital engloba empresas e clientes em todos os segmentos da cadeia de valor agregado por meio da aplicação de novas tecnologias, exigindo habilidades que envolvem extração e troca de dados, bem como a análise e conversão desses dados em ações. Assim, para que as pequenas empresas possam acompanhar o ritmo da transformação digital é preciso avaliar em que estágio cada negócio se encontra para identificar as estratégias de inovação mais assertivas.

De acordo com Diogo, Júnior e Santos (2019), a perspectiva ampla desta transformação aliada ao gerenciamento do conhecimento eleva a competitividade das empresas garantindo a permanência e consolidação dos negócios. No que concerne ao marketing digital, os sites de buscas e as redes sociais em especial o Facebook e o Instagram são apontados como os principais motivadores de compra no Brasil.

Ainda sobre este aspecto, 80% dos consumidores que compram por indicações de redes sociais ficaram satisfeitos e elogiaram a empresa. Mesmo em situações incomuns e em ambientes turbulentos, a capacidade de desenvolver ações de marketing se revela fundamental para o crescimento das vendas das organizações (EBIT-NIELSEN, 2019).

Em relação às plataformas digitais, nota-se que existem atualmente tanto soluções próprias, mais comumente desenvolvidas por grandes empresas, e soluções gerais, que buscam conectar várias empresas aos consumidores locais, atuando como mecanismos facilitadores da última milha. Dentre as soluções gerais, destacam-se principalmente as relacionadas a alimentos e bebidas, como é o caso do UberEats®, James®, Rappi® e Ifood®, sendo esta última uma empresa brasileira que atingiu um valor de mercado de R\$1 bilhão em 2019 (EXAME, 2019).

Já em relação à comercialização de bens duráveis, é possível destacar o marketplace da Magazine Luiza®, que possui mais de 11 mil micro e pequenas empresas cadastradas, ofertando produtos na plataforma em 2019. Além disso, há pequenas empresas que buscam utilizar as redes sociais tanto para o marketing digital como ferramenta de gestão de pedidos. Assim, Facebook, Instagram e WhatsApp passaram a atuar como centro das operações de diversos negócios durante o isolamento social (EXAME, 2019).

3.5 Transformação digital no contexto do teletrabalho e home office

O termo *home office* é um termo da língua inglesa no qual significa escritório em casa, sendo uma modalidade do chamado teletrabalho que engloba uma perspectiva mais ampla, como sendo um trabalho de forma remota podendo ser executado em qualquer lugar. O *home office* consiste na realização das atividades profissionais fora do ambiente organizacional, podendo ser de forma parcial, na qual o empregado realiza parte das atividades dentro da empresa e outra parte

remotamente; ou integralmente, na qual todas as atividades são executadas de maneira remota (BITTAR, 2021).

Ainda de acordo com Bittar (2021) o atual processo de globalização, nesta era da informação, acelerado pela internet, tornou os mercados extremamente acirrados, com competitividade extrema, priorizando a rapidez, a eficiência, a eficácia, a qualidade e o menor custo. O que nos permite a execução de atividades organizacionais de maneira remota é a tecnologia, que está em constante evolução e que nos possibilita grandes melhorias, como por exemplo, a sincronia de seus arquivos que estão no computador da empresa com o seu computador em casa por meio de drive ou nuvem.

Em 2017 o teletrabalho passou a ser definido pela legislação, a fim de orientar os trabalhadores, por meio da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT):

‘Considera-se teletrabalho a prestação de serviços preponderantemente fora das dependências do empregador, com a utilização de tecnologias de informação e de comunicação que, por sua natureza, não se constituam como trabalho externo”.
Parágrafo único. “O comparecimento às dependências do empregador para a realização de atividades específicas que exijam a presença do empregado no estabelecimento não descaracteriza o regime de teletrabalho.’ (CLT, 2017, art. 75-b).

A Sociedade Brasileira de Teletrabalho e Teleatividades (SOBRATT) define teletrabalho como uma “..modalidade de labor realizado pelo trabalhador (autônomo ou empregado) em local distinto da empresa, ou, ainda, em local diverso daquele qual os resultados são esperados” (MELLO,2020,p.06).

