



TUDO QUE VOCÊ PRECISA SABER SOBRE
INSERÇÃO DIGITAL EM UM SÓ LUGAR



Introdução	3
A importância da inserção digital das empresas.....	5
Os 4 cases de empresas que revolucionaram o mercado.....	10
As 3 empresas brasileiras antigas que souberam se inserir no meio digital.....	22
Conclusão.....	28
Sobre o Sebrae-PE	30



INTRODUÇÃO

Para as empresas, a inserção digital não é só um próximo passo, mas uma necessidade. Basta olhar para qualquer setor e, até mesmo, para a vida doméstica a fim de perceber como a tecnologia já é parte de tudo que fazemos.

Nesse sentido, como uma companhia poderia continuar operando, competindo no mercado e até obtendo lucros se não estivesse inserida no digital? Sendo assim, conhecer todos os aspectos que envolvem a tecnologia e implementá-los no dia a dia da organização é fundamental. **A grande questão é: “Como?”**.

Para ajudá-lo a entender sobre o digital nas empresas, neste e-book, nós vamos apresentar tudo que você precisa saber sobre a inserção digital! Confira!





A IMPORTÂNCIA DA INSERÇÃO DIGITAL DAS EMPRESAS

Para muitos empresários, o digital terá um grande impacto na maneira como o varejo, o atacado e as distribuidoras operam. Não somos nós que estamos afirmando isso. Na verdade, **essa percepção faz parte da [pesquisa da FDC \(Fundação Dom Cabral\)](#) em parceria com a PUC Minas e a UFSJ**. No estudo, concluíram que 36% das empresas já atingiram a maturidade digital, 45% estão caminhando e 18% ainda estão no começo.

Um fato importante é que essa pesquisa ocorreu depois de um ano de pandemia, período que alterou completamente a rota das organizações e exigiu mais do que nunca que elas tivessem uma presença no digital forte. Desse modo, a que conclusões podemos chegar a respeito da inserção digital?

Inicialmente, é possível notar que ela é um processo democrático. Vamos usar o exemplo do marketing: esse setor sempre foi uma área bastante custosa para a maioria das corporações. As campanhas e o acesso aos meios de divulgação implicam gastos altos. Mesmo considerados investimentos, eles podem levar um tempo para trazerem resultados. Sendo assim, **nem toda empresa tem condições de investir nesse segmento de maneira eficiente.**

No entanto, com o digital, o acesso a campanhas não só se tornou mais barato. Ele proporcionou que tanto pequenas, quanto médias ou até grandes empresas conseguissem estar no mesmo espaço, disputando clientes e fazendo com que o mercado passasse a ser mais competitivo. Além disso, trouxe a oportunidade de desenvolver uma relação de proximidade com o consumidor e de conhecer os seus gostos, as opiniões e as preferências que nenhum outro espaço poderia proporcionar com tanta eficácia.

Logo, **a importância da inserção digital é revelada em razão do aumento da produtividade e da proximidade com o consumidor**. É, então, trazer para a empresa a oportunidade de expandir a sua atuação e alcançar um número alto de clientes por um baixo custo, além, é claro, de acessar ferramentas que tornem as operações mais eficientes.



A transformação digital nas empresas

Embora o digital faça parte da nossa rotina há muitos anos, existe uma falta de conhecimento a respeito de como ele funciona, especialmente acerca de como implementá-lo de maneira efetiva no negócio. Existem mitos a respeito que acabam atrapalhando o empreendimento de atingir todo o potencial necessário.

Dois, para sermos exatos, são responsáveis por bastante confusão. Vamos entender mais a seguir!



A inserção digital só é aplicável para empresas de tecnologia

Infelizmente, esse é um pensamento que ainda perdura em muitos empresários, o que demonstra não só uma falta de atenção ao que está acontecendo, mas também que não há uma atualização de conhecimento do próprio setor. Com as centenas de ferramentas digitais existentes no mercado, é impossível que não exista alguma que seja ideal para o negócio.

O T.I. da empresa não pode ser o único responsável

Outro mito é que o digital da empresa depende 100% do setor de T.I. Claro que essa área tem um papel fundamental para administrar os processos digitais e fazer as manutenções das ferramentas, porém é importante que a gestão e as equipes do negócio estejam a par de tudo que está relacionado. O T.I deve ser responsável por desenvolver, enquanto o restante da empresa, especialmente os líderes, por implementar.



Os principais desafios e as vantagens da inserção digital

De fato, a inserção digital trará muitas facilidades para a execução das atividades. Mas isso não significa que questões deverão ser trabalhadas. Como qualquer processo, ele não é perfeito, no entanto, os resultados superam os problemas de adaptação que podem surgir. Aqui, vamos conhecer tanto os desafios quanto as vantagens para cada processo do negócio. Continue!

Estratégia

É evidente que, **para a parte estratégica da empresa, a inserção digital oferece uma capacidade maior de captura, de avaliação e de monitoramento de informações.** Esse é um fator importantíssimo para o desenvolvimento de decisões mais acertadas. Por outro lado, pode ser um grande desafio fazer a implementação dessas ferramentas de forma integrada.



