



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
PRÓ- REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
CURSOS DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

THAÍS DE FRANÇA DANTAS

**UM ESTUDO SOBRE O PERFIL DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NAS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS LOCALIZADAS NA CIDADE DE CAMPINA
GRANDE-PB.**

Campina Grande – PB

2012

THAÍS DE FRANÇA DANTAS

**UM ESTUDO SOBRE O PERFIL DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NAS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS LOCALIZADAS NA CIDADE DE CAMPINA
GRANDE-PB.**

Trabalho de Conclusão de Curso em forma de artigo apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof^a. MSc. Kaline Di Pace Nunes

Campina Grande – PB

2012

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CIA I – UEPB

D192e Dantas, Thaís de França.

Um estudo sobre o perfil da tecnologia da informação nas micro e pequenas empresas localizadas na cidade de Campina Grande - PB. [manuscrito] / Thaís de França Dantas. – 2012.

33 f.: il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2012.

“Orientação: Profa. Ms. Kaline Di Pace Nunes, Departamento de Administração”.

1. Tecnologia da informação. 2. Micro e pequenas empresas. 3. Competitividade. I. Título.

21. ed. CDD 658.022

THAÍS DE FRANÇA DANTAS

UM ESTUDO SOBRE O PERFIL DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS LOCALIZADAS NA CIDADE DE CAMPINA GRANDE-PB.

Avaliação 9,5 (nove, cinco)

Aprovada em 27 de NOVEMBRO de 2012.

COMISSÃO EXAMINADORA

Kaline Di Pace Nunes

Prof^a. MSc Kaline Di Pace Nunes
Orientadora

Waleska Silveira Lira

Prof^a Dra Waleska Silveira Lira
Examinador (a)

Larissa Ataíde

Prof^a MSc Larissa Ataíde Martins Lins Bezerra
Examinador (a)

Campina Grande – PB

2012

UM ESTUDO SOBRE O PERFIL DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS LOCALIZADAS NA CIDADE DE CAMPINA GRANDE-PB.

Thaís de França Dantas

RESUMO

A busca de uma maior competitividade faz com que as empresas estejam sempre buscando novas formas de gerir seus negócios, a buscar novos conhecimentos para destacar-se no mercado. A informação é a grande aliada nesse processo de absorção do conhecimento. Com a globalização e os avanços tecnológicos a tecnologia da informação (TI) torna-se fator diferencial á tomada de decisões nos âmbitos operacional, tático e estratégico. Sendo assim, o presente estudo visa analisar o perfil da Tecnologia da Informação em micro e pequenas empresas da cidade de Campina Grande- PB. Foi realizada uma pesquisa com 50 empresas de diferentes ramos de atividade. Com a pesquisa constatou-se que as empresas possuem um nível de informatização bom, considerando que possuem de 1 a 3 microcomputadores, sendo a maioria integrado em rede e com acesso a internet. Grande parte das empresas afirmou que ocorreu um aumento da produtividade e rapidez por meio do uso da TI, a maioria delas proporcionou treinamento aos seus colaboradores. O ponto negativo é o baixo investimento em hardwares e softwares, e de empresas especializadas na área que possam dar uma maior assistência as empresas.

Palavras-chave: Tecnologia da Informação, Micro e pequenas empresas, Competitividade.

ABSTRACT

The search for greater competitiveness makes that companies always looking for new ways to manage their business, to seek new knowledge to stand out in the market. Information is the great ally in this process of absorption of knowledge. With globalization and advances in technology, information technology (IT) becomes a differential factor in making decisions in the areas operational, tactical and strategic. Therefore, this study seeks to evaluate the impact of information technology on micro and small businesses in the city of Campina Grande-PB. We conducted a survey with 50 companies from different fields of operation. With this research it was found that companies possess a good level of computerization, have 1-3 computers, most networked and with internet access. Most companies affirmed that occurred an increase in productivity and speed through the use of IT, most of them provided training to its employees. The downside is the low investment in hardware and software, and specialized companies in the area that can give greater assistance companies

Keywords: Information Technology, Micro and Small Businesses, Competitiveness.

