

ANAIS

SIMPAD

Simpósio Administrar

v. 1, n. 1, 2021



INSTITUTO FEDERAL

Piauí

Campus São Raimundo Nonato

S612a Simpósio Administrar (1. : 2021: São Raimundo Nonato, PI)
Simpósio administrar [recurso eletrônico]: 2º SIMPAD IFPI, São Raimundo Nonato, 01 e 02 de dezembro de 2020. / Organização Isabela de Sousa Brito ... [et al.]. – São Raimundo Nonato: IFPI, 2021.

1º edição dos Anais do Simpósio Administrar do Instituto Federal do Piauí, Campus São Raimundo Nonato sob Coordenação de Isabela de Sousa Brito.

Modo de acesso: World Wide Web.

1. Recursos Humanos - Anais. 2. Gestão de processos. 3. Desenvolvimento sustentável. I. Título

CDD – 658.3

Ficha catalográfica: Josué de Moura Costa (Bibliotecário) – CRB3/1130

ANAIS
Simpósio Administrar - SIMPAD

Comissão Organizadora:

Angelis Oliveira Ferreira
Crisoleide Silva de Melo
Daniela dos Santos Rêgo
Domingos Cardoso de Carvalho
Isabela de Sousa Brito (Coordenadora)

Comissão Científica:

Angelis Oliveira Ferreira
Crisoleide Silva de Melo
Daniela dos Santos Rêgo
Domingos Cardoso de Carvalho
Isabela de Sousa Brito

Apoio Técnico:

Josué de Moura Costa

Arte (Capa):

Fernando José Sousa da Silva

Edição:

Crisoleide Silva de Melo
Isabela de Sousa Brito
João Maria Fernandes

SUMÁRIO

ANÁLISE DOS PROCEDIMENTOS DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO NO PERÍODO DA PANDEMIA DA COVID-19	6
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: PROMOÇÃO À IGUALDADE DE GÊNERO NA AGRICULTURA FAMILIAR	10
DISTANCIAMENTO SOCIAL COMO DESENCADEADOR DA REENGENHARIANO PROCESSO DE VENDAS	16
INOVAÇÃO NOS PROCESSOS DE NEGÓCIOS NO COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS NÃO ESSENCIAIS NA PANDEMIA DO COVID-19 NO ESTADO DE PERNAMBUCO	20



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
– IFPI
CAMPUS SÃO RAIMUNDO NONATO**

**ANÁLISE DOS PROCEDIMENTOS DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO NO
PERÍODO DA PANDEMIA DA COVID-19**

Florisvaldo Cunha Cavalcante Júnior

Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE

junior.ccavalcante@yahoo.com.br

Herrisson Queiroz Neto

Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE

queiroz.contabil@hotmail.com

Tânia Nobre Gonçalves Ferreira Amorim

Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE

tania.nobre@yahoo.com.br

RESUMO

Após a pandemia da Covid-19, os departamentos de recursos humanos das organizações nunca mais serão os mesmos. Essa nova realidade trouxe muitos desafios e aprendizados, sobretudo, no tocante ao uso das Tecnologias da Informação nos processos seletivos. Com as políticas de isolamento, o *home office* e a desaceleração da economia, a área de recrutamento e seleção acabou sendo uma das mais afetadas pela pandemia, que vem mudando como as organizações têm planejado e realizado seus processos seletivos (FERRACCIU, 2020). Para Half (2020), o isolamento social trouxe novas demandas e preocupações, tanto para quem busca uma oportunidade de emprego ou transição de carreira como para quem trabalha recrutando esses candidatos. Devido às regras de distanciamento social, mais empresas estão realizando entrevistas de emprego por vídeo. Embora não seja um conceito novo, significa que os recrutadores devem se habituar com a tecnologia e modificar seus processos, se adequando à nova realidade (HALF, 2020). Nesse contexto, o presente estudo tem como objetivo geral analisar os procedimentos de recrutamento e seleção durante a pandemia da covid-19. No tocante aos procedimentos metodológicos, a pesquisa se classifica como qualitativa, com abordagem exploratória. A coleta de dados foi realizada no site LinkedIn®, com vagas apenas no Estado de Pernambuco, no período de março a agosto de 2020. A princípio, observou-se que no tocante às regras exigidas, elas são praticamente as mesmas, ou seja, o candidato deve ser o mais formal possível, como se estivesse em uma entrevista presencial. No tocante aos meios, a videoentrevista prevaleceu durante o período estudado. Em relação às ferramentas utilizadas, destacam-se *Google Meet*, *Microsoft Teams*, *Skype* e o *Zoom*, sendo que o *Google Meet* foi a mais utilizada. Identificou-se, também, que as entrevistas foram realizadas de duas formas: solicitação de vídeos gravados pelo recrutador e realização da videoentrevista em tempo real, sendo que essa última foi a mais recorrente. No entanto, o processo seletivo 100% *online*, na visão de Maffia (2020), trouxe alguns benefícios. O primeiro é que um processo seletivo on-line se torna mais inclusivo e