Liderança

Para a liderança, uma maior inserção digital é a melhor chance de enxergar o negócio com mais clareza. A capacidade de obter dados e também de monitorar os resultados do empreendimento pode trazer uma melhor percepção dos próximos passos. No entanto, o desafio é que a liderança consiga implementá-la em áreas mais operacionais e não só em setores estratégicos.

Mercado

Claro que um dos grandes triunfos da inserção digital é a forma como ela é capaz de fornecer maiores condições competitivas para a empresa. Afinal, é possível ter ferramentas que ajudem o negócio a entregar produtos e serviços melhores, mesmo com os custos reduzidos. Por outro lado, será preciso ter uma presença constante, de modo que se possa conquistar um volume de pedidos suficiente para obter um retorno satisfatório.

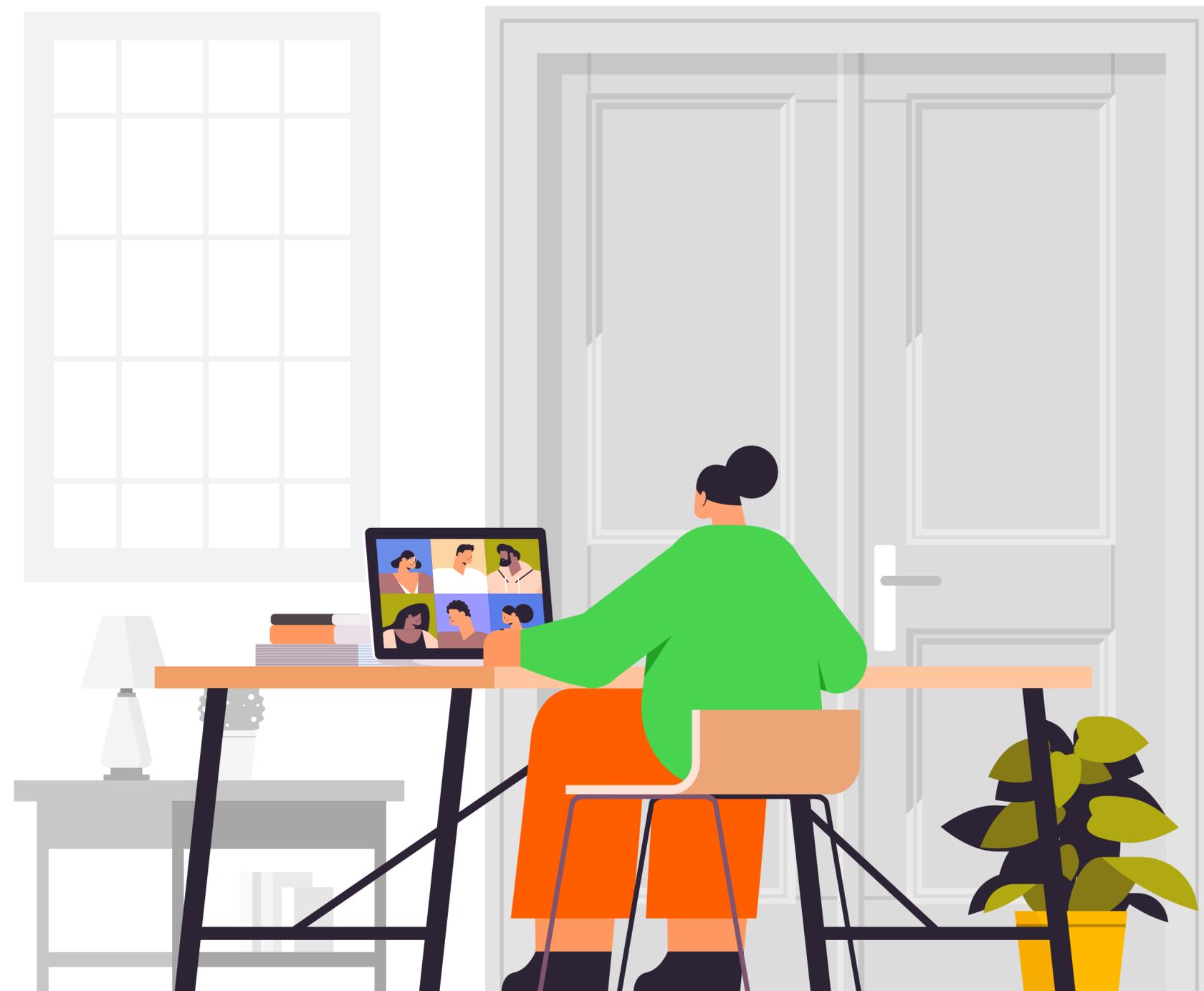
Operações

Fica claro que o resultado é bastante positivo para as operações. **Com a inserção digital, há um aumento considerável na produtividade e também na precisão das operações.** No entanto, a empresa terá que lidar bem com os seus recursos para que os resultados sejam satisfatórios. Tempo, pessoas, orçamento — todos esses aspectos precisam ser suficientes para que a estratégia seja implementada com sucesso.

Pessoas

Por fim, **a inserção digital pode proporcionar um nível de contratação bem-sucedido para a companhia.** Com as novas ferramentas, a empresa terá que buscar perfis especializados, ou seja, pessoas que possam garantir uma melhor condução das rotinas e das atividades empregadas.

O desafio está justamente no momento da busca. Afinal, isso exigirá dos setores de contratação um olhar mais criterioso, além da necessidade de proporcionar treinamentos para os funcionários já existentes.





