

## A IMPORTÂNCIA DO SISTEMA DE INFORMAÇÃO PARA A EVOLUÇÃO DA EMPRESA D' CARMO MODAS LTDA

Ana Flavia Santos Souza<sup>1</sup>

Heider Jeferson Gonçalves<sup>2</sup>

Karina da Silva Peixoto Barreto<sup>3</sup>

**RESUMO:** Atualmente vêm se exigindo muito das empresas, principalmente em questões de tecnologia, pois ela facilita a tomada de decisão no decorrer do dia-a-dia, onde as informações estão disponíveis a todo o momento. O presente artigo apresenta como problemática a importância de um sistema de informação nas empresas e sua contribuição para a evolução da loja D' Carmo Modas. No qual o estudo objetivou tratar sobre diagnosticar o uso de sistemas de informação na loja D' Carmo Modas e propor possíveis soluções de melhoria para a empresa. Seguindo com a intenção de buscar informações de antes e depois da implantação do sistema de informações; investigar como a empresa era antes do sistema, e como se encontra após o uso contínuo do mesmo; analisando pontos positivos e negativos; diagnosticando e propondo possíveis soluções. Através de um estudo de caso na empresa D' Carmo Lojas, localizada no município de Santo Antonio do Caiuá – PR com a realização de uma pesquisa do tipo exploratória, de natureza qualitativa, os resultados encontrados, mostraram que a empresa já utiliza um sistema de informação e que depois da implantação e uso desse sistema, obteve grande melhora tanto na parte de organização de estoques, informações de seus clientes, e que conseqüentemente aumentaram a sua lucratividade.

**Palavras-chave:** Tecnologia da Informação; Mudança; Planejamento; Tomada de Decisão.

### 1 INTRODUÇÃO

Atualmente vêm se exigindo muito das empresas, principalmente em questões de tecnologia, pois ela facilita a tomada de decisão no decorrer do dia-a-dia, onde as informações estão disponíveis a todo o momento e o que antes era um processo lento,

---

<sup>1</sup> Acadêmica do 4 ano do curso de Administração da Faculdade de Tecnologia e Ciência do Norte do Paraná, 2018 [anaflaviasouza094@gmail.com](mailto:anaflaviasouza094@gmail.com) e [karinabarreto724@gmail.com](mailto:karinabarreto724@gmail.com)

<sup>2</sup> Orientador e Professor da Faculdade de Tecnologia e Ciência do Norte do Paraná, 2018 [heiderjg@hotmail.com](mailto:heiderjg@hotmail.com)

<sup>3</sup> Acadêmica do 4 ano do curso de Administração da Faculdade de Tecnologia e Ciência do Norte do Paraná, 2018

como, pegar a ficha de um cliente, procurar no caderno o valor de algum produto em específico, por exemplo, hoje basta digitar o nome do cliente no sistema que os resultados são imediatos.

Esse é um meio que oferece recursos para a geração de informações importantes sobre os clientes, mantendo assim um melhor controle sobre os mesmos. Já a ação de restrição de documentos para cadastrar clientes no sistema de informação da empresa, gera um mecanismo de proteção, pois isso ajuda para que o cliente fique atento quanto a seus pagamentos e dívidas, conseqüentemente assim a empresa não perde, ou seja, tem menos prejuízos.

A utilização desses recursos tecnológicos facilita na tomada de decisão, em diferentes ramos. É possível adquirir vantagem competitiva utilizando essas ferramentas e cada vez mais sistemas de informação mais sofisticados. Atualmente, isto não é visto como simples tecnologia, mas sim como uma obrigação para as empresas, na cobrança de notas fiscais eletrônicas, por exemplo, e é de extrema importância a implantação de um sistema de informação nas empresas, proporcionando a sua evolução e desenvolvimento onde se faz a problemática desse artigo.

O objetivo geral irá tratar sobre o diagnóstico do uso de sistemas de informação na loja D' Carmo Modas e propor soluções de melhoria para a empresa. Seguindo com a intenção de buscar informações de antes e depois da implantação do sistema de informações; investigar como a empresa era antes do sistema, e como se encontra após seu uso contínuo; analisar pontos positivos e negativos; identificando e propondo possíveis soluções, melhorias em sistema de informação, são os objetivos específicos desse trabalho.