democrático a partir do momento em que candidatos de outras cidades não precisam se deslocar para cada etapa. Outro ponto, é que a organização reduz bastante os seus custos com materiais, logística de candidatos e de colaboradores em cada etapa do processo. Portanto, conclui-se que nos últimos anos, agregar tecnologia aos Recursos Humanos era considerado uma tendência, nos últimos meses, tornou-se uma necessidade.

Palavras-chave: covid-19; entrevista; recursos humanos.

ABSTRACT

After the Covid-19 pandemic, organizations' human resources departments will never be the same again. This new reality brought many challenges and learning, especially with regard to the use of Information Technologies in selection processes. With the isolation policies, the home office and the economic slowdown, the recruitment and selection area ended up being one of the most affected by the Coronavirus pandemic, which has been changing how organizations have planned and carried out their selection processes (FERRACCIU, 2020). For Half (2020), social isolation brought new demands and concerns, both for those looking for a job opportunity or career transition and for those who work recruiting these candidates. Due to social distancing rules, more companies are conducting video job interviews. Although it is not a new concept, it means that recruiters must get used to technology and modify their processes, adapting to the new reality (HALF, 2020). In this context, the present study aims to analyze the recruitment and selection procedures during the Covid-19 pandemic. Regarding the methodological procedures, the research is classified as qualitative, with an exploratory approach. Data collection was carried out on the LinkedIn® website, with vacancies within the State of Pernambuco, from March to August 2020. At first, it was observed that as far as the required rules are concerned, they are practically the same, that is, the candidate must be as formal as possible, as if it were in person. Regarding the means, the video interview prevailed during the period studied. Regarding the tools used, Google Meet, Microsoft Teams, Skype and Zoom stood out, with Google Meet being the most used. It was also identified that the interviews were conducted in two ways: requesting videos recorded by the recruiter and conducting the video interview in real time, the latter being the most recurrent. However, the 100% online selection process, according to Maffia (2020), brought some benefits. The first is that an online selection process becomes more inclusive and democratic from the moment that candidates from other cities do not need to travel for home stages. Another point is that the organization significantly reduces its costs with materials, logistics of candidates and employees at each stage of the process. Therefore, it is concluded that in recent years, adding technology to Human Resources was considered a trend, in recent months, it has become a necessity.

Key-words: covid-19; interview; human resources.



REFERÊNCIAS

FERRACCIU, Stefanie. Coronavírus e o futuro do recrutamento e seleção. *In: Blog gupy*. [S.l.], 11 jun. 2020. Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/futuro-do-recrutamento-e-selecao>. Acesso em 23 out. 2020.

HALF, Robert. Como a COVID-19 afetará o recrutamento e seleção de pessoas? *In: Robert Half Blog*. [S.l.], 10 ago. 2020. Disponível em: <https://www.roberthalf.com.br/blog/tendencias/como-covid-19-afetara-o-recrutamento-e-selecao-de-pessoas-rc>. Acesso em: 21 out. 2020.