OS 4 CASES DE EMPRESAS QUE REVOLUCIONARAM O MERCADO

em, já entendemos como **a inserção no digital é um processo bem importante para o negócio**. Aliás, ela tem um papel fundamental para que ele continue operando, já que, **para crescer, a tecnologia é essencial**.

Sendo assim, separamos algumas empresas que têm essa cultura de trabalhar com o digital. Vamos contar como o investimento em tecnologia as ajudou a ter sucesso no mercado. Confira!



Google

Para começar, falaremos de um dos maiores sucessos empresariais dos últimos vinte anos. O Google — ou melhor, Alphabet — é hoje um representante do poder do Vale do Silício e também de como é possível conseguir longevidade apenas trabalhando no digital. Muitos conhecem a empresa pelo seu principal produto, que é o buscador.

No entanto, ao longo dos anos, a companhia tem criado uma série de outras ferramentas que complementam a experiência dos usuários. **Trata-se de um ecossistema que envolve calendários, planilhas, documentos de textos, armazenamento em nuvem, e-mail etc.**

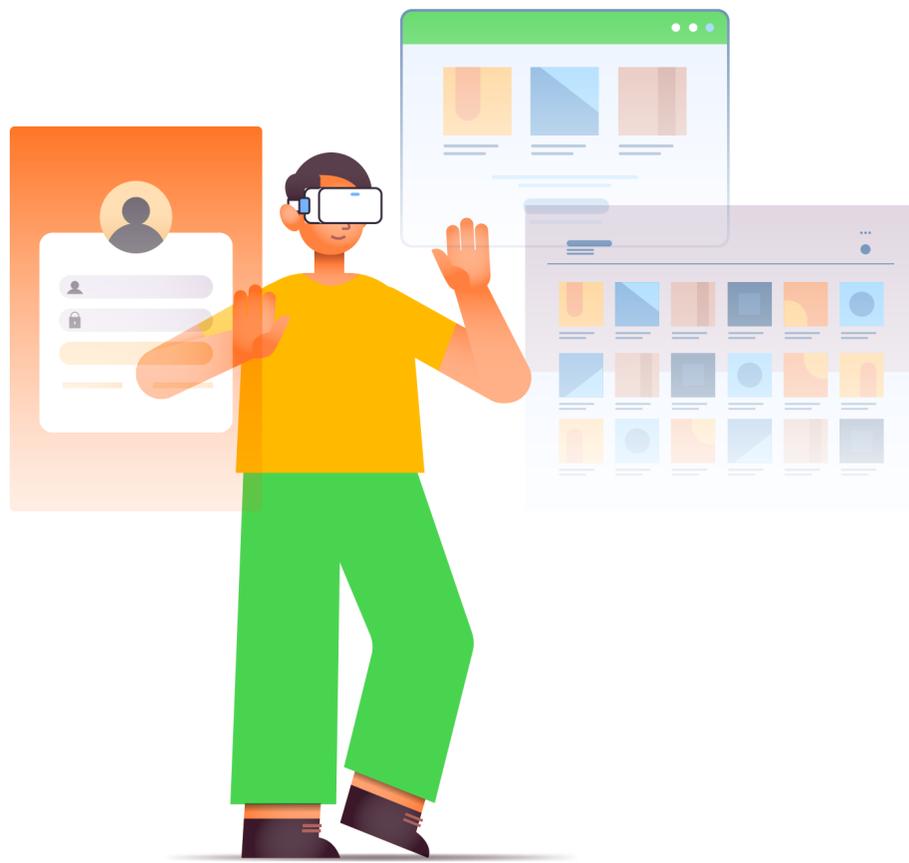
Além disso, o Google disponibiliza todo um suporte para a divulgação de empresas e de seus produtos, seja pela sua plataforma de anúncios, seja pela definição de critérios para colocar os sites na página de busca. Mas como isso começou?!



História

A empresa foi fundada antes mesmo da virada do século XXI, em 1998, pelos estudantes Larry e Sergey Brin. Seis anos depois, em 2004, ela entraria em oferta pública, com a promessa de organizar toda a informação que existia na Internet e torná-la útil.

Anos depois, o Google não só conseguiu isso, mas também se tornou o buscador mais utilizado da Internet. [São mais de 63 mil buscas por segundo.](#)



Estratégia

Quando se trata de inovação e de inserção digital, a empresa tem alguns princípios para implementar a sua cultura. São oito:

1. o 70/20/10, de modo que a corporação tem uma divisão interessante quando se trata de modelo de negócios. Assim, 70% dos projetos são destinados ao negócio principal, 20% vão para as atividades relacionadas e 10% representam aquelas sem relação com o core business;
2. pense dez vezes, no sentido de que, em vez de tentar melhorar algo apenas uma vez, no Google, a inovação só vem quando se tenta melhorar algo dez vezes, já que isso obriga a pensar além do que está ali e a procurar novas soluções;
3. compartilhe, pois o Google tem como principal valor a colaboração entre os funcionários. Para isso, existe a política de compartilhar o máximo de informações possível;

