



**INSTITUTO
FEDERAL**
Piauí

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS ANGICAL
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

RENAN GALVÃO SILVA

**USO DE FERRAMENTAS DIGITAIS NO PROCESSO DE RECEBIMENTO E
ORGANIZAÇÃO DE PEDIDOS EM ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO
FORA DO LAR DE REGENERAÇÃO-PI**

ANGICAL DO PIAUÍ

2026

RENAN GALVÃO SILVA

USO DE FERRAMENTAS DIGITAIS NO PROCESSO DE RECEBIMENTO E
ORGANIZAÇÃO DE PEDIDOS EM ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO FORA
DO LAR DE REGENERAÇÃO-PI

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico)
apresentado como exigência parcial para obtenção do
diploma do Curso de Bacharelado em Administração do
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do
Piauí, Campus Angical.

Orientador: Prof. Me. João Vitor de Oliveira Sousa

ANGICAL DO PIAUÍ

2026

USO DE FERRAMENTAS DIGITAIS NO PROCESSO DE RECEBIMENTO E ORGANIZAÇÃO DE PEDIDOS EM ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR DE REGENERAÇÃO-PI

Renan Galvão Silva¹
João Vitor de Oliveira Sousa²

RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar a utilização de ferramentas digitais no processo de recebimento e organização de pedidos em estabelecimentos de alimentação fora do lar do município de Regeneração-PI. A pesquisa identificou as ferramentas digitais utilizadas, os processos e atividades de recebimento e organização de pedidos. A abordagem metodológica utilizada foi quali-quantitativa, com abordagem exploratória e descritiva, utilizando um questionário estruturado para coletar dados em estabelecimentos alimentícios fora do lar da região. A análise dos dados foi realizada por meio de estatística descritiva e análise de conteúdo. Os resultados evidenciaram as ferramentas digitais mais utilizadas, os impactos dessas ferramentas nos processos organizacionais e permitiram a proposição de melhorias para aumentar a eficiência e a competitividade dos comércios alimentícios locais. Esta pesquisa contribui para o fortalecimento e a modernização do comércio alimentício em Regeneração-PI, fornecendo informações importantes para empreendedores que buscam pelo aperfeiçoamento de seus processos e o aumento da satisfação dos clientes.

Palavras-chave: ferramentas digitais; recebimentos; pedidos; organização.

ABSTRACT

This study aims to analyze the use of digital tools in the process of receiving and organizing orders in foodservice establishments in the municipality of Regeneração, Piauí, Brazil. The research identified the digital tools used, as well as the processes and activities involved in receiving and organizing orders. A qualitative-quantitative approach was adopted, with exploratory and descriptive characteristics, using a structured questionnaire to collect data from local foodservice businesses. Data analysis was conducted using descriptive statistics and content analysis. The results highlighted the most frequently used digital tools, their impacts on organizational processes, and enabled the proposal of improvements to enhance the efficiency and competitiveness of local food businesses. This study contributes to the strengthening and modernization of the food trade in Regeneração-PI, providing valuable insights for entrepreneurs seeking to improve their processes and increase customer satisfaction.

Keywords: digital tools; receiving; orders; organization.

¹Graduando em Bacharelado em Administração – IFPI Campus Angical. E-mail: caang.2022119badm0285@aluno.ifpi.edu.br.

²Graduado em Administração pela Universidade Federal do Piauí, Mestre em Administração pela Universidade Potiguar – UnP. Docente no Instituto Federal do Piauí – Campus Angical. E-mail: joao.oliveira@ifpi.edu.br.

Data de aprovação: 29/07/2026

1 INTRODUÇÃO

A utilização de ferramentas digitais no setor alimentício é fundamental para aumentar a eficiência na organização de pedidos, otimizar processos logísticos e fortalecer a competitividade das empresas. Em um mercado que se torna cada vez mais exigente, a implementação adequada dessas tecnologias proporciona melhorias na satisfação do cliente, na diminuição de falhas e no uso eficiente de recursos, elementos essenciais para o crescimento do setor.

Segundo Guiraldelli (2013), a implantação e constante evolução da tecnologia da informação nas organizações representa um importante diferencial competitivo, e favorece a sobrevivência da empresa no mercado. Nota-se que a integração das ferramentas digitais junto ao meio empresarial, impulsiona e traz mais agilidade operacional, otimizando assim processos e etapas essenciais para alcançar com maior eficiência seus objetivos. No setor alimentício a alta competitividade de mercado, gera uma busca maior por diferenciais como a capacidade de processar e organizar pedidos de forma eficiente, principalmente quando diariamente a variabilidade de demanda é alta, requerendo controle sobre atendimento, estoques, prazos e em todos os processos envolvidos.

No entanto, a implementação inadequada de ferramentas digitais nos estabelecimentos de alimentação fora do lar pode resultar em dificuldades de manuseio dos sistemas, desorganização no fluxo de pedidos e ineficiências no controle logístico, evidenciando a necessidade de capacitação dos funcionários. Ademais, a persistência de métodos manuais, como o registro de pedidos em cadernos, frequentemente acarreta atrasos e imprecisões no processo. Esses obstáculos nos mostram a importância de observarmos como as ferramentas digitais já são usadas na prática e qual o real impacto que elas geram nos estabelecimentos alimentícios do município de Regeneração-PI. A escolha de Regeneração-PI como local de estudo justifica-se pelas características do comércio de alimentos na região e pelo crescimento constante desse segmento no município.

As empresas locais já fazem uso de ferramentas digitais em seus processos operacionais, no entanto, é fundamental investigar como esses recursos vêm sendo utilizados, especialmente no que se refere ao recebimento e à organização de pedidos. A investigação desse contexto permite compreender as práticas adotadas pelos comerciantes, bem como identificar oportunidades de aprimoramento nos processos existentes, com o intuito de alcançar mais eficiência, organização

e controle das informações. Além disso, a ausência de estudos específicos voltados à realidade de Regeneração-PI reforça a importância desta pesquisa, uma vez que seus resultados podem contribuir para o fortalecimento e a modernização do comércio alimentício local, aumentando a competitividade e beneficiando tanto os empreendedores quanto os consumidores.

Nesse contexto, é fundamental compreender de que maneira a utilização de ferramentas digitais contribui para o desenvolvimento dos processos, voltados para o recebimento e à organização de pedidos. Ao apurar tais elementos nos permitirá identificar os impactos percebidos pelos comerciantes, os obstáculos enfrentados durante todas as fases de implementação das ferramentas digitais e a possibilidade de apresentar melhorias para o aprimoramento da área.

Assim, compreende-se que o presente trabalho de conclusão de curso tem como objetivo analisar a utilização de ferramentas digitais no processo de recebimento e organização de pedidos em estabelecimentos de alimentação fora do lar do município de Regeneração-PI. Buscando-se identificar quais ferramentas digitais são utilizadas, que processos e atividades de recebimento e organização de pedidos são efetivamente realizados e propor sugestões de melhorias para otimização do processo de recebimento e organização de pedidos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção são abordados os conceitos centrais referentes ao uso de ferramentas digitais no contexto organizacional, com ênfase nos processos de organização, recebimento e gestão de pedidos, bem como nos fundamentos da logística aplicada ao comércio alimentício. Além disso, são analisados os efeitos das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) nas atividades operacionais e nas estratégias desse ramo, de modo a compreender como a implementação de tecnologias digitais contribui para aumentar a eficiência dos processos, o aprimoramento do atendimento ao cliente e o fortalecimento da competitividade no comércio alimentício.

2.1 Ferramentas digitais na organização

As ferramentas digitais têm exercido com êxito uma grande transformação dos processos de organização dentro das empresas, transformando e melhorando rotinas, comunicação, relações com parceiros e clientes. Para que as empresas possam melhorar a sua competitividade, têm se buscado novas tecnologias digitais (Afuah, 2002; Ross *et al.*, 2016;

Ross *et al.*, 2019a, 2019b), dessa maneira demandando atenção por parte dos executivos sobre como aplicar essas tecnologias para melhorar as estratégias organizacionais (Heavin; Power, 2018; Mithas *et al.*, 2013; Razavi *et al.*, 2016).