Este trabalho se justifica para a sociedade, como forma de informação, conhecimento e segmento para os empreendedores que ainda possuem dúvidas sobre a importância dos SI atualmente e como isso favorece na área administrativa, pois saber a importância de um sistema de informação para a empresa, obtendo melhor controle, identificação de atividades que estão ocorrendo na organização, entre outros pontos, é fundamental.

Para a academia, o momento é de consolidar informações, mostrando a importância de um sistema de informação, e o quanto à tecnologia ajuda na gestão das empresas. Para os autores, é uma forma de distinguir caminhos diferentes de onde podem atuar ou não no campo corporativo, podendo entrar em uma organização em que não se pretenda a implantação de um sistema de informação e com esse artigo, mostrar o quanto isso favorece até mesmo para o aumento da receita da organização, seu desenvolvimento e evolução, e também, mostrando conhecimento dessa área administrativa, disseminando informações para a obtenção de bons resultados para o campo em que irão atuar. Gerar informações do ramo acadêmico para a sociedade, com possível crescimento para as organizações que ainda não possuem contato com softwares empresariais, é um grande desafio, muitos ainda possuem uma mente fechada que não aceita opiniões dentro de sua empresa, que podem obter possíveis resultados positivos fazendo com que ela cresça cada vez mais com a utilização de um sistema de informação.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

A tecnologia da informação pode ser entendida como uma rede de componentes responsáveis por processar informações, cuja administração e finalidade estão em dar suporte e segurança para a execução do sistema de informação da empresa.

Para Laurindo (2008) nos primeiros exemplos de aplicações de TI estavam o sistema de reserva de passagem (SABRAE) da American Airlines e o sistema de controles de pedidos de suplementos da American Airlines, esses promoveram muitas mudanças no processo de cada organização assim proporcionando vantagem competitiva a elas.

De acordo com O' Brien (2004), para a operação de todos os sistemas de informação são necessárias pessoas, esses recursos abrangem os usuários finais e os especialistas em SI. Os usuários finais são pessoas que utilizam um sistema de informações ou a informação que ele produz, podendo ter contadores, vendedores, engenheiro, clientes ou gerentes. Já os especialistas em SI são pessoas que desenvolvem e operam os sistemas, incluem nesse rol os analistas de sistemas programadores, operadores de computador e pessoal gerencial, técnico e administrativo de SI, enquanto os analistas projetam os sistemas com base nas exigências de informação dos usuários finais.

Segundo O' Brien (2004) em termos conceituais, os sistemas de informações atualmente podem ser classificados de maneira diferente, há vários tipos de sistemas, por exemplo, podem ser classificados como a operação de sistema de informação gerencial.

As empresas usam bancos de dados para monitorar transações básicas, como pagamento a fornecedores, processamento de pedidos, atendimento a clientes e pagamento a funcionários, mas elas também precisam de bancos de dados para obter informações que as ajudem a administrar o negócio de maneira mais eficiente e, ao mesmo tempo, auxiliem gerentes e funcionários a tomar melhores decisões. Se uma empresa quiser saber qual produto é mais aceito pelo mercado, ou quais clientes são mais lucrativos, a resposta estará nos dados. (LAUDON, 2014, p. 193).

Assim Laurindo (2008) afirma que a informação é um insumo importante para organizar as atividades da empresa, visto que ela possibilita não somente coordenar diversas áreas, funções e processos da empresa, bem como a integração entre os níveis operacionais, gerenciais e executivos da empresa, englobando aspectos táticos e estratégicos.

De acordo com O' Brien (2004), o uso comercial da internet vem se expandindo, sendo mais viável a troca de informação eletrônica para uma plataforma mais ampla para aplicações empresariais estratégicas, facilita a colaboração entre parceiros empresariais, o fornecimento de suporte aos clientes e vendedores, e a compra e

venda de produtos e serviços, assim tornaram-se usos comerciais da internet. Além disso, as companhias utilizam tecnologias de internet para o marketing, vendas e aplicativos de gerenciamento da relação com o cliente, como também aplicações empresariais de funcionalidade cruzadas e aplicações em engenharia, produção, recursos humanos e contabilidade.

Segundo Laudon (2004) entre os serviços prestados pelo departamento de sistemas de informação destacamos, plataformas de computação, serviços de telecomunicações, serviços de gestão de dados, serviços de software aplicativos.