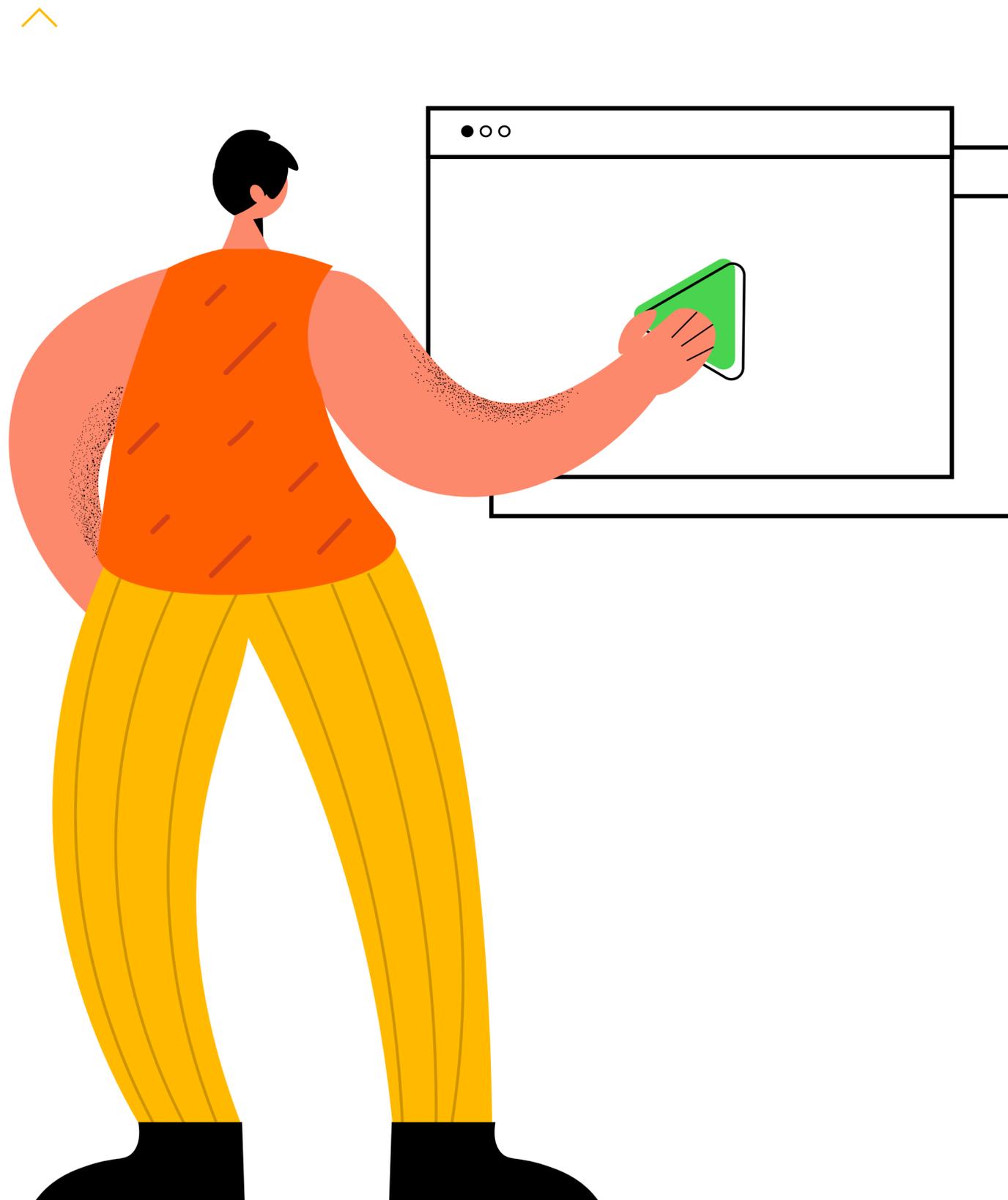
4. empregue as pessoas certas, porque, ainda que não seja possível controlar 100% como um funcionário fará o seu trabalho, há como chegar perto disso. A estratégia para a empresa é o recrutamento por indicação dos colaboradores atuais. Também há um processo de triagem bem criterioso, com questões sobre conhecimentos, liderança, avaliação da capacidade cognitiva e da personalidade;
5. procure ideias em todos os lugares, ou seja, nada de ficar preso ao escritório, lendo uma série de informações e de dados. A Google, como empresa, tem a política de que ideias estão em todos os lugares, por isso, é recomendado procurá-las fora do espaço de trabalho;
6. baseie-se em dados, não em opiniões, considerando que testes são importantes para a empresa. Além disso, medições e análises são fundamentais para a tomada de decisão;
7. foque os clientes e não a concorrência, pois, para o Google, se o foco está nos usuários, os resultados aparecerão. Desse modo, mesmo que exista muita concorrência, o que mantém a empresa onde está é o fato de preservar os seus consumidores satisfeitos;

8. comece e depois ouça, pois uma característica interessante da empresa é como ela costuma liberar o beta dos seus produtos para que os usuários testem. Assim, ela pode avaliar quais são as opiniões e revisar o que precisa ser melhorado.

Números de crescimento

Claro que toda essa política a favor da inovação e dos usuários traria resultado. Em termos de números de crescimento, em 2020, **a Alphabet conseguiu um valor de mercado de US\$ 1 trilhão.**





Netflix

Ela é uma das ideias de negócio mais expressivas dos últimos dez anos. Ela é pioneira em um setor que estava “engatinhando” quando o assunto dizia respeito a entretenimento e responsável por transformar a maneira como filmes e séries alcançam o público, mas a sua história não é tão recente quanto parece.