Fundamentando-se no conceito de Chonsawat e Sopadang (2020), quando se introduzem as tendências tecnológicas nas operações e nos processos organizacionais, é notável observarmos uma redução nos custos, nas taxas de erros, no serviço manual e nos imprevistos, graças ao planejamento mais direcionado e rápido que os gestores conseguem fazer. Desse modo, a utilização de aplicativos, programas e softwares torna-se peça fundamental na elaboração de estratégias para que as empresas se mantenham firmes diante de um mercado cada vez mais tecnológico.

Nesse aspecto, Silva Júnior e Callefi (2020) apontam que as ferramentas digitais voltadas à melhoria contínua têm um papel importante na organização e administração dos processos, ajudando a aumentar a eficiência e a sustentabilidade das empresas. No cenário atual das empresas, essas ferramentas não são mais apenas instrumentos de apoio, mas se tornam essenciais na organização das atividades e na gestão das informações. Ao promoverem maior uniformidade, monitoramento e integração dos processos, contribuem para a melhoria da qualidade dos produtos e serviços, auxiliando na tomada de decisões, o fortalecimento da competitividade e na organização das operações das empresas.

Em concordância com Kumar *et al.* (2018) e Wamba e Queiroz (2020), ao utilizar-se tecnologias digitais na gestão de operação, percebe-se melhorias importantes, sendo o monitoramento mais rápido e facilitado, de modo a aumentar a confiança entre os colaboradores e gestores. Quando se há implementação de tecnologias que ajudem a organização a produzir e operar de forma mais eficiente o produto final ou o serviço prestado, tenderá a ser obtido com mais qualidade em sua forma final, trazendo e mostrando o grande impacto positivo que as ferramentas tecnológicas trazem a todos os processos envolvidos.

Ao se procurar compreender em quais situações são mais pertinentes ao uso da tecnologia no ambiente organizacional, pode-se notar que, quando implantada, seus inúmeros benefícios são facilmente percebidos. Tomando o seguinte conceito como referência, Felsberger *et al.* (2020) citam que uma das situações que levou para as empresas a implementarem tecnologias digitais em diversas áreas é a possibilidade do aumento de produtividade, por conseguirem reduzir o tempo de inatividade, aumentar a qualidade, minimizar desperdícios, (Hannola *et al.*, 2018), além de melhorar a coleta de dados e elevar a produtividade (Shou *et al.*, 2019).

2.2 Ferramentas digitais no processo de recebimentos de pedidos

O processamento de recebimento de pedidos dentro de uma empresa representa a parte principal na logística de atendimento ao cliente, pois essa etapa contém atribuições de suma importância para o desenvolvimento de todas as próximas fases da cadeia de suprimentos, como registro, conferência, transporte e monitoramento de pedidos. Partindo deste sentido, Bowerson (1996) cita que o gerenciamento da carteira de pedidos, quando feito com eficiência, mesmo com mudanças e intercorrências que podem vir a surgir perante as empresas, indica que a adoção e a priorização de sistemas de informação devem ser consideradas prioridade. Essa prioridade, por sua vez, aumenta na mesma dinâmica de competitividade em que está inserida.

A entrada de processamentos de pedidos é crucial para o prosseguimento das outras atividades que a compõem, saber distinguir cada pedido feito e suas prioridades se torna fundamental para que se haja êxito, auxiliando a empresa a controlar quais serão a ordem dos pedidos a serem processados.

Ao implementar ferramentas digitais que automatizam e padronizam essas atividades, busca-se alcançar resultados que se traduzem em maior eficiência, diminuição do tempo de atendimento e a diminuição de falhas nos setores. Em concordância com Ballou (2001), o lead time (tempo de espera) de pedido pode ser compreendido como a diferença de tempo entre o momento em que a requisição de um serviço ou produto do cliente, ou o pedido de compra, é feita e o momento em que o produto é recebido pelo cliente. Os elementos de um ciclo de pedido são o tempo de transmissão e de processamento do pedido, o tempo de montagem do pedido, a disponibilidade de estoque, o tempo de produção e o tempo de entrega.

Em meio à crescente e profunda transformação do meio tecnológico, as organizações tendem a buscar a adaptação às novas ferramentas digitais para o processamento de recebimentos e organização de pedidos, procurando estar em sintonia com seus clientes e com o mercado, de forma a conseguir atender ao grande aumento da demanda de pedidos gerados pelo crescimento do comércio on-line.

Em concordância com Kotler (2009), com o aumento das vendas e da concorrência, os estabelecimentos comerciais que antes atendiam apenas consumidores localizados em seu entorno e enfrentavam poucos concorrentes passaram a ter condições de atender clientes em todo o país e até mesmo no mercado internacional. Por outro lado, esse cenário exige que as empresas concorram com organizações que atuam tanto no ambiente on-line quanto em lojas físicas, o que tem levado muitas delas a repensarem suas estratégias de negócios, especialmente no que se refere ao pensamento sistêmico, à criatividade e à melhoria de seus processos.

2.3 Logística aplicada ao comércio alimentício

Wilson (2005) afirma que, a Logística é uma atividade responsável pelo planejamento, controle do fluxo e da armazenagem de produtos de forma eficiente, bem como dos serviços e das informações que são ligados a ele, desde o ponto de origem até o ponto de consumo, de forma a atender às necessidades dos clientes. Diante dessa perspectiva, observa-se que a logística é elemento essencial para o comércio alimentício, uma vez que envolve áreas, diretamente ligadas a esse processo, evidenciando seu papel estratégico na coordenação dos fluxos de produtos, informações e pedidos.

Ao aplicar a logística ao comércio alimentício, nota-se atividades específicas que estão diretamente ligadas a esse processo, como a manutenção de estoques, o processamento de pedidos e a armazenagem. Em concordância com Ballou (2001), a manutenção de estoques possibilita a disponibilidade imediata dos produtos e, sob a perspectiva da demanda, constitui uma vantagem competitiva em relação aos outros concorrentes, pois isso afeta no tempo de resposta em relação ao pedido do consumidor. Em concordância com Bertaglia (2003), para que o processamento de um pedido ocorra de forma adequada, é necessário considerar diversas atividades relacionadas ao caminho do pedido do cliente, incluindo a preparação e comunicação dos pedidos, a inserção de novos pedidos, o processamento, o envio e a entrega ao consumidor final.

Nesse sentido, Melo e Alcântara (2012) apontam que o comportamento da demanda afeta diretamente o planejamento logístico, já que prever as necessidades do mercado possibilita às empresas analisar possíveis cenários futuros e se preparar para variações no consumo, visto que a demanda antecede o planejamento e orienta a análise de situações futuras.

Além disso, a determinação correta do volume de pedidos, alinhada às exigências do mercado consumidor, ajuda a otimizar os recursos da organização e a melhorar o desempenho da empresa. É crucial definir a quantidade ideal de pedidos conforme as necessidades do mercado, visando maximizar os resultados da organização, conforme Arnold (1999).

2.4 Impactos das tecnologias da informação no comércio alimentício

Em concordância com Pinheiro e Tigre (2015), as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) promovem alterações constantes nas organizações, não se limitando a modificações pontuais, já que afetam os processos internos, a forma de relacionamento com clientes e parceiros de negócios, além de exigirem uma maior integração entre as diferentes

funções organizacionais. No comércio alimentício, essas alterações manifestam-se na adoção de sistemas digitais voltados ao controle de estoque, à gestão de pedidos, ao relacionamento com fornecedores e ao atendimento ao consumidor. No controle de estoque, as ferramentas digitais permitem o acompanhamento contínuo dos itens, diminuindo desperdícios e evitando faltas. Já se tratando da gestão de pedidos pode-se notar uma maior agilidade e organização, contribuindo para a redução de erros e atrasos. No que diz respeito a relação com fornecedores, as TIC favorecem uma interação mais eficiente e o melhor planejamento das compras. Além disso, no atendimento ao cliente, proporcionar maior rapidez e personalização do serviço. Dessa forma, a integração dessas tecnologias auxilia na busca pela eficiência operacional, na diminuição de falhas e na melhoria da tomada de decisões gerenciais.

Holloway *et al.* (2013) afirmam que as tecnologias móveis, por exemplo, melhoram o processamento das informações de mercado e auxiliam no aprendizado e atuação da equipe de vendas.