As responsabilidades e o compromisso com a empresa continuam as mesmas, independente de possibilitar uma jornada mais flexível. Esse tipo de trabalho é normalmente utilizado por profissionais da área de Tecnologia da Informação, por atuarem em funções que permitem a realização de maneira remota, sem que prejudique o andamento de suas demandas e outras equipes que dependem de seus serviços, intermitentes, autônomos ou empresas na qual a atividade que desempenham permitem essa modalidade de trabalho (MELLO,2020).

No cenário de pandemia em que todo o mundo precisou se readaptar, essa modalidade de trabalho foi crescendo e se tornando cada vez mais comum. Tal característica foi implantada visando uma diminuição da propagação do vírus e

redução de custos, para que dessa forma fosse possível manter o quadro de funcionários e conseqüentemente se tornando viável manter o funcionamento das atividades da empresa, aponta Mello (2016).

O autor considera ainda que na prática do trabalho remoto já se dá a algum tempo, o primeiro registro se deu nos Estados Unidos em 1857, na realização de trabalhos com telégrafo, um aparelho onde é feita a transmissão ou recepção de mensagens a distância, por meio de sinais que utilizavam a eletricidade para enviar mensagens codificadas através de fios. Para ser realizada essa atividade, não tinha grande relevância sobre onde o trabalhador se encontrava, desde que tivesse a infraestrutura necessária.

Entretanto, o teletrabalho que se conhece hoje como a execução de atividades empresariais que acontecem fora das dependências do empregador, surgiu somente em 1970, durante a crise do petróleo, onde os gastos de deslocamento até o trabalho se tornaram altos demais para as empresas, assim o teletrabalho ganhou grande espaços e se tornando uma alternativa viável para algumas atividades.

O home office no Brasil surgiu oficialmente em 1997 e em 1999 foi fundada a SOBRATT, período em que o acesso à internet e aos computadores começavam a crescer no país, mas só em 2017, com a Lei 13.467 foi regulamentado na CLT. Tudo isso fez com que o home Office tivesse um grande crescimento no Brasil (MELLO, 2016).

Devido à crise mundial de saúde, provocada pelo COVID-19, o home office ganhou grande força devido à necessidade de isolamento social e acabou se tornando uma das poucas maneiras disponíveis para desacelerar o avanço da doença e impedir que empresas paralisasse suas atividades organizacionais durante esse período.

3.5.1 Vantagens para os trabalhadores

Uma das vantagens por parte dos trabalhadores, sendo um dos pontos mais relevantes é a autonomia e a mobilidade, por conta da não necessidade de deslocamento e do estresse que pode ser gerado devido ao trânsito, redução de custos, sejam eles com locomoção (combustível, estacionamento, etc.), alimentação e também com vestimentas apropriadas para o trabalho; maior possibilidade de equilibrar a vida pessoal e familiar com o trabalho. Com a possibilidade da flexibilização, os trabalhadores conseguem organizar o seu tempo, utilizando-o da

melhor forma para cumprir com suas obrigações. Além de conseguir conciliar a vida profissional com a vida familiar, possibilitando maior tempo hábil para o lazer (MELLO, 2016).

3.5.2 Desvantagens para os trabalhadores

Uma das desvantagens encontradas no teletrabalho por parte dos colaboradores é a sensação de isolamento, que pode refletir diretamente na saúde do colaborador; falta de ambiente de trabalho coletivo, na qual o trabalhador necessita solicitar ajuda e obter apoio de pessoas mais experientes para a realização de suas funções e também uma grande insegurança por meio dos teletrabalhadores, que muitas das vezes sentem que não estão sendo assistidos e avaliados por seus supervisores, o que pode resultar em uma desmotivação. Outra desvantagem é o fato de assuntos domésticos interferirem nos profissionais, onde, precisa dar conta dos serviços domésticos e se concentrar no trabalho ao mesmo tempo, além da falta de estrutura e danos que podem ser causados à saúde (NOHARA *et al.*, 2010.)