LINKEDIN. **Vagas:** quem está contratando. c2020. Disponível em: <https://br.linkedin.com/jobs/vagas>. Acesso em 23 out. 2020.

MAFFIA, Juliana. Processo seletivo 100% online em tempos de covid-19: é possível?. **Startupi**, 2020. Disponível em: <https://startupi.com.br/2020/04/processo-seletivo-100-online-em-tempos-de-covid-19-e-possivel/>. Acesso em: 20 out. 2020.



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ –
IFPI
CAMPUS SÃO RAIMUNDO NONATO**

**DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: PROMOÇÃO À IGUALDADE DE
GÊNERO NA AGRICULTURA FAMILIAR**

Melquesedec Soares Magalhães

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí – IFPI/SJP
melksoaresmagalhaes7007@gmail.com

Crisoleide Silva de Melo

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí – IFPI/SRN
crisoleide.melo@ifpi.edu.br

Clarisse Amorim Barroso Silva

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí – IFPI/SJP
clarissebarroso@outlook.com.br

Giovanna Vieira Maia

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí – IFPI/SJP
giovanan.vieira1805@gmail.com

RESUMO

A agricultura familiar é um segmento de reconhecida importância no processo de desenvolvimento rural sustentável no Brasil. Sabe-se que as mulheres exercem participação na agricultura familiar desde os tempos remotos, mas a sua força de trabalho, até então, não atingiu o merecido valor social. Nesse contexto, ainda predomina a visão de que os homens são quem de fato trabalham; as mulheres apenas “ajudam”. A finalidade dessa pesquisa foi analisar a carga horária de trabalho entre homens e mulheres, como incentivo à igualdade de gênero para o fortalecimento da agricultura familiar/desenvolvimento sustentável em São João do Piauí-PI. Este estudo se configura em uma pesquisa aplicada, e como procedimento foi realizado um estudo de caso, direcionado por uma abordagem qualitativa, do tipo descritivo e exploratório. Foram utilizados métodos observacionais, interacionais, ferramenta “uso de tempo”, além de registros fotográficos e audiovisuais. Na unidade agrícola familiar investigada, buscou-se identificar as principais atividades desenvolvidas pela família, que foram: trabalho agrícola, trabalho doméstico, comercialização, trabalho remunerado (fora da unidade agrícola), estudo, sono, lazer, higiene pessoal e alimentação. As atividades foram identificadas ao passo que os agricultores descreveram sua rotina diária. A pesquisa envolveu os sete dias da semana na composição da jornada total de horas e as respectivas atividades desenvolvidas ao longo desse tempo, por cada agricultor. O resultado da investigação mostrou que o trabalho doméstico, não remunerado, é desenvolvido apenas pelo gênero feminino. Além do mais, a mulher, em sua jornada de trabalho, ainda desenvolve outras atividades, como o trabalho agrícola e o trabalho remunerado (fora da unidade agrícola familiar). Portanto, o gênero feminino exerce uma tripla jornada de trabalho. Por fim, a construção de



indicadores de uso do tempo, associado à relação de gênero, contribuiu com a valorização da mulher e com o desenvolvimento sustentável da agricultura familiar, ao passo que passou a apoiar a tomada de decisão de representantes da classe ruralista feminina, assim como subsidiar políticas públicas promotoras de igualdade de gênero.

Palavras-chave: agricultura familiar; igualdade de gênero; desenvolvimento sustentável.