Diante desse cenário de inovações tecnológicas e maior conectividade, a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL, 2020) ressalta que, em uma sociedade cada vez mais conectada, onde as pessoas conseguem acessar a internet a qualquer momento e em qualquer lugar, a disponibilização de serviços online se torna uma oportunidade estratégica para atrair novos consumidores e expandir os negócios. Assim, a junção das tecnologias digitais com serviços essenciais, como os relacionados à alimentação, mostra-se uma tendência crescente e um movimento de alcance mundial.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa teve como objetivo analisar a utilização de ferramentas digitais no processo de recebimento e organização de pedidos em estabelecimentos de alimentação fora do lar do município de Regeneração-PI. Visando alcançar esse objetivo, foram utilizados procedimentos metodológicos que se alinham ao problema de pesquisa, os objetivos propostos e a natureza do objeto de estudo. Nesse sentido, adotou-se uma abordagem quali-quantitativa, pois esse método facilita a análise simultânea de informações descritivas e pontos de vista pessoais, permitindo uma visão mais abrangente da situação em estudo.

3.1 Tipologia de pesquisa

Quanto à abordagem, a presente pesquisa classifica-se como quali-quantitativa, uma vez que busca analisar tanto dados quantitativos quanto dados qualitativos relacionados ao uso de ferramentas digitais no processo de recebimento e organização de pedidos em comércios alimentícios do município de Regeneração-PI. Os dados quantitativos estão relacionados a informações que podem ser quantificadas, como os tipos de ferramentas digitais utilizadas e a frequência de uso nos estabelecimentos, enquanto os dados qualitativos referem-se às percepções dos gestores quanto às facilidades, dificuldades e impactos dessas ferramentas na organização dos pedidos e na eficiência dos processos. Dessa forma, a abordagem utilizada permite uma percepção mais abrangente do fenômeno investigado, ao integrar aspectos objetivos e subjetivos da realidade organizacional.

Quanto aos objetivos, a pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva. A abordagem exploratória busca ampliar a compreensão sobre o uso de ferramentas digitais nos comércios alimentícios, identificando sua prática, dificuldades e os impactos gerados. Já a pesquisa descritiva permite caracterizar essas ferramentas, o processo de recebimento e a organização de pedidos.

No que se refere aos procedimentos técnicos, o estudo configura-se como uma pesquisa do tipo *survey*, uma vez que buscou coletar dados diretamente junto aos comércios alimentícios inseridos em um contexto específico, por meio da aplicação de instrumentos padronizados, como questionários. Essa abordagem permite coletar dados sobre as práticas utilizadas, percepções, dificuldades e características do ambiente empresarial, permitindo a análise detalhada e comparativa dos dados, além da identificação de padrões e tendências relacionadas ao fenômeno investigado.

3.2 Roteiro de pesquisa

O desenvolvimento da pesquisa foi conduzido por meio de um conjunto de etapas previamente estruturadas, organizadas conforme o objetivo geral e os objetivos específicos do estudo. Tal estrutura permite uma interpretação organizada do percurso metodológico adotado, abrangendo desde a fundamentação teórica até a análise dos dados obtidos. Além disso, possibilita a visualização sequencial das atividades desenvolvidas ao longo da pesquisa, evidenciando a relação entre cada etapa e os resultados alcançados. Dessa forma, garante maior clareza, coerência e compreensão do processo metodológico empregado na investigação.

Tabela 1 – Roteiro da pesquisa

Objetivo relacionado	Procedimentos adotados	Resultados esperados
Objetivo geral	Levantamento e seleção de artigos científicos sobre ferramentas digitais, recebimento e organização de pedidos no comércio alimentício	Construção do referencial teórico
Objetivo: Específico 1	Pesquisa bibliográfica para compreensão dos conceitos e aplicações das ferramentas digitais e da logística no comércio alimentício	Fundamentação conceitual do estudo
	Elaboração do questionário estruturado com base na fundamentação teórica	Instrumento de coleta de dados alinhado aos objetivos
Objetivo: específico 2	Aplicação do questionário nos comércios alimentícios de Regeneração–PI	Levantamento de dados sobre a utilização de ferramentas digitais
	Organização e tabulação dos dados coletados	Base de informações estruturada
Objetivo: específico 3	Análise quantitativa e qualitativa dos dados	Interpretação dos resultados
	Sistematização das informações e elaboração das considerações finais	Resultados obtidos e observados

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir da pesquisa proposta (2026).

3.3 Instrumento de coleta de dados

O instrumento de coleta de dados utilizado nesta pesquisa foi um questionário estruturado, elaborado de acordo com os objetivos do estudo, concentrando-se na análise da utilização de ferramentas digitais no processo de recebimento e organização de pedidos em estabelecimentos de alimentação fora do lar do município de Regeneração-PI. Este questionário foi composto por perguntas tanto fechadas quanto abertas, visando obter informações tanto quantitativas quanto qualitativas.

O questionário foi estruturado em três seções: a primeira voltada para a descrição do estabelecimento e do participante; a segunda focada na identificação das ferramentas digitais utilizadas no recebimento e organização de pedidos; e a terceira

direcionada à percepções dos gestores sobre os efeitos dessas ferramentas nos processos organizacionais.

A aplicação do questionário ocorreu presencialmente, respeitando a disponibilidade dos envolvidos e garantindo o consentimento livre e esclarecido, além de garantir a privacidade das informações fornecidas.

3.4 Coleta de dados

A coleta de dados foi realizada por meio de dois procedimentos principais: seleção de artigos científicos e a aplicação de questionário aos estabelecimentos alimentícios da cidade de Regeneração-PI.

A pesquisa bibliográfica teve como propósito fornecer uma base teórica para o estudo, utilizando artigos científicos relacionados às palavras-chaves ferramentas digitais, recebimentos, pedidos e organização. Essa etapa contribuiu na elaboração do referencial teórico e sustentou as análises realizadas ao longo da pesquisa, sendo desenvolvida a partir das bases de dados SciELO e SPELL, aplicando um filtro de busca por “resumos”.

Além da pesquisa bibliográfica, a coleta de dados primários foi realizada por meio da aplicação de um questionário estruturado, elaborado criado conforme os objetivos do estudo. O instrumento foi composto por perguntas de resposta fechada e aberta, visando identificar as ferramentas digitais usadas no processo de recebimento e organização de pedidos, assim como as percepções dos gestores quanto aos benefícios, desafios e impactos decorrentes do uso dessas ferramentas nos processos organizacionais. A aplicação do questionário ocorreu diretamente nos estabelecimentos pesquisados, garantindo a participação voluntária dos respondentes e a confidencialidade das informações coletadas.

3.5 Universo e amostra da pesquisa

O universo da pesquisa foi constituído pelos comércios de alimentação fora do lar situados no município de Regeneração-PI, que desenvolvem atividades de recebimento e organização de pedidos em sua rotina operacional. De acordo com dados disponibilizados pela Sala do Empreendedor da Prefeitura Municipal de Regeneração-PI, foram identificadas 19 empresas pertencentes ao setor alimentício no município.

A amostra da pesquisa foi definida de maneira não probabilística por conveniência, sendo composta pelos estabelecimentos que aceitaram participar voluntariamente do estudo.

Dos 19 estabelecimentos identificados, 12 responderam ao questionário, correspondendo a uma taxa de resposta de 63,2%. Esse percentual foi considerado satisfatório para os objetivos da pesquisa, pois permitiu analisar as práticas adotadas por uma parcela significativa dos empreendimentos do setor alimentício local.

A opção pela amostragem por conveniência justifica-se pela acessibilidade aos participantes e pela natureza da pesquisa, que tem como objetivo uma realidade específica do município de Regeneração-PI, sem a intenção de aplicar os resultados de forma estatística para outros contextos.

3.6 Análise dos dados

Os dados coletados por meio das questões fechadas do questionário foram analisados por meio de estatística descritiva, o que permitiu reconhecer frequências, porcentagens e padrões nas respostas, com o suporte do Microsoft Excel. Essas informações foram estruturadas em tabelas e gráficos, facilitando a compreensão dos resultados.