3.5.3 Vantagens para as empresas

Na visão organizacional, destacam-se os seguintes benefícios: possibilidade de crescimento sem que haja a necessidade de reestruturar a organização de imediato; redução nos gastos com infraestrutura e consumos cotidianos de materiais e itens básicos. Esse isolamento pode disponibilizar também um melhor espaço e tempo para que eventuais reestruturações sejam realizadas, possibilitando um futuro retorno com mais segurança e qualidade de vida no trabalho para todos da organização, aumento da produtividade e redução interrupções no trabalho por conta de deslocamento para reuniões presenciais, fazendo com que o trabalhador permaneça mais tempo focado na realização de suas atividades (MELLO, 2016).

3.5.4 Desvantagens para as empresas

Por parte das organizações, encontra-se a dificuldade na avaliação e supervisão do trabalho, a possibilidade de o empregado oferecer e prestar serviços a outras empresas, a motivação dos colaboradores, a produtividade e inclusive na confidencialidade de dados, uma vez que as informações da empresa ficam vulneráveis a serem salvos em equipamentos particulares dos colaboradores (NOHARA *et al.*, 2010).

3.6 Telemedicina e as perspectivas da tecnologia na área de saúde

O progresso tecnologias digitais nas últimas décadas afetou todos os setores da sociedade, e a medicina não foi exceção. O casamento entre os computadores e as telecomunicações, a partir da década dos 70, levou ao desenvolvimento de muitas aplicações interessantes como a telemedicina, que é o uso das tecnologias de telecomunicação para a interação entre profissionais de saúde e pacientes, com a finalidade de realizar ações médicas à distância. Para isso, podem ser usados quaisquer meios eletrônicos de telecomunicação, tais como telefonia convencional e digital, radiocomunicação, redes locais e redes amplas, assim como a Internet e a Web (SABBATINI, 2017).

Para Cardoso e Sabbatini (2016), a telemedicina é uma das mais poderosas tendências tecnológicas da atualidade, e surgiu de forma algo independente da informática médica. Beneficiam-se da telemedicina as instituições de saúde numa grande variedade de situações, principalmente aquelas em que a medicina convencional não está disponível facilmente. Por seu intermédio, a medicina tende a globalizar-se cada vez mais, viabilizando a interação de médicos em diferentes estados e países.

As modalidades mais comuns de telemedicina são o telediagnóstico, a teleconsulta, a telemonitoração e a teleterapia. Também pode –se enquadrar entre as aplicações da telemedicina, de um modo geral, a teledidática (educação ou treinamento a distância) em saúde como parte dessa grande área. O termo telessaúde é reservado para nomear uma área ainda mais ampla do que a telemedicina, ou seja, o armazenamento, transmissão, disponibilização e interação de tudo que se refira à saúde e suas atividades-fim e atividades - meio. Por exemplo, um site de educação em saúde, com serviços interativos de perguntas e respostas para leigos, pode ser classificado como uma atividade de telessaúde. (SABBATINI, 2017)

As diversas especialidades médicas e da saúde têm aplicações específicas. Assim, existem a telemedicina, a teleodontologia, a tele-enfermagem, a telepatologia, a telerradiologia, a teleoftalmologia, etc. Nos EUA as especialidades mais comuns em saúde a distância são os cuidados domiciliares de saúde (tele homecare, em inglês), a radiologia, a cardiologia, a psiquiatria, a clínica geral, a pediatria, a geriatria, e a dermatologia (CARDOSO, SABBATINI 2016).

No Brasil, são bem menos especialidades em que a telemedicina tem encontrado aplicação, lideradas pela cardiologia, radiologia, dermatologia e medicina nuclear. Além disso, a internet têm facilitado amplamente a implementação de serviços on-line de segunda opinião, particularmente nas áreas de laudos de imagens e de sinais e de patologia, entre outras, pois nessas situações não se exige que o médico consultor entre em contato direto com o paciente. Muitos planos de saúde norte-americanos já pagam por esses serviços prestados por médicos consultores (CARDOSO, SABBATINI 2016).