INTRODUÇÃO

Com a globalização e com os avanços tecnológicos nos últimos anos, numerosos foram os benefícios proporcionados pelo uso da Tecnologia da Informação (TI) às empresas. Configura-se, portanto, um cenário que vem gradativamente se transformando, desde o século passado, e ainda se encontra em contínua transformação, causando profundas alterações nos aspectos sociais, políticos e econômicos. O século XXI já é caracterizado como a era da informação, onde o sucesso é determinado pelo que a pessoa sabe, e não pelo o que ela possui. McGee e Prusak (1994, p. 3) afirmam que “numa economia de informação, a concorrência entre as organizações está baseada na sua capacidade de adquirir, tratar, interpretar e utilizar a informação de forma eficaz”.

As organizações bem sucedidas caracterizam-se pela busca constante do aumento da sua capacidade competitiva. As empresas com o intuito de oferecer vantagens competitivas devem estar atentas às mudanças e prospectar problemas e riscos futuros. As organizações têm procurado um uso cada vez mais intenso e amplo da Tecnologia da Informação e Comunicação, como uma poderosa ferramenta empresarial que altera as bases da competitividade bem como das estratégias empresarias (ALBERTIN; ALBERTIN, 2005; ALBERTIN, 2006).

Com a diminuição dos custos para aquisição tecnológica, os investimentos nessa área têm sido bastante significativos por organizações dos mais distintos setores. Principalmente para as micro e pequenas empresas (MPE's) que hoje podem competir no mercado de forma mais justa com empresas de maior porte, usando estratégias e informações de forma mais eficaz, aumentando sua competitividade no mercado. Por existir poucos estudos que foquem a tecnologia da informação na gestão de micro e pequenas empresas e de como essa ferramenta está impactado o desempenho organizacional e por acreditar que elas estão procurando, cada vez mais, se estruturar em termos de TI. É válido compreender melhor, por meio da opinião desses gestores, porque as MPEs têm investido de forma significativa em TI.

Diante desta questão, pergunta-se: Qual o perfil da tecnologia da informação em micro e pequenas empresas na cidade de Campina Grande-PB? O objetivo deste artigo é analisar o perfil da tecnologia da informação em micro e pequenas empresas da cidade de Campina grande-PB.

O instrumento utilizado na pesquisa foi um questionário, onde foram abordadas perguntas relacionadas ao tema em questão. Após a aplicação do questionário os dados foram

analisados, em seguida realizada uma análise quantitativa, para constatar o perfil da tecnologia da informação nas organizações.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CONCEITO E IMPORTÂNCIA DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

O processo de mudanças no mundo socioeconômico do século XXI encontra-se, cada vez mais, em ritmo acelerado. Frequentemente há inúmeras informações, novas referências de qualidade, produtos e serviços. Enfim, uma série de fatores modificando totalmente o mercado consumidor e conseqüentemente as organizações. Por conta do aumento da oferta de produtos e serviços aliado ao crescimento da concorrência em quase todos os segmentos de negócios mundiais, devido principalmente ao processo de globalização, as empresas buscam soluções e estratégias para conquistar e manter seus consumidores e para que possam sobreviver em um mercado altamente competitivo.

A constante evolução dos negócios, mercados e economia tem ocasionado uma turbulência acentuada no cenário econômico. Neste contexto Laudon e Laudon (2004, p.4) assinalam que quatro grandes mudanças de âmbito mundial estão alterando o ambiente empresarial. A primeira delas é a emergência e o fortalecimento da economia global. A segunda diz respeito à transformação de economias e sociedades indústrias em economias de serviços, baseadas no conhecimento e na informação. A terceira refere-se à transformação do empreendimento empresarial e a última é a emergência da empresa digital. Essas mudanças estão resumidas no Quadro 1.