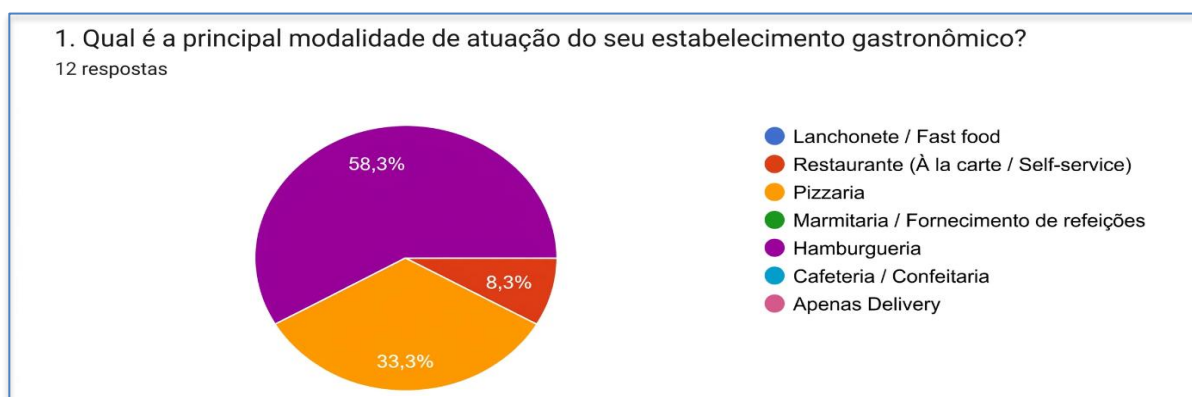
As respostas coletadas através das questões abertas foram analisadas de maneira qualitativa, aplicando-se a técnica de análise de conteúdo, o que possibilitou entender as percepções, experiências e opiniões dos participantes sobre a utilização de ferramentas digitais no processo de recebimento e organização de pedidos.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com base na aplicação dos questionários aos 12 estabelecimentos do setor de alimentação fora do lar do município de Regeneração-PI, realizou-se a análise dos dados obtidos, com o objetivo de compreender como as ferramentas digitais são utilizadas no processo de recebimento e organização de pedidos e quais efeitos geram na rotina administrativa dessas empresas. A análise dos resultados foi realizada a luz dos princípios teóricos abordados ao longo deste estudo, possibilitando verificar se as práticas adotadas pelos empreendimentos estão alinhadas aos conceitos discutidos sobre gestão, organização e ferramentas digitais.

Além disso, procurou-se reconhecer os principais benefícios, dificuldades e perspectivas dos gestores sobre a utilização dessas ferramentas na rotina dos estabelecimentos, permitindo uma compreensão mais ampla da realidade enfrentada pelas empresas participantes. Dessa forma, a análise dos dados possibilitou estabelecer uma relação entre a fundamentação teórica apresentada e as informações obtidas na pesquisa de campo, contribuindo para uma análise sólida dos resultados e para o alcance dos objetivos estabelecidos neste estudo.

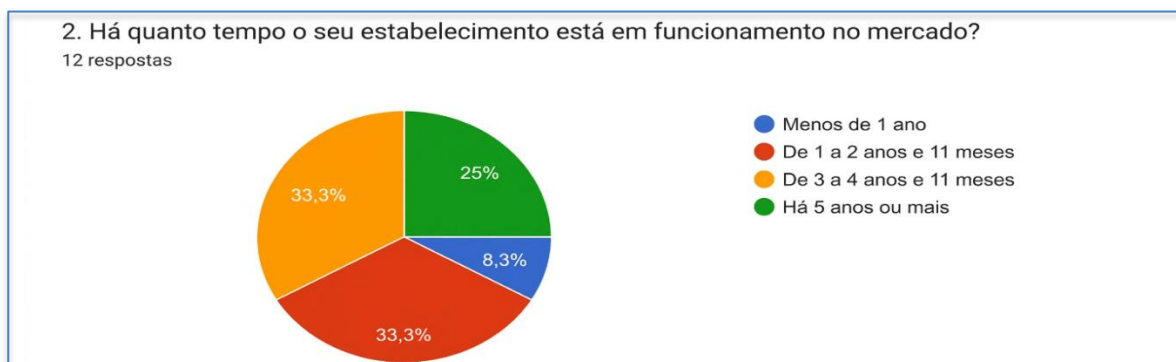
Figura 1 – Modalidade de atuação dos estabelecimentos participantes da pesquisa.



Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada (2026).

A Figura 1 refere-se à modalidade que cada estabelecimento participante da pesquisa, escolheu como forma de representação de sua empresa. Observa-se que a maioria dos entrevistados atuam no segmento de hamburgueria, representando 58,3% de amostra. Em seguida, o segmento de pizzaria que representa 33,3% e por último restaurantes, que correspondem a 8,3% dos estabelecimentos entrevistados.

Figura 2 – Tempo de funcionamento dos estabelecimentos participantes.

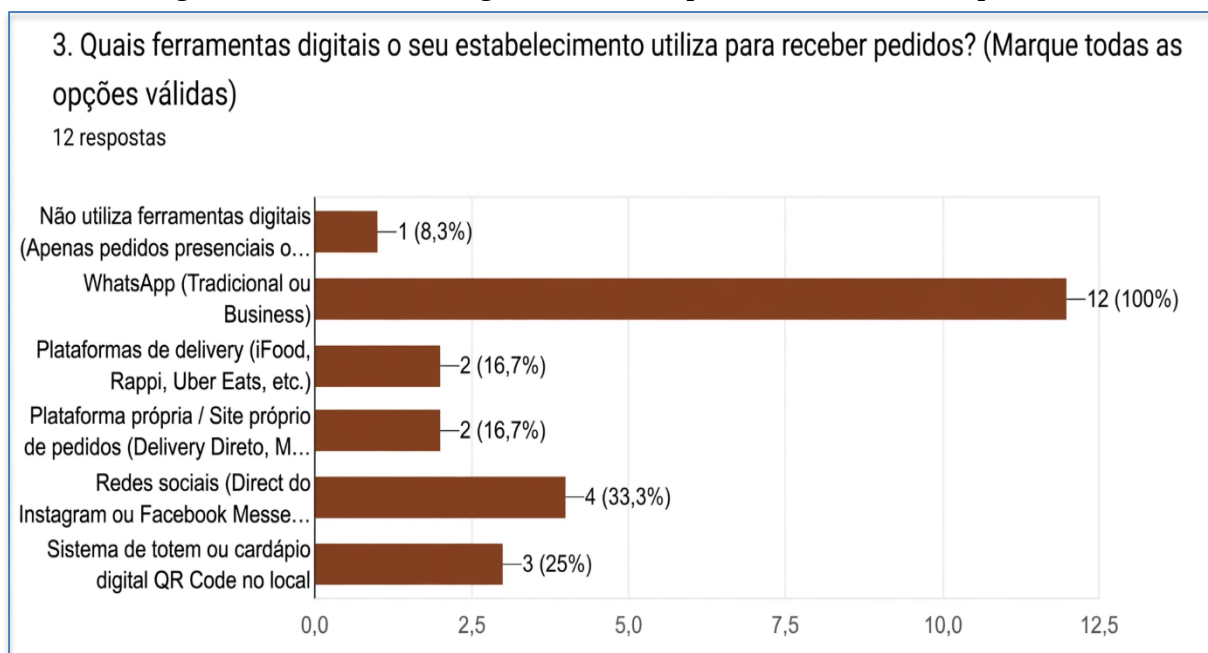


Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada (2026).

A Figura 2 evidencia o tempo de atividade de funcionamento de cada estabelecimento que participou da pesquisa. Foi constatado que a maioria das empresas atua entre 1 a 4 anos no mercado, demonstrando que esses estabelecimentos já superaram a fase inicial de funcionamento, período que geralmente é caracterizado por desafios ligados a consolidação do negócio. Ao analisar esse resultado percebe-se que a maioria das empresas estudadas conseguiu lidar com os desafios e dificuldades encontrados nos primeiros anos de funcionamento. Dessa forma, percebe-se que o setor de alimentação fora do lar em Regeneração-PI, contém empresas que se apresentam relativamente como consolidadas no mercado em que atuam. Esse cenário

possibilita que os gestores tenham maior conhecimento sobre a rotina administrativa de seus estabelecimentos, facilitando assim sua percepção quanto a utilização das ferramentas digitais no processo de organização e recebimentos de pedidos.

Figura 3 – Ferramentas digitais utilizadas para o recebimento de pedidos.



Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada (2026).

