

# A UTILIZAÇÃO DAS NOVAS TECNOLOGIAS PARA EMPREENDIMENTOS CONTEMPORÂNEOS COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO EM TEMPOS DA PANDEMIA COVID-19

EL USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA EMPRESAS CONTEMPORÁNEAS COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO EN TIEMPOS PANDEMICOS DE COVID-19

THE USE OF NEW TECHNOLOGIES FOR CONTEMPORARY ENTERPRISES AS A COMPETITIVE DIFFERENTIAL IN TIMES OF THE PANDEMIC COVID-19

Marilia Matos Monteiro Gonçalves Ferreira\*  
mariliazinha@hotmail.com

Joana Claudia Aleixo de Amorim Seixas\*  
joaleixo@yahoo.com.br

Diego Ventura Magalhães\*  
diego\_ventura25@yahoo.com.br

Izabela Nascimento de Souza\*  
izabelaizabel1427@gmail.com

Luiz Reis Ferreira Neto\*  
lrneto\_bel@hotmail.com

\*Universidade Federal do Pará, Belém, PA, Brasil

---

## Resumo

Este estudo tem como objetivo analisar as ações estratégicas, recursos e ferramentas inovadoras de tecnologia utilizadas pelas empresas fazendo com que elas se tornem grandes representantes no mercado competitivo tendo como diferencial a qualidade no atendimento e estrutura do ambiente de trabalho. Tem como principal analisar a utilização das novas tecnologias em um empreendimento contemporâneo no município de Belém, como diferencial competitivo em tempos da pandemia COVID-19. Utilizou-se como metodologia a pesquisa explicativa e qualitativa, e o estudo de caso na loja do Shopping Boulevard localizado em Belém-Pa. Verificou-se que embora esteja comprovado que empresas que investem em tecnologias inovadoras estão um passo à frente no mercado se destacando com resultados mais satisfatórios. É preciso aumentar consideravelmente o investimento em inovação tecnológica, não somente para aumentar o faturamento das empresas, mas para girar a economia brasileira considerando o cenário da pandemia COVID-19. Averiguou-se a necessidade de estar atento às mudanças para manter-se competitivo no mundo dos negócios, visto que, o desenvolvimento de um empreendimento é diretamente proporcional a quantidade de tecnologia que ela investe, principalmente em tempos de crises, momento que essas empresas precisam se reinventar para se manterem no mercado competitivo.

**Palavras-chave:** Tecnologia. Ferramentas Inovadoras. Empreendimento contemporâneo.

## Resumen

Este estudio tiene como objetivo analizar las acciones estratégicas, los recursos y las herramientas tecnológicas innovadoras que utilizan las empresas convirtiéndolas en grandes representantes en el

mercado competitivo, con el diferencial en la calidad de servicio y estructura del entorno laboral. Su principal objetivo es analizar el uso de nuevas tecnologías en una empresa contemporánea en la ciudad de Belém, como diferencial competitivo en tiempos de la pandemia COVID-19. La metodología utilizada fue la investigación explicativa y cualitativa, y el estudio de caso en la tienda Shopping Boulevard ubicada en Belém-Pa. Se encontró que si bien está comprobado que las empresas que invierten en tecnologías innovadoras están un paso por delante en el mercado, destacándose con resultados más satisfactorios. Es necesario incrementar considerablemente la inversión en innovación tecnológica, no solo para incrementar la facturación de las empresas, sino para dinamizar la economía brasileña considerando el escenario de la pandemia COVID-19. Se señaló la necesidad de estar al tanto de los cambios para seguir siendo competitivos en el mundo empresarial, ya que el desarrollo de una empresa es directamente proporcional a la cantidad de tecnología que invierte, especialmente en tiempos de crisis, cuando estas empresas necesitan reinventarse para permanecer en el mercado competitivo.

**Palabras clave:** Tecnología. Herramientas innovadoras. Empresa contemporánea.

### **Abstract**

This study aims to analyze the strategic actions, resources and innovative technology tools used by companies making them become great representatives in the competitive market, with the differential in the quality of service and structure of the work environment. Its main objective is to analyze the use of new technologies in a contemporary enterprise in the city of Belém, as a competitive differential in times of the pandemic COVID-19. The methodology used was explanatory and qualitative research, and the case study at the Shopping Boulevard store located in Belém-Pa. It was found that although it is proven that companies that invest in innovative technologies are one step ahead in the market, standing out with more satisfactory results. It is necessary to considerably increase investment in technological innovation, not only to increase the turnover of companies, but to revolve the Brazilian economy considering the scenario of the pandemic COVID-19. The need to be aware of the changes to remain competitive in the business world was noted, since the development of an enterprise is directly proportional to the amount of technology it invests, especially in times of crisis, when these companies need reinvent itself to remain in the competitive market.