Globalização	Transformação da empresa
Administração e controle em um <i>marketplace</i> global	Achatamento
Concorrência em mercados mundiais	Descentralização
Grupos globais de trabalho	Flexibilidade
Sistemas globais de entrega	Independência da localização
	Custos baixos de transação e coordenação
Transformação das economias industriais	Fortalecimento
Economias baseadas no conhecimento e na informação	Trabalho colaborativo e em equipe
Novos produtos e serviços	
Conhecimento: um ativo produtivo e estratégico central	Emergência da empresa digital
Concorrência baseada no tempo	Relacionamento com clientes, fornecedores.
Vida mais curta do produto	Funcionários habilitados digitalmente
Ambiente turbulento	Processos centrais de negócios realizados via redes digitais
Base limitada de conhecimento de funcionários	Administração digital dos principais ativos corporativos
	Percepção e resposta rápidas às mudanças ambientais

Quadro 1 – O ambiente empresarial contemporâneo em transformação
 Fonte: Adaptado de Laudon; Laudon, 2004. p. 4.

Neste cenário de mudanças a informação passou a ser um dos recursos mais valiosos para as organizações. A competência em utilizar a informação torna-se um elemento de fundamental importância no ambiente competitivo empresarial. Exigindo, assim, agilidade, eficiência, flexibilidade e inovação, transformando a informação em uma aliada decisiva nas estratégias das organizações (ALBERTIN; ALBERTIN, 2004).

Stair e Reynolds (2006, p. 4) definem informação “como conjunto de fatos organizados de modo a terem valor adicional, além do valor dos fatos propriamente ditos”. Desta forma, dados são fatos brutos, ou seja, sozinhos não possuem valor. É preciso transformá-los em informações para obter um resultado preciso. Esse processo é realizado através do conhecimento, como mostra a Figura 1.

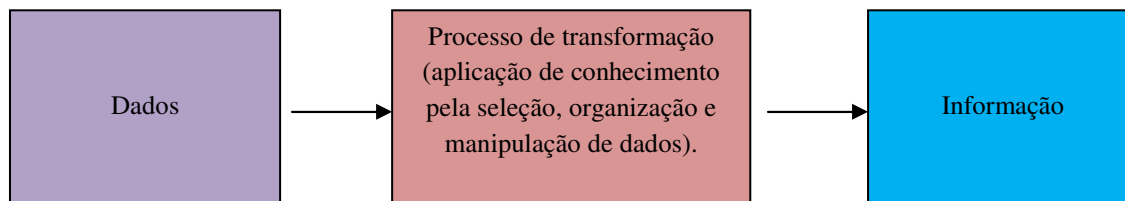


Figura 1- Processo de transformação de dados em informação.

Fonte: Adaptado de STAIR; REYNOLDS, 2006, p. 6.

Para que a informação possa ter valor para os gestores e tomadores de decisões, a mesma deve ser precisa, completa, econômica, flexível, confiável, relevante, simples, apresentada no momento exato, verificável, acessível e segura. Esse valor está diretamente relacionado à maneira como essa informação ajudará a atingir os objetivos organizacionais (STAIR; REYNOLDS, 2006).

As empresas necessitam de informações de boa qualidade para que possam ser formuladas as estratégias. Não adianta a empresa ser provida de dados poucos concretos e mal organizados, isso apenas acarretará prejuízos para os tomadores de decisões.

Com o desígnio de melhorar o fornecimento e o processamento das informações, os gestores estão buscando, cada vez mais, agregar novas tecnologias da informação (TI) aos seus negócios. Para Stair e Reynolds (2000), vivencia-se uma economia informacional. Por isso, os computadores e sistemas interferem constantemente no modo de as organizações conduzirem suas atividades.

Laudon e Laudon (2004) demonstram que a informação estabeleceu-se como provedora de suporte geral para a gestão das empresas. Desta maneira, os recursos da TI apresentam-se como subsidiários da informação que se constitui a base dos novos negócios.