A Figura 3 demonstra que o WhatsApp é a ferramenta digital mais utilizada, sendo usada por 100% dos participantes da pesquisa. Essa preferência é atribuída à rapidez, conveniência e facilidade que o serviço oferece, tanto para os consumidores quanto para as empresas. Além disso, foram citadas outras plataformas digitais, como serviços de entrega, redes sociais, sistemas de pedidos próprios e menus digitais via QR Code, mas com uma frequência menor de uso. Esse resultado indica que, apesar de os estabelecimentos estarem adotando diversas tecnologias, o WhatsApp continua sendo o principal meio de comunicação e recebimento de pedidos. A partir dessa observação, nota-se que a predominância do WhatsApp reflete a preferência por uma comunicação mais direta, como evidenciado nas respostas abertas, onde os participantes enfatizaram sua praticidade e a facilidade de interação com os consumidores. Também foi apontado que parte da clientela enfrenta dificuldades ao usar sites ou sistemas digitais mais complexos, o que reforça a escolha por uma ferramenta que é parte do cotidiano e de fácil acesso.

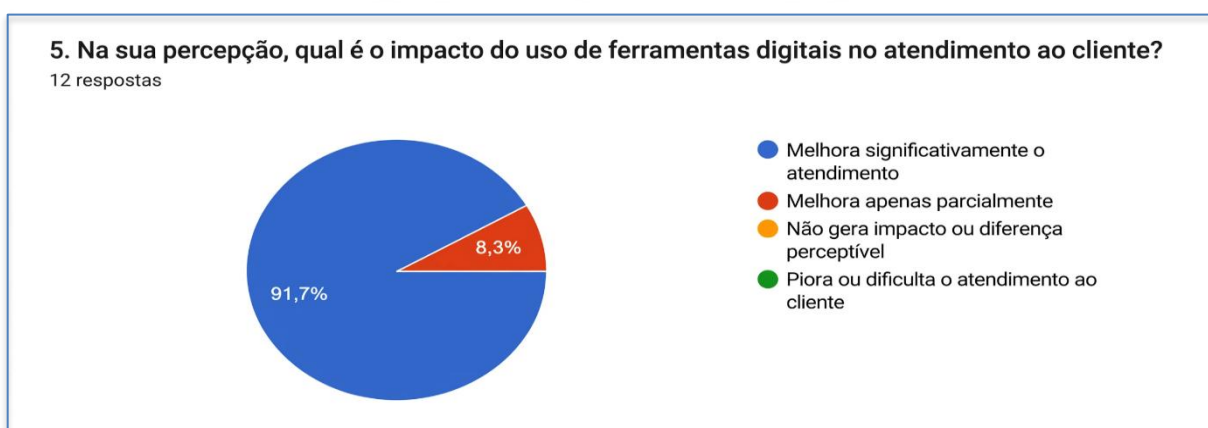
Figura 4 – Métodos utilizados para a organização e gestão dos pedidos.



Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada (2026).

A Figura 4 acima demonstra as ferramentas utilizadas pelas empresas do setor de alimentação fora do lar da cidade de Regeneração-PI, para a organização e gestão de pedidos, ao identificar e interpretar os dados, a seguinte análise dos dados revela que, embora 100% das empresas entrevistadas utilizarem o WhatsApp para receber pedidos, 75% ainda utilizam-se de comandas físicas para organizarem seus pedidos, evidenciando assim a falta de integração. Este cenário está em concordância com Pinheiro e Tigre (2015), quando se há a interação de tecnologia da informação no comércio (TIC), juntamente a organização e gestão de pedidos, os processos se tornam mais ágeis, organizados, e integrados entre si, proporcionando melhores resultados.

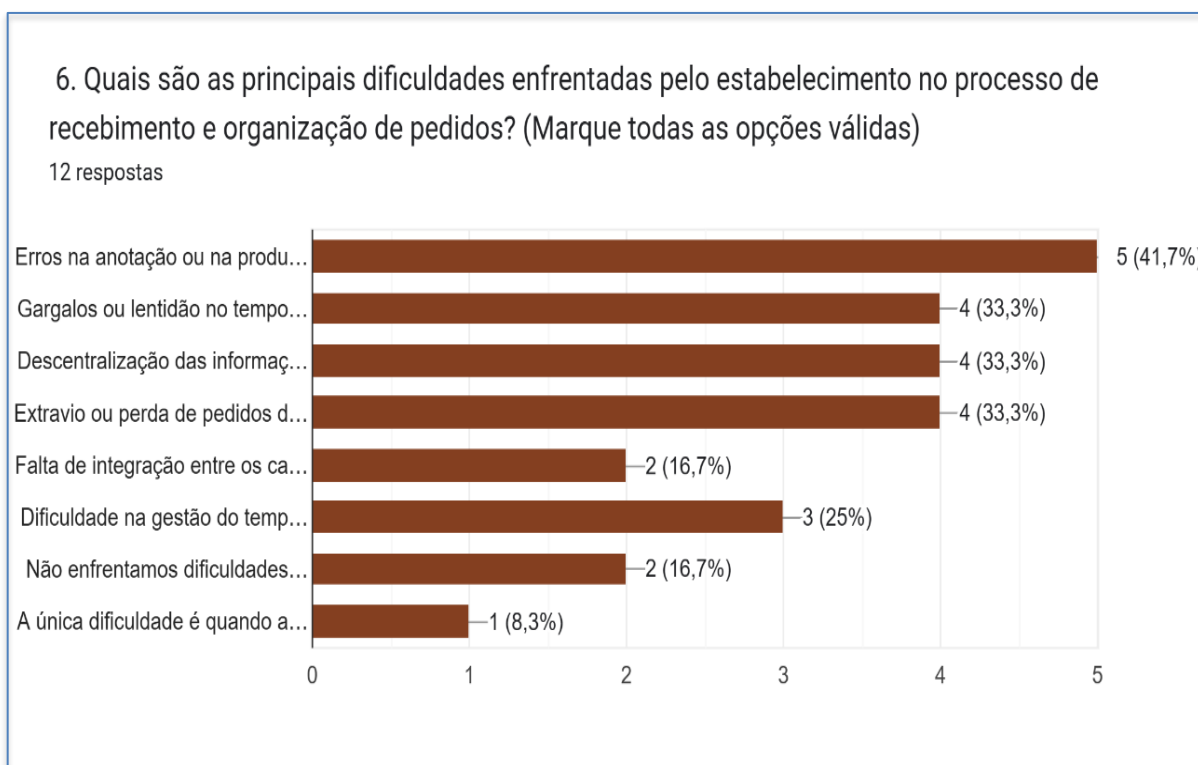
Figura 5 – Percepção dos gestores sobre o impacto das ferramentas digitais no atendimento ao cliente.



Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada (2026).

A Figura 5 acima apresenta os impactos que as ferramentas digitais têm no atendimento ao cliente, os resultados demonstram que, 91,7% dos participantes concordam que a utilização de tais tecnologias melhora significativamente o atendimento ao cliente, isso demonstra que os empreendedores entendem a importância que a tecnologia tem na rotina das suas organizações, assim como referenciado anteriormente por Felsberger *et al.* (2020), quando se compreende o uso das tecnologias no ambiente organizacional, pode-se notar que vários benefícios são rapidamente percebidos pelos membros da equipe.