Ainda de acordo com Laudon (2014) o Sistema de Processamento de Transações (SPT) é um sistema informatizado que realiza e registra as transações rotineiras necessárias ao funcionamento organizacional, tais como o registro de pedidos de vendas, sistemas de reservas de hotel, folhas de pagamento, manutenção do registro de funcionários e expedições. E o termo Sistemas de Informação Gerencias (SIG) também designa uma categoria específica de sistemas de informação que atende aos gerentes de nível médio. Os SIGs proporcionam a esses gerentes relatórios sobre o desempenho atual da organização. Com essas informações, é possível monitorar e controlar a empresa, bem como prever seu desempenho futuro.

Laurindo (2008) afirma que dados seriam os fluxos de fatos brutos e isolados, ou descrições primárias dos objetos, atividades, eventos, como por exemplo, transações comerciais, movimentações de contas correntes bancárias ou ainda entradas e saídas de itens em estoque. Os dados são processados através de uma aplicação (ou programa aplicativo), como, por exemplo, em um sistema de gerenciamento de estoques, um sistema de contas corrente de um banco ou sistema de controle de pedidos. Seriam informações, portanto, as vendas em uma dada região, o movimento acumulado de conta corrente em um mês, as compras de um determinado fornecedor ao longo de um mês. A informação oferecida, desta forma, é um modo particular de interpretar a realidade. Assim, os dados e informações passam a transmitir experiência, aprendizado, compreensão e técnicas, que desta forma trazem

grandes contribuições à organização, pois permitem análises críticas e a consolidação do conhecimento organizacional.

Segundo O' Brien (2004) quanto ao conceito de estratégia competitiva para empresa com o sistema de informação, envolve a utilização de tecnologia da informação para desenvolver produtos, serviços e capacidade que confirmam a uma empresa vantagens estratégicas sobre as forças competitivas que ela enfrenta no mercado mundial, esse papel gera sistema de informação estratégica, que apoiam moldam a posição e estratégica competitiva de uma empresa.

Para Laurindo (2014) investir em um sistema de informação é uma maneira que as empresas têm para administrar suas funções de produção internas, bem como lidar com as demandas dos atores-chave presentes em seus ambientes. As empresas investem em sistemas de informação para atender aos seguintes objetivos organizacionais, assim para atingir a excelência operacional (produtividade, eficiência e agilidade), desenvolver novos produtos, estreitar o relacionamento com o cliente e atendê-lo melhor (marketing contínuo, vendas e serviços, customização e personalização), melhorar a tomada de decisão (em termos de precisão e rapidez), promover vantagem competitiva, assegurar a sobrevivência.

Conforme Laurindo (2014) existe estratégias de sistemas de informação para lidar com as forças competitivas e uma básica estratégia alinha a TI com os objetivos do negócio. O principio básico da estratégia de TI para um negócio é garantir que a tecnologia serve ao negócio, e não o contrário. Entende-se que a empresa será mais lucrativa à medida que conseguir alinhar melhor a tecnologia aos objetivos do negócio.

O uso comercial da internet, está se expandindo da troca de informações eletrônica para a plataforma ampla para aplicações empresariais estratégicas, o uso da internet torna a colaboração entre parceiros empresariais, o fornecimento de suporte a clientes e vendedores, e a compra e venda de produtos e serviços, as companhias utilizam para o marketing, vendas e aplicativos de gerenciamento da relação com o cliente. (O' BRIEN, 2004, p. 170).

De acordo com Laudon (2014), um banco de dados é um conjunto de arquivos relacionados entre si com registros sobre pessoas, lugares ou coisas. Um banco de

dados possui informações importantes sobre cada cliente. Ela fornece quatro tipos de informações sobre cada cliente: sobrenome, primeiro nome, endereço e o número de telefone.

“Os analistas financeiros normalmente utilizam planilhas eletrônicas e outros software de planejamento financeiro para avaliar o desempenho financeiro presente e projeto para uma empresa” (O’ BRIEN, 2004, p. 233).

