

Área: Estratégia | **Tema:** Temas Emergentes em Estratégia

**CHECK-UP DIGITAL: UMA ANÁLISE DO NÍVEL DE MATURIDADE DIGITAL EM EMPRESAS
PARTICIPANTES DO PROGRAMA ALI TRANSFORMAÇÃO DIGITAL EM GOIÂNIA-GO**

**DIGITAL CHECK-UP: AN ANALYSIS OF THE LEVEL OF DIGITAL MATURITY IN COMPANIES
PARTICIPATING IN THE ALI DIGITAL TRANSFORMATION PROGRAM IN GOIÂNIA-GO**

Dianna Maria Gobi Cardoso

RESUMO

A Transformação Digital tem sido um assunto bastante abordado e motivo de interesse para muitos empreendedores do Brasil. Essa relevância pode estar no fato de que diversas empresas estão percebendo a necessidade de evoluir da gestão analógica para o meio digital levando, assim, mais praticidade, tecnologia e inovação para dentro do próprio negócio. Em contrapartida muitas organizações se veem forçadas a mudar sua forma de gerir o empreendimento temendo ficar para trás, tendo em vista a velocidade dos avanços tecnológicos que se reflete na estrutura organizacional.

Palavras-Chave: Inovação, transformação digital, pequenas empresas

ABSTRACT

O presente artigo tem o objetivo de identificar, o nível de maturidade e as principais razões que determinam o comportamento das empresas. participantes do Programa Transformação Digital.

Keywords: Innovation, digital transformation, small business

CHECK-UP DIGITAL: UMA ANÁLISE DO NÍVEL DE MATURIDADE DIGITAL EM EMPRESAS PARTICIPANTES DO PROGRAMA ALI TRANSFORMAÇÃO DIGITAL EM GOIÂNIA-GO

INTRODUÇÃO

A Transformação Digital tem sido um assunto bastante abordado e motivo de interesse para muitos empreendedores do Brasil. Essa relevância pode estar no fato de que diversas empresas estão percebendo a necessidade de evoluir da gestão analógica para o meio digital levando, assim, mais praticidade, tecnologia e inovação para dentro do próprio negócio. Em contrapartida muitas organizações se veem forçadas a mudar sua forma de gerir o empreendimento temendo ficar para trás, tendo em vista a velocidade dos avanços tecnológicos que se reflete na estrutura organizacional.

Antes de discorrer sobre a modalidade Transformação Digital e posteriormente o Check-up Digital se faz necessário compreender de maneira sucinta e clara o que é o Brasil Mais Produtivo. Sendo assim, o programa Brasil Mais Produtivo foi iniciado no ano de 2016 e coordenado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC).

A modalidade de atendimento Transformação Digital do programa Brasil Mais Produtivo tem por objetivo implementar em microempresas e empresas de pequeno porte uma solução digital a fim de resolver um problema diagnosticado antecipadamente por um(a) Agente Local de Inovação (ALI), acompanhando e orientando a empresa por até 6 meses. Entre as áreas de soluções digitais em que pode ser escolhida uma delas para implementar na empresa, estão: Sistema de Gestão Empresarial (ERP), digitalização dos processos administrativos, digitalização dos processos produtivos, monitoramento de máquinas, Sistema de Relacionamento com Cliente (CRM), Marketing Digital, cálculo dos preços de venda, e-commerce, e gestão de pessoas. Entretanto, antes de priorizar qual será a solução digital implementada na empresa, o(a) Agente Local de Inovação (ALI) apresenta para o empresário(a) o funcionamento de todas as etapas do Transformação Digital e na etapa de Mapeamento, realizada por meio de uma planilha, orienta sobre a importância de realizar o cadastro e responder o Check-up Digital.

PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVOS

O intuito do Check-up Digital é fornecer ao usuário um relatório apontando a situação da empresa no que diz respeito a adoção de tecnologias e habilidades digitais, assim como entregar recomendações personalizadas para aumentar o nível de maturidade digital e também um registro que poderá servir de comparação. Para obtenção dos resultados, se faz necessário realizar o cadastro e responder a um questionário que leva em torno de 25 minutos para ser respondido. Vale ressaltar que o resultado do Check-up Digital disponibiliza qual é o nível de maturidade digital da empresa, contendo as opções: inicial, novato, competente e avançado.

O presente artigo tem o objetivo de identificar, o nível de maturidade e as principais razões que determinam o comportamento das empresas. participantes do Programa Transformação Digital.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O resultado do Check-up Digital também oferece recomendações para elevar o nível de maturidade digital da empresa e quais são os pontos que devem ser levados em consideração para melhoria e melhor desempenho na área digital do negócio.

Tais resultados disponibilizados pelo Check-up Digital dá ao responsável pela empresa um novo olhar sobre quais aspectos precisam ser melhorados e implantados, além de levantar a necessidade de otimizar os processos digitais do empreendimento, pois, quando se trata de transformação digital pode-se concordar que a transformação digital surge, então, como um novo tipo de transformação e tema a ser estudado, uma vez que impõe novos desafios para as organizações. Sua complexidade e a variedade de perspectivas tornam esse trabalho árduo, desafiador e apaixonante (Tadeu, Moura, Taurion, 2018, p.33).

Nesse sentido, a oportunidade de buscar uma solução digital que melhor se adeque a atual situação da empresa por meio do Transformação Digital, faz com que o responsável pelo negócio tenha um novo desafio a ser cumprido que pode trazer um elevado ganho de maturidade digital, o que ajuda a revolucionar o modo como o empreendimento é gerido. Mas para além disso, se faz necessário avaliar o nível de maturidade digital das empresas participantes do Transformação Digital em Goiânia no estado de Goiás e buscar compreender quais são as possíveis causas para tais níveis.

METODOLOGIA

A pesquisa, de natureza quantitativa, buscou analisar o nível de maturidade digital de 50 empresas atendidas pelo Transformação Digital na capital do estado de Goiás, Goiânia. Tal análise foi realizada levando em consideração os resultados do Check-Up Digital e buscou compreender quais são as possíveis causas para tais níveis de maturidade digital obtidos.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Somando os dois primeiros níveis, inicial e novato, do Check-up Digital percebe-se que 92% das 50 empresas ainda estão nos primeiros níveis de maturidade digital. Dessa forma, pode-se ter a interpretação de que o foco de boa parte dos empresários não seja o de implementar processos e sistemas que vão aprimorar a maneira de gerir a empresa e consequentemente fazê-la crescer.

Para Cunha e Soares (2010) muitas pequenas empresas acabam definindo, mesmo que de forma inconsciente, que os objetivos de um planejamento se baseia em vender e conseguir lucro e com isso a falta de um planejamento bem estabelecido acaba sendo um grande prejudicial para micro e pequenas empresas brasileiras. Em conformidade com os autores mencionados, Souza e Qualharini (2007) citam Stoner e Freeman (1995) que ressaltam o que envolve um planejamento estratégico:

O planejamento possui dois aspectos básicos, vitais para as organizações: determinação dos objetivos da organização e escolha dos meios para alcançar estes objetivos (Souza e Qualharini, 2007, p.3, apud Stoner e Freeman, 1995).

Nesse sentido, fica claro que elevar o nível de maturidade digital de uma empresa envolve planejamento e a percepção para além da venda e do lucro. É necessário analisar quais processos já estão defasados e precisam de um aparato tecnológico.

Ao analisar o tempo de existência da empresa percebe-se que três delas possuem menos de dez anos no mercado e apenas uma tem mais de vinte anos. Talvez o tempo de existência de uma empresa não seja um fator determinante para que ela desenvolva a

maturidade digital e consiga ter um nível competente, principalmente com o fato de que uma das empresas analisadas possui somente dois anos de atuação.

Uma questão que vai além do tempo de cada empresa é a falta de consciência dos ganhos que podem ser alcançados através da inovação ou transformação digital por parte dos empresários. Por exemplo, a chance de faturamento é muito maior com a implantação de vendas por e-commerce, porém, muitos proprietários ainda não possuem essa visão de mercado ou não têm conhecimento de quais são os processos para implementar tal solução.

Em concordância com essa situação, La Rovere (2001) cita Gagnon e Toulouse (1996) em que explica que grande parte das empresas só implementa inovações quando as oportunidades de negócio ligadas a esta área estão bem claras ou quando se sentem pressionados por parte dos clientes ou dos fornecedores.