História

A Netflix surgiu há 20 anos e, curiosamente, era uma empresa que entregava DVDs. Na verdade, era quase uma locadora, mas a diferença é que você não precisava ir ao estabelecimento para escolher o que queria ver.

Assim, o cliente pedia o filme que queria assistir e a empresa levava até a sua casa e, depois, havia a devolução. No entanto, a Netflix não obteve muito sucesso nessa empreitada e até procurou a Blockbuster para comprá-la, mas também não foi bem-sucedida.

Então, o que a empresa fez foi reformular o seu serviço: a mesma base (séries e filmes) com uma maneira de distribuição mais moderna, sendo completamente digital. Não havia ninguém que oferecesse isso, pelo menos, com tanta facilidade como a companhia. **Claro, então, que se tornou um grande sucesso.**



Estratégia

A história da empresa demonstra a importância de pensar além, muitas vezes, não para o produto que se oferece, mas em relação à forma como o cliente pode acessá-lo. Agora, vamos conhecer algumas das principais estratégias da Netflix.

Os setores são alinhados

A Netflix acredita que, **para obter sucesso, é fundamental que todos os setores da companhia estejam alinhados em um mesmo objetivo.** Não é possível que cada área foque alvos diferentes. Dessa forma, ela procura atuar da mesma maneira em todos os segmentos.

A simplicidade é a chave

A empresa entende que **o usuário, principalmente, no digital, procura facilidade.** Ele não quer perder tempo para entrar em um menu ou mudar alguma configuração. Sendo assim, ela atua para que, sendo uma criança de cinco anos, sendo um adulto, ambos sejam capazes de utilizar a plataforma sem problemas e de encontrar o que precisam.

Os relacionamentos devem ser trabalhados

A Netflix não está tão preocupada em apenas converter os usuários em clientes, mas quer criar um relacionamento. A empresa acredita que as pessoas devem, em primeiro lugar, gostar do seu produto antes de investir. Quando o cliente gosta da sua marca, é mais fácil que ele se torne um consumidor fiel.

O público deve ser conhecido

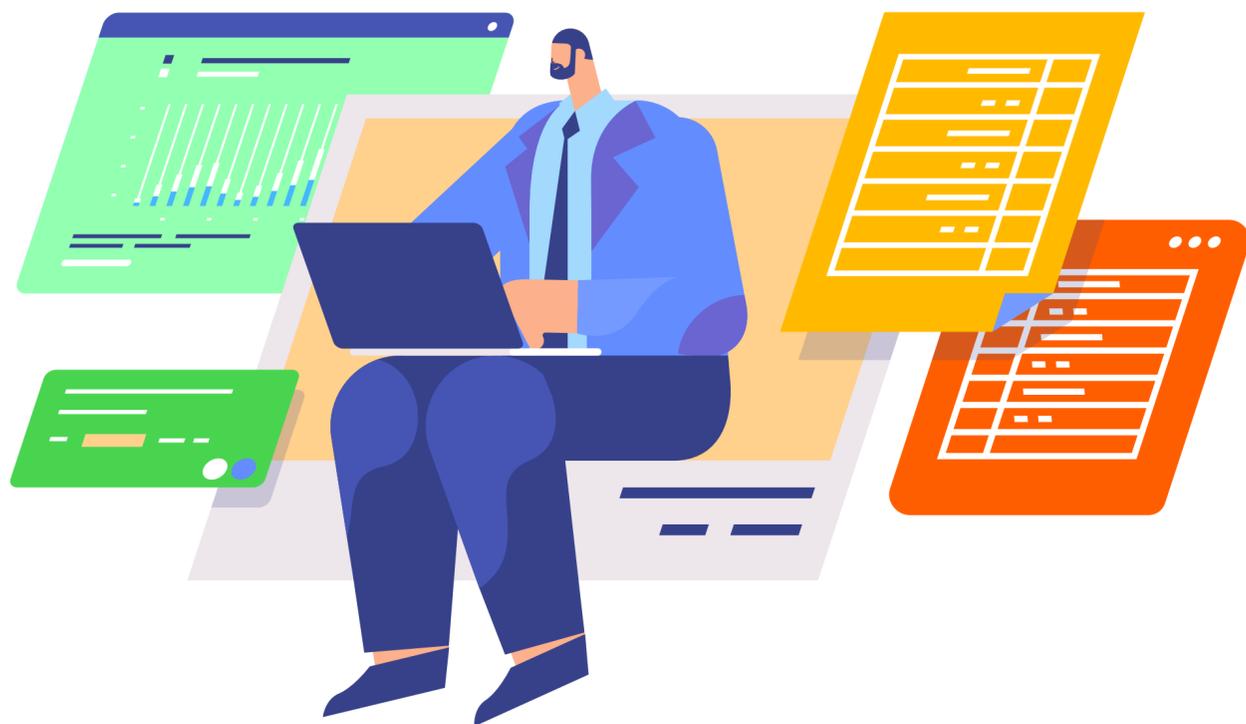
O tipo de produto que a empresa oferece atende a diversos tipos de públicos. Mas isso não é um impeditivo para que ela tenha uma política de conhecê-los para melhor atendê-los. **Ela analisa o que ele consome e procura criar uma linguagem que fale diretamente com ele.**