Segundo Laudon (2014), o controle de sistemas de informação podem ser manuais ou automatizados, e são compostos tanto por controles gerais quanto por controle de aplicações. Controles gerais controlam projeto, segurança e uso de programas de computadores, além da segurança de arquivos de dados em toda a infraestrutura de TI da empresa. Controles de aplicação são controles específicos exclusivos a cada aplicação computadorizada, como processamento de folha de pagamento ou pedidos.

Segundo O’ Brien (2004), o sistema e tecnologia de informação tornam-se componentes vitais quando se pretende alcançar o sucesso de empresas e organização, assim consistindo em um campo de estudo essencial em administração e gerenciamento de empresas.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A metodologia utilizada nesse trabalho é do tipo exploratória, conforme Gil (2010), “essa fase da pesquisa-ação, tem como objetivo determinar o campo de investigação, as expectativas dos interessados, bem como o tipo de auxílio que estes poderão oferecer ao longo do processo de pesquisa.” Como investigação, a fonte foi primária, segundo Malhorta (2004), dados primários são aqueles coletados para fins diferentes do problema em pauta e dados secundários são os originários do pesquisador para solucionar o problema de pesquisa.

A natureza da pesquisa é qualitativa conforme Richardson (2015, p.79) “a abordagem qualitativa de um problema visa a oportunidade de investigar, justificar

sobre um determinado assunto, por ser uma forma clara e ampla de entender a natureza de um certo fenômeno social”, que segundo Roesch, (2012) a pesquisa qualitativa é apropriada para avaliação formativa, quando se trata de melhorar a efetividade de um plano, ou mesmo quando é o caso da proposição de planos.

Com estudo de caso que “costuma ser utilizado para o esclarecimento da pesquisa dos seus vários aspectos para a descrição. Com a classificação do mais adequado para a investigação de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto real” (GIL, 2010,p.37). Já para Nascimento (2012, p.96) uma situação particular de investigação exclusiva para atender a um determinado e único evento, é chamado de estudo de caso, como se trata de uma investigação exclusiva, seus estudos e resultados não podem ser aplicados a outras situações, por mais parecidas ou assemelhadas que sejam.

Os dados coletados foram colhidos em forma de entrevista, que segundo Gil (2010, p.102) “pode ser entendida como a técnica que envolve duas pessoas numa situação ‘face a face’ e em que uma delas formula questões e a outra responde”.

## **4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS**

### **4.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA**

A empresa D' Carmo Modas está a 10 anos no mercado, localizada na Av. São João nº 746 da cidade de Santo Antônio do Caiuá - Paraná, a empresa é do ramo de vendas de roupas, tem como objetivo acompanhar a moda e manter seus clientes satisfeitos a ponto de não procurar outra loja. Hoje a empresa conta com 8 funcionários sendo eles todos atendentes da loja.

Tudo começou quando a gerente resolveu vender lingerie em sua casa, tudo era simples, mas seus clientes com o passar do tempo foram aumentando e assim a encorajando a aumentar o seu negócio também. Então resolveu abrir uma loja no

centro da cidade, um ponto muito bem localizado e para que as pessoas tivessem fácil acesso, foi tudo pensado no conforto do cliente.

A loja cresceu muito rápido e como o movimento de clientes era constante a dona resolveu abrir mais uma loja, só que essa nova loja para promoções, como se fosse uma queima de estoque. Sendo assim as novidades, tendências da moda ficam em uma loja e peças que também são da modinha só que possui um preço mais baixo se encontram em sua filial. O objetivo da loja é atender pessoas de todos os níveis e classes sociais, ela busca sempre ampliar os olhares de sua clientela.

#### 4.2 APRESENTAÇÃO DE DADOS

Através de uma entrevista foram levantados vários aspectos, como o SI influenciou para a organização e crescimento da empresa, assim ampliando o estabelecimento com variedades proporcionando mais satisfação ao cliente.

A gerente afirma que antes da implantação do SI era muito difícil, pois não havia noção de estoque, e nem de como se encontrava o mesmo, também tinha muitas dificuldades para saber se a peça tinha sido vendida ou não, enquanto no modo antigo tudo era marcado em um caderno para o controle do mesmo, o trabalho era dobrado pois tinha o estoque mas não possuía o controle.

Para a instalação do SI houve alguns meses não lembrando ao certo, já para a adaptação foi questão de prática, sendo passado corretamente todas as instruções, porem, nem todos os funcionários se adaptaram, mas cerca de 90% deles utilizam o sistema.