Outro conceito em alta atualmente é e-saúde (uma tradução direta do termo em inglês, e-health), e que abrange todas as aplicações de tecnologias de informação e comunicação (TICs) na área da saúde, em todos seus níveis, organizações e protagonistas, integradamente através da rede; tais como registros eletrônicos de saúde, sistemas de gestão organizacional, de intercâmbio de informações, redes comunitárias de saúde, sistemas de apoio a decisão, etc (SABBATINI, 2017)

3.7 Repercussões no mercado de trabalho

O momento vivenciado é único, visto que a palavra de ordem para disputar uma vaga no mercado de trabalho, cada vez mais competitivo, em qualquer área profissional, é “aprimorar”. Na e-economia, “os trabalhadores devem ser capazes de reciclar-se em termos de habilitações, conhecimentos e maneiras de pensar, de acordo com uma série de variáveis num ambiente de negócios em contínua evolução”(CASTELLS, 2014, p.117).

Na era destinada a uma geração que nasceu sob o advento da internet, do boom tecnológico e do mundo virtual, impossível pensar num convívio sem internet, telefone celular, computador, iPods, videogames, televisores e vídeos em alta definição e sem notícia em tempo real, onde a notícia se torna obsoleta em pouco tempo (MARSHALL, 2011). Hoje, esta geração também é denominada de cidadão-ciborgue, pois está em permanente conexão com as tecnologias digitais, opera num espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e de suas memórias (LEVY, 2015).

Diante do perfil desta geração, onde o dinamismo exacerbado promete uma reviravolta no mercado de trabalho, segundo Tapscott (2017) os que cresceram usando a Internet estão mudando tudo, das empresas aos governos e do momento

vivenciado das grandes mudanças no mercado em função da globalização, as empresas buscam constantemente por profissionais multiqualificados que auxiliem a trabalhar com visão sistêmica, atuando e interagindo entre equipes de diferentes setores.

Para isso, os profissionais precisam ser criativos, inovadores, instigadores, originais, persistentes, comunicativos, serem bons ouvintes, flexíveis, equilibrados, intuitivos e que tenham autoconfiança para buscar soluções capazes de superar obstáculos como um evento pandêmico por exemplo.

Ou melhor, que seja um indivíduo, acima de tudo, empreendedor ou que possua um comportamento empreendedor, que saiba utilizar o poder de criatividade e de inovação a serviço da empresa onde trabalha, buscando tratá-la como se fosse seu próprio negócio, visando sempre os melhores resultados; que seja pró-ativo e que se preocupe com a produtividade e qualidade dos produtos e serviços; e, principalmente, que tenha motivação e que saiba assumir riscos calculados (DUARTE *et al*, 2011).

3.8 Dimensões dos modelos de maturidade digital

Segundo Tadeu, Duarte, Chade (2018), um modelo de maturidade contém dimensões e critérios que permitem a avaliação do estágio atual da organização e indica um caminho de desenvolvimento até o nível de maturidade desejado. Mais de uma dezena de modelos de maturidade digital foram desenvolvidos nos últimos anos. Alguns enfatizam os aspectos da tecnologia, enquanto outros possuem um olhar mais amplo, envolvendo as diversas áreas de uma organização.

Também é comum um olhar voltado para as competências internas que deverão ser desenvolvidas ao longo da jornada digital. Há ainda aqueles que focam no resultado e nos impactos da transformação digital como observados no Quadro 3:

Quadro 3- Dimensões dos modelos de maturidade digital.

1. <u>Estratégia digital</u>	Definir um plano abrangente, envolvendo a organização e os objetivos digitais estabelecidos, é fundamental para que a empresa evolua em sua maturidade digital. Diversos autores apontam a estratégia, e não a tecnologia, como a maior impulsionadora da transformação digital. Organizações menos maduras digitalmente não costumam ter uma estratégia digital e tendem a se
------------------------------	--