As novidades devem ser constantes

Uma das características da empresa é que a produção de conteúdo é constante. Claro, no mercado competitivo do streaming, a Netflix precisa mostrar o seu diferencial. **Criar conteúdos originais é um dos pilares da empresa, pois, além de dar aquela sensação de que sempre terá novidade, ainda torna os seus clientes mais fiéis.**

Número de crescimento

A empresa, nos últimos cinco anos, tem passado por uma alteração na arrecadação de seus lucros. Isso se deve ao surgimento de concorrentes diretos, como HBO MAX e Disney Plus, que acabaram enfraquecendo um pouco a escala de crescimento. Porém, o **lucro líquido do primeiro trimestre de 2020 foi bastante promissor, com 1,7 milhão de dólares.**



Airbnb

A Airbnb é mais uma das representantes que modificaram a forma como são oferecidos certos serviços. Nesse caso, estamos falando dos serviços de acomodações. Antes, as ofertas eram destinadas apenas a hotéis, pousadas e casas. Agora, é possível encontrar outros locais para se hospedar por bons preços e em localizações até privilegiadas.

Unindo os viajantes e os donos de residências, **a empresa conquistou um espaço no mercado de turismo, apenas utilizando o digital.**

História

O aplicativo de acomodações surgiu de uma forma curiosa: dois estudantes da Califórnia precisavam pagar o aluguel do seu apartamento e tiveram a ideia de criar um site em que alugavam três colchonetes no espaço.

Acontece que a ideia deu certo — **eles conseguiram pagar muito mais do que o aluguel do apartamento.** Em 2008, a empresa tomou a forma do que conhecemos hoje: uma plataforma que disponibiliza aos viajantes a chance de encontrar uma casa, um quarto ou outro tipo de acomodação sem dificuldades.



Estratégia

A Airbnb é mais um caso de se pensar de forma completamente inovadora, **até porque a própria maneira como os seus serviços são oferecidos já representa uma diferenciação do que temos no mercado.**

De cara, já podemos dizer que a experiência do usuário é uma estratégia importante. Mas não só isso, pois existem outras ações que a Airbnb implementou para obter sucesso. Vamos saber quais são a seguir!

Parcerias

A empresa tem noção de que, em um ambiente como o de hospedagem, é importante manter as relações. **Sim, é uma área competitiva, mas a melhor forma de obter sucesso e entregar uma experiência adequada para os consumidores é por meio de parcerias.** Por isso, ela tem acordos com diversas companhias, desde empresas aéreas até de limpeza, operadoras de celular, rede de livrarias e o Governo.



Influenciadores e programas de recompensas

Nada como o marketing de recomendações para impulsionar o negócio.

A Airbnb entende isso e desenvolve estratégias voltadas a usar a influência tanto de celebridades quanto de usuários para atrair mais clientes.

É possível observar que ela entrega um desconto exclusivo para aqueles que conseguem influenciar outros a usarem a plataforma.

Qualidade na apresentação

Uma parte importante do serviço que a empresa oferece está nos anúncios das acomodações. Por isso, há um investimento nas imagens utilizadas.

A Airbnb procura incentivar que os donos forneçam boas imagens e, caso não consigam, há um suporte com uma rede de fotógrafos freelancers.

Mobilidade

A Airbnb preza para que os seus clientes sejam capazes de encontrar o que precisam na tela do celular. Ela entende que uma parte importante do digital são os dispositivos móveis. Dessa forma, o seu app é desenvolvido para ter um design responsivo e facilitar o acesso para garantir o serviço rapidamente.

Números de crescimento

A empresa tem mostrado um expressivo crescimento desde a sua fundação oficial em 2008. Ela obteve, durante os anos, cerca de 54 milhões de usuários e mais de 852 milhões de reservas de acomodações. Ao abrir o capital em 2020, as suas ações estrearam com 113%.





Apple

Como falar de inserção digital e não citar uma das maiores representantes? A Apple dispensa apresentações. Na verdade, por toda a contribuição para o mercado tecnológico, **ela está na história como um verdadeiro divisor de águas.**

História

Fundada em 1976 pelos ainda estudantes Steve Jobs e Steve Wozniak, ela foi a primeira empresa a pensar no computador como uma ferramenta para a vida doméstica. No entanto, durante esses primeiros anos, eles não tiveram sucesso e determinadas companhias, como HP e Ataris, não acharam a ideia promissora. A partir daí, a empresa resolveu produzir por conta própria os seus computadores pessoais. **O resto é o sucesso que vemos hoje.**

Estratégia

É inevitável perceber que a empresa tem a inovação como princípio. Isso também reflete na escolha de estratégias para se manter relevante no mercado. Ademais, a julgar pelos números, ela tem conseguido. A seguir, vamos conhecer algumas de suas principais estratégias.



Desempenho técnico

Não é segredo para ninguém que a Apple tem um cuidado muito grande com o desempenho dos seus produtos. Sempre com boas peças e com uma construção impecável, **a marca não é só referência, pois o cliente sabe que está optando pela qualidade quando escolhe os seus produtos.** Sendo assim, a empresa tem mais flexibilidade para cobrar o preço que quer.