Após a implantação do SI via internet a empresa obteve uma grande melhora quanto a receita, organização, vendas à prazo a seus clientes, principalmente as contas a receber ficaram mais fáceis de se controlar, diminuindo a dificuldade e mantendo o controle da organização como um todo.

Quanto a informação de seus clientes, o controle dos custos e o estoque, o cliente leva a informação de dados cadastrados como CPF, RG, comprovante de

residência e todas as informações que um sistema pode conter separados em bloco de dados, propriamente em uma central de dados, sendo apto e completo para todas as transações dentro da organização.

Também diminuíram as horas perdidas pelos funcionários, que antes ficavam conferindo estoque e dobrando as peças depois do expediente. Agora apenas dobram as roupas, e quanto à dar saída do estoque, isso é feito automaticamente pelo sistema, agora após a implantação do sistema, eles apenas dobram a peças.

Para a gerente, somente o que deixou a desejar, foi para registrar cada produto, pois, houve bastante dificuldade devido a quantidade e variedades dos produtos, mas todo o esforço valeu a pena, pois agora o estoque esta mais organizado do que antes, sendo assim o movimento as vezes atrapalha e o estoque fica um pouco desorganizado, mas logo é reorganizado.

Segundo a gerente após a implantação do sistema houve muitas vantagens, como a de diminuir o tempo de marcar os produtos vendidos e o controle de estoque, melhorando muito o atendimento ao cliente.

O Sistema fez com que a empresa crescesse ainda mais, atraindo os olhares dos clientes, pois eles sentem mais confiança e segurança em realizar a sua compra na loja D' Carmo Modas, pois, os mesmo sabem que tudo que foi comprado estará em seu nome, constando qual produto foi levado, o valor e a data que foi realizada a compra.

A empresa trabalha também com condicional, onde as peças que são levadas para o cliente provar em casa são todas lançadas nos sistema, sendo assim a empresa possui o controle total de cada peça.

Os funcionários também estão satisfeitos com a empresa do sistema de informação, que presta assessoria no pós venda muitas vezes “assumindo o mouse” quando necessário.

Além de tudo, realizamos uma pesquisa onde perguntamos qual seria o grau de satisfação dos clientes em ter uma relação mais próxima no pós venda, e como a visão está totalmente direcionada a sistema, acredita-se que a implantação de um

sistema CRM seria interessante para o contato mais ágil e de proximidade com o cliente no pós venda.

#### 4.3 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Dentre os problemas levantados pela gerente, destacamos o aumento da carga horária dos funcionários por ter que colocar tudo em ordem, assim ficando mais tempo na loja cumprindo além do que estava registrado na carteira, muitas vezes tendo que pagar hora extra e deixando os colaboradores estressados e cansativos, isso tudo devido a desorganização do estoque, pois o mesmo não tinha um controle, sendo muito difícil tomar decisões para o futuro da empresa.

Após a implantação do sistema, houve muitas melhorias, como o estoque, que melhorou muito seu controle e ficou muito mais fácil de visualizar se o produto ainda está em estoque ou não, conseqüentemente as horas demandadas para o estoque também diminuiriam, pois os colaboradores não precisam ficar conferindo estoque todo o tempo, e no decorrer do dia quando sobra um tempo extra, apenas dobram as peças. As decisões ficaram mais fáceis de ser tomadas tornando-se tudo mais flexível e rápido.

#### 4.4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Para Laurindo (2008), o sistema CRM nada mais é do que um sistema de gerenciamento de relações com os clientes, assim os executivos poderiam acessar sistemas de apoio à decisões que disponibilizariam informações e dados estratégicos sobre o negócio, como o comportamento dos consumidores.

Diante da questão do sistema, boa parte dos problemas teve uma solução, deixando apenas a desejar a questão da implantação do CRM. Diante dessa questão sugere-se para a empresa que implante um sistema CRM e contrate uma pessoa

apenas para ficar manuseando esse setor e os das postagens nas redes sociais. Vimos que em redes sociais eles não costumam responder a todos nas postagens das peças, pois a empresa possui o E-COMMERCE apenas por comercializar algo na internet, isso seria um diferencial para a empresa e possivelmente gera vantagem competitiva.