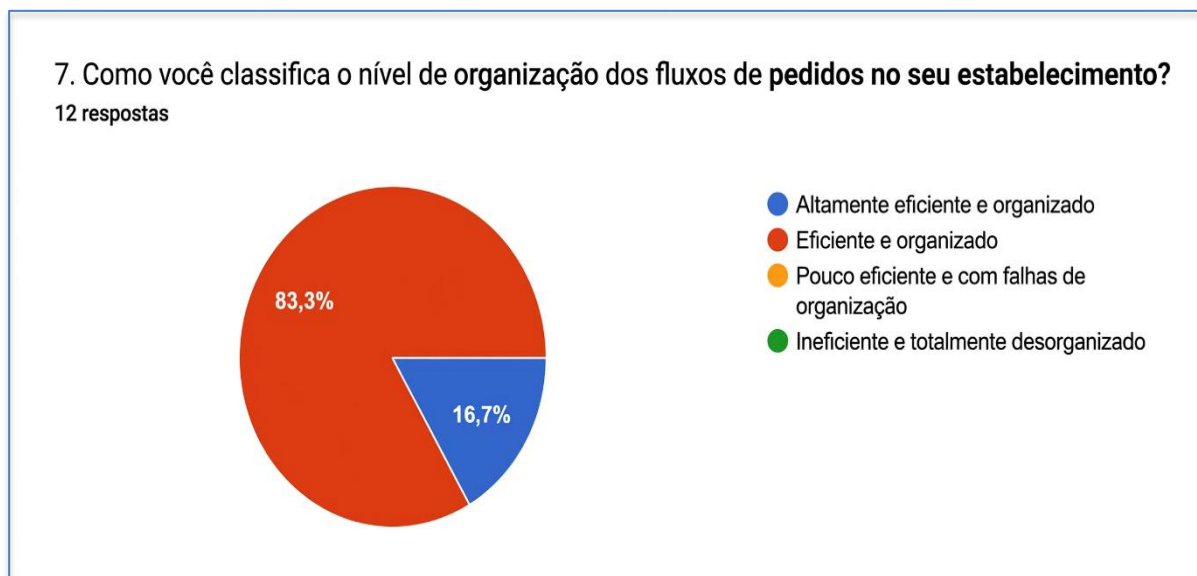
Figura 6 – Principais dificuldades no processo de recebimento e organização de pedidos.



Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada (2026).

A Figura 6, apresenta quais são as principais dificuldades enfrentadas pelos estabelecimentos no processo de receber e organizar pedidos. O resultado encontrado demonstra que 41,7% das dificuldades relatadas estão nos erros de anotações ou na produção dos produtos, embora as empresas utilizem tecnologias integradas ao ambiente organizacional, quando não se tem profissionais qualificados para atuar com tais ferramentas, o processo acaba não ocorrendo de forma satisfatória. Além dos erros de anotações, observa-se a dificuldade existente em lentidões no processo, gargalos no atendimento e extravio de pedidos. Essas dificuldades encontradas são exatamente problemas que com a adoção das ferramentas digitais quando utilizadas de forma correta, se tem resultados surpreendentes, tornando o processo mais ágil e organizado, diminuindo assim erros e atrasos.

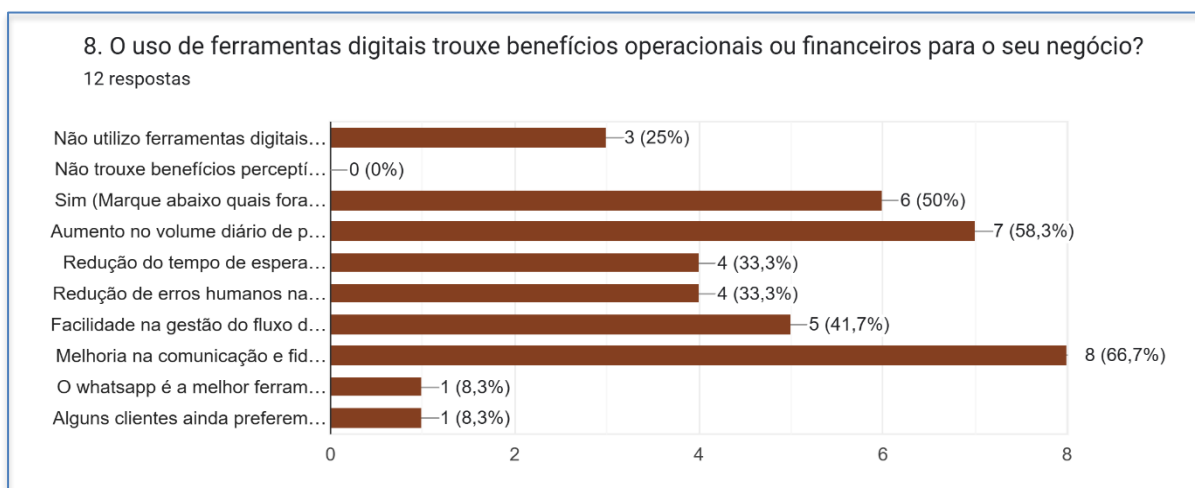
Figura 7 – Classificação do nível de organização do fluxo de pedidos.



Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada (2026).

A Figura 7, apresenta a classificação do nível de organização do fluxo de pedidos das empresas analisadas, os resultados demonstram que 83,3% dos estabelecimentos classificam o seu fluxo de pedidos como eficiente e organizado. Interpretando esses dados podemos notar que os participantes avaliam positivamente em relação a organização do fluxo de pedidos. Ao se fazer uma comparação com os dados apresentados nas Figuras 4 e 6, observa-se que os pedidos em sua grande maioria são feitos de forma manual e ocorrem muitos erros de anotação, 100% das empresas veem o seu negócio como eficiente, mesmo sem ter um sistema de ferramentas digitais integrado.

Figura 8 – Benefícios operacionais proporcionados pelo uso de ferramentas digitais.



Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada (2026).

A Figura 8, apresenta os benefícios operacionais que as ferramentas digitais trouxeram para as empresas. De acordo com o levantamento feito verificou-se que sim, a utilização dessas ferramentas contribuem significativamente para as atividades executadas nas organizações. Diante de tais dados, a área mais beneficiada é facilmente apontada com 66,7%, dos participantes apontaram a melhoria da comunicação e da fidelização dos clientes. Além disso 58,3% dos entrevistados indicaram um aumento no volume diário de pedidos. Esses resultados estão em concordância com Holloway *et al.* (2013), que afirmam que as tecnologias moveis, melhoram o processamento das informações de mercado e a atuação da equipe de venda.

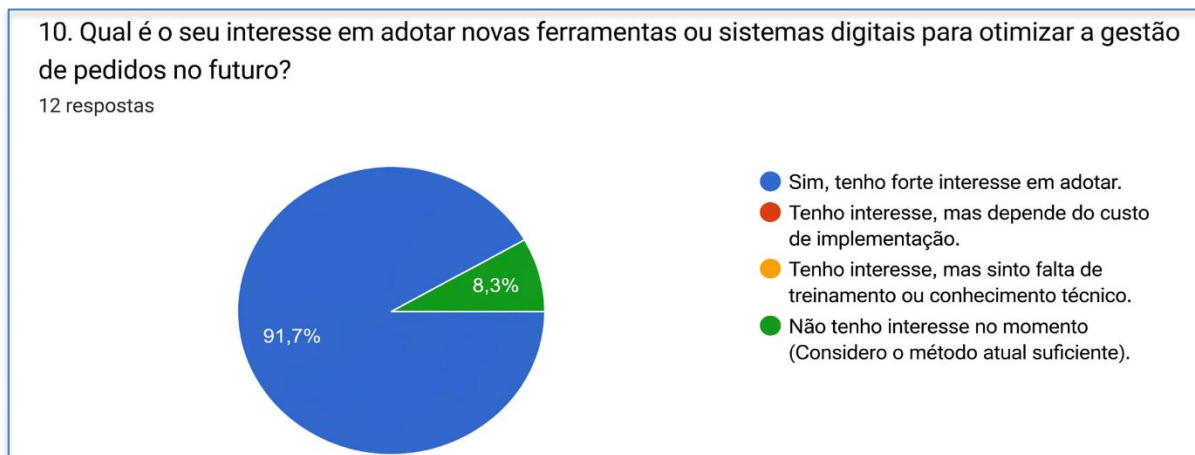
Figura 9 – Benefícios percebidos pelos gestores com a utilização de ferramentas digitais.

Nº	Principais benefícios observados na rotina do estabelecimento
1	A questão da organização e o atendimento. Acreditamos ser mais prático responder o cliente pelo whatsapp e Instagram, ou seja, conversar diretamente com o cliente ao invés de direcioná-los para sites. Existem muitas pessoas que não sabem utilizar sites e preferem fazer o pedido pelo whatsapp, pois facilita a comunicação. Eu, por exemplo, prefiro fazer meus pedidos de lanches pelo whatsapp ou Instagram.
2	Aumento nas vendas e abrangência de divulgação dos nossos produtos.
3	Praticidade e rapidez.
4	Sim, melhora divisão incluso das mesas que os garçons atendem.
5	Sistemas ajudam muito tanto com organização e agilidade com atendimento e anotações de pedidos e financiamento.
6	Atendimento pessoal rápido e organizado.
7	Redução de tempo de atendimento, organização do fluxo de pedidos, a organização do caixa.
8	Organização de cardápio digital.

Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada (2026).

A Figura 9 apresenta relatos dos gestores de cada empresa pesquisada, buscando demonstrar o lado da experiência e do convívio diário com o uso das ferramentas digitais que se tem na empresa. A análise das respostas permitiu identificar os benefícios observados na rotina dos estabelecimentos: a melhoria significativa na organização e atendimento ao cliente, o aumento nas vendas e na divulgação dos produtos, maior praticidade e rapidez na execução das atividades diárias. Os resultados encontrados estão de acordo com Chonsawat e Sopadang (2020), que afirmam que a utilização de tais tecnologias digitais promove melhorias nos processos da organização, tornando as atividades mais eficientes e contribuindo para o crescimento das organizações.

Figura 10 – Interesse na adoção de novas ferramentas ou sistemas digitais para gestão de pedidos.



Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada (2026).

A Figura 10 apresenta o interesse em adotar novas ferramentas ou sistemas digitais para otimizar a gestão de pedidos no futuro os resultados demonstram que 91,7% das empresas manifestaram interesse na adoção de sistemas de gestão que otimizem suas atividades profissionais. Esse resultado evidencia o interesse das empresas em adotar sistemas melhores de tecnologia para suas organizações, deixa claro a preocupação em sempre buscar medidas que possam gerar resultados mais eficientes e retorno lucrativo. Assim como (Afuah, 2002; Ross *et al.*, 2016; Ross *et al.*, 2019a, 2019b), dizem para que as empresas possam vir a se tornarem melhor a sua competitividade, tem se buscado por novas tecnologias digitais.

Figura 11 – Percepções dos gestores sobre o impacto das ferramentas digitais na rotina dos estabelecimentos.

Nº	Experiência, observação ou comentário adicional sobre como a tecnologia impacta a rotina e a gestão de pedidos no seu estabelecimento
1	Melhora muito a organização de ordem dos pedidos e em si o atendimento também.
2	Ajudaria na administração da rotatividade de entrada e saída de materiais, assim como, na reposição de estoque e fluxo de caixa.
3	Ajuda bastante na evolução do estabelecimento e deseja melhorar ainda mais.
4	É essencial no trabalho, ajuda 100% na produção, na propagação do trabalho, chega tudo programado, o cliente vê organização.

Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada (2026).

A Figura 11 e última, demonstra as observações e comentários adicionais sobre o impacto que é percebido na rotina das empresas utilizando-se das ferramentas digitais. De modo geral, os relatos evidenciam que quando se tem a utilização de ferramentas digitais tecnológicas no meio organizacional, são consideradas essenciais para o trabalho que é realizado, mostrando que as empresas reconhecem o valor e o impacto positivo que tais ferramentas digitais trazem para o seu negócio, após sua adoção, sendo percebido as melhorias com pouco tempo de uso.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar a utilização de ferramentas digitais no processo de recebimento e organização de pedidos em estabelecimentos alimentícios do município de Regeneração-PI. Através da aplicação de questionários junto aos estabelecimentos participantes, foi possível entender as principais ferramentas usadas, as percepções dos gestores sobre os impactos e as dificuldades que surgem durante a realização desses processos.

Os resultados revelaram que todas as empresas investigadas utilizam ferramentas digitais, sendo o WhatsApp a principal plataforma utilizada para receber pedidos. Contudo, constatou-se que muito dos estabelecimentos ainda realizam a organização dos pedidos por meio de comandas em papel, mostrando que a digitalização dos processos é apenas parcial. Essa situação evidencia a existência de oportunidades para implantar sistemas integrados capazes de proporcionar maior controle das informações, diminuir falhas operacionais e aumentar a eficiência administrativa.

Além disso, foi observado que os gestores percebem vários benefícios proporcionados pelo uso das ferramentas digitais, destacando a melhora na comunicação com os clientes, a maior organização das atividades, o aumento da agilidade no atendimento e o aumento no número de pedidos. Por outro lado, também foram notadas dificuldades como erros de anotação, problemas na organização dos pedidos e limitações decorrentes da utilização simultânea de processos manuais e digitais, indicando a necessidade de investir em tecnologias mais integradas e na capacitação dos funcionários.

Os resultados obtidos mostram que o objetivo geral da pesquisa foi atingido, assim como os objetivos específicos, pois foi possível identificar as ferramentas digitais utilizadas pelos estabelecimentos, entender como ocorre o processo de recebimento e organização dos pedidos e avaliar os impactos dessas tecnologias na rotina administrativa das empresas pesquisadas. As análises também mostraram que, embora os empresários reconheçam os benefícios das

tecnologias digitais, ainda existe espaço para melhorar os processos, principalmente por meio da adoção de sistemas de gestão que conectem o recebimento, a organização, o controle de pedidos e o monitoramento das operações.

Como contribuição prática, este estudo fornece dados que podem ajudar os empresários do setor alimentício fora do lar, a tomar decisões relacionadas à modernização de seus processos, promovendo a utilização de ferramentas digitais que podem aumentar a produtividade, diminuir erros e melhorar a qualidade do atendimento ao cliente. Da mesma forma, a pesquisa contribui para ampliar o entendimento sobre a realidade dos pequenos estabelecimentos alimentícios fora do lar de Regeneração - PI, servindo como base para futuros estudos sobre transformação digital em empresas de pequeno desse mesmo segmento.

REFERÊNCIAS

ABRASEL. *Do celular à mesa: como os apps de delivery transformam o mercado de bares e restaurantes*. Disponível em: <https://sp.abrasel.com.br/noticias/noticias/do-celular-a-mesa-como-os-apps-de-delivery-transformam-o-mercado-de-bares-e-restaurantes>. Acesso em: maio 2020.

AFUAH, Allan. Mapping technological capabilities into product markets and competitive advantage: the case of cholesterol drugs. *Strategic Management Journal*, v. 23, n. 2, p. 171-179, 2002.

ARNOLD, J. R. T. *Administração de materiais: uma introdução*. São Paulo: Atlas, 1999.

BALLOU, Ronald H. *Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física*. São Paulo: Atlas, 2001.

BALLOU, Ronald H. *Gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial*. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

BERTAGLIA, Paulo Roberto. *Logística*. São Paulo: Saraiva, 2003.

BOWERSON, Donald J.; CLOSS, David J. *Logistical management*. New York: McGraw-Hill, 1996.

CHONSAWAT, N.; SOPADANG, A. Defining SMEs' 4.0 readiness indicators. *Applied Sciences*, v. 10, n. 24, p. 8998, 2020.

FELSBERGER, Andrea et al. The impact of Industry 4.0 on the reconciliation of dynamic capabilities: evidence from the European manufacturing industries. *Production Planning & Control*, v. 33, n. 2-3, p. 277-300, 2020.

GUIRALDELLI, W. *A necessidade da tecnologia da informação nas empresas*. Disponível em: <http://www.diariodafranca.com.br/conteudo/noticia.php?noticia=19793&categoria=1>. Acesso em: 15 ago. 2018.

HANNOLA, Lea et al. Empowering production workers with digitally facilitated knowledge processes: a conceptual framework. *International Journal of Production Research*, v. 56, n. 14, p. 4729-4743, 2018.

HEAVIN, Ciara; POWER, Daniel J. Challenges for digital transformation: towards a conceptual decision support guide for managers. *Journal of Decision Systems*, v. 27, p. 38-45, 2018.

HOLLOWAY, B.; DEITZ, G.; HANSEN, J. The benefits of sales force automation (SFA): an empirical examination of SFA usage on relationship quality and performance. *Journal of Relationship Marketing*, v. 12, n. 4, p. 223-242, 2013.

KOTLER, Philip. *Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados*. São Paulo: Ediar, 2009.

KUMAR, S.; MOOKERJEE, V.; SHUBHAM, A. Research in operations management and information systems interface. *Production and Operations Management*, v. 27, n. 11, p. 1893-1905, 2018.

MELO, D.; ALCÂNTARA, R. Proposição de um modelo para a gestão da demanda: um estudo entre os elos atacadista e fornecedores de produtos de mercearia básica. *Revista Gestão & Produção*, São Carlos, v. 19, n. 4, p. 759-777, 2012.