A partir da união dos termos – Tecnologia e Informação – o conceito de TI passou a envolver *hardware*, *software*, telecomunicações, automação, recursos multimídia, recursos de organização de dados, sistemas de informação, serviços, negócios, usuários e as relações complexas envolvidas na coleta, uso, análise e utilização da informação (FERREIRA; RAMOS, 2005).

Rezende (2002, p.42) define TI como o conjunto de recursos tecnológicos e computacionais para guarda de dados, geração e uso da informação e de conhecimentos.

Na definição de Albertin (2004), a TI é entendida como o conjunto de recursos que permite obter, armazenar, processar, comunicar e disponibilizar informação digital.

O fato é que a TI pode ser inserida praticamente em todas as atividades empresarias, desde os níveis operacionais até os gerenciais e estratégicos, dando suporte para a realização dos processos, aumentando a eficiência e a eficácia das operações, influenciando de forma direta na qualidade de serviços e produtos. É muito difícil, atualmente, encontrar alguma atividade que seja desprovida de informações e conhecimentos personalizados.

Várias situações podem ser visualizadas nas organizações que resultam das boas práticas da TI, como: A maximização do tempo, o controle e o rápido acesso às informações referentes aos processos da organização; a redução de pessoal de apoio à produção e escritório; o uso mais completo e rápido de processos, o melhor controle para utilização de materiais com redução de desperdícios; a utilização de vários meios de relacionamento com o cliente para verificar satisfação, entre outras informações relevantes.

De acordo com o Relatório Global de Tecnologia da Informação 2010-2011, o Brasil ocupa 56º lugar entre as 138 economias no ranking global de tecnologia da informação. Esse índice comprova como o Brasil está investindo em tecnologias, numa constante tentativa de se equiparar às grandes potências neste cenário.

2.2 BENEFÍCIOS E LIMITAÇÕES DA TI

De Laudon e Laudon (2007, p.6), acordo com Laudon e Laudon (2007, p.6), a intenção das empresas é atingir seis importantes objetivos organizacionais: Excelência operacional: As empresas estão sempre tentando melhorar a eficiência de suas operações a fim de conseguir maior lucratividade. Das ferramentas de que o administrador dispõe, as tecnologias e os sistemas de informação estão entre as mais importantes para atingir altos níveis de eficiência e produtividade nas operações, especialmente quando combinados com mudanças no comportamento da administração e nas práticas de negócio. Novos produtos, serviços e modelos de negócio: As tecnologias e os sistemas de informação são as principais ferramentas de que as empresas dispõem para criar novos produtos e serviços, assim como modelos de negócio inteiramente novos. Um modelo de negócio descreve como a empresa produz, entrega e vende um produto ou serviço a fim de obter lucros. Relacionamento mais estreito com clientes e fornecedores: Quando uma empresa conhece, de verdade, seus clientes e os atende bem, do jeito que eles querem ser atendidos, a reação natural deles é voltar a essas empresas, aumentando, assim, as receitas e os lucros. O mesmo se aplica com os fornecedores: quanto mais os fornecedores de uma empresa estiverem envolvidos com ela, mais lhe poderão fornecer insumos vitais. Melhor tomada de decisões: Nos últimos dez anos,

as tecnologias e os sistemas de informação têm permitido que, ao tomar uma decisão, os administradores façam uso de dados em tempo real, oriundos do próprio mercado. Vantagem competitiva: Se uma empresa atingir um ou mais dos objetivos organizacionais tratados até aqui, provavelmente já terá conseguido certa vantagem competitiva. E, se fizer essas coisas melhor que seus concorrentes, gastando menos para obter produtos superiores e respondendo a clientes e fornecedores em tempo real, aumentará as vendas e os lucros até um nível em que os concorrentes não conseguirão igualar. Sobrevivência: Outro motivo para as empresas investirem em sistemas e tecnologias de informação é que eles se tornaram imprescindíveis à prática de negócios.