<p>2. <u>Tecnologias digitais: IoT, Inteligência</u></p> <p>3. <u>Capacidade analítica:</u></p> <p>4. <u>Relacionamento com clientes:</u></p> <p>5. <u>Relacionamento em redes:</u></p> <p>6. <u>Estrutura organizacional e processos digitais:</u></p>	<p>concentrar em poucas iniciativas tecnológicas isoladas, normalmente com foco operacional. Por outro lado, as empresas mais maduras possuem estratégias digitais com foco na transformação dos seus negócios.</p> <p>Artificial, Big Data, dispositivos móveis, impressoras 3D, sensores inteligentes, realidade aumentada e computação em nuvem são apenas algumas das muitas tecnologias surgidas nos últimos anos, que podem provocar grandes transformações nos negócios de muitas organizações. Porém, a tecnologia por si só não gera valor – é preciso saber usá-la de modo que crie valor para a organização e seus stakeholders.</p> <p>Para a transformação digital é importante que a empresa desenvolva uma forte capacidade analítica. A riqueza da transformação digital não está na grande quantidade de dados disponíveis, mas no tratamento adequado e em sua transformação em informações que permitam aos gestores tomar melhores decisões. Além da disponibilidade e transparência das informações uma organização madura digitalmente deverá ter a capacidade de prever e se adaptar automaticamente às novas condições de mercado e operação.</p> <p>Todos os aspectos relacionados ao atendimento do cliente entram nesta dimensão da pré-venda ao relacionamento pós-venda. O avanço das novas tecnologias digitais faz desse tema um dos mais relevantes para as organizações. As novas tecnologias permitem que as empresas percebam, cada vez mais, as necessidades de seus clientes e ofereçam preços, produtos e serviços de forma customizada, através de experiências cada vez mais ricas e com um relacionamento muito mais próximo e frequente.</p> <p>Uma organização madura digitalmente precisa entender que faz parte de uma rede que envolve fornecedores, startups, governos, universidades, fundos de investimentos, entre outros. As novas tecnologias digitais permitem que esses players atuem de forma integrada e interajam de maneira mais rápida e transparente. O desenvolvimento de cadeias globais mais responsivas e eficientes é também uma realidade para as empresas maduras digitalmente.</p> <p>Esta dimensão avalia internamente a estrutura e os processos de uma organização uma série de</p>
---	--

	<p>atividades relacionadas entre si, que exigem interação entre pessoas, áreas e departamentos. Além de investirem na automação de vários processos, as empresas maduras digitalmente compartilham recursos internos e externos, buscando diminuir consistentemente a distância entre suas áreas funcionais. Essas organizações tendem a ter processos internos e estruturas mais flexíveis e mais centradas nos clientes.</p>
<p><u>7. Cultura e pessoas:</u></p>	<p>Empresas maduras digitalmente tendem a possuir uma cultura mais colaborativa, aberta à inovação, e tomam decisões direcionadas por dados (data-driven decision making). A formação das pessoas também é essencial no processo de maturidade digital. A fluência digital não requer o domínio das tecnologias, e sim a capacidade de articular o valor das tecnologias digitais para o futuro da organização. O papel da liderança é vital na criação e fortalecimento de uma cultura digital, além de promover a capacitação e o mindset digital de seus colaboradores.</p>
<p><u>8. Riscos e investimentos:</u></p>	<p>Investimentos trazem riscos e correr riscos faz parte da cultura das organizações maduras. Os líderes precisam se esforçar para tornar suas organizações menos avessas ao risco, o que significa aceitar o fracasso e apoiar o desenvolvimento de uma equipe mais ousada. As empresas que adotam tecnologias de fronteira tendem a apresentar um valor futuro superior e maior predisposição para investimentos em novos projetos.</p>
<p><u>9. Aspectos legais e éticos:</u></p>	<p>Considerar e lidar com os aspectos éticos e legais da utilização de novas tecnologias digitais deve ser uma grande preocupação das organizações maduras digitalmente. A identificação precoce das questões legais, que envolvem a aplicação dessas tecnologias, pode ser uma vantagem competitiva importante para essas organizações.</p>
<p><u>10. Novos modelos de negócios digitais:</u></p>	<p>Praticamente como resultado de todas as dimensões anteriores, à medida que se tornam mais maduras digitalmente as organizações podem criar novos modelos de negócios digitais. Essas empresas tendem a expandir suas ofertas de produtos e serviços através de plataformas digitais integradas. Organizações com produtos e serviços digitais passam a oferecer aos seus clientes soluções completas em um ecossistema digital.</p>

Fonte: Elaboração própria baseada em Tadeu, Duarte, Chade (2018).