Muitas empresas acabam deixando de lado o quesito de medir a satisfação do cliente. Sendo assim resolvemos fazer um questionário com a clientela da loja, para saber a sua satisfação, assim podendo possivelmente implantar um novo sistema. Como podemos ver no gráfico a seguir:



Fonte: D' Carmo Modas/Grau de Satisfação, Ana Flavia e Karina, Agosto 2018

Podemos ver no gráfico apresentado acima, que a maioria dos clientes aprovam a implantação de um novo sistema, que no caso seria o CRM que irá apoiar em todo o processo após a compra ser efetuada, assim podendo ter um relacionamento mais próximo com os clientes da loja.

O gráfico apresentado acima ainda nos mostra, a satisfação dos clientes quanto ao sistema de informação utilizado, onde 90% dos entrevistados aprovam o sistema atual, gerando mais satisfação em questão de atendimento e confiança. Já os 10%

que não aprovam o sistema, são em sua grande maioria pessoas idosas e que não tem acesso a internet.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente trabalho possibilitou a análise de uma empresa que já possui um sistema de informação. Seguimos com a intenção de desvendar quais foram as mudanças, evolução e desenvolvimento depois da implantação do sistema de informação, o que foi possível mudar após a instalação do mesmo, assim fazendo com que todos objetivos fossem alcançados como citados anteriormente.

Sobre o objetivo geral, o diagnóstico do uso de sistemas de informação na loja D' Carmo Modas, esse foi claramente alcançado, pois seguindo com a busca de informações do antes e depois da implantação do sistema de informações e ao mesmo tempo investigar como a empresa era antes do sistema, e como se encontra após seu uso contínuo, os pontos positivos e negativos, identificando e propondo possíveis soluções e melhorias, desenvolvendo assim todos os objetivos específicos.

Através de uma entrevista foram levantados vários aspectos, como o SI influenciou para a organização e crescimento da empresa, assim ampliando o estabelecimento com variedades proporcionando mais satisfação ao cliente.

A gerente afirma que antes da implantação do SI era muito difícil, pois não havia noção de estoque, e nem de como se encontrava o mesmo, também tinha muitas dificuldades para saber se a peça tinha sido vendida ou não, pois tudo era marcado em um caderno para fazer o controle.

Ainda segundo a gerente, após a implantação do sistema houve muitas vantagens, como a de diminuir o tempo de marcar os produtos vendidos e o controle de estoque, melhorando muito o atendimento ao cliente, e após a implantação do SI a empresa obteve uma grande melhora quanto a receitas, organização, vendas à prazo a seus clientes, principalmente as contas a receber ficaram mais fáceis de se

controlar, diminuindo a dificuldade e mantendo o controle da organização como um todo.

Quanto a propor soluções de melhoria para a empresa, podemos identificar essa proposta por meio de uma pesquisa de satisfação junto aos clientes, o que pode ser verificado através dos dados já apresentados. Ainda através de uma pesquisa no estabelecimento para obter dados mais consistentes, demonstramos que a empresa estava aberta para receber mais informações e adquirir novas mudanças após a implantação do sistema, deixando a loja mais moderna com a existência de outros sistemas que irão ajudar a se comunicar mais com os clientes. Através da pesquisa, aplicando um questionário rápido com os clientes, vimos que eles também apoiam essa nova mudança.

A pesquisa foi satisfatória, pois 90% aprovaram o uso do SI, e os 10% dos que não aprovaram, são clientes que não possuem acesso à internet, e como a empresa trás consigo a missão de atender públicos de diferentes idades e estilos, isso não chega a ser um grande problema.

Concluimos que a proposta dada pelos autores foram aceitas com sucesso, pois a gerente afirma que irá tomar todas as medidas para que o sistema CRM seja implantado, e também irá contratar uma pessoa específica para manusear apenas essa parte, atendendo a todos os clientes e dando mais atenção a eles.

Verificamos também que todos desconheciam a importância e a existência do sistema CRM, os funcionários até mesmo chegaram a pensar em uma pessoa somente para manusear as redes sociais da empresa, somente não possuíam atitude para levar isso até a gerente, os colaboradores estão ansiosos para a implantação de um novo sistema e já imaginam o quanto este irá favorecer para que a empresa se destaque e gere vantagem competitiva diante de seus concorrentes.