Apesar disso, as empresas também correm riscos ao investir em TI. Alguns fatores devem ser considerados antes de qualquer investimento, para que no futuro isso não cause transtornos à organização. Medeiros e Suavé (2003, p.23) elencam alguns fatores que dificultam a adoção de TI nas empresas: Resistências por parte das pessoas em aderir às novas tecnologias; o tipo de estrutura organizacional da empresa; a imaturidade da TI utilizada, sendo que esta ainda necessite ser completamente desenvolvida; planejamento de investimento ineficiente; a identificação da real necessidade de investimento em TI; planejamento e controle sobre as mudanças depois da adoção da TI; intervenção do governo em assuntos que estão relacionados diretamente ao uso da TI empregados na empresa.

Uma vez que a tecnologia da informação seja adequadamente utilizada, essa se torna um fator diferencial e indispensável, como já foi mencionado. Porém, é preciso fazer uma avaliação dos aspectos positivos e negativos referentes à suposta implantação da TI; pois, se os custos desse investimento são viáveis, tais sistemas exigem contínuo investimento em sua manutenção e atualização, entre outros fatores.

É preciso conhecer quais as reais necessidades de cada setor, de cada departamento, de cada atividade, de cada indivíduo da organização para que seja realizado o investimento adequado às condições da empresa. Vale salientar, também, que os colaboradores sejam qualificados ou se qualifiquem para a realização dessas novas atividades. Esse tipo de investimento pode ser muito desastroso para a empresa, se as pessoas não estiverem totalmente capacitadas a lidar com essa nova tecnologia. É aconselhável uma avaliação antes de investir nesses equipamentos, levando-se em conta alguns aspectos, como a quantidade de clientes e fornecedores, as encomendas, o orçamento, o estoque, as análises financeiras, a quantidade de empregados, a quantidade de registros e documentos.

Levantada à necessidade de implantação de um sistema de informação, a empresa deverá avaliar o que realmente precisa, para assim comparar todos os pacotes oferecidos no mercado (custo/benefício) e, então, escolher um sistema mais eficaz para sua gestão.

É necessário um planejamento, pois a TI afetará a cultura organizacional podendo acarretar resistência à mudança, surgindo assim os primeiros obstáculos a serem vencidos pelos gestores. Alguns desses são ocasionados por receio de que a implantação e automação de certas tarefas podem vir a representar para determinados colaboradores a perda de seus cargos ou da sua importância dentro da hierarquia da empresa.

Além disso, é necessário buscar soluções que tragam bons resultados, isto é, que permitam transformar as informações em algo de maior valor ainda, objetivando alcançar um nível de competência necessária para conseguir transformar dados em informação e informação em conhecimento. Segundo Chiavenato (2003), na era da informação, o recurso mais importante deixou de ser o capital financeiro para ser o capital intelectual, baseado no conhecimento. Isso significa que o recurso mais importante na atualidade não é mais o dinheiro, mas conhecimento. Desta forma, são as pessoas que aprendem, desenvolvem e aplicam o conhecimento na utilização adequada dos demais recursos organizacionais.

Muitas empresas ainda enxergam a TI apenas como custo, não como investimento. O reflexo disso ocorre para o desempenho do negócio e deve ser percebido pelos gestores que tomaram as devidas atitudes e definiram os investimentos para que a TI seja utilizada no negócio de maneira benéfica (ALBERTIN; ALBERTIN, 2008). O importante é avaliar os benefícios fundamentados em avaliações financeiras, produtivas, entre outros aspectos. Deve-se visar sempre um cenário futuro, pensar de maneira estratégica, e não somente considerando os custos de implantação de TI (FERREIRA; RAMOS, 2005). Na visão de Poter (1989), o que determinará o sucesso ou o fracasso na utilização dos recursos da TI é a maneira pela qual estes recursos serão empregados.

2.3 VANTAGENS COMPETITIVAS COM UTILIZAÇÃO DA TI

É preciso estar atento às oportunidades que o mercado proporciona, mesmo que de certa forma essas oportunidades sejam passageiras, pois em meio às constantes mudanças, existe uma grande rotatividade no mercado, ou seja, aquilo que hoje é uma grande inovação, amanhã poderá se encontrar obsoleto, sem valor. Isso se configura como a grande

preocupação das empresas e uma tarefa nada fácil; a de atuar de maneira contínua no mercado.