ABSTRACT

Family farming is a segment of recognized importance in the process of sustainable rural development in Brazil. It is known that women are involved in family farming in these remote times, but their workforce, until then, has not yet achieved the deserved social value. In this context, the view that men are the ones who actually work still prevails; women just “help”. The purpose of this research was the analysis of the workload between men and women, as an incentive to gender equality for the strengthening of family agriculture / sustainable development in São João do Piauí-PI. The research had its nature applied and as the procedure a case study was conducted, guided by a qualitative approach, of the descriptive and exploratory type. Observational, interactional methods, a "use of time" tool, as well as photographic and audiovisual records were used. In the investigated family agricultural unit, we sought to identify the main activities developed by the family, which were: agricultural work, domestic work, commercialization, paid work (outside the agricultural unit), study, sleep, leisure, personal hygiene and food. The activities were identified as users described their daily routine. The research involved the seven days of the week, in the composition of the total hours, and the activities developed over that time, by each farmer. The result of this scientific research showed that domestic work, unpaid, is developed only by the female gender. In addition, the woman in her workday still develop other activities such as: agricultural work and paid work (outside the family agricultural unit). Therefore, the female gender has a triple workday. Finally, the construction of indicators of time use associated with the gender relationship, contributed to the valorization of women and the sustainable development of family farming, while it started to support the decision-making of representatives of the female ruralist class, as well as how to subsidize public policies that promote gender equality.

Key-words: family farming; gender equality; sustainable development.

REFERÊNCIAS

BANDEIRA, Lourdes Maria; PRETURLAN, Renata Barreto. As pesquisas sobre uso do tempo e a promoção da igualdade de gênero no Brasil. *In*: FONTOURA, Natália; ARAÚJO, Clara (org.). **Uso do tempo e gênero**. Rio de Janeiro: UERJ, 2016. p. 43-60.

BARAJAS, Maria de la Paz. Avanços na América Latina na medição e valoração do trabalho não remunerado realizado pelas mulheres. *In*: FONTOURA, Natália; ARAÚJO, Clara (org.). **Uso do tempo e gênero**. Rio de Janeiro: UERJ, 2016. p. 21-42.

BERNARDES SILVA, Gabriela; DE PAULA PONTES MENDES, Estevane. As relações de gênero na agricultura familiar: a comunidade Ribeirão no município de Catalão (GO). *In*: NEVES, Adriana Freitas; FERREIRA, Idelvone Mendes; PAULA, Maria Helena de; ANJOS, Petrus Henrique Ribeiro dos (org.). **Coletânea Interdisciplinar em Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação: estudos ambientais, território e movimentos sociais**. São Paulo, Blucher, 2015. p. 229-240. 1 v.

BHATTACHARYA, Debapriya; KHAN, Towfiqul Islam; SALMA, Umme. A commentary on the final outcome document of the Open Working Group on SDGs. **SAIS Review of International Affairs**, Baltimore, v. 34, n. 2, p. 165-177, 2014.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues; BORGES, Maristela Correia. **A pesquisa participante: um momento de educação popular**. Rio de Janeiro: UFRRJ, 2007. (Cartão de divulgação da agenda do Programa de Formação Continuada em Educação, Saúde e Cultura Populares).

BRASIL. Presidência da República. **Lei 11.326, de 24 de julho de 2006**. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Brasília: Presidência da República/Subchefia para Assuntos Jurídicos, 2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/11326.htm. Acesso em: 20 jun. 2020.

DEPONTI, Cidonea Machado; ECKERT, Córdula; AZAMBUJA, José Luiz Bortoli de. Estratégia para construção de indicadores para avaliação da sustentabilidade e monitoramento de sistemas. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, Porto Alegre, ano 3, v. 3, n. 4, p. 44-52, 2002.

FONSECA, Jairo Simon da; MARTINS, Gilberto Andrade. **Curso de estatística**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FONTOURA, Natália; ARAÚJO, Clara (org.). **Uso do tempo e gênero**. Rio de Janeiro: UERJ, 2016.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. 20. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo**

agropecuário 2006. Tabela 1118 – número de estabelecimentos agropecuários com produção no ano e valor da produção no ano por tipo de produção e agricultura familiar. Rio de Janeiro: IBGE, 2006. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/1118#resultado>. Acesso em: 07 set. 2018.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estatísticas de gênero:** indicadores sociais das mulheres no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2018a. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101551_informativo.pdf. Acesso em: 07 set. 2018.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Objetivos de desenvolvimento sustentável.** Rio de Janeiro: IBGE, 2018b. Disponível em: <https://indicadoresods.ibge.gov.br/objetivo5/indicador541>. Acesso em: 20 set. 2018.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo 2010.** População. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/gurinhem/panorama>. Acesso em: 07 set. 2018.