Como pode ser observado no quadro 3 as dimensões dos modelos de maturidade digital são importantes e devem ser consideradas pois grandes oportunidades e novos modelos de negócios podem surgir de análises sobre o impacto das tecnologias digitais nas dimensões de clientes, redes, estruturas organizacionais e processos, cultura e pessoas, riscos financeiros e aspectos legais e éticos. Por sua vez, as dimensões de tecnologia e competência analítica são grandes instrumentos de um processo de maturidade digital.

Por fim, vale destacar a preocupação em não avaliar a transformação digital como um simples resultado, mas a partir da maturidade dos processos organizacionais em que está estabelecida. Afinal, nenhuma organização se torna digitalmente madura da noite para o dia.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A transformação digital vem sendo implantada paulatinamente por empresas e instituições de todos os setores. No entanto, a situação de pandemia acelerou, de fato, o processo de adoção. Em cerca de 15 dias, no mês de março de 2020, empresas foram obrigadas a mudar seus processos de trabalho e implantar o trabalho à distância. Instituições de ensino, implantaram aulas remotas, com o uso de novas tecnologias e novas metodologias de ensino.

É perceptível que as dificuldades impostas pelo isolamento social e as soluções adotadas num primeiro momento, como a adoção de serviços de computação em nuvem e ferramentas de vídeo conferência não confere a nenhuma empresa a implantação plena de processos de transformação digital. Mas certamente é possível afirmar que houve um primeiro passo nesta direção.

Os próximos passos a serem dados neste sentido, incluem a revisão de processos organizacionais, a inserção de tecnologias digitais para alavancar melhorias, a inclusão de produtos e serviços em plataformas digitais, uso de tecnologias como chatbots e outros algoritmos de inteligência artificial para interação com clientes e outros atores da cadeia produtiva, automatização de processos produtivos com internet das coisas, entre outras tantas tecnologias que podem melhorar a produtividade e levar as empresas a desenvolver mercados e mercadorias digitais.

Um fator muito importante, que deve ser visto antes de tudo isso, é a necessidade de qualificação de colaboradores e gestores para o uso de

metodologias e ferramentas que apoiam a transformação digital. Fazer com que os times trabalhem de forma produtiva, independente do espaço físico e apoiados nas mais diversas tecnologias.

Desta forma, a melhoria na produtividade dos processos certamente terá maior potencial em gerar novas oportunidades de negócio.

REFERENCIAS

BEAUNOYER, Elisabeth; DUPÉRÉ, Sophia ; GUITTON, Mattheus J. COVID-19 e desigualdades digitais: impactos recíprocos e estratégias de mitigação.

Computadores no comportamento humano, outubro de 2020, vol.111.

BITTAR, Felipe Prado. **Os impactos do home office na qualidade de vida dos trabalhadores no contexto da pandemia de Covid-19**. São Paulo. 2021.

BOMMADEVARA, Nagendra ; DEL MIGLIO, Andrea e JANSEN, Steve. **Adoção da nuvem para acelerar a modernização da TI**. Madrid. 2018. Disponível em <https://vnomics.com/wp-content/uploads/2019/04/Mckinsey-Cloud-Migration-2018.pdf>. Acessado em 03 de dez de 2022

BRASIL, **Ministério da Saúde**, Corona Vírus ,publicado em 27/02/2020. Disponível em <https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/46435-brasil-confirma-primeiro-caso-de-novo-coronavirus>. Acesso em 04 de Nov de 2022

BRASIL, **UNASUS**, Pandemia de Corona Vírus, publicado em 11/03/2020. Disponível em <https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>. Acesso em 04 de Nov de 2022

BRASIL. Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **Diário Oficial da União**. Brasília, 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm>. Acesso em: 17 nov. 2022.

BRASIL. Lei Complementar 128, de 19 de dezembro de 2008. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006. **Diário Oficial da União**. Brasília, 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm> Acesso em: 17 de set de 2020

BRASIL Lei complementar 13.467, de 13 de julho de 2017. Altera a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), aprovada pelo **Decreto-Lei nº 5.452**, Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13467.htm. Acesso em: 17 nov. 2022.

BUEREN, I. M.; RAUPP, F. **Metodologia da Pesquisa Aplicável às Ciências Sociais**. In: Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade. São Paulo: Atlas, 2006.

CARDOSO, SH; SABBATINI, RME: **O Hospital Virtual, Publicações Eletrônicas e o Ser Humano Visível: Novos Paradigmas para a Educação em Saúde**. Anais Congresso Regional de Sistemas de Informação em Saúde, p. 128-137, São Paulo, BIREME, 2016

CASTELLS, M. . **A Galáxia Internet** - Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade. 2014 Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

CONSOLIDAÇÃO DAS LEIS DO TRABALHO (CLT) - **Artigo 6º - Do trabalho em domicílio e a distância**. Brasília. 2020. Disponível em: http://www.cltlivre.com.br/artigos_clt/artigo-6o-da-clt-do-trabalho-em-domicilio-e-a-distancia. Acesso em: 07 dez 2022.

Decreto-lei nº 5.452, de 1 de maio de 1943. Aprova a **consolidação das leis do trabalho**. Lex: coletânea de legislação: edição federal, São Paulo, v. 7, 1943.

DIOGO, Ricardo Alexandre; JUNIOR, ArmandoKolbe; SANTOS, Neri. A transformação digital e a gestão do conhecimento: contribuições para a melhoria dos processos produtivos e organizacionais.P2p **E Inovação**, v. 5, n. 2, p. 154-175, 2019.

DUARTE, E. et al. (2011). **Empreendedorismo e Inovação sustentável nas empresas de Tecnologias de Informação**: uma geração de riquezas e transformação de conhecimentos.Curitiba: 2011. Agência de Inovação da Universidade Federal do Paraná.

EBIT-NIELSEN. Webshoppers – 40 ed. São paulo 2019. Disponível em:<<https://www.ebit.com.br/webshoppers#ws-free>>.Acesso em: 12 nov 2022.

EXAME. **O fenômeno segue**: Magalu dobra e-commerce e lucro sobe 13%. 2019. Disponível em:<<https://exame.abril.com.br/negocios/magazine-luiza-tem-lucro-ajustado-127-maior-no-3o-trimestre>>. Acesso em: 09 dez 2022.

GLOBAL ENTREPREUNESHIP MONITOR (GEM) **Global Report**. [S. L.] 2019.

Disponível em: <<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50213>>. Acesso em: 17 nov. 2022.

GOUVEIA de Sousa gs & npd. **Tendências em Varejo e Foodservice. 2019.**

Disponível em: <<https://www.gcca.org/sites/default/files/3%20%20Food%20Trends.pdf>>. Acesso em: 07 out. 2022.

IDC. **A economia da força de vendas: gerando 1,9 milhão de novos empregos e US\$ 389 bilhões em novas receitas nos próximos cinco anos.** Campinas . 2016.

Financiado por força de vendas. Disponível em

https://www.salesforce.com/content/dam/web/en_us/www/academic-alliance/datasheets/IDC-salesforce-economy-study-2016.pdf. Acessado em 17 de nov de 2022.

IDC. **O impacto da economia da força de vendas:** 4,2 milhões de novos empregos, US\$ 1,2 trilhão em novas receitas de negócios de 2019 a 2024. São paulo. 2019. Financiado por força de vendas. Disponível em https://www.salesforce.com/content/dam/web/en_us/www/documents/reports/idc-salesforce-economy-report.pdf. Acessado em 03 set 2022.

IINTERATIVA. **Infográfico – EdTech – Educação na era digital.** São paulo. 2020.

Disponível em: <http://www.iinterativa.com.br/infografico-edtech-educacao-na-era-digital/>. Acessado em: 03 set 2022.

IINTERATIVA. **Infográfico – EdTech- Transformação digital.** São Paulo. 2018.

Disponível em: <http://www.iinterativa.com.br/infografico-transformacao-digital/>. Acessado em: 17 de Nov de 2022.

LEVY, P. (2015). **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34.

MARSHALL, F. Diálogos com a Geração Z. Florianópolis: Fronteiras Educação, (2011).

MELLO, D. **Home office foi adotado por 46% das empresas durante a pandemia.**

Curitiba , 2020 Disponível em:

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-07/home-office-foi-adotado-por-46-das-empresas-durante-pandemia>. Acesso em: 07 out. 2022.

NOHARA, J. et al. O Teletrabalho na Percepção dos Trabalhadores. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v.7, n. 2, p. 150-170, abr/jun. 2010.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 13 ed São Paulo: Editora Hucitec, , 2013.

NEVES, José Luis. **Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades**. Caderno de pesquisas em administração, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 1-5, 1996.

OKANO, M.T, SIMÕES, E.A, LANGHI, C. Plataformas de negócios digitais: o poder da transformação digital nos dispositivos móveis. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 2. 2019. Disponível em: <<https://rsd.unifei.edu.br/index.php/rsd/article/view/2097>>. Acesso em: 09 dez 2022.

ROGERS, D. L. **Transformação Digital: Repensando o seu negócio para a era digital**. São Paulo, Autêntica Business, 2018.

SABBATINI, Renato ME. **A telemedicina no Brasil: evolução e perspectivas**. Informática em Saúde. São Bernardo do Campo: Editora Yendis, 2017

SCHALLMO, D, WILLIAMS, C. A eBOARDMAN, L. Transformação digital dos negócios Modelos de Melhores Práticas, Capacitadores e Roteiro'. **Jornal Internacional de Gestão da Inovação**, 21(8). 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.1142/S136391961740014X>>. Acesso em: 07 nov. 2022.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS SEBRAE. **O Impacto da pandemia de coronavírus nos Pequenos Negócios, 2nded. 2020**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/impactos-e-tendencias-da-covid-19-nos-pequenosnegocios,5e8fbd0c7d711710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 30 nov. 2022.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS SEBRAE. **Sobrevivência e mortalidade de empresas**, São Paulo . 2020. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Ufs/SP/Pesquisas/CAUSA%20MORTIS_vf.pdf Acesso em: 30 out. 2022.

SILVA, F. et al. **Os impactos da Pandemia do COVID-19 no setor de serviços brasileiro.** *Research, Society and Development*, v. 10, n. 13, e516101321522, 2021. Disponível em <<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/21522>> Acesso em 03 set 2022.

SILVA, I.O., MARTINS, N.E.S.; MORAIS JÚNIOR, V.R.M. **O comércio a partir do uso das novas tecnologias digitais.** Trabalho de Conclusão de Curso Tecnologia em Gestão Comercial, 2021. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano Campus Avançado Ipameri. Disponível em <<https://repositorio.ifgoiano.edu.br/handle/prefix/1974>> Acesso em 03 set 2022

SOARES, Alícia. **O que são as novas tecnologias digitais e quais são as suas principais tendências?.** Voitto. 2022 Disponível em: <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/novas-tecnologias-digitais>. Acesso em: 28 de Nov de 2022

STEFANINI, **Transformação Digital:** reunimos tudo o que você precisa saber! Publicado em 29/01/2020. Disponível em <https://stefanini.com/pt-br/trends/artigos/transformacao-digital-reunimos-tudo-que-voce-precisa-saber>. Acesso em 03 dez de 2022

TADEU, H. F. B; DUARTE, A. L. C. M.; CHEDE, C. T. Transformação Digital: perspectiva brasileira e busca da maturidade digital. **Revista DOM. Fundação Dom Cabral.** Nova Lima, DOM, v. 11, n. 35, p. 32-37, 2018.

TAPSCOTT, D. **A Hora da Geração Digital. Como os jovens que cresceram usando a Internet estão mudando tudo, das empresas aos governos.** Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira. 2017

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2004.