Dizemos que as empresas que ‘se saem melhor’ têm uma vantagem competitiva sobre as outras: ou elas têm acesso a recursos especiais que as outras não possuem, ou são capazes de usar os recursos disponíveis de maneira mais eficiente normalmente devido a ativos de conhecimento e informação superiores. Seja como for, elas se saem melhor em termos de crescimento da receita, lucratividade ou crescimento da produtividade (eficiência), fatores que, em última instância, se traduzem em um valor da empresa no mercado acionário superior ao da concorrência. (LAUDON; LAUDON. 2007.p.71).

O modelo mais usado para entender a vantagem competitiva é o modelo das cinco forças competitivas de Porter. Pois além das competições de seus concorrentes diretos ainda existem quatro outras forças que atuam em seu ambiente gerando grandes ameaças: novos entrantes no mercado, produtos substitutos, clientes e fornecedores. (LAUDON; LAUDON. 2007.p.72).

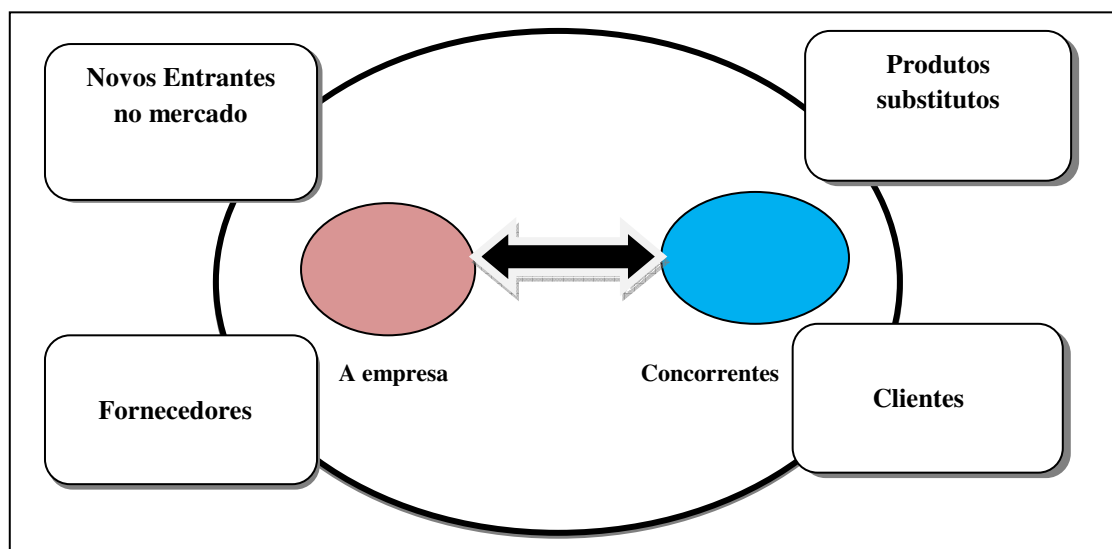


Figura 2 – Modelo das 5 forças competitivas de Porter
Fonte: Adaptado de LAUDON; LAUDON. 2007. P.72.

Concorrentes: O mercado é dividido por inúmeras empresas concorrentes que planejam se sobressair através de diferentes formas de produzir e introduzir com menor custo novos produtos e serviços, de atrair e manter clientes, de fidelizar a sua marca e se consolidar no mercado. **Novos entrantes no mercado:** Devido à facilidade de recursos financeiros e mão de obra, novas empresas estão entrando no mercado, objetivando conquistar uma parcela no mercado. Quanto maiores as barreiras estabelecidas, mais difícil será a entrada das empresas no mercado; e quanto menores as barreiras, maiores são as chances de outras empresas entrarem no setor e logo brigar pela parcela no mercado. **Produtos e serviços substitutos:** A

substituição de um produto ou serviço por outro mais acessível para o cliente. Na maioria dos setores essa prática existe, levando muito em consideração o fator preço. A tecnologia é uma forte aliada nesse quesito. Vale salientar que quanto maior for o número de produtos e serviços substitutos no setor, menores serão a lucratividade e o controle sobre os preços. Clientes: A empresa terá a árdua tarefa de atrair e conquistar seus clientes bem como manter os seus consumidores, já que a qualquer momento ele pode ser atraído pelo seu concorrente. Isso porque o consumidor tem o poder da escolha. Fornecedores: Quanto maior o número de fornecedores de uma empresa, maior controle poderá exercer sobre eles em termos de preço, qualidade e prazos de entrega. Caso contrário, eles podem elevar os preços já que os mesmo possuem o poder de barganha.

Nesse contexto a tecnologia da informação pode desempenhar um papel muito importante para atuar com as forças competitivas. Segundo Loudon e Loudon (2007) existem quatro estratégias genéricas, e todas elas com frequência se beneficiam dos sistemas e tecnologia da informação: Liderança em custos, diferenciação de produtos, foco em nichos de mercado e intimidade com o cliente e o fornecedor. Como pode ser visto na Tabela 2.

ESTRATÉGIA	DESCRIÇÃO	EXEMPLO
Liderança em custos	Usa sistemas de informação para produzir produtos e serviços a um preço mais baixo que o da concorrência e, ao mesmo tempo aumentar a qualidade e nível dos serviços.	<ul style="list-style-type: none"> • Wal Mart
Diferenciação de produto	Usa sistemas de informação para diferenciar produtos e facilitar a criação de novos produtos e serviços	<ul style="list-style-type: none"> • Google • eBay • Apple • Land'End
Foco em nichos de mercado	Usa sistemas de informação para facilitar uma estratégia focada em um único nicho de mercado; especialize-se.	<ul style="list-style-type: none"> • Hotéis Hilton • Harrah's
Relacionamento mais estreito com clientes e fornecedores	Usa sistemas de informação para desenvolver laços mais fortes com clientes e fornecedores e conquistar sua lealdade.	<ul style="list-style-type: none"> • Chrysler Corporation • Amazon.com

Quadro 2 – Quatro estratégias competitivas básicas.

Fonte: Adaptado de LAUDON;LAUDON.2007. p.77.

Muitas empresas que dominam o mercado utilizam os sistemas de informações para apoiar suas estratégias. A TI é fundamental para possibilitar, além da sua sobrevivência, a busca por novas e melhores oportunidades no mercado. Não é fácil implementar essas estratégias, mas é possível.

Uma ferramenta imprescindível que abriu muitas oportunidades de negócio foi a *internet*, que pela facilidade e agilidade dos processos impôs grandes mudanças no cenário empresarial, transformando o mundo dos negócios. Mas, também extinguiu alguns setores, ameaçou e continua ameaçando outros, chegando a forçar as empresas a gerar novas maneiras de fazerem negócio.

O fato é que através da *internet* as barreiras antes estabelecidas, não existem mais, esse meio é acessível a quase todos, sem especificações. A visão que essa ferramenta abrange é global. O que vai delimitar o espaço na *internet* são apenas os endereços dos *sites*, onde possuem direitos reservados, mas não têm hierarquia entre si. Estar disponível na *internet* significa estar atualizado em tempo real com o que se passa pelo mundo.

Na visão de O'Brien (200, p. 12), existem alguns termos bastante utilizados, tais como: *E-business*: É o uso de tecnologia de *internet* para interconectar e autorizar processos de negócios, comércio eletrônico, comunicação e colaboração dentro de uma empresa e com seus clientes, fornecedores e outros *stakeholders* da empresa. Comércio Eletrônico: É a compra, venda, *marketing* e assistência a produtos, serviços e informações sobre uma multiplicidade de redes de computadores. Hoje existem as empresas virtuais que através do comércio eletrônico vendem seus produtos e tudo fica dependendo apenas de um clique.