MELO, Crisoleide Silva de. **Processo de revitalização da produção familiar de batata no Território do Polo da Borborema-PB:** um estudo de caso. 2015. 116f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa-PB, 2015.

MELO, Hildete Pereira de; THOMÉ, Débora. **Mulheres e poder:** histórias, ideias e indicadores. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2018.

MENASCHE, Renata; TORRENS, João Carlos Sampaio; ESCHER, Maria Salete; BARGUIL, Silvia Regina (coord.). **Gênero e agricultura familiar:** cotidiano de vida e trabalho na produção de leite. Curitiba: DESER/CEMTR, 1996. 97 p.

NOBRE, Miriam. Relações de gênero e agricultura familiar. *In:* NOBRE, Miriam; FARIA, Nalu; SILVEIRA, Maria Lúcia (org.). **Feminismo e luta das mulheres** – análises e debates. São Paulo: SOF - Sempreviva Organização Feminista, 2005. p. 39-50.

PICOLOTTO, Everton Lazzaretti. Reconhecimento da agricultura familiar e as disputas pela classe média rural. **Revista Espaço Acadêmico**, Maringá, v. 11, n. 128, p. 158-167, 2012.

PLATAFORMA PORTUGUESA PARA OS DIREITOS DAS MULHERES - PPDM. **Localização dos objetivos de desenvolvimento sustentável numa perspectiva de gênero.** Lisboa: PPDM, 2017. Disponível em: <http://plataformamulheres.org.pt/wp-content/ficheiros/2017/03/primeira-brochura-final.pdf>. Acesso em: 20 set. 2018.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico:** métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SCOTT, Joan. **Gênero:** uma categoria útil de análise histórica. Tradução: Christine Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila. 2. ed. Recife, S.O.S CORPO, 1995. Texto original: Gender: a useful category of historical analyses. New York: Columbia University Press, 1989. Disponível em:

https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/185058/mod_resource/content/2/G%C3%AAnero-Joan%20Scott.pdf. Acesso em: 20 set. 2018.

SILVA, Carolina Braz Castilho Silva; SCHNEIDER, Sergio. Gênero, trabalho rural e pluriatividade. *In*: SCOTT, Parry; CORDEIRO, Rosineide; MENEZES, Menezes (org.). **Gênero e geração em contextos rurais**. Ilha de Santa Catarina: Ed. Mulheres, 2010. p. 183-207.

SOUSA, Luana Passos de; GUEDES, Dyeggo Rocha. A desigual divisão sexual do trabalho: um olhar sobre a última década. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 30, n. 87, p. 123-139, maio/ago. 2016.

TORRES, Iraildes Caldas; RODRIGUES, Luana Mesquita. O trabalho das mulheres no sistema produtivo da várzea amazônica. *In*: SCOTT, Parry; CORDEIRO, Rosineide; MENEZES, Menezes (org.). **Gênero e geração em contextos rurais**. Ilha de Santa Catarina: Ed. Mulheres, 2010. p. 233-252.



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ –
IFPI
CAMPUS SÃO RAIMUNDO NONATO**

**DISTANCIAMENTO SOCIAL COMO DESENCADEADOR DA REENGENHARIA
NO PROCESSO DE VENDAS**

Joiciane Rodrigues de Sousa
Universidade Federal do Piauí – UFPI
joicianerodrigues@ufpi.edu.br

