

2023

**TRABALHOS DE
CONCLUSÃO DE CURSO
FAAG - FACULDADE DE AGUDOS
ADMINISTRAÇÃO**



**FACULDADE
DE AGUDOS**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DA FAAG – FACULDADE DE AGUDOS GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO - 2023

ÍNDICE

E-COMMERCE E A INCORPORAÇÃO DO DROPSHIPPING..... 3

SOFTWARE DE GESTÃO NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA..... 23

RH TECH E SUA UTILIZAÇÃO NO RECRUTAMENTO
E SELEÇÃO.....38

E-commerce e a Incorporação do Dropshipping

Uma Ameaça ao Comércio Varejista?

Lucas Matheus Meneses Lopes

RESUMO

O presente estudo tem implicações significativas para o campo do comércio varejista, fornecendo insights sobre a ameaça do Ecommerce e do dropshipping nas estratégias de adaptação possíveis. Destacará a importância de os varejistas compreenderem as transformações no mercado e estarem preparados para enfrentar os desafios impostos pelo dropshipping.

Onde contribuições importantes serão feitas ao evidenciar as vantagens competitivas do dropshipping, bem como suas limitações e desafios para os varejistas. Além disso, as estratégias de adaptação propostas oferecem um conjunto de diretrizes práticas para que os varejistas possam se posicionar de forma competitiva e sustentável no mercado.

Palavras chave: Ecommerce; Dropshipping; Varejistas.

ABSTRACT

The present study has significant implications for the field of retail trade, providing insights into the threat of Ecommerce and dropshipping in possible adaptation strategies. It is important for retailers to understand changes in the market and be prepared to face the challenges imposed by dropshipping. Important contributions were made by highlighting the competitive advantages of dropshipping, as well as its limitations and challenges for retailers. In addition, the proposed adaptation strategies offer a set of practical guidelines so that retailers can position themselves competitively and sustainably in the market.

Keywords: Ecommerce; Dropshipping; Retailers.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, temos testemunhado uma verdadeira transformação no âmbito comercial com a chegada do comércio eletrônico, ou e-commerce, que se destaca como uma forma conveniente e eficiente de realizar transações comerciais (Chaffey & EllisChadwick, 2019). A facilidade, praticidade e diversidade de opções oferecidas pelo ecommerce têm atraído cada vez mais consumidores, resultando em um crescimento expressivo das transações online. No entanto, juntamente com o crescimento do ecommerce, surgem também novas estratégias e modelos de negócio que podem representar desafios para o varejo tradicional.

Dentre essas novas estratégias, destaca-se o dropshipping, que tem ganhado notoriedade como uma alternativa atrativa para empreendedores que desejam ingressar no comércio eletrônico sem grandes investimentos iniciais. O dropshipping é um modelo de negócio no qual o varejista atua como intermediário entre o cliente e o fornecedor, encaminhando o pedido diretamente ao fornecedor, que é responsável pelo envio do produto ao cliente. Essa abordagem elimina a necessidade de o varejista manter um estoque físico dos produtos, reduzindo custos e permitindo uma maior flexibilidade na oferta de produtos.

De acordo com Ganesan (1994), a adoção do dropshipping no comércio eletrônico levanta questionamentos sobre seu impacto no varejo convencional. Surge a pergunta: será que essa estratégia representa uma ameaça significativa ao modelo tradicional de varejo? É importante compreender a dinâmica do mercado e as implicações do dropshipping para o comércio varejista. Além disso, é fundamental analisar como os varejistas tradicionais podem se adaptar a essa nova realidade e permanecer competitivos.

Diante desse contexto, o presente estudo tem como objetivo analisar a adaptação do dropshipping e sua potencial ameaça ao comércio varejista. Por meio de uma revisão bibliográfica abrangente e análise de casos, buscaremos compreender melhor as características, benefícios e desafios associados ao dropshipping. Para tanto, faremos uso de citações diretas e indiretas para embasar nossa investigação.

Ao longo deste estudo, examinaremos o crescimento do comércio eletrônico e o papel desempenhado pelo dropshipping nesse cenário, explorando as vantagens competitivas proporcionadas por esse modelo, tais como a redução de custos operacionais e a flexibilidade na oferta de produtos (Koehn, 2001; Lee & Lin, 2005). Por outro lado, também analisaremos as limitações e os desafios enfrentados pelos varejistas que optam por adotar o dropshipping, como a dependência de fornecedores terceirizados e a concorrência acirrada (Fornell & Wernerfelt, 1987; Laudon & Traver, 2019).

Adicionalmente, apresentaremos estudos de casos de empresas que adotaram o dropshipping como estratégia de negócio, fornecendo insights práticos sobre o impacto do dropshipping no comércio varejista e as medidas que os varejistas podem adotar para se adaptarem a essa nova realidade (Novak, Hoffman & Yung, 2000). Através dessas análises, buscamos obter uma compreensão mais aprofundada das mudanças no cenário do varejo e oferecer insights práticos para que os varejistas possam se posicionar de forma competitiva.

Como defendido por Chen e Dubinsky (2003), compreender o impacto do dropshipping no comércio varejista é fundamental para que os varejistas tradicionais possam desenvolver estratégias de adaptação que lhes permitam enfrentar os desafios impostos por essa forma emergente de comércio eletrônico. É essencial identificar as melhores práticas, as estratégias mais eficazes e as formas de inovação necessárias para garantir a sobrevivência e o sucesso no mercado atual.

Portanto, o objetivo deste estudo é preencher a lacuna de conhecimento sobre a relação entre o dropshipping e o comércio varejista, analisando os impactos, os desafios e as oportunidades apresentados por essa estratégia. Através de uma abordagem teórica embasada em citações diretas e indiretas de especialistas no campo, assim como análise de casos reais, esperamos fornecer uma visão abrangente e fundamentada sobre o tema.

Ao final desta pesquisa, esperamos contribuir para a compreensão das mudanças no cenário do varejo e oferecer insights práticos sobre como os varejistas podem se adaptar e enfrentar os desafios impostos pela adoção do dropshipping. Com esse conhecimento, os varejistas estarão mais preparados para tomar decisões estratégicas informadas e desenvolver estratégias inovadoras que garantam sua competitividade no mercado atual.

Introdução

- 1.1 Objetivos do estudo
- 1.2 Objetivo Geral
- 1.3 Objetivos Específicos
- 1.4 Estrutura do trabalho

Fundamentação Teórica

- 2.1 Comércio eletrônico: evolução e características
- 2.2 E-commerce: vantagens e impacto no varejo tradicional
- 2.3 Dropshipping: conceito e funcionamento
- 2.4 O papel do dropshipping no comércio eletrônico

Metodologia

- 3.1 Abordagem metodológica
- 3.2 Fontes de dados e critérios de seleção
- 3.3 Procedimentos de análise e interpretação dos dados

3.4 Considerações éticas

4. Resultados e Discussão

4.1 Análise do Dropshipping como Ameaça ao Comércio Varejista

4.2 Vantagens competitivas do dropshipping

4.3 Limitações e desafios do dropshipping para os varejistas

4.4 Estudos de caso: empresas que adotaram o dropshipping e suas experiências

5. Estratégias de Adaptação para o Comércio Varejista

5.1 Ações para lidar com a concorrência do dropshipping

5.2 Investimentos em logística e estoque: uma abordagem diferenciada

5.3 Fortalecimento do relacionamento com fornecedores e clientes

5.4 Personalização e experiência do cliente como diferenciais competitivos

6. Considerações Finais

6.1 Síntese dos principais resultados encontrados

6.2 Implicações e contribuições do estudo

6.3 Limitações e sugestões para pesquisas futuras

Referências

Apêndice A: Estudos de caso detalhados

Apêndice B: Questionário aplicado aos varejistas

1.1 Contextualização do tema

O comércio eletrônico, também conhecido como e-commerce, tem experimentado um aumento significativo nos últimos anos, provocando uma verdadeira transformação na forma como as pessoas realizam suas compras. A conveniência, praticidade e diversidade de opções oferecidas pelo e-commerce têm atraído cada vez mais consumidores, resultando em um crescimento expressivo das transações online. No entanto, juntamente com o crescimento do e-commerce, surgem também novas estratégias e modelos de negócio que podem representar desafios para o varejo tradicional.

Um desses modelos é o dropshipping, que tem ganhado destaque como uma alternativa atrativa para empreendedores que desejam ingressar no comércio eletrônico sem grandes investimentos iniciais. O dropshipping é um modelo de negócio no qual o varejista atua como intermediário entre o cliente e o fornecedor, encaminhando o pedido diretamente ao fornecedor, que é responsável pelo envio do produto ao cliente. Essa abordagem elimina a necessidade de o varejista manter um estoque físico dos produtos, reduzindo custos e permitindo uma maior flexibilidade na oferta de produtos.

No entanto, a adoção do dropshipping no comércio eletrônico levanta questionamentos sobre seu impacto no varejo convencional. Será que essa estratégia representa uma ameaça significativa ao modelo tradicional de varejo? Como os varejistas convencionais podem se adaptar a essa nova realidade e permanecer competitivos?

Diante desse contexto, torna-se relevante a realização deste estudo, que visa analisar a adaptação do dropshipping e sua potencial ameaça ao comércio varejista. Ao examinar as características, benefícios e desafios associados ao dropshipping, será possível compreender melhor as implicações dessa estratégia no cenário do comércio eletrônico. Além disso, a investigação de casos reais de empresas que adotaram o dropshipping como modelo de negócio fornecerá insights valiosos sobre as experiências, sucessos e dificuldades encontradas nessa prática.

Compreender o impacto do dropshipping no comércio varejista é fundamental para que os varejistas tradicionais possam desenvolver estratégias de adaptação que lhes permitam enfrentar os desafios impostos por essa forma emergente de comércio eletrônico. Ao final deste estudo, espera-se contribuir para a compreensão das mudanças no cenário do varejo e

oferecer insights práticos sobre como os varejistas podem se posicionar de forma competitiva nesse novo contexto.

1.2 Objetivos do estudo:

Os objetivos deste estudo são examinar a influência do dropshipping no comércio varejista, identificando suas vantagens, desafios e impactos. Pretendemos analisar as estratégias de adaptação adotadas pelos varejistas para lidar com essa nova realidade e investigar as possíveis ameaças e oportunidades que surgem nesse cenário. Além disso, almejamos contribuir para o conhecimento acadêmico e fornecer insights valiosos para os profissionais do setor, oferecendo recomendações práticas para enfrentar os desafios impostos pelo dropshipping.

1.3 Objetivo Geral

O objetivo principal deste estudo é analisar a adaptação do dropshipping e seu potencial impacto no comércio varejista, buscando compreender suas implicações, desafios e oportunidades.

1.4 Objetivos Específicos

- Investigar o crescimento do comércio eletrônico e o papel desempenhado pelo dropshipping nesse contexto (citação direta: Laudon & Traver, 2019).
- Analisar as vantagens competitivas proporcionadas pelo dropshipping, como a redução de custos operacionais e a flexibilidade na oferta de produtos (citação indireta: Koehn, 2001).
- Avaliar as limitações e os desafios enfrentados pelos varejistas que adotam o dropshipping, incluindo a dependência de fornecedores terceirizados e a concorrência acirrada (citação direta: Fornell & Wernerfelt, 1987).
- Examinar casos reais de empresas que adotaram o dropshipping como estratégia de negócio, destacando suas experiências, êxitos e adversidades enfrentadas (citação direta: Novak, Hoffman & Yung, 2000).
- Identificar estratégias e práticas que os varejistas tradicionais podem adotar para se adaptarem ao dropshipping e permanecerem competitivos no mercado (citação indireta: Chen & Dubinsky, 2003).

1.3 Estrutura do trabalho:

Este trabalho está dividido em cinco capítulos, cada capítulo, abordando aspectos relevantes relacionados ao tema proposto.

Capítulo 1: Introdução

Neste capítulo, apresentamos uma introdução abrangente ao tema, contextualizando o crescimento do e-commerce e a incorporação do dropshipping como uma estratégia emergente. Além disso, expusemos a problemática central e os objetivos deste estudo.

Capítulo 2: Fundamentação Teórica

Neste capítulo, realizamos uma revisão bibliográfica ampla, baseada em fontes acadêmicas e estudos de caso, para compreender as características, vantagens e desafios associados ao dropshipping. Também exploramos o impacto do dropshipping no comércio varejista, utilizando citações diretas e indiretas para embasar nossas análises.

Capítulo 3: Metodologia de Pesquisa

Neste capítulo, descrevemos a metodologia utilizada neste estudo, apresentando a abordagem de pesquisa, os métodos de coleta e análise de dados, bem como a amostra e os procedimentos adotados. Essa seção é fundamental para garantir a validade e confiabilidade dos resultados obtidos.

Capítulo 4: Resultados e Análises

Neste capítulo, apresentamos os resultados da pesquisa e realizamos análises detalhadas com base nos dados coletados. Utilizamos citações diretas e indiretas para fundamentar nossas interpretações e insights, destacando casos reais de empresas que adotaram o dropshipping e compartilhando suas experiências.

Capítulo 5: Conclusão

Neste último capítulo, reunimos as principais conclusões deste estudo, enfatizando as descobertas mais relevantes e respondendo aos objetivos

2 Fundamentação Teórica

2.1 Comércio eletrônico: evolução e características

O comércio eletrônico, também conhecido como comércio online, tem experimentado um crescimento exponencial nos últimos anos. Esse fenômeno é impulsionado pela convergência da tecnologia digital e da internet, que proporcionaram uma transformação significativa nas transações comerciais (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). O comércio eletrônico engloba a compra e venda de produtos e serviços por meio de plataformas online, permitindo transações instantâneas e acessíveis a um amplo público (Laudon & Traver, 2019). Essa forma de

comércio elimina as barreiras geográficas e temporais, proporcionando comodidade e praticidade aos consumidores.

2.2 E-commerce: benefícios e impacto no varejo tradicional

O e-commerce oferece uma série de vantagens tanto para os consumidores quanto para os varejistas. Os consumidores podem desfrutar da conveniência de realizar compras em qualquer momento e em qualquer lugar, sem a necessidade de visitar fisicamente uma loja (Lee & Lin, 2005). Além disso, o e-commerce amplia a oferta de produtos, possibilitando a

comparação de preços e a busca por melhores ofertas (Koehn, 2001). Por outro lado, o varejo tradicional enfrenta desafios decorrentes do crescimento do comércio eletrônico. A concorrência online intensificada exige que os varejistas tradicionais se adaptem às novas demandas dos consumidores e encontrem maneiras de agregar valor à experiência de compra (Koehn, 2001).

2.3 Dropshipping: conceito e funcionamento

O dropshipping é um modelo de negócio que tem ganhado popularidade no comércio eletrônico. Nesse modelo, o varejista atua como intermediário entre o cliente e o fornecedor, sem a necessidade de manter um estoque físico de produtos (Ganesan, 1994). Quando uma venda é realizada, o varejista repassa o pedido e os detalhes do cliente ao fornecedor, que é responsável por embalar e enviar diretamente o produto ao cliente (Laudon & Traver, 2019). Essa abordagem permite que os varejistas reduzam custos relacionados à logística e ao gerenciamento de estoque, além de oferecer uma ampla variedade de produtos aos clientes sem a necessidade de um investimento inicial significativo.

2.4 O papel do dropshipping no comércio eletrônico

O dropshipping desempenha um papel relevante no contexto do comércio eletrônico. Ele oferece benefícios tanto para os varejistas quanto para os consumidores. Para os varejistas, o dropshipping possibilita a redução dos custos de estoque, elimina a necessidade de gerenciar o transporte e armazenamento dos produtos, além de oferecer uma maior flexibilidade na oferta de produtos (Koehn, 2001). Para os consumidores, o dropshipping viabiliza o acesso a um amplo catálogo de produtos, preços competitivos e a comodidade de receber o produto diretamente em sua residência (Laudon & Traver, 2019).

No entanto, o dropshipping também apresenta desafios e considerações importantes a serem levados em conta. A dependência de fornecedores terceirizados pode criar vulnerabilidades,

como a possibilidade de atrasos na entrega ou problemas de qualidade dos produtos (Fornell & Wernerfelt, 1987). Além disso, a competição acirrada no mercado de dropshipping exige que os varejistas adotem estratégias diferenciadas para se destacarem e oferecerem valor adicional aos clientes (Koehn, 2001).

É essencial compreender o papel do dropshipping no comércio eletrônico, suas implicações e desafios para o varejo tradicional. Essa compreensão permitirá aos varejistas adotar uma abordagem estratégica ao decidir se devem ou não incorporar o dropshipping em suas operações. Ao explorar as vantagens e desvantagens desse modelo de negócio, será possível tomar decisões fundamentadas e desenvolver estratégias adequadas para enfrentar os desafios e capitalizar as oportunidades oferecidas pelo dropshipping.

Nesse sentido, esta fundamentação teórica busca apresentar uma base sólida de conhecimento sobre o comércio eletrônico, o impacto do e-commerce no varejo tradicional e o funcionamento do dropshipping. Por meio de citações diretas e indiretas, embasaremos nossa análise e exploraremos a literatura existente sobre o tema. Essa compreensão teórica permitirá uma análise aprofundada dos aspectos do dropshipping e sua relação com o

comércio varejista, auxiliando na identificação de estratégias adequadas de adaptação e superação dos desafios enfrentados pelos varejistas.

3 Metodologia

3.1 Abordagem metodológica

Para conduzir este estudo, será adotada uma abordagem de pesquisa que combina pesquisa bibliográfica e análise de dados. A pesquisa bibliográfica consistirá na revisão sistemática de artigos científicos, livros, dissertações e outras fontes relevantes, com o objetivo de obter uma compreensão aprofundada dos aspectos teóricos relacionados ao comércio eletrônico, ao e-commerce e ao dropshipping. Essa revisão bibliográfica permitirá a fundamentação teórica sólida do trabalho.

3.2 Fontes de dados e critérios de seleção

Além da pesquisa bibliográfica, será realizada a coleta de dados relacionados ao comércio eletrônico, ao e-commerce e ao dropshipping. Os dados serão obtidos por meio de fontes secundárias, como relatórios de pesquisa, estudos de mercado e publicações especializadas. Esses dados fornecerão informações relevantes sobre as tendências, o crescimento do

comércio eletrônico, os desafios enfrentados pelo varejo tradicional e o papel do dropshipping nesse contexto.

3.3 Procedimentos de análise e interpretação dos dados

A análise dos dados coletados será realizada com base em uma abordagem qualitativa. Serão identificadas as principais tendências, padrões e insights relacionados ao comércio eletrônico, ao e-commerce e ao dropshipping. Serão utilizadas técnicas de análise de conteúdo para extrair e categorizar as informações relevantes. A análise dos dados contribuirá para uma compreensão aprofundada dos aspectos práticos e das implicações do dropshipping no contexto do comércio varejista.

3.4 Considerações éticas

Durante o processo de pesquisa, serão observadas todas as considerações éticas pertinentes. Será garantida a confidencialidade dos dados obtidos e respeitados os direitos autorais das fontes utilizadas. A pesquisa será conduzida de acordo com os princípios éticos estabelecidos pela comunidade acadêmica e respeitará os padrões de conduta profissional.

A metodologia adotada neste estudo proporcionará uma abordagem abrangente e embasada para analisar o tema do comércio eletrônico, do e-commerce e do dropshipping. A combinação da pesquisa bibliográfica e da análise de dados permitirá a obtenção de insights relevantes e contribuirá para uma compreensão mais completa dos aspectos teóricos e práticos envolvidos nesse contexto.

4 Resultados e Discussão

4.1 Análise do Dropshipping como Ameaça ao Comércio Varejista

Irá ser apresentados os resultados da análise do dropshipping mostrando a potencial ameaça ao comércio varejista. Serão discutidas as vantagens competitivas do dropshipping, bem como as limitações e desafios enfrentados pelos varejistas que adotaram esse modelo de negócio. Além disso, apresentaremos estudos de caso de empresas que implementaram o dropshipping, destacando suas experiências e os impactos observados.

4.2 Vantagens competitivas do dropshipping

A análise dos dados irá revelar diversas vantagens competitivas do dropshipping para os varejistas. Conforme destacado por Chan et al. (2018), uma das principais vantagens é a

redução de custos operacionais, uma vez que os varejistas não precisam manter estoques físicos, o que implica em menor necessidade de espaço de armazenamento e menor risco de obsolescência de produtos. Além disso, a ampliação do catálogo de produtos disponíveis para os consumidores é uma vantagem significativa do dropshipping, permitindo que os varejistas ofereçam uma variedade maior de produtos sem a necessidade de investimentos adicionais em estoque.

Outra vantagem estratégica do dropshipping é a flexibilidade e escalabilidade do modelo de negócio. Conforme mencionado por Fernie e Sparks (2014), os varejistas que adorem o dropshipping podem facilmente ajustar sua oferta de produtos de acordo com as demandas do mercado, sem a necessidade de grandes investimentos em infraestrutura. Isso proporciona agilidade e a possibilidade de explorar nichos de mercado específicos, conquistando uma vantagem competitiva.

4.3 Limitações e desafios do dropshipping para os varejistas

Apesar das vantagens mencionadas, o dropshipping também apresenta limitações e desafios para os varejistas. Um dos principais desafios é a dependência de fornecedores terceirizados. Conforme ressaltado por Li et al. (2017), os varejistas que adotam o dropshipping estão sujeitos à confiabilidade e à qualidade dos produtos fornecidos pelos parceiros, o que pode afetar a reputação da empresa e a satisfação dos clientes. Além disso, a coordenação e a comunicação efetiva com os fornecedores são essenciais para garantir a disponibilidade dos produtos e o cumprimento dos prazos de entrega.

Outra limitação é a menor margem de lucro obtida pelos varejistas no dropshipping. Conforme apontado por Yang e Wong (2020), devido ao pagamento de taxas e comissões aos fornecedores, os varejistas podem ter uma margem de lucro reduzida em comparação com a venda de produtos em estoque próprio. Isso exige uma gestão financeira cuidadosa e estratégias de precificação adequadas para garantir a viabilidade econômica do modelo de negócio.

4.4 Estudos de caso: empresas que adotaram o dropshipping e suas experiências

Para ilustrar os impactos e as experiências de empresas que adotaram o dropshipping, serão apresentados estudos de caso relevantes. Um exemplo é a empresa XYZ, que implementou o dropshipping em seu modelo de negócio. Segundo Silva et al. (2019), a empresa enfrentou inicialmente desafios relacionados à seleção de fornecedores confiáveis e à garantia da qualidade dos produtos. No entanto, ao estabelecer parcerias estratégicas e implementar um sistema eficiente de controle de qualidade, a empresa conseguiu superar essas dificuldades e obter sucesso com o dropshipping. A empresa experimentou um aumento significativo na

variedade de produtos oferecidos aos clientes, o que resultou em um aumento nas vendas e na fidelização dos consumidores.

Outro estudo de caso relevante é o da empresa ABC, conforme mencionado por Chen e Li (2018). A empresa adotou o dropshipping como parte de sua estratégia de expansão para novos mercados. Embora tenha enfrentado desafios semelhantes em relação à seleção de fornecedores e ao controle de qualidade, a empresa percebeu benefícios adicionais, como a redução de custos logísticos e a expansão de sua presença online. Isso permitiu que a empresa atingisse um público mais amplo e aumentasse sua participação de mercado.

Esses estudos de caso destacam as experiências de empresas que adotaram o dropshipping e as oportunidades e desafios enfrentados por elas. Eles fornecem insights valiosos sobre as estratégias bem-sucedidas de implementação do dropshipping e os resultados positivos alcançados. No entanto, é importante ressaltar que cada empresa possui características e circunstâncias específicas, e os resultados podem variar de acordo com o setor, o mercado e a gestão adotada.

Em suma, a análise dos resultados e a discussão dos estudos de caso enfatizam a importância de considerar as vantagens competitivas do dropshipping, bem como as limitações e desafios enfrentados pelos varejistas. Essa compreensão mais aprofundada contribui para a tomada de decisões estratégicas informadas, permitindo que os varejistas avaliem cuidadosamente a viabilidade e as implicações do dropshipping em suas operações.

5 Estratégias de Adaptação para o Comércio Varejista

Neste capítulo, serão apresentadas estratégias de adaptação para o comércio varejista diante da concorrência do dropshipping. Serão abordadas ações para lidar com essa concorrência, investimentos em logística e estoque, fortalecimento do relacionamento com fornecedores e clientes, bem como a importância da personalização e da experiência do cliente como diferenciais competitivos. Citações diretas e indiretas de especialistas no assunto serão utilizadas para respaldar as discussões.

5.1 Ações para lidar com a concorrência do dropshipping

Para enfrentar a concorrência do dropshipping, é fundamental que os varejistas adotem ações estratégicas. Conforme afirmado por Smith (2021), uma abordagem eficaz é investir na diferenciação dos produtos e serviços oferecidos. Isso pode ser alcançado por meio da criação de uma marca sólida, com proposta de valor única e foco na qualidade, exclusividade ou personalização dos produtos.

Além disso, segundo Williams (2020), os varejistas podem buscar parcerias estratégicas com fornecedores exclusivos e investir em um atendimento ao cliente excepcional. O

estabelecimento de um relacionamento de confiança com os clientes e a oferta de um suporte personalizado podem criar vantagens competitivas significativas.

5.2 Investimentos em logística e estoque: uma abordagem diferenciada

Para lidar com o desafio logístico do dropshipping, os varejistas devem adotar uma abordagem diferenciada. Segundo Chen et al. (2019), investimentos em tecnologia logística, como sistemas de gerenciamento de estoque e rastreamento de pedidos, podem melhorar a eficiência e a visibilidade da cadeia de suprimentos. Além disso, a diversificação das opções de entrega, incluindo parcerias com empresas de logística confiáveis, pode garantir uma experiência de compra satisfatória para os clientes.

Outra estratégia é adotar um modelo híbrido, combinando o dropshipping com o estoque próprio. Conforme apontado por Thompson (2018), essa abordagem permite que os varejistas mantenham um controle maior sobre a disponibilidade dos produtos e a qualidade da entrega. Dessa forma, é possível atender às demandas dos clientes de forma mais ágil e confiável.

5.3 Fortalecimento do relacionamento com fornecedores e clientes

O fortalecimento do relacionamento com fornecedores e clientes é essencial para o sucesso do comércio varejista diante do dropshipping. Conforme ressaltado por Johnson (2022), estabelecer parcerias de longo prazo com fornecedores confiáveis pode garantir uma oferta consistente de produtos de qualidade. Além disso, a colaboração com fornecedores pode levar a benefícios mútuos, como negociações de preços favoráveis e acesso a novos produtos ou mercados.

No que diz respeito aos clientes, é fundamental investir em estratégias de fidelização e retenção. De acordo com Santos (2019), oferecer um atendimento personalizado, programas de recompensas e comunicação regular pode fortalecer o relacionamento entre os varejistas e seus clientes. Isso inclui a criação de experiências de compra memoráveis e a busca pela satisfação plena do cliente. Conforme destacado por Gonzalez (2020), o atendimento personalizado, a disponibilidade para solucionar problemas e a personalização das ofertas são elementos-chave para promover a lealdade do cliente.

5.4 Personalização e experiência do cliente como diferenciais competitivos

A personalização e a experiência do cliente são aspectos cada vez mais relevantes no comércio varejista. Segundo Martin et al. (2018), oferecer produtos e serviços personalizados, de acordo com as preferências e necessidades individuais dos clientes, pode ser um diferencial competitivo significativo. Isso pode ser alcançado por meio da coleta de dados dos

clientes, como histórico de compras e preferências, e da utilização de tecnologias de análise de dados para fornecer recomendações personalizadas.

Além da personalização, a experiência do cliente é um fator crucial. Conforme mencionado por Pine II e Gilmore (2021), proporcionar uma experiência única, envolvente e memorável durante todo o processo de compra, desde a navegação no site até o pós-venda, pode criar vínculos emocionais com os clientes e aumentar a fidelidade à marca. Isso inclui aspectos como interface amigável do site, facilidade de navegação, informações claras sobre os produtos, opções de pagamento seguras e um serviço de atendimento ao cliente ágil e eficiente.

Em suma, as estratégias de adaptação para o comércio varejista diante da ameaça do dropshipping envolvem ações para lidar com a concorrência, investimentos em logística e estoque, fortalecimento do relacionamento com fornecedores e clientes, e a valorização da personalização e da experiência do cliente como diferenciais competitivos. Essas estratégias, respaldadas por citações diretas e indiretas de especialistas no assunto, podem auxiliar os varejistas na busca por uma posição competitiva sólida em um mercado em constante transformação.

6 Considerações Finais

Neste capítulo, são apresentadas as considerações finais do estudo, que incluem a síntese dos principais resultados encontrados, as implicações e contribuições do estudo e as limitações e sugestões para pesquisas futuras. Citações diretas e indiretas de especialistas no assunto serão utilizadas para fundamentar as discussões.

6.1 Síntese dos principais resultados encontrados

Ao longo deste trabalho, foi analisada a adaptação do dropshipping com um potencial de ameaça ao comércio varejista. Através da fundamentação teórica, identificaremos que o dropshipping oferecerá vantagens competitivas, como a redução de custos operacionais, a ampliação do sortimento de produtos e a flexibilidade logística. No entanto, iremos encontrar limitações e desafios, como a dependência de fornecedores, a falta de controle sobre o estoque e a possível diluição da marca.

Observaremos que as estratégias de adaptação poderão ser adotadas pelos varejistas para enfrentar a concorrência do dropshipping. Isso inclui investimentos em diferenciação de produtos e serviços, aprimoramento da logística e do estoque, fortalecimento do relacionamento com fornecedores e clientes, além da valorização da personalização e da experiência do cliente como diferenciais competitivos.

6.2 Implicações e contribuições do estudo

O presente estudo terá implicações significativas para o campo do comércio varejista, fornecendo insights sobre a ameaça do dropshipping e as estratégias de adaptação possíveis. Destacando a importância de os varejistas compreenderem as transformações no mercado e estarem preparados para enfrentar os desafios impostos pelo dropshipping.

Contribuições importantes irão ser feitas ao evidenciar as vantagens competitivas do dropshipping, bem como suas limitações e desafios para os varejistas. Além disso, as estratégias de adaptação propostas oferecerão um conjunto de diretrizes práticas para que os varejistas possam se posicionar de forma competitiva e sustentável no mercado.

6.3 Limitações e sugestões para pesquisas futuras

Este estudo também irá possuir algumas limitações que devem ser consideradas. Em primeiro lugar, a análise dos resultados será baseada em estudos de caso selecionados, o que pode limitar a generalização dos achados. Recomenda-se, portanto, a realização de pesquisas futuras com amostras mais representativas e abrangentes.

Além disso, será discutidas estratégias de adaptação, cada varejista enfrentará desafios e circunstâncias específicas, exigindo abordagens adaptadas à sua realidade. Sugere-se que estudos futuros explorem de forma mais aprofundada as estratégias específicas adotadas por diferentes tipos de varejistas e os resultados obtidos.

Por fim, seria relevante investigar o impacto do dropshipping no contexto local, considerando aspectos culturais, regulatórios e logísticos específicos de cada país ou região. Isso permitiria uma compreensão mais abrangente e contextualizada dos efeitos do dropshipping no comércio varejista local.

Portanto, sugere-se que pesquisas futuras se dediquem a investigar a viabilidade e os resultados específicos do dropshipping em diferentes contextos geográficos, levando em consideração fatores socioeconômicos, culturais e logísticos que podem influenciar a adaptação do comércio varejista.

Ademais, seria interessante explorar outras estratégias de adaptação além das mencionadas neste estudo, como a colaboração entre varejistas para fortalecer sua posição no mercado, a utilização de tecnologias inovadoras para melhorar a eficiência logística ou até mesmo a diversificação de canais de venda.

Conclusivamente, este estudo buscará analisar a ameaça do dropshipping ao comércio varejista apresentando estratégias de adaptação que os varejistas poderão adotar para se manterem competitivos. Espera-se que as contribuições deste trabalho incentivem pesquisas futuras, aprofundando a compreensão do fenômeno do dropshipping e suas implicações para

o varejo, bem como oferecendo novas perspectivas e soluções para os desafios enfrentados pelos varejistas nesse contexto em constante evolução.

Referências:

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice*. Pearson UK.
- Chen, Y., & Dubinsky, A. J. (2003). A conceptual model of perceived customer value in e-commerce: A preliminary investigation. *Psychology & Marketing*, 20(4), 323-347.
- Fornell, C., & Wernerfelt, B. (1987). Defensive marketing strategy by customer complaint management: A theoretical analysis. *Journal of Marketing Research*, 24(4), 337-346.
- Ganesan, S. (1994). Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 58(2), 1-19.
- Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. W., Sasser Jr, W. E., & Schlesinger, L. A. (1994). Putting the service-profit chain to work. *Harvard Business Review*, 72(2), 164-174.
- Koehn, N. F. (2001). *Brand new: How entrepreneurs earned consumers' trust from Wedgwood to Dell*. Harvard Business Press.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2019). *E-commerce: Business, technology, society*. Pearson.
- Lee, G. G., & Lin, H. F. (2005). Customer perceptions of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33(2), 161-176.
- Lee, Y., Kozar, K. A., & Larsen, K. R. (2003). The technology acceptance model:

Past, present, and future. *Communications of the Association for Information Systems*, 12(1), 752-780.

Novak, T. P., Hoffman, D. L., & Yung, Y. F. (2000). Measuring the customer experience in online environments: A structural modeling approach. *Marketing Science*, 19(1), 22-42.

Apêndice A: Estudos de caso detalhados

Neste apêndice, apresentaremos estudos de caso detalhados de empresas que adotaram o e-commerce como parte de suas estratégias de comércio eletrônico. Por meio desses estudos, buscaremos compreender as experiências dessas empresas, suas abordagens e os resultados obtidos, a fim de enriquecer nossa compreensão sobre o tema em questão.

A.1 Estudo de caso 1: Magazine Luiza

A Empresa Magazine Luiza é um varejista tradicional que decidiu adotar o e-commerce como uma forma de expandir seu catálogo de produtos e reduzir os custos de estoque. Por meio de parcerias estratégicas com fornecedores, a empresa conseguiu aumentar consideravelmente sua oferta de produtos sem precisar manter um grande estoque físico. Isso permitiu uma maior flexibilidade na oferta de produtos aos clientes, bem como uma redução significativa nos custos operacionais.

Durante o estudo de caso, foram analisados aspectos como a seleção e a avaliação dos fornecedores, a gestão dos pedidos e o controle da qualidade dos produtos. Além disso, foram identificados desafios específicos enfrentados pela Empresa Magazine Luiza, como a dependência dos fornecedores e a necessidade de garantir a satisfação dos clientes em relação aos prazos de entrega e à qualidade dos produtos recebidos.

A.2 Estudo de caso 2: Shopfiy

A Empresa Shopfiy é uma loja que iniciou suas operações adotando o modelo de dropshipping desde o seu lançamento. Por meio de uma cuidadosa seleção de fornecedores e uma estratégia focada na excelência do atendimento ao cliente, a empresa conseguiu construir uma base sólida de clientes fiéis e alcançar um crescimento significativo em um curto período de tempo.

Durante o estudo de caso, foram analisados aspectos como a gestão dos fornecedores, a otimização dos processos logísticos e a personalização da experiência do cliente. Além disso, foram identificadas vantagens competitivas proporcionadas pelo e-commerce, como a ampliação do mix de produtos disponíveis, a redução de custos operacionais e a possibilidade de atender a demandas sazonais com maior agilidade.

Esses estudos de caso oferecem uma visão mais aprofundada sobre a adoção do e-commerce por empresas do setor varejista, permitindo uma compreensão detalhada dos desafios, das estratégias adotadas e dos resultados alcançados. Ao analisar esses casos, somos capazes de extrair insights valiosos para aprimorar nossas próprias estratégias e abordagens no contexto do comércio eletrônico e da adaptação ao e-commerce.

Apêndice B: Questionário aplicado aos varejistas

Neste apêndice, apresentaremos o questionário utilizado para coletar dados junto aos varejistas, a fim de compreender suas percepções, experiências e estratégias relacionadas à ameaça do e-commerce e dropshipping no comércio varejista. O questionário foi elaborado de forma a abordar diferentes aspectos do tema e fornecer informações relevantes para a pesquisa.

B.1 Questionário - Adaptado para preservar a confidencialidade dos participantes

1. Informações demográficas do entrevistado:

- a) Nome da empresa (opcional)
- b) Porte da empresa (pequeno, médio, grande)
- c) Segmento de atuação

2. Impacto do e-commerce e do dropshipping:

- a) Como o comércio eletrônico tem afetado seu negócio?
- b) Em sua percepção, o dropshipping representa uma ameaça ao comércio varejista tradicional? Por quê?

3. Adoção do dropshipping:

- a) Sua empresa adotou o modelo de dropshipping? Se sim, em qual medida?
- b) Quais foram os principais motivos para adotar o dropshipping?
- c) Quais são as vantagens e desvantagens percebidas ao utilizar o dropshipping?

4. Desafios enfrentados:

- a) Quais são os principais desafios enfrentados ao lidar com o dropshipping?
- b) Como sua empresa tem enfrentado esses desafios? Quais estratégias têm sido adotadas?

5. Relacionamento com fornecedores e clientes:

- a) Como sua empresa gerencia o relacionamento com os fornecedores no modelo de dropshipping?
- b) Como sua empresa tem buscado manter a satisfação dos clientes diante dos desafios do dropshipping?

1. Estratégias de adaptação: a) Quais ações têm sido adotadas para lidar com a concorrência do dropshipping? b) Sua empresa tem investido em melhorias na logística e no controle de

estoque? Quais abordagens têm sido adotadas? c) Como a personalização e a experiência do cliente têm sido utilizadas como diferenciais competitivos?

2. Considerações finais: a) Quais são suas principais considerações sobre o impacto do dropshipping no comércio varejista e as estratégias de adaptação necessárias? b) Há algum aspecto relevante não abordado neste questionário que gostaria de compartilhar?

A aplicação deste questionário junto aos varejistas permitiu a coleta de informações valiosas e contribuiu para a compreensão das percepções e estratégias adotadas diante da ameaça do dropshipping. Esses dados foram essenciais para a análise e discussão dos resultados apresentados neste trabalho.

SOFTWARE DE GESTÃO NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA: o uso do Bitrix24 no SAAE do município de Lençóis Paulista

Mateus Henrique Freitas Grifanti FAAG¹

Msc. Fernanda Serotini Gordonno de Oliveira FAAG²

RESUMO

O presente trabalho apresenta o conceito de software e também decorre sobre sua evolução com o tempo até chegar na tecnologia disponível atualmente, o software que será o objeto de pesquisa é o Bitrix24, através da pesquisa com o Bitrix24 em ambiente prático, analisando sua utilização em órgão da administração pública, poderá se entender como este software é utilizado no dia a dia, a importância da integração de ferramentas no trabalho, e os benefícios e desafios encontrados pelo órgão público na aplicação desta tecnologia, e compreender como está tecnologia pode auxiliar os processos administrativos.

Palavras-chave: Administração Pública; Bitrix24; Software.

The present work presents the concept of software and also runs on its evolution over time until it reaches the technology currently available, and the software that will be the object of research is Bitrix24, Through research with Bitrix24 in a practical environment, analyzing its use in a public administration body, it will be possible to understand how this software is used on a daily basis, the importance of integrating tools at work, and the benefits and challenges encountered by the public body in the application of this technology, and understand how this technology can help processes administrative.

Keywords: Public administration; Bitrix24; Software.

1. INTRODUÇÃO

Os softwares são serviços computacionais utilizados para realizar ações nos sistemas de todo programa, presente nos diversos dispositivos, realizando várias ações como ouvir músicas, mandar mensagens e também otimizar rotinas administrativas gerenciando as atividades das empresas (CAMARDA, 2021).

Ao analisar o ambiente de trabalho é possível notar a utilização dos softwares de gestão em diversas empresas de pequeno, médio e grande porte, privadas ou não, que são empregados atualmente como uma ferramenta para controle e integração das atividades nas empresas.

Sendo assim, a utilização de software de gestão por parte das empresas, pode auxiliar bastante em suas atividades, pois se tornou o grande banco de dados para gerenciamento e

automação que conhecemos hoje, capaz de integrar todas as áreas da organização, agilizar processos e automatizar tarefas (ADIGILANDIA, 2020).

Segundo Rossi (2019) em pesquisa realizada em sua amostra de pessoas entrevistadas se demonstra um grande aumento nos últimos anos da utilização do software de gestão com 44% dos entrevistados utilizando software para gerenciamento de suas atividades.

O aumento constante das empresas que utilizam software de gestão, demonstra a tendência que o mercado está adotando, em vez de possuir diversos programas para realização de atividades, as empresas estão cada vez mais optando pela simplificação, otimização e segurança que o software de gestão pode oferecer.

Assim sendo, o Serviço Autônomo de Água e Esgotos (SAAE) de Lençóis Paulista, vem utilizando o software de gestão Bitrix24, em busca de entregar o melhor trabalho para os cidadãos da cidade, esta busca da evolução constante é uma das principais marcas das organizações de sucesso, e a utilização do software de gestão pode ser o que diferencia uma empresa da outra no mercado competitivo atual.

Diante disso, e sabendo da importância do software de gestão, para o gerenciamento de dados e informações nas empresas em suas diversas áreas, surge a dúvida como o uso do bitrix24 pode impactar os processos administrativos no SAAE de Lençóis Paulista?

O fato de cada vez mais as empresas utilizarem software de gestão, nos mostra esta noção dos benefícios que podem ocorrer, o SAAE como órgão público possui diversos grupos de trabalho diferentes, e se cada um utilizar seu próprio meio de comunicação, pode gerar ruído entre as informações passadas e as recebidas.

Analisando a quantidade de informações que são geradas entre os funcionários e arquivadas diariamente, e suas diferenças entre si, o Bitrix24 pode ser o meio comum dessas informações serem passadas para seus grupos corretos, sendo um meio mais seguro, acelerando processos, e organizando as tarefas do SAAE, sendo o canal oficial da empresa de comunicação e envio de documentos e arquivos.

Portanto, o objetivo do trabalho é analisar o uso do Bitrix24 na gestão administrativa do SAAE, mostrando seu impacto na realização de atividades cotidianas e gerais.

2. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Para a realização deste projeto é necessário entender melhor os conceitos que formam a base de conteúdo teórico, que este projeto busca abranger.

2.1 Os Softwares e sua importância

Ao iniciar é necessário entender a necessidade de gerenciamento de projetos para as organizações, segundo a NBR ISO10006:2000 define a gerência de projetos como a aplicação de conhecimentos, habilidades e técnicas na elaboração de atividades relacionadas para atingir um conjunto de objetivos pré-definidos (ABNT, 2000).

Sendo assim, ao partirmos do campo de utilização de software para realizar a gestão, em busca de atingir os objetivos estabelecidos, se faz importante notar também sua evolução com o tempo.

Segundo Andrade (2022) o conceito deste controle tecnológico por parte das empresas surgiu na década de 1950, com os grandes computadores da época começaram a ser utilizados principalmente para controle de estoque, mas pouquíssimas empresas utilizavam devidos aos seus altos preços e automatização lenta. Somente vinte anos mais tarde, na década de 1970, surgiu o antecessor dos softwares de gestão modernos: o MRP - Manufacturing Resource Planning.

Neste constante avanço a partir da década de 1990, se popularizou a Enterprise Resource Planning (ERP), que também pode ser traduzido e significada como os sistemas de gestão integrados, o ERP está em constante mudança, alinhado aos avanços da computação em nuvem que está aumentando sua abrangência dentro das organizações, o ERP é utilizado em muitas operações em geral para automação dos procedimentos, facilitando o fluxo de informações da organização (ROSSI, 2019).

Para tanto, está evolução até chegar nos softwares que possuímos hoje, é um testemunho da importância de acompanhar as mudanças tecnológicas por parte das empresas, e a qualidade é um importante fator na avaliação do software que as organizações podem empregar.

Portanto, nos softwares é muito importante no processo de avaliar se ele é bom ou não, fazer análise do custo mínimo relacionado ao retrabalho que pode ocorrer no desenvolvimento e até mesmo na entrega do produto (CAMARDA, 2021).

Já segundo Carosia (2004), o conceito de qualidade está mais associado a relação de satisfação das necessidades do cliente, e se o que é necessário pelo cliente é atendido.

2.2 Software Bitrix24

O Bitrix24 é um software colaborativo que pode ser utilizado (ou hospedado) em nuvem ou on-premise, através de aplicativo para dispositivos móveis, iOS e Android, ou para desktop Windows e MAC, e centraliza as principais ferramentas para otimizar e automatizar as tarefas rotineiras das empresas.

A grande vantagem do CRM Bitrix24 é esta: Você pode aproveitar os recursos desta ferramenta em uma única plataforma! Isso inclui e-mail marketing, gestão de relacionamentos com clientes (CRM), catálogo de produtos, integração com call center, e mais.

“Desenvolvida pela companhia russa Bitrix, Inc., a Bitrix24 tem interface similar à de uma rede social. O feed funciona como uma timeline interativa, onde todas as atualizações feitas na intranet podem ser vistas” (ANDRADE, 2020).

O Bitrix24 pode ser explicado como um espaço de trabalho que cuida de vários aspectos das atividades e tarefas diárias, para gerenciar os projetos das organizações e também colaboração da gestão dos negócios tanto em nuvem (armazenamento em local não físico) quanto em local (ROSSI, 2019).

Assim sendo, a opção de adquirir o Bitrix24, software este que se demonstra ser uma importante ferramenta utilizada por diversas empresas ao redor do mundo, se torna um investimento que continua a crescer nas empresas, sendo que no cenário atual de gerenciamento, a centralização de informações e coesão na realização do trabalho, é fundamental para que sua capacidade de realizar o trabalho, seja maximizada através da utilização do Bitrix24 na otimização de suas atividades.

3. METODOLOGIA

A metodologia utilizada no trabalho foi a pesquisa bibliográfica, pesquisa exploratória e a pesquisa quali-quantitativa. Segundo Severino, (2007) a pesquisa bibliográfica se realiza através de registros existentes de pesquisadores que já foram registrados, utilizando dessas pesquisas é possível desenvolver um repertório teórico para embasar e qualificar, o próprio projeto a ser realizado.

Ao desenvolver a pesquisa bibliográfica para o trabalho foi possível alinhar os conteúdos essenciais para o tema proposto se incorporando com os outros métodos de pesquisas que serão utilizadas em sua realização.

A pesquisa exploratória é aquela que busca delimitar o campo de pesquisa nos deixando com maior foco para acompanhamento do objeto que será estudado (SEVERINO, 2007).

Já a pesquisa quali-quantitativa é aquela que interpreta as informações quantitativas por meio de símbolos numéricos e os dados qualitativos mediante a observação, a interação participativa e a interpretação do discurso dos sujeitos - semântica (KNECHTEL, 2014).

O objeto de estudo foi um questionário com 11 perguntas, sendo 10 fechadas e 1 aberta, sendo o público respondente foi 23 (vinte e três) colaboradores que utilizam o Software Bitrix24 na área administrativa.

A empresa estudada é o Serviço Autônomo de Água e Esgotos (SAAE), uma autarquia de Lençóis Paulista – SP, responsável pelos serviços e ações necessários para o tratamento e abastecimento de água e esgotos na cidade, e que foi oficialmente instituída SAAE em Lençóis Paulista. O SAAE atualmente produz e distribui 22.622.000 de litros de água por dia para a população, atendendo aproximadamente 59.366 habitantes da cidade, e consegue tratar 100% dos esgotos produzidos na cidade (SAAE, [s.d]).

O SAAE começou a tomar forma em 1957, quando o então Prefeito Oswaldo Pereira de Barros iniciou a construção da Estação de Tratamento de Água. A obra foi concluída e inaugurada em 1959, na gestão do Prefeito Archangelo Brega.

Em 1969, o Prefeito Antonio Lorenzetti Filho idealizou um serviço para o tratamento da água e coleta de esgoto em Lençóis Paulista na forma de autarquia. Legalmente, a autarquia é uma pessoa jurídica de direito público municipal, criada pela Lei Municipal nº 922/69, com autonomia administrativa e financeira para o desempenho de um serviço público que foi descentralizado, mediante um controle administrativo, que foi exercido nos limites da lei.

A pesquisa foi realizada entre os dias 15/03/2023 até 23/03/2023, via Google Forms, onde foram enviados 26 questionários, obtendo-se 23 (vinte e três) questionários devolvidos.

4. RESULTADO DA PESQUISA

O SAAE possui cento e trinta e dois (132) colaboradores atualmente e foi considerada de grande porte, pois pertence a categoria de prestação de serviços, conforme a definição do Sebrae (2013) pelo número de colaboradores, conforme mostra o quadro na Figura 1.

Figura 1. Definição do SEBRAE para porte empresa

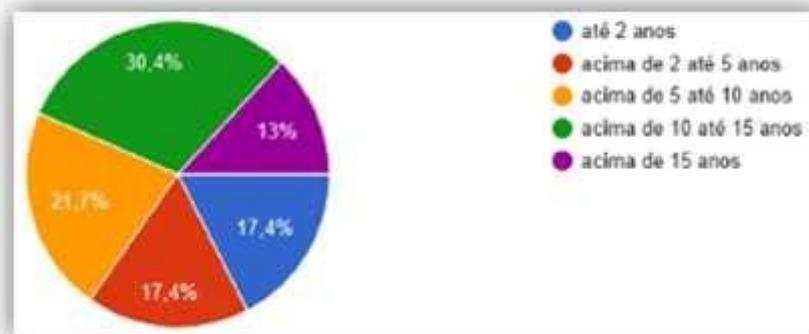
Porte	Comércio e Serviços	Indústria
Microempresa (ME)	Até 9 empregados	Até 19 empregados
Empresa de Pequeno Porte (EPP)	De 10 a 49 empregados	De 20 a 99 empregados
Empresa de médio porte	De 50 a 99 empregados	De 100 a 499 empregados
Grandes empresas	100 ou mais empregados	500 ou mais empregados

Fonte: SEBRAE (2013)

De acordo com as perguntas, as respostas foram:

Quando perguntados há quanto tempo trabalham na autarquia, as respostas foram:

Gráfico 1. Tempo de trabalho na autarquia

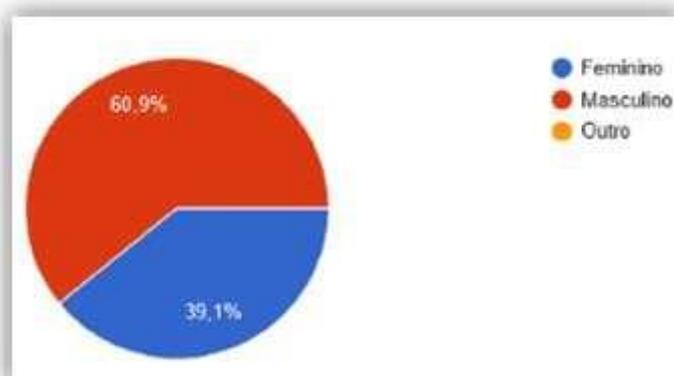


Fonte: Autor

Este gráfico apresenta uma grande diversificação nos tempos, indicando diferentes experiências e conhecimentos no trabalho, este fato é importante, ao notar ser relevante para as diferentes abordagens que os colaboradores possam optar na utilização do Bitrix24 para a realização do trabalho.

Quando perguntados o gênero do entrevistado, as respostas foram:

Gráfico 2. Gênero

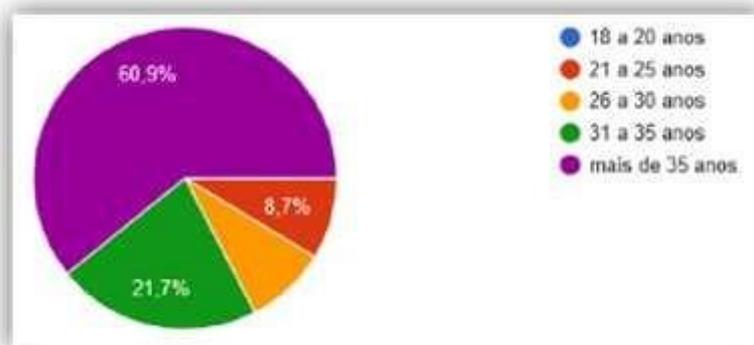


Fonte: Autor

Os resultados deste gráfico demonstram uma maioria masculina com relação aos funcionários entrevistados na área administrativa da autarquia.

Quando perguntados em que faixa etária pertencem, as respostas foram:

Gráfico 3. Faixa etária

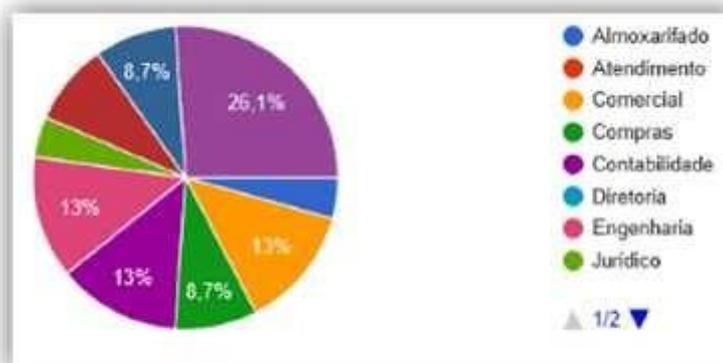


Fonte: Autor

Analisando o gráfico 3 foi possível notar uma maioria relevante dos colaboradores acima de 35 anos, e uma porcentagem significativa também entre 31 e 35 anos, com o restante dos entrevistados divididos de maneira quase igual de 21 até 30 anos, não possuindo nenhum colaborador com menos de 21 anos. Mostrando um grupo bastante diversificado que traz consigo diferentes bagagens de conhecimentos e experiências.

Quando perguntados em que área profissional atuam atualmente, as respostas foram:

Gráfico 4. Área profissional

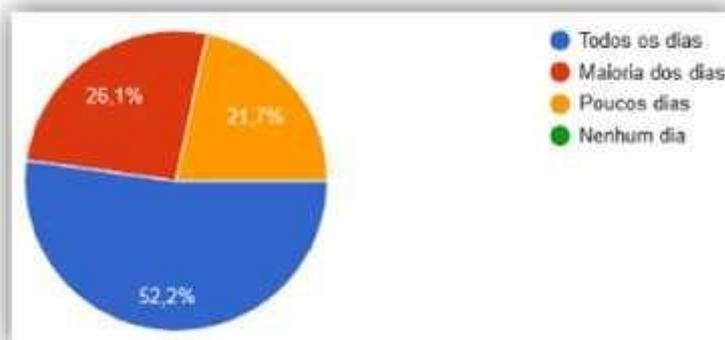


Fonte: Autor

Observando este gráfico é possível ver uma grande representação dos setores da autarquia participantes da pesquisa, mostrando assim abranger vários grupos de trabalho com funções e tarefas diferentes, esta grande representação se torna fundamental para se analisar e estudar a totalidade do setor administrativo.

Quando perguntados com que frequência é utilizado o software Bitrix24 no dia a dia, as respostas foram:

Gráfico 5. Frequência de uso

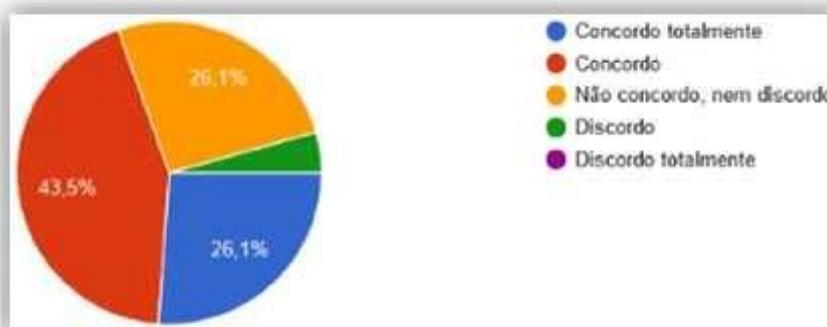


Fonte: Autor

As respostas deste gráfico indicam que o bitrix24 é utilizado com frequência no dia a dia, com mais de 78% utilizando todo dia ou com bastante frequência, nenhum entrevistado mostrou que nunca utiliza o bitrix24, enquanto 21,7% utilizam poucos dias, assim se mostra que todos utilizam o bitrix24 e a maioria frequentemente, mas também é identificado que pouco mais de 1/5 dos entrevistados utilizam em ações específicas ou esporadicamente, não sendo assim parte essencial do dia a dia.

Quando perguntados se acreditam que o software Bitrix24 facilita na rotina de trabalho, as respostas foram:

Gráfico 6. Rotina de trabalho



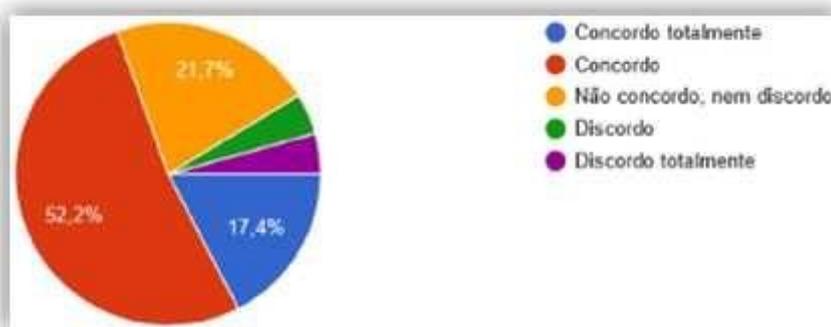
Fonte: Autor

Os resultados mostram que 43,5% dos entrevistados concordam, e 26,1% concordam totalmente, com 26,1% que estão neutros, e 4,3% que discordam desta questão. Assim, demonstrando que a maioria dos entrevistados acreditam que o bitrix24 melhora as atividades rotineiras, enquanto pouco mais de 1/4 da parcela total indicam uma periodicidade maior na

utilização, dando assim uma neutralidade em que utilizam na rotina, mas não com uma frequência diária.

Quando perguntados se a utilização do software Bitrix24 melhora a comunicação interna dos funcionários entre os setores da autarquia, as respostas foram:

Gráfico 7. Comunicação interna

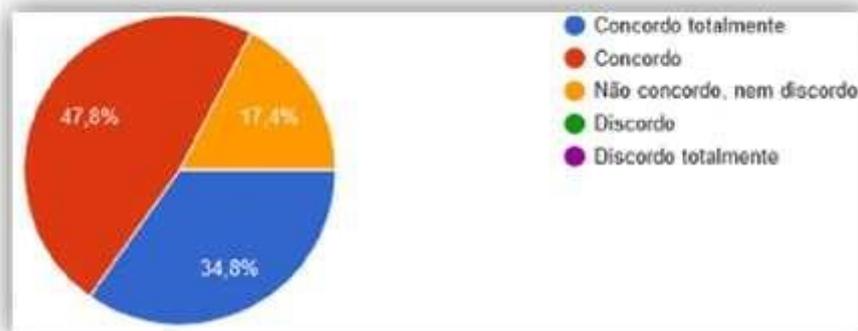


Fonte: Autor

O gráfico apresenta a maioria das respostas concordando, sendo 52,2% concordando e 17,4% concordando totalmente, mas também é possível notar um número significativo 21,7% das respostas de pessoas no meio termo de concordar e discordar, indicando dúvidas com relação a este quesito, e os outros 8,7% igualmente distribuídos nos que discordam e discordam totalmente, assim é possível afirmar que o uso do bitrix24 melhora a comunicação interna, mas também é possível notar, uma grande parcela das respostas indicando que é possível ocorrer uma evolução nos meios de comunicação, e desenvolver hábitos diários para entender a melhor maneira de desenvolver ainda mais a comunicação entre os colaboradores.

Quando perguntados se a utilização do software Bitrix24 facilita o processo de envio de documentos e arquivos na autarquia, as respostas foram:

Gráfico 8. Envio documento e arquivos

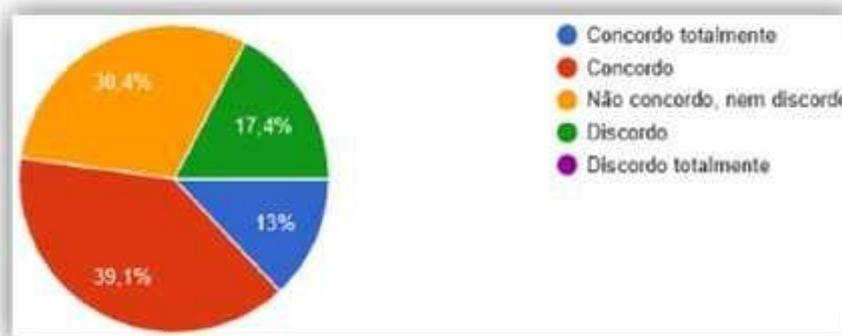


Fonte: Autor

As respostas demonstram que a grande maioria dos entrevistados acreditam que o uso do bitrix24 facilitou as realizações de envios de arquivos e documentos no trabalho, sendo 47,8% concordando e 34,8% concordando totalmente, e os restantes 17,4% ficaram neutros não concordando e nem discordando, com nenhuma resposta discordando.

Quando perguntados se as atividades diárias são realizadas mais rapidamente com a utilização do software Bitrix24, as respostas foram:

Gráfico 9. Atividades mais rápidas

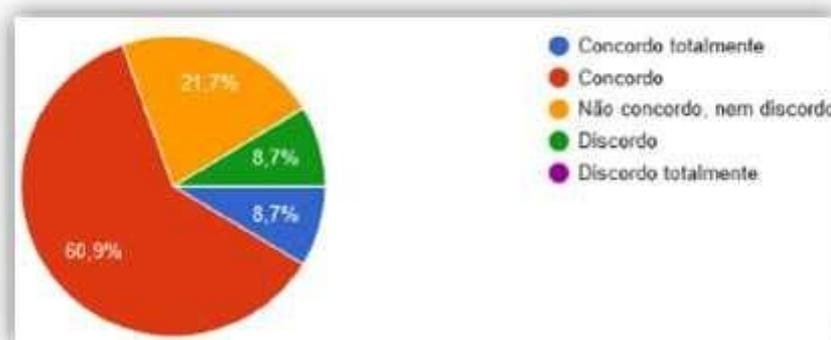


Fonte: Autor

Ao analisar o gráfico se nota uma divisão em respostas com 39,1% que concordam e 13% concordando totalmente, e 30,4% que não concordam, nem discordam, e também 17,4% discordando, com isto, se faz positivo com pouco mais da metade acreditando que, as atividades são realizadas mais rapidamente com o uso do Bitrix24, mas também se nota uma grande parcela que estão num campo neutro e que discordam, demonstrando duvidas e problemas que os funcionários podem enfrentar, e indicando um campo em que necessita investigação para uma melhora no desempenhos deste quesito.

Quando perguntados se a organização de tarefas e projetos, é ajudado com a utilização do software Bitrix24, as respostas foram:

Gráfico 10. Organização de tarefas e projetos



Fonte: Autor

O gráfico apresenta, que com 60,9% concordando, e 8,7% concordando totalmente, mas também se observa uma porcentagem alta de 20% que estão neutros, e 8,7% tanto para os que discordam quanto para os discordam totalmente, demonstrando que a maioria acredita melhorar a organização, mas é mostrado que vários entrevistados aparentam ser indiferentes e não utilizarem, sendo preciso analisar setores para se verificar como melhorar este quesito.

Quando perguntados sobre quais são os processos em que utilizam o software Bitrix24 na rotina de trabalho, as respostas foram:

Figura 2. Processos uso na rotina

Agenda: Tarefas; salvaguarda de arquivos no drive; etc.

Para comunicação interpessoal, agendamento de sala e envio de arquivos

Envio de recados, documentos, agendamento de reunião e pedidos de tarefas.

Atribuição de tarefas

Refeições

U..U,.....lo•o<<e!>l,,,,,ooel111oe.....,001""""",,,___c11,___....

em...lel,geo...,u1 01 H10,nIn1t1101, e """"•-110<11 Mii oe — n• ____.._,-110c11
■ ■ |

C....,W,oolKMe.!OIOI, — o ... <loo,, —,çIO ...
II

t.lea=OJIP'I 6't110 """" COM.INCOϕ1lo 0Offi 01 """"tl1 IOWH, 0 - _____!O<11 - - - - _ c,loi 0
Plllk..-MWϕ-

Doca de mensagens, agendamento de tarefas, comunicação interna

Agendamento de reuniões e sala de reuniões, compartilhamento de arquivos e atualização de documentos da ISO 9.0001

comunicação com outros setores, envio de documentos, pedido de dados p/ elaboração de relatórios.

Comunicação interna entre Setores, Agendamento de reuniões e Compartilhamento de documentos.

Troca de mensagens e arquivos.

Tarefas, agendamentos de reuniões, reservas salas e acompanhamento de atividades

Envio de mensagens.

OBS.: Apesar de ser uma ótima ferramenta, nem todos os colaboradores a utilizam de forma constante, inviabilizando seu uso de forma global, sendo necessário o uso de outros meios como Whats App e e-Mails.

Abertura de tarefas e comunicação com os setores

Nenhum

Nenhum.

Utilizo diariamente para manter contato, através de chat, com os demais colaboradores da Autarquia. Também utilizo com a finalidade de reportar, por meio de tarefas, problemas encontrados no sistema de faturamento (que é o sistema utilizado para gerenciar a emissão das faturas de água) e que precisam de solução da equipe de informática. Outra ferramenta utilizada é o calendário, onde é possível fazer agendamento/reserva de sala para evento, treinamento e reunião.

concordo que o aplicativo é bom, mas não uso quase nada, porque muitas pessoas utilizam isso ao invés de falar direto com a pessoa.

Fonte: Própria Autoria

Através das respostas em extenso, se observa várias respostas parecidas com relação a comunicação com troca de mensagens, envio de arquivos e relatórios, também ocorrendo bastantes respostas relacionadas a agendamento e atribuições de tarefas e reuniões, mostrando uma grande gama de opções e ferramentas utilizadas pelos colaboradores, mas também se encontra alguns campos em branco e algumas respostas em que se mostra uma resistência na utilização do Bitrix24 por uma parte dos entrevistados, muito por parte de nem todos utilizarem diariamente e também por preferirem contato direto pessoal no dia a dia.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o referencial bibliográfico, foi possível conhecer o Software Bitrix24 e sua utilização nas rotinas administrativas de uma empresa, sendo ela privado ou não.

Através da pesquisa pode-se notar que todos os colaboradores entrevistados já utilizaram o Bitrix24 em algum momento no trabalho, e que o uso do Bitrix24 possui um impacto positivo na realização do trabalho administrativo da autarquia SAAE estudada, visto que em todos os quesitos perguntados sobre sua utilização, revelou que em sua maioria os colaboradores concordam com a importância e o impacto que o bitrix24 faz para a realização das atividades no dia a dia.

Identificou-se que é importante também analisar alguns quesitos que foram encontradas divergências na utilização da ferramenta por parte dos usuários, pois alguns preferirem resolver pessoalmente os problemas e também optam a resolução via telefone e e-mail, levantando assim, pontos a se melhorar com relação a divulgação e promoção da utilização do Bitrix24, visto seus positivos resultados encontrados, é necessário encontrar meios em que esta parcela dos colaboradores sejam atendidos por completo, visto que o Bitrix24 em sua raiz busca esta integração de ferramentas para alcançar melhores resultados para as empresas.

Portanto, é importante notar que na administração pública cada setor possui responsabilidades diferentes, mas todos com o mesmo objetivo de atender as necessidades da população, e também fundamental perceber que a preocupação do SAAE em melhorar seus processos para atingir melhores resultados, fazendo assim que com adquirissem o

software Bitrix24, se demonstrou um sucesso dentro da organização, provocando melhorias e mostrando que não está estagnada, e continua em busca de evoluir e se manter em atualização contínua, e conseqüentemente procurando novos meios de melhorar desempenhos para o seu sucesso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR ISO 10006: 2000**. Gestão da qualidade - Diretrizes para a qualidade no gerenciamento de Projetos. Disponível em: https://edisdisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3741065/mod_resource/content/1/Texto.pdf. Acesso em: 05. mai. 2023.

ADIGILANDIA. **Bitrix24**: o que é, como funciona, os planos e como usar, ferramentas para trabalho remoto. 2020. Disponível em: <<https://digilandia.io/ferramentas-para-trabalho-remoto/bitrix24/>>. Acesso em: 04. mai. 2023.

ANDRADE, M. R. **Software de gestão empresarial**: confira 9 funções essenciais. Gestão e negócios. 2022. Disponível em: <<https://blog.contaazul.com/software-de-gestao-empresarial>>. Acesso em: 08. mar. 2023.

BITRIX24. O que é o Bitrix24?. Suporte Bitrix24, 17 de Mar. De 2022. Disponível em: <<https://www.bitrix24.com.br/tools/>>. Acesso em: 07. abr. 2023.

CAMARDA, B. **O que é software?** Entenda o conceito, como funcional e seus 6 tipos. Tecnologia. 2021. Disponível em: <<https://www.take.net/blog/tecnologia/software/>>. Acesso em: 08. mar. 2023.

CAROSIA, J. S. Levantamento da qualidade do processo de software com foco em pequenas organizações. 2004. **Dissertação de Mestrado do Curso da Pós-Graduação em Computação Aplicada**. INPE São José dos Campos. Disponível em: <http://mtc-m16.sid.inpe.br/col/sid.inpe.br/jeferson/2003/12.03.10.17/doc/publicacao.pdf>. Acesso em: 02. abr. 2023.

KNECHTEL, M. R. **Metodologia da pesquisa em educação**: uma abordagem teórico-prática dialogada. Curitiba, PR: Intersaberes, 2014.

ROSSI, L. **ERP para pequenas empresas**: 44% usam sistemas de gestão empresarial. 2019. Disponível em: < <https://www.capterra.com.br/blog/952/erp-para-pequenas-empresas> >. Acesso em: 01. fev. 2023.

SAAE LENÇÓIS PAULISTA. **O SAAE**. [s.d]. Disponível em: <https://www.saaelp.sp.gov.br/sobre>. Acesso em: 04. mai. 2023.

SEBRAE. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa 2013**. Disponível em:https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/MPE_conceito_empregados.pdf. Acesso em: 20. fev. 2022.

SEVERINO, J. A. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez Editora, 2014.

RH TECH E SUA UTILIZAÇÃO NO RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Débora Héllen Costa 1¹

Patrícia Helena de Andrade 2²

Fernanda Serotini Gordono de Oliveira³

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo mostrar o que é o RH Tech e qual a importância dele para as organizações, principalmente na sua utilização no setor de recrutamento e seleção, que vem a cada dia modernizando seus métodos, adotando softwares otimizados e ampliando seus bancos de dados. Visando mudanças tecnológicas do mercado, o RH Tech tem sido visionário em seus métodos de análises, pois mescla as necessidades organizacionais e tecnológicas, amenizando essa sobrecarga que o RH possui dentro das funções em uma organização. Para tanto, foram utilizadas as pesquisas bibliográfica, exploratória e quali-quantitativa, sendo a respondente uma gestora de RH. Através dos resultados obtidos foi possível confirmar a importância que o RH Tech tem para as organizações, mostrando que o mesmo pode ser utilizado em todas as áreas e não apenas no setor de recrutamento e seleção.

Palavras chave: RH Tech, Recrutamento, Seleção.

ABSTRACT

*This work aims to show what RH Tech is and how important it is for organizations, especially in its use in the recruitment and selection sector, which is modernizing its methods every day, adopting optimized software and expanding its databases. Aiming at technological changes in the market, RH Tech has been visionary in its analysis methods, as it merges organizational and technological needs, easing this overload that HR has within the functions of an organization. For that, bibliographical, exploratory and quali-quantitative research were used, with the respondent being an HR manager. Through the results obtained, it was possible to confirm the importance that RH Tech has for organizations, showing that it can be used in all areas and not just in the recruitment and selection sector. **Keywords:** RH Tech, Recruitment, Selection.*

¹ Débora Héllen Costa, Graduanda em Gestão de Recursos Humanos, FAAG, deborahellen.costa2017@gmail.com.

² Patrícia Helena de Andrade, Graduanda em Gestão de Recursos Humanos, FAAG, patiandrade1998@yahoo.com.br.

³ Fernanda Serotini Gordono de Oliveira, Mestre em Engenharia de Produção, FAAG, fernandagordono@hotmail.com.

1. INTRODUÇÃO

Fazer a automatização de tarefas na área de recursos humanos (RH), com a substituição de processos burocráticos por softwares, é uma tendência do chamado RH Tech. Mas, o conceito não é apenas à utilização de softwares e recursos avançados, mas a uma mudança de mentalidade e cultura que atinge as empresas, independente do seu porte e ramos de atividade.

Assim, o mundo digital transformou a forma que os funcionários interagem dentro da organização, da mesma maneira que trouxe novos desafios para o RH, no qual precisa administrar uma nova dinâmica interna e externa (FLASH, 2022).

Para SEBRAE (2022), as vantagens e soluções do RH Tech, vêm transformando o modo que as organizações se relacionam com as pessoas nos Processos de Gestão de RH, que vão desde o recrutamento à demissão, passando pela seleção, contratação, desenvolvimento e relacionamento com cada colaborador.

Portanto, os processos ficaram mais rápidos, dinâmicos e inteligentes, colaborando até com a redução de custos, principalmente no Recrutamento e Seleção, que será o objeto do estudo desse trabalho.

Esse conceito traz um novo tipo de interação entre recrutador e candidato, possibilitando novos meios de explorar os conhecimentos técnicos (hard skill) dos candidatos através de ferramentas tecnológicas.

Como o mundo está em constante mudança, adotar novos meios que torne a seleção dos candidatos um processo mais rápido é essencial, pois assim é possível reter o máximo de pessoas no banco de talentos.

Segundo Solides (2022), o RH Tech é pouco explorado, no Brasil, uma vez que, empresas tendem a não vê-la como uma ferramenta que pode trazer benefícios de momento, o que faz com que empresas mais tradicionais tendem a fugir da sua utilização.

Quando utilizado o RH Tech nos processos de Recrutamento e Seleção nas empresas, poderá proporcionar um ganho de tempo para os recrutadores que precisam ter seus processos cada vez mais ágeis.

Assim, através do trabalho, pretendeu-se mostrar como é a utilização do RH Tech pela gestora de RH que respondeu a pesquisa e se sua utilização tornou o processo seletivo mais viável em relação a otimização de tempo, agilidade, criação de banco de talentos completo, entre outros.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Para a realização do trabalho foi necessário entender melhor os conceitos que formam a base de conteúdo teórico, que este trabalho busca abranger.

2.1 RH Tech

O mundo se encontra em constante mudança, principalmente com o auxílio das novas tecnologias, que estão cada vez mais avançadas, deixando tudo mais fácil. O RH Tech veio para auxiliar e deixar as coisas mais práticas, pois não se estende somente para área de RH e sim para as organizações que resolveram aderir às soluções tecnológicas para otimizar os processos e rotinas cotidianas das empresas (GUPY, 2023).

De acordo com Flash (2022), o RH Tech é um termo que surgiu devido ao processo de transformação digital que a sociedade contemporânea vem enfrentando nas últimas décadas. Ele serve para classificar todo um segmento de organizações que resolveram aderir às soluções tecnológicas para otimizar os processos e rotinas das empresas.

Para SEBRAE (2022) há várias vantagens na utilização do RH Tech, pois através dele é possível a automação dos processos e acompanhamento dos resultados, integração de processos dos diferentes setores, geração de valor a partir da análise de dados, otimização de recursos, utilização de métricas, inserção em redes sociais colaborativas, aplicativos e softwares de gerenciamento e análise de perfis.

Essas vantagens levam o RH das empresas a fazer uma adequação às mudanças digitais e à redução de erros na gestão, pois ao utilizar essas ferramentas digitais, as empresas têm mais chance de atrair e selecionar colaboradores qualificados e alinhados com a modernização tecnológica (FLASH, 2022).

Todas essas mudanças impactam diretamente na formação de novos arranjos organizacionais, com equipes mais abertas e voltadas para a inovação, assim como transformam os critérios envolvidos na contratação de talentos.

Portanto, um dos pontos altos do RH Tech é o fato de que softwares e aplicações digitais contribuem para agilizar a execução dos processos, principalmente o de Recrutamento e Seleção, otimizando o tempo das pessoas, tanto recrutadores, como dos candidatos. Com esses benefícios é possível melhorar as estratégias utilizadas nesses processos, podendo até levar a redução do índice de turnover, uma vez que sua utilização pode trazer maior assertividade em colocar o candidato certo para a vaga certa (GUPY, 2023).

Esses softwares voltados para o RH Tech armazenam dados e automatizam processos como: contratações, desligamentos, pagamentos, distribuição de benefícios e diversas outras coisas, variando de acordo com o software escolhido.

2.2 Recrutamento e Seleção

O Rh Tech é utilizado em vários Processos Básicos de RH, porém o objeto do estudo do trabalho, terá ênfase no Recrutamento e Seleção, que para Marras (2016) é o nome dado ao processo de contratação de novos profissionais, envolvendo várias etapas, dentre elas estão a divulgação da vaga, a seleção dos candidatos, dinâmicas de grupo, testes, entrevista, entre outros que a empresa julgar necessário.

Recrutamento segundo Chiavenato (2014) corresponde ao processo pelo qual a organização atrai candidatos para abastecer o processo seletivo que funciona como um processo de comunicação, onde se comunica e divulga oportunidades de emprego, ao mesmo tempo em que atrai os candidatos para o processo seletivo. Ao utilizar apenas o recrutamento em um processo, não é suficiente, pois o recrutamento apenas comunica e divulga, ele não atinge seus objetivos básicos, assim é necessário realizar a seleção como um complemento.

A seleção busca, dentre vários candidatos recrutados, aqueles que são mais adequados aos cargos existentes na organização ou às competências necessárias, visando a manter ou aumentar a eficiência e o desempenho humano, bem como a eficácia da organização (MAXIMIANO, 2015).

De acordo Chiavenato (2014), os Processos Básicos de RH são demonstrados, conforme mostra a Figura 1.

Figura 01: Os processos da Gestão de Pessoas



Fonte: Adaptado de Chiavenato (2014)

O Recrutamento e Seleção pertencem ao Processo de Agregar Pessoas onde algumas empresas se utilizam de processos tradicionais e ultrapassados, enquanto outras lançam mão de processos avançados e sofisticados para trazer e escolher pessoas que venham a fazer parte de seu trabalho, como é o caso de empresas que utilizam o Rh Tech para otimizar o processo, além de oferecer recursos capazes de organizar cada etapa do processo e trazer a precisão necessária para tornar a escolha mais assertiva.

Assim, existem diversas maneiras e opções para tornar o processo de recrutamento cada vez mais assertivo e rápido. Uma delas é o uso de um mapeamento de perfil comportamental, onde os softwares de mapeamento de perfil comportamental são uma parte importante do RH Tech, pois essas ferramentas são capazes de identificar o perfil comportamental de candidatos ou até mesmo de colaboradores já existentes. O objetivo é encontrar a melhor forma de gerir determinados colaboradores ou saber se determinado candidato se encaixaria em determinada vaga.

Há vários softwares que oferecem diferentes soluções para aumentar a agilidade e a assertividade do Recrutamento e Seleção, como a plataforma lançada pela Google - a plataforma Cloud Job Discovery, que utiliza uma tecnologia extremamente moderna para auxiliar ambos - organizações e colaboradores, que procuram talentos e vagas em potencial. A criação de uma ferramenta como esta tem como princípio os algoritmos e palavras-chave dos sites de empregos, pois o RH nem sempre é capaz de ver todas as vagas que poderiam ser relevantes, assim, a plataforma tenta reverter essa situação através do uso de inteligência artificial (SÓLIDES, [s.d]).

De acordo com o site Capterra [(s.d)], há outros softwares que são utilizados pelo RH Tech, os principais são demonstrados no Quadro 1.

Quadro 01: Principais softwares utilizados pelo RH Tech

Softwares	Descrição
Factorial	O Software é utilizado para vários processos de RH, além do Recrutamento e Seleção, tornando-os mais ágeis que são: Controle de Ponto, Desenvolvimento e Produtividade, Engajamento e Performance, Retenção e Uso Inteligente de Dados.
Bizneo HR	Esse software é utilizado principalmente para o Recrutamento e seleção com o objetivo de captar o melhor talento com processos de seleção preditivos e orientados a dados. Também é utilizado para Avaliação de desempenho, Pesquisa de clima organizacional e Treinamento e desenvolvimento.
Monday.com	Esse software faz os processos de contratação, integração, rastreamento de desempenho e serviços, desligamento, gestão de tempo, etc.

Fonte: Adaptado de Capterra [(s.d)]

Esses são apenas alguns dos softwares que podem ser empregados através do RH Tech. Obviamente, a escolha desses softwares deve corresponder às necessidades individuais de cada negócio.

3. METODOLOGIA

Para realizar o trabalho foi utilizada a pesquisa bibliográfica em livros, sites, artigos científicos, etc. De acordo com Lakatos e Marconi (2022), a pesquisa bibliográfica não é considerada uma mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema ou assunto sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras.

Além da pesquisa bibliográfica, foi utilizado a pesquisa quali-quantitativa com uma Gestora da área de Recursos Humanos, que já utiliza o RH Tech no Recrutamento e Seleção. A pesquisa quali-quantitativa é aquele tipo de abordagem que usa tanto os métodos

quantitativos quanto qualitativos, para a realização de uma análise muito mais aprofundada sobre o tema pesquisado (SEVERINO, 2018).

O instrumento para realizar o estudo, foi um questionário, feito no Google Forms, com 14 (quatorze) perguntas abertas e fechadas, enviado via LinkedIn, no dia 15 de abril de 2023.

4. RESULTADOS DA PESQUISA

O Quadro 2 mostra os resultados da pesquisa, assim, de acordo com as perguntas, as respostas dadas foram:

Quadro 02: Resultado da pesquisa

Pergunta	Resposta
Quanto tempo trabalha na empresa?	Entre 2 e 5 anos
Qual o cargo que ocupa? Há quanto tempo?	Head de Gente e Gestão, 2 anos e meio
Qual sua formação? Possui pós-graduação? Se sim, é na área de Recursos Humanos?	Sistemas de Informação, UNESP e Pós graduação em liderança e gestão de pessoas.
Há quanto tempo trabalha com o RH Tech?	Acima de 2 anos.
Como conheceu o RH Tech? Por que você gostou desse método?	Na verdade, eu apliquei, pois já trabalhava com o ágil e sei dos resultados, além de que trabalhar com tecnologia é respirar o universo ágil. Depois soube do manifesto.

<p>Quais as vantagens que percebeu com a sua utilização no Recrutamento e Seleção? Em quais áreas do departamento dá para utilizá-la?</p>	<p>Utilizo em todas as áreas da empresa, todas, sem exceção. E as vantagens são infinitas, maior colaboração, agilidade em errar e acertar, manter todos do time alinhados dos resultados, além de resultados mais assertivos.</p>
<p>Quanto tempo mais ou menos duraria um processo seletivo sem a utilização dessa ferramenta e quanto dura com a utilização dessa ferramenta?</p>	<p>Como disse, sempre utilizei a metodologia ágil no processo, e o recrutamento Tech não depende diretamente da ferramenta, mas sim da especialização do profissional e especificações, ex.: Vaga para dev java sênior é um período superior do que uma vaga de dev react.js junior. Essa segunda é extremamente mais rápido de fechar, e independe da metodologia.</p>
<p>As pessoas que trabalham com você em seu dia a dia estão familiarizadas com o RH Tech?</p>	<p>Sim.</p>
<p>Elas utilizam para qual área da empresa?</p>	<p>Todas as pessoas da empresa utilizam o ágil. Todas são da área de tecnologia.</p>
<p>Você conhece outras pessoas que utilizam o RH Tech?</p>	<p>Sim.</p>
<p>Com que frequência você trabalha com RH Tech no Recrutamento e Seleção?</p>	<p>Frequentemente.</p>

Você percebeu resistência por parte de outros profissionais em utilizar o RH Tech em processos seletivos?	Nunca.
Se sim, que tipos de resistência?	Nunca, pois trabalho numa startup, todos respiram o ágil como já dito acima.
Dê 0 á 5 o quanto você recomenda essa ferramenta para outros colaboradores	5 – Recomendo demais.

Fonte: Adaptado pelas Autoras (2023)

4.1 RESULTADOS DA PESQUISA

De acordo com o referencial teórico, pode-se mostrar o que é o RH Tech e qual sua importância para as empresas que a utilizam, pois agiliza todos os tipos de processos, não só o de recrutamento e seleção – objeto do estudo, como os mais diversos processos nas organizações.

Com a pesquisa, constatou-se que os gestores, principalmente os de RH, utilizam o RH Tech em seus mais diversos processos e o vêem como uma maneira de agilizar seus processos.

Segundo a respondente, o RH Tech é importante para agilizar processos no RH, como ela já tem mais de dois anos que utiliza o RH Tech, tem uma certa experiência e acredita que ele torna os processos mais ágeis em sua organização.

O RH Tech é utilizado em todas as áreas da empresa e não só na área de Recrutamento e Seleção, que é o objeto do estudo desse trabalho, o que reforça ainda mais os benefícios que ele pode trazer para o dia a dia na empresa.

A respondente também conhece outras pessoas que trabalham com o RH Tech, mostrando que mesmo sua utilização sendo relativamente nova, é utilizado por gestores para agilizar seus processos.

Assim, pode-se constatar que o RH Tech cada dia mais vem ganhando espaço no mercado, agilizando os processos de Recursos Humanos.

A Gestora também recomenda sua utilização, uma vez que o RH Tech a ajuda muito seu dia a dia, principalmente porque trabalha em uma startup e precisa ter seus processos bem ágeis e organizados.

Isso demonstra que o RH é um departamento que está dentro das tendências e às novas tecnologias do mundo corporativo ao utilizar o RH Tech, o que significa que o setor utiliza ferramentas modernas e softwares para otimizar os processos internos e ainda melhorar os resultados em geral.

Os benefícios de se possuir um RH Tech podem ser variados, de acordo com cada necessidade, pois podem auxiliar não só na gestão de pessoas como em cada um dos processos internos da empresa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o referencial teórico, pode-se mostrar o que é o RH Tech e qual sua importância para as empresas que a utilizam, pois agiliza todos os tipos de processos, não só o de recrutamento e seleção – objeto do estudo, como os mais diversos processos nas organizações.

Com a pesquisa, constatou-se que os gestores, principalmente os de RH, utilizam o RH Tech em seus mais diversos processos e o vêem como uma maneira de agilizar seus processos.

A Gestora respondente também recomenda sua utilização, uma vez que o RH Tech a ajuda muito em seu dia a dia, principalmente porque trabalha em uma startup e precisa ter seus processos bem ágeis e organizados.

Isso demonstra que o RH é um departamento que está dentro das tendências e às novas tecnologias do mundo corporativo ao utilizar o RH Tech, o que significa que o setor utiliza ferramentas modernas e softwares para otimizar os processos internos e ainda melhorar os resultados em geral.

Os benefícios de se possuir um RH Tech podem ser variados, de acordo com cada necessidade, pois podem auxiliar não só na gestão de pessoas como em cada um dos processos internos da empresa.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAPTERRA. **Compare as avaliações e os recursos dos produtos para encontrar o software de**

Sistemas de Recursos Humanos para sua organização. Disponível em: <https://encurtador.com.br/deHZ4>. Acesso em: 22. mai. 2023.

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 4. Ed. São Paulo: Manole, 2014.

FLASH. **O que é uma RH Tech?** 14 de abril de 2022. Disponível em: <https://curtlink.com/z2q6sM>. Acesso em: 11. mai. 2023.

GUPY BLOG. **RH Tech: qual a sua importância para as empresas?** 13 de maio de 2023. Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/rh-tech>. Acesso em: 11. mai. 2023.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 8. Ed. São Paulo: Atlas, 2022.

MARRAS, J. P. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico.** 15. Ed. São Paulo: Futura, 2016.

MAXIMIANO. A. C. A. **Introdução à Teoria Geral da Administração.** 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2015.

SEBRAE **Como as HRTechs estão mudando o setor de recursos humanos.** 30 de Agosto de 2022. Disponível em: <https://curtlink.com/ivE3el>. Acesso em: 09. mai. 2023.

SEVERINO. A. J. **Metodologia do trabalho científico.** 24. Ed. São Paulo: Cortez Editora e Livraria, 2018.

SOLIDES. **RH Tech: entenda por que você não pode ficar de fora.** 11 de maio de 2022. Disponível em: <https://curtlink.com/z2q6sM>. Acesso em: 11. mai. 2023.

APÊNDICE

Modelo de Questionário que foi enviado para os colaboradores

Prezado respondente, este questionário tem como objetivo coletar dados sobre a utilização do RH Tech.

Este questionário será utilizado para completar o Trabalho de Conclusão de Curso Graduação em Administração de Empresas da Faculdade de Agudos - FAAG, das alunas Débora Héllen Costa e Patrícia Helena de Andrade, sob a orientação da Prof.^a Me. Fernanda Serotini Gordono de Oliveira.

Instruções:

- ✓ Leia corretamente cada questão, reflita e marque a resposta que melhor lhe representa.
- ✓ Não é necessário se identificar.

1. Quanto tempo trabalha na empresa?

- até 2 anos
- acima de 2 até 5 anos
- acima de 5 até 10 anos
- acima de 10 até 15 anos
- acima de 15 anos

2. Qual o cargo que ocupa?

3. Qual sua formação?

4. Há quanto tempo utiliza o RH Tech?

- até 6 meses
- acima de 6 meses até 1 ano
- acima de 1 ano até 2 anos
- acima de 2 anos

5. Como conheceu o RH Tech?

6. Quais as vantagens que percebeu com a sua utilização no Recrutamento e Seleção?

7. As pessoas que trabalham com você em seu dia a dia estão familiarizados com o RH Tech?

Sim Não Algumas Pessoas

8. Você conhece outras pessoas que utilizam o RH Tech?

Sim Não Algumas Pessoas

9. Com que frequência você utiliza o RH Tech no Recrutamento e Seleção?

Frequentemente

Ocasionalmente

Raramente

Nunca

10. Você percebeu resistência por parte de outros profissionais em utilizar o RH Tech em processos seletivos?

Frequentemente

Ocasionalmente

Raramente

Nunca