



XXXIII SIC SALÃO INICIAÇÃO CIENTÍFICA

Evento	Salão UFRGS 2021: SIC - XXXIII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2021
Local	Virtual
Título	Transformação Digital no Processo Comercial: Uma Análise do Setor de Moda e Vestuário
Autor	LAURA MARENCO BENTANCUR
Orientador	PAULO ANTONIO ZAWISLAK

Transformação Digital no Processo Comercial: Uma Análise do Setor de Moda e Vestuário

Autora: Laura Marengo Bentancur

Orientador: Paulo Antônio Zawislak

Instituição de origem: UFRGS

A digitalização tem acarretado um forte impacto no âmbito do consumo, em especial, nas formas de transacionar. Com a pandemia de COVID-19, essa transformação do consumo convergindo para o digital se acelerou mais ainda. Dessa forma, diversas empresas, entre essas as do setor de moda e vestuário, tiveram que se adaptar e inovar para atender seus consumidores. Tais transformações ocorreram, por exemplo, na área comercial, utilizando as plataformas digitais, atendimento e comunicação como ferramentas. Sendo essa uma ruptura rápida, ainda há lacunas na comunicação entre consumidor e empresa, a fim de aprimorar a experiência de geração conjunta de valor. Como objetivo, este estudo visa identificar as transformações ocorridas no processo comercial na relação entre consumidor e empresa mediante a pandemia de COVID-19. A metodologia utilizada foi qualitativa, de caráter exploratório, através da análise documental em *websites* e reportagens, analisando casos de duas empresas do setor de moda e vestuário (Renner e Colcci) que aplicaram estratégias de transformação no meio digital. Através da pesquisa, foi observado que a pandemia do COVID-19 acarretou transformações nas áreas de produto, atendimento e comunicação nas empresas analisadas. Isso se deu, majoritariamente, através de uma crescente digitalização, inovação e sustentabilidade, para atender novos desejos e necessidades dos consumidores. Foi observado que, devido à rotina moldada pela pandemia, houve um crescente interesse nestes temas por parte do público no setor da moda. Esse interesse é atribuído ao crescimento do e-commerce e a uma mentalidade cada vez mais voltada para o conforto e qualidade dos produtos. Igualmente, foi possível compreender e identificar como essas empresas inovam para atender essa demanda no meio digital e, também, atingir seus objetivos. Essas inovações ocorrem através de novas estratégias visando estabelecer uma maior digitalização dos canais de comunicação, dinamização em seus serviços e sustentabilidade em seus produtos.