RESUMO

A conjuntura atual ocasionada pela covid-19 trouxe desafios para várias vertentes da sociedade, dentre elas se destacam as operações empresariais, uma vez que levou à imprevisibilidade do futuro, dificultando a tomada de decisão dos gestores. Nesse sentido, a busca pela sustentabilidade fez com que as organizações adaptassem suas estruturas a fim de continuar atendendo aos anseios do seu público-alvo e na busca por um desempenho satisfatório. Sendo assim, para que continuassem ativas, foi necessário que se reinventassem constantemente, contudo, de acordo com a pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgada em julho de 2020, mostrou que um quantitativo de 716.000 empresas estava com suas atividades suspensas ou encerradas em razão dessa crise sanitária. Posto isso, este trabalho teve como problemática: “Qual o impacto do distanciamento social na estruturação dos processos produtivos das corporações?”. Logo, o objetivo geral foi analisar as readaptações ocorridas no processo de venda em uma empresa do segmento de ótica e joalheria; e os objetivos específicos foram identificar as mudanças implantadas, verificar as dificuldades enfrentadas e compreender os benefícios gerados. O estudo teve uma abordagem qualitativa, com fins exploratório e descritivo, realizado em uma empresa no interior do Piauí, através de entrevista, utilizando-se de roteiro semiestruturado com o gerente geral. Foi possível perceber que a empresa era quase inativa em redes sociais como o WhatsApp e Instagram, sua prioridade maior era o atendimento na loja física. Entretanto, diante do contexto encarado em função da pandemia, tornou-se necessário inserir-se no ambiente virtual. Diante disso, os funcionários enfrentaram dificuldades na nova realidade de trabalho, uma vez que exigiu outra abordagem de atendimento, no qual o entrevistado afirmou que os clientes costumam ser mais ansiosos e exigentes nesses espaços virtuais. Com isso, precisavam atuar de forma cuidadosa e prestativa, e, de certa maneira, manual e repetitiva (respondendo *directs*, enviando fotos dos produtos, organizando *posts*, fazendo as postagens etc.). O entrevistado apontou que a empresa já possuía a cultura de realizar treinamentos periódicos, e essa foi uma oportunidade de direcioná-los para a aprendizagem do uso de ferramentas tecnológicas, já que nunca haviam feito treinamentos voltados para essa temática. Sendo assim, apesar dos pontos negativos, pôde-se também observar benefícios, em que, após o uso das redes sociais, houve mês que alcançou 12% a mais de vendas em relação ao mesmo mês do ano anterior, realizadas somente na loja física. O entrevistado destacou mais, que não havia a preocupação com o pós-venda, todavia, com o formato de vendas virtual, sentiu-se a necessidade de implantá-lo para compreender o sentimento dos seus consumidores. Portanto, notou-se que o uso de recursos tecnológicos foi

intensificado com o distanciamento social, e as organizações puderam obter aprendizados, e além disso, aquelas que souberem aproveitar as possibilidades desse novo nicho tecnológico, terão crescimento, aumento de lucratividade e competitividade. Constata-se, ainda, que possivelmente esse comportamento de comércio virtual tenderá a permanecer como um hábito de compras *on-line*. Desse modo, infere-se que a não adesão a esse ambiente pode levar ao risco de perda de fatia de mercado para a concorrência, perfazendo na relevância de implantar a reengenharia nos processos de vendas.

Palavras-chave: processo de vendas; distanciamento social; impactos; reengenharia.