Atenção ao design

Quem já teve algum produto da Apple entende que não é só na qualidade de construção ou na escolha de peças que a empresa investe, pois **o design é um fator essencial para a marca.** Ela busca originalidade em tudo e uma forma de se diferenciar do que há no mercado é investindo no design dos seus produtos para que eles possam ser identificáveis sem a necessidade do logo.

Mais do que ser apenas uma marca que vende produtos tecnológicos, **a Apple quer passar a ideia de que ela é um “estilo de vida”.**

Diferenciação no mercado

Falando sobre originalidade, esse é um ponto importante para a empresa. Nesse caso, ela investe bastante na diferenciação não só para ser original, **mas também para aumentar a percepção de valor.**

Ela apresenta qualificações para os seus produtos que indicam por que eles não são iguais aos outros. Quanto mais essa distinção é perceptível pelos consumidores, mais fácil é para a empresa conseguir justificar os preços das mercadorias.

Cuidado com a embalagem

Não é só pelo design do produto que a empresa quer chamar atenção. Para a Apple, a embalagem não é apenas um local para armazenar o item, já que ela tem uma função maior do que proteger. Ela está ali para entregar uma experiência para o usuário, de forma que é parte fundamental do que é comprar um produto Apple.

Diversificação nos serviços

Por fim, a empresa não quer só que os clientes usem os seus produtos, **mas que eles tenham uma experiência imersiva em tudo que a Apple significa.** Por isso, dispõe do seu próprio ecossistema com aplicativos, programas e serviços específicos para garantir que o usuário esteja 100% em seu universo.

Além disso, todos os seus aparelhos têm integração com o seu sistema operacional Mac OS. Isso, por sua vez, realmente torna tudo mais integrado para o usuário.

Números de crescimento

Mesmo após tantos anos de atuação, a empresa continua com números bastante expressivos de lucros. Para se ter uma ideia, no último trimestre de 2021, **a companhia arrecadou US\$ 21,7 bilhões a mais.**





AS 3 EMPRESAS BRASILEIRAS ANTIGAS QUE
SOUBERAM SE INSERIR NO MEIO DIGITAL



Quando se trata do digital, não são apenas as companhias estrangeiras que conseguem obter um bom resultado ao investirem na inserção digital. Na verdade, existem muitas companhias brasileiras com anos de mercado que entenderam como obter sucesso em suas iniciativas. Neste tópico, vamos conhecer algumas histórias. Confira!

Magazine Luiza

Nos últimos anos, é impossível que alguém não tenha ouvido falar sobre uma das maiores empresas de varejo do país. A Magazine Luiza tem expandido cada vez mais na sua área de atuação e **utiliza o digital como uma importante ferramenta para se manter relevante.**

História

A Magazine Luiza surgiu como uma empresa familiar há mais de 60 anos. Fundada em 1957, em Franca, no interior de São Paulo, os seus fundadores, Luiza Trajano Donato e Pelegrino José Donato, conseguiram fazer a pequena loja de presentes se tornar um grande empreendimento na cidade, principalmente por ter uma política de atendimento diferenciada em que os donos, em especial a Luiza, atendiam aos clientes.



Estratégia

O sucesso da empresa é algo que pode ser notado de maneira bastante clara. Contudo, vamos entender quais são as estratégias que proporcionaram essa conquista.

Cultura corporativa digital

A empresa mergulhou profundamente no digital e entende que não pode mudar apenas a gestão. Por isso, a Magazine Luiza tem o Luiza Lab, um laboratório de tecnologia e de inovação destinado aos funcionários, para que criem soluções digitais.

Inclusão digital

A empresa investe bastante para tornar a experiência dos seus clientes o mais digital possível. Entre as iniciativas, está a Lu Magalu, que surgiu com o intuito de ser uma assistente virtual e, agora, é uma representante direta da publicidade da empresa.

Digitalização das lojas físicas

Pensando em mesclar o capital humano com o digital, a Magazine Luiza tem a política de não substituir os seus funcionários e, sim, de inseri-los no meio digital. Por isso, as suas lojas são também centros de tecnologia funcionando integralmente com o app e com o site. Além de fornecer a verificação de crédito, com o Wi-Fi gratuito, é possível retirar as compras online.





MRV

A maior construtora da América Latina, a MRV, assim como a Magazine Luiza, é uma empresa de família, sendo um grande sucesso do setor e estando presente em 22 estados brasileiros mais o Distrito Federal.

História

Três primos são os responsáveis pela criação do que hoje é a MRV. Com mais de 40 anos de existência, **a construtora e incorporadora se destaca por ser também uma grande plataforma de soluções habitacionais.**



Estratégia

Para entender como a MRV conseguiu, nesses 40 anos, crescer e se manter no mercado, é preciso entender as suas estratégias. Vamos conhecê-las a seguir!

Intraempreendedorismo

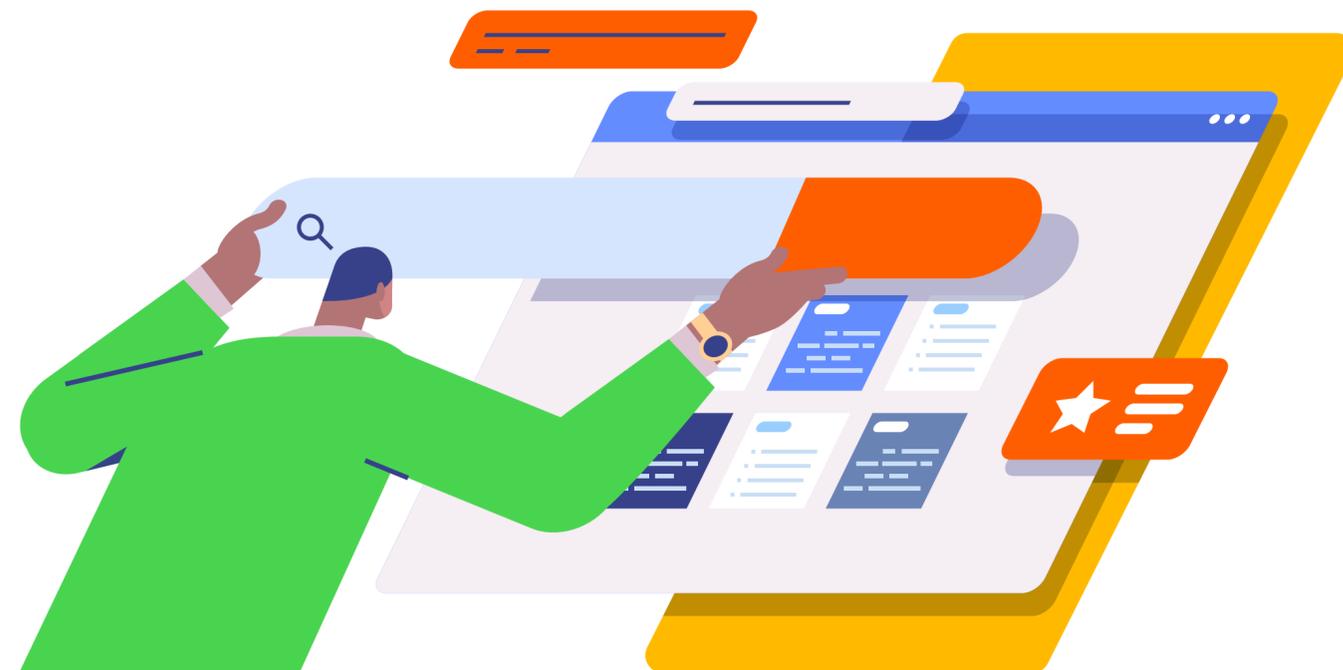
A empresa tem a política de ouvir os seus colaboradores e estimulá-los a fornecerem ideias que ajudem a melhorar os processos, os produtos e os seus negócios.

Foco no cliente

Boa parte das iniciativas da MRV tem como objetivo proporcionar melhores experiências para os seus clientes, especialmente investindo pesado no digital — a empresa é a primeira Construtech de grande porte do país. Logo, **há muito investimento em tecnologia para garantir a satisfação dos seus clientes.**

Visão de longo prazo

Por fim, a visão de negócio da gestão é que, ao entregar um imóvel, a percepção de valor vai muito mais além da construção. É uma questão de bem-estar para o cliente e envolve tudo que está em volta dele naquele momento. A ideia é que a relação não termina ali, pois **o consumidor terá a percepção da qualidade do trabalho da empresa enquanto estiver morando naquele espaço.**





Porto Seguro

Quando se trata de seguros, é impossível não ouvir falar sobre a Porto Seguro. Essa é uma empresa que se concentra para garantir soluções para a proteção, tanto física quanto financeira, dos seus clientes.

História

A Porto Seguro surgiu em 1945 pela atuação de três homens: José Alfredo de Almeida, José da Cunha Júnior e José Andrade de Souza. Agindo inicialmente como seguradora e resseguradora, a empresa trabalha hoje em quatro pilares — saúde, seguros, serviço e produtos financeiros.

Estratégia

Com tantos anos de mercado, é difícil não perder a direção e não conseguir se manter. Não é esse, no entanto, o caso da Porto Seguro. Vamos entender quais são as suas estratégias.

Conhecimento de seus consumidores

A empresa tem muitos investimentos em pesquisas e em análise para entender o comportamento dos seus clientes, principalmente da jornada até a contratação. Assim, identificam pontos sensíveis e o que precisam melhorar nas suas operações.

Forte uso do digital

Nos últimos anos, a empresa tem focado bastante em proporcionar uma experiência mais imersiva no digital. Focando o público jovem, recentemente, ela lançou o Vida On, um seguro de vida que pode ser contratado 100% online.

Onipresença

Ao longo de sua trajetória, **a Porto Seguro trabalhou para expandir o seu alcance**. Ela desenvolveu um ecossistema para se posicionar no mercado com propostas que vão além de seguros, oferecendo produtos financeiros e também específicos para a saúde.



CONCLUSÃO

Como vimos ao longo deste e-book, **a inserção digital é um processo muito importante para qualquer empresa.** Seja grande, seja pequena, estar atualizada, investindo em ferramentas tecnológicas e também treinando os seus profissionais, é a melhor maneira de se manter no mercado e evitar se tornar ultrapassada no atual cenário.





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é **uma entidade privada desenvolvida com o intuito de auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Temos unidades em todo o território nacional e uma ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem a prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de **fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos empreendimentos**, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.