Outro ponto a ser observado é que entre as quatro empresas com nível competente não há relação de atividade econômica entre elas, pois cada uma atua em um segmento diferente. Tal observação só reforça a ideia de que inserir a transformação digital no ambiente empresarial não depende do tempo de atuação ou do segmento em que a empresa atua, mas sim de outros fatores, como enfatizam os autores Poleza e Varvakis (2019, p. 4):

Em suma a Transformação Digital une três óticas: tecnológica, organizacional e social. Assim, as tecnologias digitais são o meio pelo qual as organizações promovem mudanças em seu negócio, seus processos e sua relação com os clientes com o objetivo de criar valor organizacional e social.

Para Rogers (2017), diferente do que Poleza e Varvakis traz, o autor acredita que as forças digitais têm mudado cinco domínios considerados fundamentais na estratégia empresarial, sendo elas: clientes, competição, dados, inovação e valor. Rogers (2017, p. 17) ainda esclarece que:

Ao longo desses cinco domínios, as tecnologias digitais estão redefinindo muitos dos princípios básicos da estratégia e mudando as regras de como as empresas devem operar no mercado para serem bem-sucedidas. Muitas das velhas restrições foram superadas e novas possibilidades agora estão disponíveis. As empresas que se constituíram antes da internet precisam conscientizar-se de que muitos de seus pressupostos fundamentais devem ser atualizados.

Tal esclarecimento evidencia o quanto o ato de reformular processos, se atualizar e buscar inovações tecnológicas são estratégias imprescindíveis para o crescimento e sucesso de um negócio independente do porte que a empresa se encontra. Até porque, apesar de ser milenar, a frase “A única constante é a mudança” do filósofo Heráclito de Éfeso se faz atual nos dias de hoje, pois as empresas que não vão atrás da inovação estão fadadas a ficarem para trás em um mercado que está cada vez mais competitivo

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em vista da amostra de 50 empresas analisadas neste estudo foi possível compreender que embora o nível de maturidade digital da maioria não esteja entre os mais avançados há uma vontade de mudar a atual situação em que cada empresa se encontra já que todas elas aceitaram participar da modalidade Transformação Digital e, assim, receberem todo um suporte orientativo para implementar uma solução digital.

Provavelmente, se for realizado outro check-up digital nestas mesmas empresas da amostra daqui um ano ou dois anos o nível de maturidade digital terá avançado, não só porque houve mudanças e uma solução digital está em funcionamento, mas também pelo fato de ter ocorrido uma transformação tecnológica, organizacional e social como Poleza e Varvakis (2019) deixaram claro em seu estudo.

Assim, para que o crescimento na área de transformação digital das micro e pequenas empresas se concretizem é de suma importância que o líder tenha um senso

crítico sobre seu próprio negócio e perceba a necessidade de mudar os processos organizacionais, seja buscando auxílio dos serviços e programas que o Sebrae tem para oferecer ou apurando de forma autônomo o que será feito em cada etapa até conseguir inserir um ou mais processos digitais. Afinal, como diz Warren Bennis: “O líder de sucesso é aquele que consegue transformar visão em realidade.”

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBERTIN, Alberto. ALBERTIN, Rosa. O poder das tecnologias digitais permite que a sociedade e as empresas façam algo novo, diferente e melhor, que é a essência da transformação digital. *Transformação Digital: gerando valor para o “novo futuro”*. GV Executivo, n. 20, p. 27-29, 2021.
- Check-up Digital. Disponível em: <https://checkupdigital.abdi.com.br/#!>. Acesso em: 03 set. 2023.
- CUNHA, Adriano Sergio; SOARES, Thiago Coelho. Aspectos relevantes do planejamento no crescimento das Micro e Pequenas Empresas (MPE). *Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista*, v.4, n.3, p. 22, set/dez. 2010.
- LA ROVERE, Renata Lèbre. Perspectivas das micro, pequenas e médias empresas no Brasil. *Revista de Economia Contemporânea*, v. 5, n. 3, p. 4, 2001.
- ROGERS, David L. *Transformação digital : repensando o seu negócio para a era digital*. 1. ed. São Paulo : Autêntica Business, 2017.
- SOUZA, Wendel; QUALHARINI, Eduardo. O planejamento estratégico nas micro e pequenas empresas. *III Workshop Gestão Integrada: Riscos e Desafios São Paulo*, 2007.
- TADEU, Hugo Ferreira Braga; DUARTE, André Luís de Castro Moura; CHEDE, Cezar Taurion. *Transformação digital: perspectiva brasileira e busca da maturidade digital*. Nova Lima, DOM: v.11, n.35 , p. 33, maio/ago. 2018.