ABSTRACT

The current situation caused by Covid-19 has brought challenges to various aspects of society, among which business operations stand out, since it has conducted to the unpredictability of the future, making it difficult for managers to make decisions. In this sense, the search for sustainability has led organizations to adapt their structures in order to continue meeting the desires of their target audience and obtaining satisfactory performance. Therefore, in order to remain active, it was necessary to constantly reinvent themselves, however, according to a survey carried out by the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE) released in July 2020, it showed that a number of 716,000 companies had their activities suspended or closed due to this health crisis. That said, this work had the following problems: "What is the impact of social distance in the structuring of the corporations' productive processes?". Therefore, the general objective was to analyze the readjustments that occurred in the sales process in a company in the optics and jewelry segment; and the specific objectives were to identify the changes implemented, verify the difficulties faced and understand the benefits generated. The study had a qualitative approach, with exploratory and descriptive purposes, carried out in a company in the interior of Piauí, through an interview using a semi-structured script with the general manager. It was possible to notice that the company was almost inactive on social networks such as WhatsApp and Instagram, its highest priority was to attend the physical store, however, given the context faced due to the pandemic, it became necessary to insert it into the virtual environment. In view of this, employees faced difficulties in the new work reality, since it required another service approach, in which the interviewee stated that customers tend to be more anxious and demanding in this space. With that, they needed to act in a careful and helpful way, and in a certain way, manual and repetitive (answering directs, sending photos of products, organizing posts, making posts etc.). However, he pointed out that the company already had the culture of conducting periodic training, and this was an opportunity to direct them to learn how to use technological tools, given that they had never been trained on this topic. Thus, despite the negative points, he was also able to observe benefits, in which he had a month after using social networks, with 12% more sales compared to the same month of the previous year, which was carried out only in the physical store. The interviewee further emphasized that he was not concerned with after-sales, however with the virtual sales format, he felt the need to implement it to understand the feelings of his consumers. Therefore, it was noted that the use of technological resources was intensified with social distance and, organizations will be able to learn, in addition, those that know how to take advantage of the possibilities will have growth, increased profitability and competitiveness. It is also noted that possibly the buying behavior will tend to remain with the habit of online shopping, thus, it is inferred that the non-adherence to this environment can lead to the risk of loss of market share to the competition, making up for the relevance of implementing reengineering in sales processes.

Key-words: sales process; social distancing; impacts; reengineering.

REFERÊNCIAS

CASTRO, Beatriz Leite Gustmann de *et al.* COVID-19 e organizações: estratégias de enfrentamento para redução de impactos. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, Florianópolis, v. 20, n. 3, p. 1059-1063, 2020.

CSILLAG, João Mário; PEREIRA, Suzana Carla Farias; DUARTE, André Luís de Castro Moura. “Re-visitando” o conceito de reengenharia: o caso Aventis Pharma. *In*: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD–ENANPAD, 26., 2002, Salvador - BA. **Anais [...]**. Salvador: ANPAD, 2002. p. 1-15.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

NERY, Carmen. Pandemia foi responsável pelo fechamento de 4 em cada 10 empresas com atividades encerradas. **Agência IBGE Notícias**, Rio de Janeiro, 17 jul. 2020. Séries Especiais. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/28295-pandemia-foi-responsavel-pelo-fechamento-de-4-em-cada-10-empresas-com-atividades-encerradas>. Acesso em: 20 ago. 2020.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas - S.A., 2012.

SANTOS, Elaine Maria dos; FERREIRA, Thiago Spiri; RONCON, Aleksander. Gestão em tempos de Pandemia: (re) invenção das empresas na percepção de estudantes do curso de administração. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 6, n. 7, p. 52797-52810, 2020.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ –
IFPI
CAMPUS SÃO RAIMUNDO NONATO**

**INOVAÇÃO NOS PROCESSOS DE NEGÓCIOS NO COMÉRCIO VAREJISTA DE
PRODUTOS NÃO ESSENCIAIS NA PANDEMIA DO COVID-19 NO ESTADO DE
PERNAMBUCO**