MITHAS, Sunil; TAFTI, Ali; MITCHELL, Will. How a firm's competitive environment and digital strategic posture influence digital business strategy. *MIS Quarterly*, v. 37, n. 2, p. 511-536, 2013.

PINHEIRO, Alessandro de Orlando Maia; TIGRE, Paulo Bastos. Proposta de investigação sobre o uso de software no suporte à inovação em serviços. *Revista de Administração de Empresas (RAE)*, São Paulo, v. 55, n. 5, p. 578-592, 2015.

RAZAVI, S. M. H. et al. The impact of technological innovation capabilities on competitive performance of Iranian ICT firms. *Iranian Journal of Management Studies*, v. 9, n. 4, p. 855-882, 2016.

ROSS, Jeanne W. et al. *Designing digital organizations*. Working Paper n. 406. Cambridge: MIT Center for Information Systems Research, 2016.

ROSS, Jeanne W.; BEATH, Cynthia M.; MOCKER, Martin. Creating digital offerings customers will buy. *MIT Sloan Management Review*, v. 61, n. 1, p. 64-69, 2019a.

ROSS, Jeanne W.; BEATH, Cynthia M.; MOCKER, Martin. *Designed for digital: how to architect your business for sustained success*. Cambridge: MIT Press, 2019b.

SHOU, Y.; ZHAO, X.; CHEN, L. Operations strategy of cloud-based firms: achieving firm growth in the big data era. *International Journal of Operations & Production Management*, v. 40, n. 6, p. 873-896, 2019.

SILVA JÚNIOR, S. P.; CALLEFI, J. S. Implementação e continuidade do Ciclo PDCA: um estudo de caso no setor metal mecânico. *Gestão de Produção, Operações e Sistemas – GEPROS*, v. 15, n. 3, p. 155-182, 2020.

WAMBA, Samuel Fosso; QUEIROZ, Mauricio M. Blockchain in the operations and supply chain management: benefits, challenges and future research opportunities. *International Journal of Production Economics*, v. 229, 2020.

WILSON, R. *State of logistics report*. USA: The Council of Supply Chain Management Professionals, 2005.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO

TERMO DE CONSENTIMENTO

Este formulário tem como objetivo analisar a utilização de ferramentas digitais no processo de recebimento e organização de pedidos em comércios alimentícios no município de Regeneração-PI. As informações coletadas contribuirão para a compreensão das práticas adotadas pelos estabelecimentos, bem como para a identificação de melhorias nos processos organizacionais, conforme proposto neste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

Suas respostas serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos. O estudo possui abordagem quali-quantitativa, visando analisar tanto dados estatísticos objetivos quanto as percepções dos participantes sobre o tema.

Você autoriza a utilização dos dados informados neste formulário para fins unicamente acadêmicos, estando garantidos o sigilo absoluto das informações, o anonimato do estabelecimento, o respeito às normas éticas e as diretrizes da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)?

☐ Sim, compreendo e autorizo a utilização dos dados.

☐ Não autorizo (O formulário será encerrado).

APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO

QUESTIONÁRIO APLICADO VIA GOOGLE FORMS PARA ANALISAR A UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS DIGITAIS NO PROCESSO DE RECEBIMENTO E ORGANIZAÇÃO DE PEDIDOS EM COMÉRCIOS ALIMENTÍCIOS NO MUNICÍPIO DE REGENERAÇÃO-PI

Caro(a) professor (a),

Este questionário faz parte de uma pesquisa para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de bacharelado em administração, sobre o uso de ferramentas digitais no processo de recebimento e organização de pedidos em comércios alimentícios de Regeneração – PI.

Desde já agradeço a sua colaboração.

1. Qual é a principal modalidade de atuação do seu estabelecimento gastronômico?

- ☐ Lanchonete / Fast food
- ☐ Restaurante (À la carte / Self-service)
- ☐ Pizzaria
- ☐ Marmitaria / Fornecimento de refeições
- ☐ Hamburgueria
- ☐ Cafeteria / Confeitaria
- ☐ Apenas Delivery
- ☐ outro

2. Quanto tempo o seu estabelecimento está em funcionamento no mercado?

- ☐ Menos de 1 ano
- ☐ De 1 a 2 anos e 11 meses
- ☐ De 3 a 4 anos e 11 meses
- ☐ Há 5 anos ou mais

3. Quais ferramentas digitais o seu estabelecimento utiliza para receber pedidos? (Marque todas as opções válidas)

- ☐ Não utiliza ferramentas digitais (Apenas pedidos presenciais ou telefone fixo)
- ☐ WhatsApp (Tradicional ou Business)
- ☐ Plataformas de delivery (iFood, Rappi, Uber Eats, etc.)
- ☐ Plataforma própria / Site próprio de pedidos (Delivery Direto, Menu Dino, etc.)
- ☐ Redes sociais (Direct do Instagram ou Facebook Messenger)
- ☐ Sistema de totem ou cardápio digital QR Code no local
- ☐ Outro:

4. Qual método ou ferramenta é utilizado atualmente para a organização e gestão dos pedidos recebidos? (Marque todas as opções válidas)

- ☐ Processo manual (Comandas físicas, papel ou bloco de notas)
- ☐ Planilhas eletrônicas (Excel, Google Planilhas, etc.)
- ☐ Sistema de gestão integrado / Software de PDV (Ex: Totvs, Linx, Consumer, etc.)
- ☐ Painel de gerenciamento das próprias plataformas de delivery (Ex: Gestor de Pedidos iFood)
- ☐ Não há um método padronizado de organização
- ☐ Outro:

5. Na sua percepção, qual é o impacto do uso de ferramentas digitais no atendimento ao cliente?

- ☐ Melhora significativamente o atendimento
- ☐ Melhora apenas parcialmente
- ☐ Não gera impacto ou diferença perceptível
- ☐ Piora ou dificulta o atendimento ao cliente

6. Quais são as principais dificuldades enfrentadas pelo estabelecimento no processo de recebimento e organização de pedidos? (Marque todas as opções válidas)

- ☐ Erros na anotação ou na produção dos pedidos (Incompatibilidade de itens)
- ☐ Gargalos ou lentidão no tempo de atendimento ao cliente
- ☐ Descentralização das informações (Pedidos chegando por vários canais ao mesmo tempo)
- ☐ Extravio ou perda de pedidos durante o fluxo operacional
- ☐ Falta de integração entre os canais de recebimento e a cozinha
- ☐ Dificuldade na gestão do tempo de entrega dos motoboys
- ☐ Não enfrentamos dificuldades significativas nesse processo
- ☐ Outro:

7. Como você classifica o nível de organização dos fluxos de pedidos no seu estabelecimento?

- ☐ Altamente eficiente e organizado
- ☐ Eficiente e organizado
- ☐ Pouco eficiente e com falhas de organização
- ☐ Ineficiente e totalmente desorganizado

8. O uso de ferramentas digitais trouxe benefícios operacionais ou financeiros para o seu negócio?

- ☐ Não utilizo ferramentas digitais (Direcionar para a próxima questão)

- ☐ Não trouxe benefícios perceptíveis
- ☐ Sim (Marque abaixo quais foram os principais benefícios percebidos):
- ☐ Aumento no volume diário de pedidos / Faturamento
- ☐ Redução do tempo de espera do cliente (Agilidade)
- ☐ Redução de erros humanos na anotação dos pedidos
- ☐ Facilidade na gestão do fluxo de caixa e relatórios
- ☐ Melhoria na comunicação e fidelização do cliente
- ☐ Outro:

9. Caso tenha respondido "Sim", descreva sucintamente quais foram os principais benefícios observados na rotina do estabelecimento:

10. Qual é o seu interesse em adotar novas ferramentas ou sistemas digitais para otimizar a gestão de pedidos no futuro?

- ☐ Sim, tenho forte interesse em adotar.
- ☐ Tenho interesse, mas depende do custo de implementação.
- ☐ Tenho interesse, mas sinto falta de treinamento ou conhecimento técnico.
- ☐ Não tenho interesse no momento (Considero o método atual suficiente).

11. Caso deseje, compartilhe alguma experiência, observação ou comentário adicional sobre como a tecnologia impacta a rotina e a gestão de pedidos no seu estabelecimento: