

XV Congresso Fluminense de Iniciação Científica e Tecnológica

28º

Encontro de Iniciação Científica da UENF

20º

Circuito de Iniciação Científica do IFFluminense

16º

Jornada de Iniciação Científica da UFF



UIII Congresso Fluminense de Pós-Graduação

23ª

Mostra de Pós-Graduação da UENF

8ª

Mostra de Pós-Graduação do IFFluminense

8ª

Mostra de Pós-Graduação da UFF

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NO VAREJO: Uma análise de maturidade no setor da moda em Campos dos Goytacazes/RJ

Júlia Soares Corrêa Manhães, Ítalo Trindade Rosário Pessanha, Pompílio Guimarães Reis Filho

Introdução: A atividade comercial em Campos dos Goytacazes tem grande importância na balança econômica e social no município. Segundo dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), em 2020, o comércio varejista e o atacadista representaram quase a metade dos estabelecimentos no município, com destaque para o comércio varejista e atacadista de vestuário e calçados, que representam 16% desse total. Neste contexto, o setor da moda tem vivenciado mudanças significativas em decorrência da Transformação Digital (TD), o que vem alterando a forma como as empresas atuam e os consumidores interagem com o mercado. **Objetivo:** Este trabalho tem como objetivo entender o estágio de maturidade na transformação digital das empresas do setor da moda em Campos dos Goytacazes, especificamente naquelas que ocupam a etapa de comercialização da cadeia produtiva. **Metodologia:** Para tal, será realizada uma pesquisa do tipo *survey* utilizando como base o modelo “Maturidade Digital das PMEs Brasileiras” elaborado pela Agência Brasileira do Desenvolvimento Industrial. Este modelo permite a mensuração do grau de implementação de um conjunto de 25 boas práticas digitais e da utilização de tecnologias habilitadoras ao processo de transformação digital. Para definição do universo da pesquisa, adotou-se como moda as atividades de vestuário, calçados, acessórios, joalheria e bijuteria, tecidos e aviamentos, e cosméticos e perfumaria. **Resultados:** Os achados preliminares apontam que a dimensão “Estabelecer novas formas de competição” apresenta o menor nível de implementação entre as boas práticas analisadas. Além disso, foi observado que a tecnologia habilitadora “Uso de e-learning para qualificação da equipe” foi a menos implementada e que a principal dificuldade para a TD nas empresas foi a falta de recursos para investir na transformação digital. **Discussão:** Pesquisas recentes mostram vários benefícios da transformação digital para as PMEs, como o aumento da competitividade, maior eficiência, melhoria na comunicação, acesso a novos mercados e melhoria na experiência do cliente. No entanto, para que a empresa esteja qualificada à construção de estratégias para usufruir desses benefícios, é necessário que seja monitorado, a partir de um modelo de maturidade, seu estágio nessa jornada digital. **Conclusões:** Ao final do projeto de pesquisa, espera-se construir um retrato da transformação digital no setor varejista de moda em Campos dos Goytacazes. Com base na avaliação da maturidade digital, serão identificadas oportunidades de melhoria para as PMEs, além de serem feitas recomendações de tecnologias e práticas que podem ser implementadas para preencher as lacunas identificadas.

Instituição do Programa de IC, IT ou PG: Institutos Superiores de Ensino do CENSA (ISECENSA)

Eixo temático: Mais Ciência

Fomento da bolsa (quando aplicável): Mais Ciência/PMCG

ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO:



APOIO:



XV Congresso Fluminense de Iniciação Científica e Tecnológica

28º
Encontro de Iniciação Científica da UENF

20º
Circuito de Iniciação Científica do IFFluminense

16ª
Jornada de Iniciação Científica da UFF



UIII Congresso Fluminense de Pós-Graduação

23ª
Mostra de Pós-Graduação da UENF

8ª
Mostra de Pós-Graduação do IFFluminense

8ª
Mostra de Pós-Graduação da UFF

DIGITAL TRANSFORMATION IN RETAIL: A maturity analysis in the fashion sector in Campos dos Goytacazes/RJ

Júlia Soares Corrêa Manhães, Ítalo Trindade Rosário Pessanha, Pompílio Guimarães Reis Filho

Introduction: The commercial activity in Campos dos Goytacazes is of great importance in the economic and social balance of the municipality. According to data from the Annual Social Information List (RAIS), in 2020, retail and wholesale trade accounted for almost half of the establishments in the municipality, with emphasis on retail and wholesale trade in clothing and footwear, which accounted for 16% of this total. In this context, the fashion sector has experienced significant changes as a result of digital transformation, which has been changing the way companies operate and consumers interact with the market. **Objective:** This work aims to understand the stage of maturity in the digital transformation of companies in the fashion sector in Campos dos Goytacazes, specifically those who occupy the commercialization stage of the production chain. **Methodology:** To this end, a survey-type research will be carried out using as a basis the model “Digital Maturity of Brazilian SMEs” prepared by the Brazilian Agency for Industrial Development. This model allows measuring the degree of implementation of a set of 25 good digital practices and the use of enabling technologies in the digital transformation process. To define the research universe, the activities of clothing, footwear, accessories, jewelry, costume jewelry, fabrics and accessories, cosmetics and perfumery were adopted as fashion. **Results:** Preliminary findings indicate that the dimension “Establishing new forms of competition” has the lowest level of implementation among the analyzed good practices. In addition, it was observed that the enabling technology “Use of e-learning for team qualification” was the least implemented and that the main difficulty for DT in companies was the lack of resources to invest in digital transformation. **Discussion:** Recent research shows several benefits of digital transformation for SMEs, such as increased competitiveness, greater efficiency, improved communication, access to new markets and improved customer experience. However, for the company to be qualified to build strategies to enjoy these benefits, it is necessary to monitor, from a maturity model, its stage in this digital journey. **Conclusions:** At the end of the research project, it is expected to build a picture of the digital transformation in the fashion retail sector in Campos dos Goytacazes. Based on the digital maturity assessment, opportunities for improvement for SMEs will be identified, in addition to recommendations on technologies and practices that can be implemented to fill the identified gaps.

Institution of the CI, IT or PG Program: Institutos Superiores de Ensino do CENSA (ISECENSA)

Thematic axis: Mais Ciência

Scholarship promotion (when applicable): Mais Ciência/PMCG

ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO:



APOIO:

