

AS ESTRATÉGIAS TECNOLÓGICAS DOS GRANDES NEGÓCIOS VALEM PARA AS PMES?



Ramon Martins

Depois de meses desafiadores, felizmente e finalmente podemos vislumbrar a retomada da economia. Sim, os transtornos causados pela pandemia foram imensuráveis, mas os efeitos positivos que os avanços da vacinação estão tendo na sociedade e, por consequência, na economia, já mostram que os resultados de 2021 serão melhores que os de 2020. Sabemos que, desde o princípio, houve uma série de transformações e adaptações que precisaram ser feitas com urgência e que respingaram nos mais diversos setores e segmentos da economia, não como escolha, mas sim uma questão de sobrevivência para os negócios.

Prova desse reaquecimento econômico é a aparição e movimentação de tantos micros e pequenos negócios. Segundo uma pesquisa do Sebrae, com base nos registros da Receita Federal, 2,1 milhões de pequenas empresas foram criadas no primeiro semestre de 2021, um aumento de 35% sobre o resultado do mesmo período do ano passado (2020). E como se o dado por si só não mostrasse a força do pequeno negócio no Brasil, os registros do Sebrae e do CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados, do Ministério da Economia) indicam que as micro e pequenas empresas foram responsáveis por 871.197 admissões apenas em junho de 2021 – na balança, admissões contra desligamentos, o dado representa mais de 210 mil empregos gerados, correspondendo a 70% de empregos em todo o Brasil¹.

Sem dúvidas, um fator que contribuiu bastante para o crescimento desses novos negócios foi a tecnologia. Assim como em grandes empresas, a pandemia também serviu de catalisador para que as micro e pequenas investissem ou acelerassem seus projetos de transformação digital para seguir operando e atender à demanda dos novos hábitos de consumo, com um consumidor muito mais digital.

Assim, aumentou a busca das PMEs por soluções tecnológicas que incrementassem suas atuações – tanto no ambiente físico, como no digital.



ORGANIZANDO O NEGÓCIO

O primeiro passo da jornada de transformação digital para micro e pequenas empresas, independentemente do momento de maturidade em que estejam, precisa ser a atenção à gestão. Por terem uma operação mais enxuta, a implementação de um sistema de gestão (ERP) será mais simples, rápida e fornecerá ainda mais agilidade e produtividade aos seus processos.

O ERP trará a organização necessária para gerir o negócio de maneira integral – do controle de estoque, de vendas, gestão financeira e apoio ao atendimento das obrigações fiscais –, uma vez que os melhores sistemas de mercado já são desenvolvidos respeitando e aplicando as diretrizes e normas fiscais do país.

Outro ponto que cresceu muito na pandemia foi o *e-commerce*. Segundo uma pesquisa elaborada pela Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm) e o instituto Neotrust, em 2020, o Brasil registrou a marca recorde de 301 milhões de compras via *e-commerce*, um crescimento de 68,5% em relação a 2019². Mas engana-se quem acredita que esse fenômeno foi passageiro ou vai regredir. Dados do primeiro trimestre de 2021 mostram que houve um aumento de 57,4% em compras *online*, quando comparado ao ano anterior, sendo computadas 78,5 milhões aquisições neste período.

É importante destacarmos que, ao mesmo tempo em que o e-commerce estabelece uma nova arena de negócios necessária para as empresas, reforça a necessidade de uma gestão ainda mais afinada por parte dos empreendedores, devido aos custos inerentes a este tipo de operação, como logística, taxas sobre transações, etc. Além disso, investir em uma boa plataforma de e-commerce faz a completa diferença nos negócios. Há plataformas que permitem a customização do site, conforme o design da marca; disponibilizam painéis de acompanhamento, com informações e métricas para o negócio; assim, como a adição de ferramentas e API's adicionais para incrementar a gestão e funções do site.

FERRAMENTAS PARA CRESCER

Para apoiar e incrementar ainda mais as vendas e, mais do que isso, proporcionar uma boa experiência para os clientes, levando-os à fidelização, também é fundamental investir na presença da marca em diferentes canais e plataformas.

As empresas que se estabelecem em múltiplos canais, adotando uma presença e estratégia omnichannel, apresentam um diferencial frente ao mercado.

A consultoria Forrester observou que 74% dos clientes consideram essencial a existência de múltiplos canais para tornar a experiência com a marca satisfatória, assim como a disponibilidade de opções no momento da compra também é um fator de conveniência.

Abrir a possibilidade para que o cliente possa iniciar uma jornada online, via e-commerce, tirar dúvidas com o chatbot e poder finalizar a compra via WhatsApp, por exemplo, é um incremento de marca enorme para uma PME.

Estratégias de marketing digital também são importantes para se estabelecer uma boa presença online, fazendo com que a marca apareça nos canais certos e onde o público-alvo está.

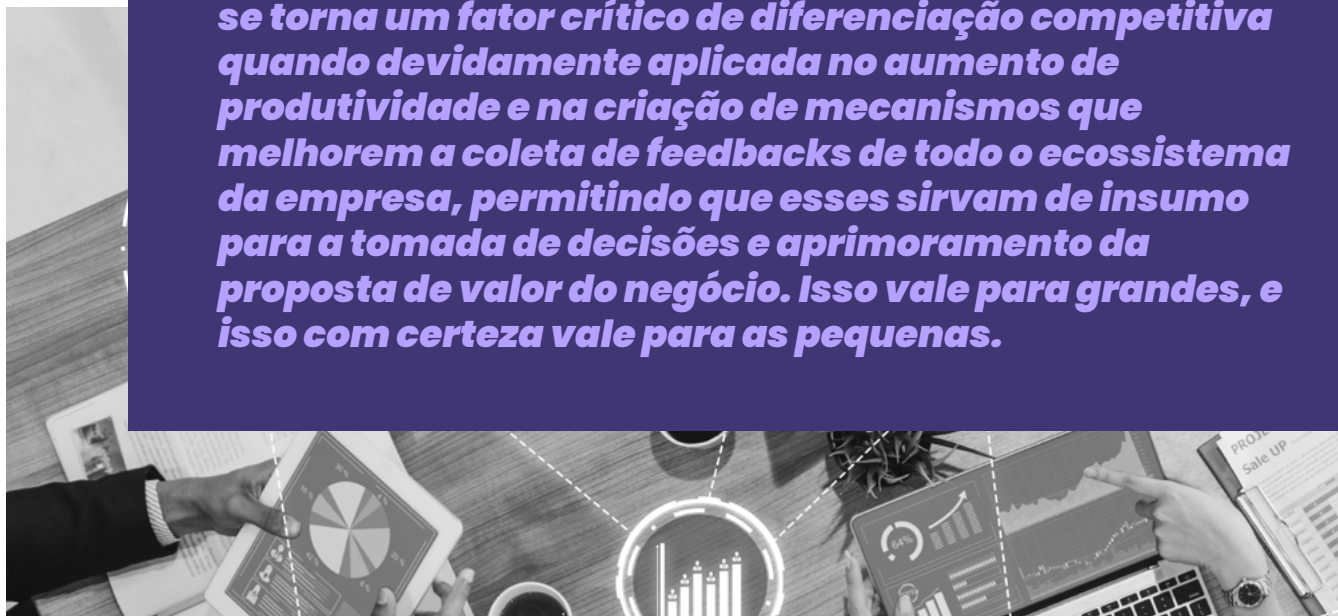
Uma pesquisa da consultoria McKinsey avaliou que as empresas 'digitalmente maduras', com uma presença robusta no ambiente *online*, podem chegar a triplicar a margem EBITDA – lucro antes dos juros, impostos, depreciação e amortização³. Para obter esse retorno, não é preciso investir milhões de reais, pois hoje o mercado já disponibiliza pacotes e opções de ferramentas de marketing digital a preços acessíveis e com um bom retorno sobre o investimento.

Ainda na linha do uso de dados para fortalecer as estratégias, as empresas também têm adotado cada vez mais o uso de inteligência artificial a fim de analisar e separar as informações que são mais relevantes para o negócio e prover *insights* de crescimento. Segundo o Índice de Nível de Inovação e Crescimento IA (INICIA)⁴, a adoção e uso de tecnologias com base em IA subiu de 38%, em 2018, para 48%, em 2020.

Dentre os principais usos de IA voltados para os negócios está a aplicação para precificação de produtos; segmentação do público através do ticket médio – destaca-se também a classificação de clientes; buscas personalizadas e mais assertivas; automação de atendimento, por meio da criação e implementação de chatbots para apoiar o cliente no momento da compra; e outros.

Apesar de muitos pequenos e médios negócios ainda acreditarem estarem muito longe de aplicar todas essas tecnologias e ferramentas em seus negócios, o primeiro passo é entender o momento em que a empresa se encontra, quais são suas prioridades e objetivos de curto, médio e longo prazos. A partir desse entendimento, os empreendedores podem definir sua estratégia e encontrar as ferramentas que o apoiarão a concretizá-la. Com isto, a escolha dos fornecedores se torna uma tarefa absolutamente estratégica, pois eles se tornarão parceiros do negócio que deverão apoiar o empreendedor a escolher e implementar as tecnologias mais adequadas ao contexto da empresa e aos objetivos estabelecidos.

Sabemos que não existem fórmulas mágicas, mas o que podemos observar no agregado é que a tecnologia se torna um fator crítico de diferenciação competitiva quando devidamente aplicada no aumento de produtividade e na criação de mecanismos que melhorem a coleta de feedbacks de todo o ecossistema da empresa, permitindo que esses sirvam de insumo para a tomada de decisões e aprimoramento da proposta de valor do negócio. Isso vale para grandes, e isso com certeza vale para as pequenas.





Ramon Martins

Com mais de 15 anos de experiência na área de tecnologia, Ramon Martins atualmente é o Diretor de Food Service e Micro e Pequenos Negócios da TOTVS.

O executivo é formado em Sistemas de Informação, com MBA em Gestão Estratégica de TI pela FGV, formação executiva na escola de gestão do Massachusetts Institute of Technology (MIT) e na Harvard Business School.



NOTAS E REFERÊNCIAS

- 1 https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/09/Relatorio-Sebrae-Caged_Junho-2021.pdf Acesso em 17/10/2021
- 2 Confira os segmentos que mais se destacam no comércio online - <https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/noticias-de-impacto/confira-os-segmentos-que-mais-se-destacam-no-comercio-online/60edc39a8eb86b19008e4bea>
- 3 Marketing digital pode triplicar lucro de empresas; saiba como aplicar - <https://exame.com/pme/marketing-digital-triplicar-lucro-empresas-como-aplicar/>
- 4 <https://www.everisestudos.com.br/estudo-inteligencia-artificial>. Acesso em 17/10/2021