## **APENDICES**

- 1-Para registrar cada produto no SI teve alguma dificuldade?
- 2- O estoque costuma estar organizado?
- 3- Antes da implantação do SI havia estoque? Se sim como era controlado?

- 4- Como funcionava antes do SI?
- 5- Como foi realizado o cadastro dos clientes?
- 6- Quais documentos são utilizados?
- 7- Quanto tempo levou para a instalação e adaptação do SI?
- 8- Vantagens e desvantagens do SI implantado na empresa?
- 9- Como ficou o controle de vendas à prazo depois do SI?
- 10- O SI é via satélite ou via internet? O que vocês fazem quando a internet ou o satélite cai, fica sem vender ou confia no cliente?
- 11- Antes do sistema de informação era mais difícil tomar decisões para a empresa? (compras, mudanças, fechar negócios com novos fornecedores)
- 12- Quando se refere a estoque ficou mais fácil de controlar com a implantação do sistema de informação?
- 13- As contas a receber ficou mais fácil manusear?
- 14- Com a implantação do sistema de informação foi possível aumentar a receita do estabelecimento?
- 15- A empresa presta assessoria no pós venda, como assumir o mouse para resolver problemas internos do SI?
- 16- O sistema é apto para todas as realizações de dentro da organização (é completo para empresa)?
- 17- Após o uso do sistema de informação, a empresa encontra alguma dificuldade como (informação do cliente, controlar os custos, estoques). Se existe dificuldades, quais são elas?
- 18- Sabemos que o sistema ajuda muito no andamento da empresa, quando implantado, as informações sobre seu uso foram passada corretamente para os funcionários? Todos os funcionários se adaptaram a ele?

**Questionário de pesquisa de satisfação dos clientes em relação ao novo sistema a ser implantado mais conhecido como CRM.**

- 1- De modo geral, como você avalia a qualidade do atendimento ao cliente

realizado pela empresa, depois da implantação do sistema?

- Muito satisfeito
- Até certo ponto satisfeito
- Pouco insatisfeito
- Muito insatisfeito

2-Qual seu grau de satisfação com a empresa?

- Muito satisfeito
- Até certo ponto satisfeito
- Pouco insatisfeito
- Muito insatisfeito

3-Você se sente mais a vontade de efetuar uma compra depois da implantação do sistema na empresa, pois sabe que tudo vai ser lançado em sua conta. Qual o seu grau de confiança com a empresa?

- Muito satisfeito
- até certo ponto satisfeito
- pouco insatisfeito
- muito insatisfeito

4-Como você avalia a organização das peças na loja, depois do sistema implantado?

- Muito satisfeito
- Até certo ponto satisfeito
- Pouco insatisfeito
- Muito insatisfeito

5-Você indicaria a loja para outras pessoas?

- Muito satisfeito
- Até certo ponto satisfeito
- pouco insatisfeito
- muito insatisfeito

## REFERÊNCIAS

GIL, Antonio Carlos: **Como Elaborar Projeto de Pesquisa**. 5.ed – São Paulo: Atlas 2010.

LAUDON, Kenneth C.: **Sistema de Informação Gerenciais/** Kenneth C. Laudon, Jane P. Laudon; revisão técnica Belmiro do Nascimento João; (tradução Célia Taniwaki). – São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.

LAURINDO, Fernando José Barbin: **Tecnologia da Informação: planejamento e gestão de estratégias/** Fernando José Laurindo. – ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MALHOTA, Naresh K.: **Pesquisa de Marketing**, – Porto Alegre:Bookman: Atlas 2004.

NASCIMENTO, Luiz Paulo do: **Elaboração do projetos de pesquisa: monografia, dissertação, tese e estudo de caso, com base em metodologia científica/** Luiz Paulo do Nascimento. – São Paulo: Cengage Learning, 2012.

O' BRIEN, James A. **Sistema de Informação e as decisões gerenciais na era da internet/** James A. O' Brien; tradução Célio Knipel Moreira e Cid Knipel Moreira. - 2 ed. – São Paulo: Saraiva, 2004.

RICHARDSON, Roberto Jarry: **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**.3.ed.São Paulo: Atlas, 2015.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo: **Projeto de Estágio e de Pesquisa em Administração**. Ed.São Paulo: Atlas, 2012.