**Keywords:** Technology. Innovative Tools. Contemporary enterprise.

---

## **1. INTRODUÇÃO**

A tecnologia e a inovação trouxeram ao mercado uma particularidade na forma de elaborar o planejamento empresarial, necessitando estar atento às mudanças para manter-se competitivo no mundo dos negócios, o homem sempre precisou estar em evolução para adaptar-se ao mundo, que segue em ritmo acelerado e exige soluções rápidas, objetivas e coerentes. No contexto organizacional, esse cenário não é diferente, uma empresa já não consegue mais sobreviver no mercado, sustentada pelo fato de ter muito tempo de atuação e até em alguns casos, preços mais acessíveis.

A sobrevivência depende do desenvolvimento de diversos atributos, entre eles a vantagem competitiva baseada na inovação e tecnologia. O cliente atual possui um perfil bastante exigente, ele enxerga um mercado em constante transformação, espera por produtos exclusivos e é adepto da evolução como um todo. Esse cliente inclusive está disposto a pagar por esse diferencial, pois reconhece o valor agregado da diferenciação, o grau inovativo dos produtos e ou serviços.

A empresa, inserida nesse meio e reconhecida como agente de mudanças, deve, portanto, adequar-se às evoluções pertinentes através de modelos de gestão que garantam aos consumidores de seus produtos ou serviços a satisfação plena das expectativas, o que vem posteriormente a tornar-se uma fonte de diferencial competitivo para essa organização.

As empresas que não se adaptarem a essas exigências mercadológicas, decidindo por continuar a praticar os já consagrados hábitos e permanecerem estagnadas, correm sérios riscos de serem esmagadas pela concorrência, que pode ser fatal para uma organização desatenta ao meio com o qual se relaciona. As empresas necessitam, porém, desenvolver métodos eficazes a fim de acompanhar as constantes mudanças propostas pelo dinâmico meio no qual estão inseridas.

Neste sentido, a necessidade de investir em inovação em produtos seja ele um bem ou serviço fez com que cada vez mais as empresas se sintam forçadas a entrar nesse patamar competitivo tecnológico, de modo que se não houver inovação em uma empresa ela corre sérios riscos econômicos podendo ir até a falência, segundo o IBGE (2018), a cada dez empresas, seis fecham as portas antes mesmo de completar 5 anos por não investirem em tecnologia e qualidade de atendimento.

Mediante esta realidade, este artigo possui a seguinte pergunta problema: De que forma a utilização das novas tecnologias nos empreendimentos contemporâneos proporciona diferencial competitivo frente a pandemia COVID-19?

Dentre as justificativas para a elaboração deste trabalho, pode-se citar o fator “destaque no mercado a partir do investimento de tecnologia de qualidade e inovação”, haja vista, que no cenário atual ela tem tido papel fundamental para o desenvolvimento e fortalecimento de empreendimentos. Nesse contexto, pode-se dizer que as empresas que utilizam desses recursos inovadores tendem a ter resultados melhores e lucros mais satisfatórios.

De modo geral, o desenvolvimento de um empreendimento é diretamente proporcional a quantidade de tecnologia que ela investe, principalmente em tempos de crises, momento o qual essas empresas precisam se reinventar para se manterem no mercado competitivo, buscando alternativas viáveis para evitar consequências como: o aumento de custos nos processos, o enfraquecimento do relacionamento com o cliente, a perda de mercado consumidor, entre outros.

Portanto, é importante frisar nessa pesquisa sobre a implantação de novas tecnologias em empreendimentos contemporâneos a necessidade de unificar ao processo de trabalho as tecnologias que facilitem a modernização da empresa associado ao objetivo de prestar um bom atendimento ao cliente e fidelização deles, possibilitando um sistema de informações, gerenciamento e controle de processos que sejam capazes de gerar custos menores e resultados eficazes.

Justifica-se a importância desse trabalho não somente para empresas de grande porte, mas também as micro e pequenas empresas que em sua grande maioria vem se destacando no mercado competitivo, com a utilização de ferramentas inovadoras e criativas, contribuindo assim para o entendimento de que a tecnologia e a inovação são dois aliados muito presentes no dia a dia, e tem a finalidade de mostrar que aquele que não inova acaba ficando para trás.

Neste sentido, este trabalho teve por objetivo analisar a utilização das novas tecnologias em um empreendimento contemporâneo no município de Belém, como diferencial competitivo em tempos da pandemia COVID-19.

A maior motivação para a temática escolhida foi a possibilidade de identificar as novas tecnologias no âmbito empresarial de forma inovadora capazes de se diferenciar no mercado competitivo e seus resultados satisfatórios, tecnologias estas que tem crescido no decorrer dos últimos anos e tornando um diferencial para o mercado.

Ressalta-se a importância da pesquisa para a administração de empresas que diante da globalização, da competitividade do mercado, da padronização de processos e da redução de custos precisam repensar sobre os meios de relacionamentos com o cliente, uma vez que um bom atendimento ao cliente é essencial para a sobrevivência de uma empresa.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas eget ligula non dolor pharetra rutrum volutpat et libero. Nullam convallis, mauris ac scelerisque sollicitudin, massa magna posuere tortor, venenatis volutpat ex sapien a eros. Mauris dui leo, pellentesque eget dui quis, congue condimentum nisi. Praesent hendrerit facilisis enim, eu facilisis erat malesuada id. Nam eu tincidunt

nulla. Aenean ac ornare justo. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas.

## 2.1. Novas tecnologias

A evolução da tecnologia acontece com grande rapidez, muito mais que o processo natural, nos últimos anos foi possível notar a grande diferença das novas tecnologias que surgiram no mercado. Dessa forma vale ressaltar a forma como essas empresas lidam com essas mudanças e como conseguem inovar sobre um produto ou serviço, principalmente em tempos de crises como a que vivemos atualmente, uma Pandemia que fez com que muitas empresas de reinventassem para “sobreviver” no mercado. Conforme já foi falado a tecnologia surgiu para facilitar e dar praticidade aos processos internos e externos de empresas e trazer diversos benefícios para o dia a dia das pessoas.

É, por exemplo, graças à tecnologia, que processos administrativos e de produção foram otimizados, que os custos baixaram, gerando-se mais “competitividade”. Juntamente com outros elementos, a tecnologia passa então a ser encarada como a “alavanca mágica” através da qual se poderia obter o “sucesso”.

Novas tecnologias vão sempre provocar mudanças no ambiente social da organização e é difícil imaginar alguma inovação tecnológica que pudesse ser introduzida na empresa sem causar algum efeito (GONÇALVES, 2002). É importante notar que tal efeito tem surgido positivamente para muitas empresas, principalmente para aquelas que investem na inovação tecnológica de forma planejada e segura.

De acordo com o site Transformação Digital.com (2018) há vários tipos de tecnologias que são fundamentais e que são chamadas de Tecnologias do futuro. As evoluções tecnológicas acontecem passo a passo e vão possibilitando a descoberta de campos inimagináveis. Segundo o site a impressora 3D em plástico abriu caminhos para impressora 3D em metal. A inteligência artificial permitiu a criação de aplicações novas como fones de ouvido inteligente e análise de big data. O Bitcoin expôs a tecnologia blockchain que está sendo utilizada nos mais diferentes negócios (TRANSFORMAÇÃODIGITAL.COM 2018).

Segundo Balarine (2002), outro exemplo de utilização de novas tecnologias é a utilização da internet produtos que exigem a presença física do comprador para sua decisão final, como por exemplo a aquisição de uma residência. Páginas eletrônicas como a [www.planetaimovel.com.br](http://www.planetaimovel.com.br) e a [www.imovelweb.com.br](http://www.imovelweb.com.br) vem se transformando em importantes ferramentas de pesquisa para a compra, venda ou aluguel de imóveis, ainda que a efetivação dos negócios não seja realizada on-line.

Exemplos mais recentes que tem ganhado mundo afora são as plataformas de ofertas de serviços delivery e de locomoção, como a Uber, 99Pop, Ifood, Uber Eats, Indriver, 99 Eats, entre outros, por meio do uso do Smartphone e da conectividade de internet, conseguem conectar os usuários as ofertas de serviço, sem que este precise sair de casa.

De acordo com o Delivery Much (2019), 56% dos brasileiros fazem pedidos via delivery ao menos uma vez por semana. Concentrando a demanda na hora do jantar e no final de semana. Em números absolutos, o mercado de alimentos e bebidas no país representa 10,1% do PIB (Produto Interno Bruto), sendo que o mercado de food service representa 2,7% deste total.

Portanto, no ambiente das organizações as Novas Tecnologias passam a desempenhar papel estratégico, merecendo decisões baseadas nessa nova realidade, transformando-as em ativos estratégicos de negócios, cada um com seus efeitos e impactos no mercado competitivo sejam eles positivos ou negativos.

## 2.2. Empreendimentos contemporâneos

São crescentes as oportunidades de negócios que tem surgido nos últimos tempos, desta forma há quem saiba aproveitá-las e colocá-las em práticas da melhor forma possível no que é chamado de empreendedorismo.

Segundo Chiavenato (2006) apud Barrozo et. al. (2018), “empreendedor é a pessoa que inicia e/o opera um negócio para realizar uma ideia ou um projeto, pessoas assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”. Para ele um empreendedor consegue ter habilidades diferenciadas capaz de se reinventar no mercado em busca de novas possibilidades com interesse na criação de novas empresas e novos negócios visando a criatividade e a inovação.

Assim, entende-se que para ter um empreendimento de sucesso é necessário investir no que diz respeito ao capital associado a inovação de tecnologias. Barrozo et al (2018) ressalta ainda que “O empresário que é empurrado ao ramo dos negócios tem a força de enfrentar desafios no seu próprio negócio, mas tem que ter a vontade e a disposição de desenvolver o seu conhecimento para desenvolver adequados comportamentos de empreendedores bem-sucedidos”.

Um exemplo que se pode citar foi a utilização de novas tecnologias e internet para o mercado das agências de turismo. Visto que, com o avanço da Internet, a comunicação entre os fornecedores e consumidores finais tornou-se mais próxima e ágil onde, segundo Marín (2004), “foi vista por muitos fornecedores como a oportunidade de estabelecer uma comunicação mais direta com os consumidores, reduzir o custo de distribuição e a dependência dos intermediários”.

Ainda segundo a Marín (2004). “[...] o crescimento real do mercado vem acompanhado de um crescimento na capacidade operativa das agências que, aumentando sua produtividade e usando as novas tecnologias, ampliam seu mercado potencial no mundo como um todo”, uma vez que a tecnologia oferece um maior contato entre as Companhias de Viagem do mundo, em virtude da globalização. Dessa forma, os mercados são expandidos e o potencial do mercado é ampliado.

Os empreendimentos contemporâneos em tempos de crises podem ser considerados como uma válvula de escape desde que sejam feitos na medida certa, com planejamentos, que seja bem estudado e analisado, pois, um pequeno erro pode levar a danos irreparáveis.

### **2.3. instrumento de avaliação**

A partir da visão do conhecimento como diferencial competitivo para as empresas, surge um novo modelo de organização do trabalho onde se torna necessário dominar técnicas e metodologias para capturar, codificar, organizar, disponibilizar e usar o conhecimento pela organização, tanto o gerado internamente como os captados do ambiente externo. (CAMPOS 2013)

Para Trajano, (2014) o impacto tecnológico nas comunicações e as facilidades de tratamento da informação, ambos decorrentes de inovações na área digital, além de eliminarem as distancias também exigem das organizações tempos de resposta cada vez mais curtos, forçando o desenvolvimento de uma agilidade que antes não era essencial.

O diferencial competitivo de uma empresa está em seu propósito, ou seja, a razão pela qual ela existe e faz ser reconhecida da forma como faz. No entanto reconhecer esse propósito é uma das grandes dificuldades que as mesmas encontram, a começar pela necessidade de encontrar a solução para aquelas que fazem a venda de qualquer forma, uma vez que o cliente é motivado a realizar uma compra pelo coração e não pela razão, portanto ofertar vantagens e benefícios exclusivos a esses clientes fazem com que ela seja reconhecida no mercado de forma mais rápida e benéfica a empresa.

Sendo assim fica a frente aquela que consegue se destacar pela ousadia de inovar, aquela que não tem receios quando a questão é investir em ferramentas de tecnologia de ponta e que tragam de alguma forma algum retorno positivo para ela.

### **2.4. Novas tecnologias como diferencial competitivo**

Se até pouco tempo “tecnologia” estava ligada ao “know-how” ou à “forma de fazer um produto”, hoje o termo sai das fábricas e dos laboratórios para inserir-se no dia a dia das pessoas e das organizações, funcionando como verdadeiro mediador das relações sociais e possibilitando novos procedimentos e formas de organização de trabalho.

Nesta pesquisa muito já foi falado sobre a importância de as empresas investirem em novas tecnologias para estarem a frente no mercado competitivo, neste sentido observa-se que a tecnologia tem transformado a vida de muitas pessoas.

Nos tempos atuais a tecnologia tem desempenhado um papel fundamental na vida dessas pessoas onde em meio a uma Pandemia diversas empresas tiveram que parar seus serviços por conta de decretos municipais e estaduais alertando sobre aglomerações, desta forma muitas delas tiveram que se reinventar no mercado utilizando da criatividade e de ferramentas tecnológicas para que não fechassem as portas de fato a ponto de falir, o que para muitas foi um grande desafio para se adaptar nesse novo cenário de mudanças tão repentinas, neste sentindo a tecnologia se tornou uma grande aliada, principalmente no que diz respeito a saúde, entretenimento, comunicação e conexão. Desta forma a pandemia acelerou essas novas tecnologias, segundo pesquisas algumas empresas alavancaram suas vendas por conta de seu diferencial, empresas de telefonia, por exemplo, tiveram um grande faturamento, pois investiram em criatividade e inovação de aparelhos, acessórios e serviços que ajudam a minimizar os impactos do isolamento social, vale ressaltar que tão necessário quanto investir em tecnologia é colocar o cliente em primeiro lugar, visando suas necessidades e acreditando que a tecnologia pode mudar vidas.

Neste sentido é possível identificar que não somente inovar, mas sim ter um olhar diferenciado ao que ocorre no mercado, fazendo com que esse processo seja contínuo.

Kahney (2007) continua citando uma entrevista de Jobs à Business Week em 2004: “isso não significa que não temos um processo. A Apple é uma empresa muito disciplinada e temos ótimos processos. Processos fazem com que você se torne mais eficiente” DEUTSCHER (2012)

Processos de inovação que não precisam seguir um padrão pois a empresa que consegue encontrar o seu diferencial no mercado utilizando de novas tecnologias lida com mais facilidade no cenário competitivo.

No que diz respeito às novas tecnologias e seu diferencial, de fato, são inegáveis sua contribuição para uma maior integração entre as partes da organização e entre organizações, clientes, fornecedores. A criação de processos de trabalho apoiados em tecnologia que atravessam as fronteiras organizacionais representa, inclusive, avanços na direção de uma rearquitetura dos projetos organizacionais para tornar a empresa mais ágil e dar-lhe condições para acompanhar mudanças (Gonçalves, 2002).

Um exemplo específico que se pode citar é a utilização a tecnologia como vantagem competitiva em estratégias de marketing, como o processo de fidelização dos clientes.

Para o site GestãoClick (2020), as novas tecnologias podem gerar um diferencial competitivo a partir do maior controle de custos; da fácil adequação contábil e fiscal; do competente gerenciamento de estoque; do aumento da produtividade e vendas; de mais segurança para os dados empresariais; e do acesso remoto rápido às informações empresariais.

### **3. METODOLOGIA**

Nesse contexto, a presente pesquisa caracteriza-se quanto a sua tipologia sendo explicativa, com estudo de caso de abordagem qualitativa. No qual foi coletado informações para explicar o fenômeno no que se refere o contexto estudado, foi mostrado como a utilização de novas tecnologias em empreendimentos contemporâneos conseguem ter um diferencial no mercado competitivo, a realidade das empresas que investem em inovação relacionado a qualidade no atendimento, que atualmente podemos identificar que é um diferencial para as organizações que almejam se destacar no mercado competitivo e assim obter um olhar diferenciado da sociedade.

O objetivo de ter escolhido o empreendimento localizado em Belém foi com a intenção de mostrar o seu diferencial no mercado, utilizando de novas tecnologias e priorizando a excelência no bom atendimento, uma vez que se tratando de atendimento, o Brasil ocupa a 5ª pior posição no ranking de atendimento ao cliente.

Neste sentido o universo da pesquisa é o empreendimento do Shopping Boulevard onde ela possui mais duas lojas na cidade de Belém e Região Metropolitana, com aproximadamente 40



colaboradores. Como a amostra da pesquisa é o gerente de venda da empresa e 01 (um) funcionário da filial participante da pesquisa.

A escolha para esta pesquisa foi a não probabilísticas por acessibilidade ou conveniência pois a loja foi selecionada por causa de sua visibilidade no mercado, por ser uma forte candidata na concorrência em relação a inovação por conta de sua estrutura e ter fácil comunicação com o gerente e funcionários da filial.

Para realização desta pesquisa as técnicas utilizadas foram: pesquisa bibliográfica, entrevista por meio de roteiro estruturado. Outra técnica escolhida para coleta de dados foi a realização de uma entrevista para buscar a interação entre o pesquisador e o pesquisado. Foi utilizado um guia de entrevista para auxiliar o pesquisador na coleta dos dados. Que consistirá em examinar fatos obtidos. Os dados coletados durante a pesquisa foram descritos, confrontados e analisados quanto ao seu conteúdo.

Com base nisso, foi realizada uma entrevista com os gerentes e funcionários da loja escolhida no shopping Boulevard em Belém, onde será retirado informações sobre como eles utilizam das ferramentas inovadoras que possuem e como fazem seu atendimento diferenciado como visão empreendedora para obter lucratividade e fidelização dos clientes.

## **4. RESULTADOS**

As entrevistas foram realizadas no dia 05 de janeiro de 2021, no empreendimento localizado em Belém. O roteiro de entrevista continha dez perguntas abertas e foi aplicado a dois funcionários da Loja, sendo estes um gerente e um promotor de vendas.

Das entrevistas, oito perguntas foram direcionadas ao gerente do empreendimento localizado em Belém e duas ao promotor de vendas. Os tópicos a seguir contêm as respostas dos entrevistados e análise realizada a partir da percepção deles em relação ao assunto proposto.

### **4.1 Como você classificaria a relevância das novas tecnologias utilizadas pelas empresas no mercado contemporâneo?**

O gerente do empreendimento localizado em Belém pôde confirmar a importância das novas tecnologias no mercado contemporâneo destacando, principalmente, “esse período de pandemia...que veio nos ensinar outras formas e modalidades de trabalho, novas modalidades de inovar”.

Segundo Rivetti (2020), “podemos visualizar aprendizados decorrentes desse amplo impacto provocado pelo vírus, a resposta tecnológica surgiu como um elemento primordial para a contenção de prejuízos e a continuidade das atividades empresariais”.

Como exemplo, o gerente do empreendimento localizado em Belém destacou, “antes não era o foco do empreendimento localizado em Belém uma venda e-commerce através de um aplicativo de celular. Com a pandemia, tivemos que nos reinventar, fazer uma nova forma de trabalho, inventar ferramentas utilizando tecnologia para não parar de trabalhar, para não demitir pessoas”.

Neste mesmo sentido, Pedrosa (2020) destaca que muitos setores precisaram adotar inovações em grau elevado devido a pandemia. Dentre esses setores pode-se destacar a educação (os novos e diferentes formatos de educação a distância), o varejo e a logística (maior investimento em aplicativos e sites para compras on-line), assistência à saúde (grande destaque para a telemedicina) e diferentes atividades administrativas (trabalho remoto, reuniões por meio de videoconferência).

Portanto, a partir da fala do gerente verifica-se aquilo que destacou o site GestãoClick (2020), que as novas tecnologias podem gerar um diferencial competitivo. Principalmente em momentos desafiadores e que requerem mudanças, como a pandemia de Covid-19.

### **4.2 Como descreveria as novas tecnologias utilizadas pelo empreendimento localizado em Belém?**

O gerente afirmou que as novas tecnologias utilizadas pela empresa são as mais inovadoras no mercado, dando como exemplo a “última linha de lançamento, o Iphone 12”.

Além disso, o gerente deu destaque a tecnologia one-touch, onde “você pode fazer tudo através de um toque, por exemplo, através do reconhecimento facial você consegue realizar com um toque pagamentos, desbloqueio imediato de telefone”.

“A Apple proporciona um grande bem-estar para o cliente, além de agilidade na vida, onde a pessoa consegue solucionar vários problemas do dia a dia com uma tecnologia de ponta, que não trava. Um aparelho que você pode utilizar pra bater foto, sair de aplicativo, fotos de alta resolução”, destacou o gerente do empreendimento localizado em Belém.

Na fala do gerente verifica-se o grande destaque para a geração de bem-estar que as novas tecnologias podem gerar, no caso em específico, os produtos do empreendimento localizado em Belém.

Neste sentido, o site O Futuro das Coisas (2019) afirma que, “historicamente, as inovações tecnológicas geram efeitos positivos para o bem-estar, além do aumento do PIB”. E enfatiza que as novas tecnologias impactam “substancialmente a qualidade de vida das pessoas, aumentando a produtividade, gerando novos produtos e serviços e abrindo novos mercados”.

Por fim, Lorenzetti et al (2012) afirmaram que “desenvolveu-se uma cultura que vincula satisfação, segurança, dignidade e qualidade de vida ao acesso às tecnologias modernas e ao 'novo' (inovação) de cada dia”. E isto foi perceptível pela fala do entrevistado.

#### **4.3 De que forma o empreendimento localizado em Belém utiliza-se de novas tecnologias para se destacar no mercado?**

O entrevistado destacou que a empresa busca sempre acompanhar as inovações do mercado, buscando estar sempre atualizada quanto as novas tecnologias. Ele ressaltou que essa busca, por atualização e utilização de novas tecnologias é de suma importância, visto que, “pra você ter noção, faturava em média 128 milhões e, em plena pandemia, dobramos esse valor. E uma pandemia onde tínhamos pessoas enfiadas em casa, pessoas adoecendo e afins”.

Dentre os exemplos de novas tecnologias que o gerente citou na entrevista, pode-se destacar um banco de crédito próprio do empreendimento localizado em Belém, uma equipe, totalmente no formato home office, de busca de clientes, entre outros.

Neste sentido, confirma-se que a criação de processos de trabalho apoiados em tecnologia que atravessam as fronteiras organizacionais representa, inclusive, avanços na direção de uma reestruturação dos projetos organizacionais para tornar a empresa mais ágil e dar-lhe condições para acompanhar mudanças (Gonçalves, 2002).

#### **4.4 Qual a evolução da tecnologia dentro da empresa nos últimos dez anos?**

Pode-se compreender, a partir da entrevista com o gerente, que a maior evolução tecnológica dentro da empresa nos últimos anos foi a da tecnologia de comunicação e contato com os clientes. “Agora, com um único toque, podemos acessar a um App, vinculado ao whatsapp, que contém todos os dados dos nossos clientes...Além disso, com o FaceTime, mesmo distantes, podemos ter contato com nossos clientes, apresentar nossos produtos de forma visual e ter um melhor contato, quebrando a problemática do espaço/tempo gerado nesse período”, ressaltou o entrevistado (Informação verbal, 2020).

Segundo Junkes (2014), “as empresas contemporâneas se diferenciam drasticamente das empresas do século passado por vários motivos, dentre o maior deles seria as tecnologias voltadas a informação e comunicação, aplicada no meio empresarial”.

É inegável que o investimento em tecnologia é um dos maiores diferenciais no mercado, dando suporte para diversas necessidades que os empreendimentos foram apresentando no decorrer dos anos, o maior exemplo que se pode verificar é a forma como a tecnologia deu suporte neste período de pandemia.

#### **4.5 Como a empresa conseguiu manter o ritmo de vendas durante a pandemia?**



Segundo o gerente entrevistado “a empresa conseguiu se manter na pandemia inovando e pensando fora da caixinha, trabalhando muito forte com home office, utilizamos uma ferramenta de Whatsapp para a captação de novos clientes, onde o cliente pode buscar a loja que ele quer atendimento, onde ele poderia comprar no site a retirada na loja...tivemos o lançamento do cartão. Hoje, onde o cliente poderia fazer a análise de crédito dele, fazer a compra do aparelho e fazer a retirada no ‘drive through’...então o empreendimento localizado em Belém conseguiu se manter no mercado porque o empreendimento localizado em Belém não parou...ela tentou inovar, facilitar a vida do cliente, todo tempo o tempo todo”.

Nesse sentido, pode ser ressaltada a fala de Barrozo et al (2018) que “o empresário que é empurrado ao ramo dos negócios tem a força de enfrentar desafios no seu próprio negócio, mas tem que ter a vontade e a disposição de desenvolver o seu conhecimento para desenvolver adequados comportamentos de empreendedores bem-sucedidos”.

Como já analisado, verifica-se que o maior suporte para as empresas, principalmente nesse período de pandemia, foi o investimento em novas tecnologias, principalmente as voltadas para a comunicação. Entretanto, acredita-se que somente isso não foi a solução para o ritmo de vendas durante a pandemia, mas a disposição e vontade de mudar e o apoio da equipe tem sido fundamental para o enfrentamento desse período.

#### **4.6 Quais novas tecnologias dentro da empresa surgiram nesse período de crise?**

O entrevistado dá destaque ao FaceTime que, segundo ele “foi fundamental nesse período de pandemia, onde pessoas estavam reclusas nas suas residências fazendo home office...o FaceTime foi uma ferramenta de grande uso, porque ele estreitou laços, ele estreitou relacionamentos, ele ajudou muito no trabalho”.

Ainda em sua fala, o entrevistado afirma que o FaceTime auxiliou na realização de reuniões, na montagem de estratégias de negócios, entre outras possibilidades.

Nesse sentido Trajano (2014) afirma que o impacto tecnológico nas comunicações e as facilidades de tratamento da informação, ambos decorrentes de inovações na área digital, além de eliminarem as distancias também exigem das organizações tempo de resposta cada vez mais curtos, forçando o desenvolvimento de uma agilidade que antes não era essencial.

As novas tecnologias, principalmente voltadas para a comunicação, tem servido de suporte para as empresas, diminuindo distancias e fortalecendo a relação entre cliente e empresa.

### **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao desenvolver esta pesquisa destacou-se a importância das novas tecnologias como diferencial competitivo mediante as mudanças que a tecnologia e a inovação trouxeram ao mercado.

Verificou-se a necessidade de estar atento às mudanças para manter-se competitivo no mundo dos negócios, visto que, o desenvolvimento de um empreendimento é diretamente proporcional a quantidade de tecnologia que ela investe, principalmente em tempos de crises, momento o qual essas empresas precisam se reinventar para se manterem no mercado competitivo, buscando alternativas viáveis para evitar consequências como: o aumento de custos nos processos, o enfraquecimento do relacionamento com o cliente, entre outros.

A seguir apresentam-se as últimas considerações, levando em conta todos os objetivos propostos, bem como a resposta para a problemática que deu origem a essa investigação.

Com base nas informações obtidas nas entrevistas pode-se verificar que, realmente, o investimento em novas tecnologias pode gerar um diferencial competitivo e uma melhoria na posição das instituições no mercado, isso foi exemplificado no faturamento que a empresa obteve em um período atípico, o período de pandemia.

Levando em consideração a pergunta problema: De que forma a utilização das novas tecnologias nos empreendimentos contemporâneos proporciona diferencial competitivo? Pode-se compreender que

ocorre a partir do estreitamento de laços entre a empresa e o cliente, a facilidade de aproximação, as funcionalidades que as novas tecnologias ofertam para o dia a dia e a geração de bem-estar do cliente.

Por fim, de acordo com o trabalho realizado, conclui-se que o objetivo geral e específicos foram alcançados, bem como a pergunta problema foi respondida. Além de tudo isso, o trabalho proporcionou compreender como, na prática, as novas tecnologias influenciam no diferencial competitivo das empresas, abrindo caminhos para se “pensar fora da caixinha” e buscar novas alternativas para alcançar os clientes e melhor ofertar os produtos e serviços.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOWAY, R. Desigualdade e limites deveriam estar no centro da Rio+20. Estudos Avançados, São Paulo. 2012.

BALARINE, Oscar Fernando Osorio. Tecnologia da Informação como Vantagem Competitiva. RAE eletrônica. 2002.

BARROZO, D. et al. Uma nova oportunidade de negócio através do empreendedorismo sustentável: estudo de caso da empresa riquezas da Amazônia. Belém, PA 2018.

CAMPOS, Daniel França. As novas tecnologias nas empresas. 2013.

<https://administradores.com.br/artigos/tecnologia-nas-empresas>. Acesso em 25/05/2020.

DELIVERY MUCH. Tecnologia e alimentação: como aproveitar a combinação no empreendedorismo, em 2019. Disponível em < <https://blog.deliverymuch.com.br/tecnologia-e-alimentacao/>> Acesso em 28/05/2020.

DEUTSCHER, J. et al. Plano de negócios. [S.l.]: Virtual Book, 2012. Disponível em:

<https://play.google.com/store/books/details?id=DySHCgAAQBAJ>. Acessado em 28/05/2020 cap. 5.

GONÇALVES, Fernando. Relações Públicas e as novas tecnologias: solução ou dilema? In: Freitas, Ricardo e Lucas, Luciane (org.) Desafios contemporâneos em Comunicação. São Paulo: Summus, 2002.

GONÇALVES, Carlos Alberto. O que é inovação tecnológica. [S.l.]: Virtual Book, 2018. Disponível em: <https://play.google.com/store/books/details?id=h02jDwAAQBAJ>. Acessado em 27/05/2020.

JUNKES, Guilherme da Silva. Evolução da Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e seus benefícios para as empresas. Trabalho de Conclusão de Curso. Criciúma. 2014.

KAHNEY, Leander. A cabeça de Steve Jobs. Negócios. 2007.

KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. 9 ed. São Paulo. Prentice Hall. 2003.

LORENZETTI, Jorge. TRINDADE, Leticia de Lima. PIRES, Denise Elvira Pires de. RAMOS, Flávia Regina Souza. Tecnologia, inovação tecnológica e saúde: uma reflexão necessária. Disponível em <[https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-07072012000200023](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-07072012000200023)> Acesso em 02 de janeiro de 2021.

MARÍN, Aitor. Tecnologia da Informação nas Agências de Viagens: Em Busca da Produtividade e do Valor Agregado. Editora Aleph. 1 ed.. São Paulo, 2004.

O FUTURO DAS COISAS. Inteligência artificial, automação e o bem-estar das pessoas. 2019. Disponível em < <https://ofuturodascoisas.com/inteligencia-artificial-automacao-e-o-bem-estar-das-pessoas/>> Acesso em 26/05/2020.

PEDROSO, Marcelo Caldeira. Estratégia de inovação em tempos de pandemia. Jornal da USP. Disponível em < <https://jornal.usp.br/artigos/estrategia-de-inovacao-em-tempos-de-pandemia/>> Acesso em 6 de janeiro de 2021.

PNUD, Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. Destaques Relatório de Desenvolvimento Humano 2001. Disponível em <<http://www.pnud.org.br/hdr/hdr2001/P-1.pdf>>. Acesso em: 20 de dezembro de 2020.

RIVETTI, Andrea. A importância da tecnologia e mobilidade em tempos de pandemia. Disponível em <<https://cio.com.br/gestao/a-importancia-da-tecnologia-e-mobilidade-em-tempos-de-pandemia/>> Acesso em 06 de janeiro de 2021.

SACILOTTI, Adaní Cusin. A importância da tecnologia da informação nas micro e pequenas empresas: um estudo exploratório na região de Jundiaí. Dissertação de Mestrado. Campo Limpo Paulista. 2011.

TRAJANO, Fred. Ele chegou lá “fazendo medo”. 2014. Disponível em < <https://epocanegocios.globo.com/Informacao/Visao/noticia/2014/03/ele-chegou-la-fazendo-medo.html>> Acesso em 28 de dezembro de 2020.

WARD, T. DAGGER, T. The complexity of Relationship Marketing for Service Customers Bribane. Journal of Services Marketing. 2007.

WOODRUFF, R. B. Customer value: the next source of competitive advantage. Journal of Academy of Marketing Science, Coral Gables, v. 25, n. 2, spring 1997, p. 142.

Recebido em: 19/04/2021

Aceito em: 20/05/2021

Endereço para correspondência:

Nome: Marília Matos Monteiro Gonçalves Ferreira

Email: mariliazinha@hotmail.com



Esta obra está licenciada sob uma [Licença Creative Commons Attribution 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)