Herrisson Queiroz Neto

Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE

queiroz.contabil@hotmail.com

Alessandra Carla Ceolin

Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE

acceolin@yahoo.com.br

Florisvaldo Cunha Cavalcante Júnior

Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE

junior.ccavalcante@yahoo.com.br

RESUMO

Atualmente, os empreendimentos comerciais vêm enfrentando uma grande crise devido à pandemia da covid-19. Para sobreviver a esse novo cenário, as empresas precisam se reinventar. Mesmo em meio à crise econômica, com muitas empresas do país enfrentando problemas financeiros, e no limite, fechando as portas, alguns negócios estão atravessando a pandemia com um certo fôlego. As empresas devem desenvolver estratégias para se manter ativas e funcionais; fortalecer as relações com os clientes e parceiros é primordial; repensar seu modelo de negócio; mudanças, reconstruções, adaptações serão necessárias. Nessa perspectiva, os empreendedores são estudados como agentes de mudança econômica e social, que podem ser motivados por outros fatores (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012). Nesse cenário, as vendas não presenciais deixaram de ser apenas mais uma opção de compra da empresa e passou a ser algo obrigatório para que elas pudessem continuar no mercado, e, sobretudo, competitivas. Essa situação de saúde provocou mudanças na forma de vender, ou pelo menos acelerou os processos comerciais já conhecidos. Para Nassif, Armando e Falce (2020), já vivenciamos outras crises, como a de 2008-2009, que nos trouxeram aprendizados e novos caminhos, visando a um futuro melhor. Nesse contexto, o objetivo geral deste estudo foi pesquisar as novas configurações de negócios, de produtos não essenciais durante a pandemia da covid-19. A pesquisa se classifica como qualitativa, e no tocante ao objetivo, classifica-se como exploratória. A investigação foi realizada no estado de Pernambuco, com empresas de cinco segmentos distintos de produtos não essenciais: papelaria; eletrônicos; calçados; confecções e cosméticos, sendo selecionadas para a análise cinco empresas de cada segmento, no período de abril a setembro de 2020. A observação foi realizada através dos sites das empresas, Facebook e Instagram. Foram identificadas diversas estratégias de negócios, novas, a exemplo de Vendas pelo *WhatsApp*, *Delivery*, vendas por telefone, vendas pelo serviço de *Drive Thru* e vendas por aplicativos customizados pelas próprias empresas.

Observou-se, que apesar do clima de adversidade, algumas empresas encontraram oportunidades de crescimento através da transformação, algumas vezes radical, outras vezes incremental, em resposta à pandemia. Portanto, conclui-se que as empresas vivem em um novo contexto, e, para se manterem competitivas, precisam se reinventar, inovar em seus processos, para não perderem mercado.

Palavras-Chave: covid-19; estratégia; negócios; varejista.

ABSTRACT

Currently, commercial enterprises are facing a major crisis, due to the Covid-19 pandemic. To survive this new scenario, companies need to reinvent themselves. Even in the midst of the economic crisis, with many companies in the country facing financial problems, and in the end, closing their doors, some businesses are crossing the pandemic with a certain breath. Companies must develop strategies to stay active and functional. Strengthening relationships with customers and partners is paramount. Rethink your business model; changes, reconstructions, adaptations will be necessary. In this perspective, entrepreneurs are studied as agents of economic and social change, which can be motivated by other factors (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012). In this scenario, non-face-to-face sales are no longer optional and have become mandatory for these companies to remain in the market, and, above all, competitive. This health situation caused changes in the way of selling, or at least, accelerated commercial processes already known. For Nassif, Armando and Falce (2020), we have already experienced other crises, such as the 2008-2009 crisis, which brought us learning and new paths, aiming at a better future. In this context, the general objective of this study is to research the new business configurations of non-essential products, during the Covid-19 pandemic. The research is classified as qualitative, regarding the objective. It is classified as exploratory. The investigation was carried out in the state of Pernambuco, with companies from five different segments, of non-essential products: stationery; electronics segment; footwear; clothing and cosmetics, with five companies from each segment being selected for analysis from April to September 2020. The observation was carried out through the companies' websites, Facebook and Instagram. Several new business strategies were identified, such as WhatsApp Sales, Delivery, telephone sales, sales through Drive Thru service and sales through customized applications by the companies themselves. It was observed that despite the adverse climate, some companies found growth opportunities through transformation, sometimes radical, sometimes incremental, in response to the pandemic. Therefore, it is concluded that companies face a new context, and, to remain competitive, they need to reinvent themselves, innovate in their processes, so as not to lose the market.

Key-words: covid-19; strategy; business; retailer.

REFERÊNCIAS

BOSZCZOWSKI, Anna Karina; TEIXEIRA, Rivanda Meira. O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais. **Revista Economia & Gestão**, Belo Horizonte, v. 12, n. 29, p. 141- 168, maio/ago. 2012.

NASSIF, Vânia Maria Jorge; ARMANDO, Eduardo; LA FALCE, Jefferson Lopes. O Empreendedorismo e a pequena empresa no contexto do pós Covid-19: há luz no fim do túnel? **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 9, n. 3, p. 1-7, maio/ago. 2020.