Para Boar (2002, p.78), *E-commerce* é o uso de tecnologias centralizadas na *internet* para atrair transações comerciais com clientes, fornecedores, dentro da própria empresa e/ou quaisquer outros parceiros comerciais. *O e-commerce* abrange o seguinte: *E-tailing* (varejo eletrônico) ou vitrines virtuais na *World Wide Web* (*www*); A coleta e o uso de dados demográficos do cliente por meio de contatos na *www*; Cuidado, atendimento e consulta pré e pós-vendas ao cliente; Troca eletrônica de dados, a troca de empresa para a empresa de dados de transação comercial; A criação da empresa eletrônica ou digital, onde as transações comerciais internas, abrangendo toda a cadeia de valores, são intermediadas por tecnologias centralizadas na *internet*.

De acordo com a 23ª Pesquisa Anual de Tecnologia da Informação (TI), do Centro de Tecnologia de Informação Aplicada da Escola de Administração de Empresas de São Paulo, da Fundação Getulio Vargas (FGV), há no Brasil um computador para cada dois habitantes. De acordo com o estudo, esse ritmo só tende a crescer. "A indústria da tecnologia da

informação no país representava aproximadamente 3% ou 4% do PIB há quatro anos. Hoje varia de 7% a 8%. Se a indústria de tecnologia investe mais, alguém está comprando isso: as empresas e as pessoas” destacou o coordenador da pesquisa, o professor Fernando Meirelles.

Ele atribui a diminuição no preço dos componentes de informática e o crescente poder aquisitivo da população como os principais fatores que fizeram com que o país atingisse a marca de 99 milhões de computadores em uso, até o quarto mês deste ano, demonstrando assim, uma grande oportunidade de mercado. Principalmente para as micro e pequenas empresas que podem usufruir dessa ferramenta e obter um relacionamento mais estreito com seus clientes, gerando lucros e competindo de maneira mais justa com as grandes empresas.

Através da criação de um simples *site* da empresa na *web*, pode-se ofertar e vender os produtos ou serviços, obter opiniões diversas dos clientes, traçar um perfil dos clientes de forma mais eficaz através de informações detalhadas, fazendo um *marketing* direto, mandando informações exclusivas por *email*, por exemplo. Outra ferramenta para estreitar esse relacionamento são as redes sociais, que possibilitam estar cada vez mais próximo dos clientes, trocando informações imediatas, como também ser lançadas promoções, sorteios que chamem a atenção dos mesmos, de uma forma simples e barata, sem a necessidade de se locomover para a loja física.

2.4 A ADOÇÃO DA TI PELAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Segundo o Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa de 2010-2011 realizado pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o porte da empresa é atribuído pelos números dos colaboradores da mesma, dessa forma a Tabela 3 abaixo pode ser visualizada:

Classificação/setor	Indústria	Comércio/serviço
Me microempresa	Até 19 empregados	até 09 empregados
Pe pequena empresa	De 20 a 99 empregados	de 10 a 49 empregados
Mde média empresa	De 100 a 499 empregados	de 50 a 99 empregados
Ge grande empresa	Acima de 499 empregados	acima de 99 empregados

Quadro 3 - Critério de classificação das empresas.
Fonte: Adaptado de SEBRAE 2010-2011.

A mesma pesquisa afirma também que existem no Brasil cerca de 6.120.927 micro e pequenas empresas, das quais a maior parte delas concentra-se no setor comercial com cerca de 41,3%. Em âmbito Estadual, a Paraíba possui 63.070 MPEs e 43,3% estão distribuídas no setor comercial. Esse é um dado que merece destaque visto que a maioria dessas micro e pequenas empresas estão localizadas no interior da Paraíba, totalizando cerca de 67,4 %. É válido mencionar a quantidade de empregos gerados através desse segmento no país. As MPEs ocupam um lugar de grande importância para o Brasil, pois são elas que movimentam uma grande parcela da economia brasileira.

De acordo com Luiz Barreto, diretor e presidente do SEBRAE nacional, o segmento das empresas de pequeno porte requer atenção especial. São as de maior faturamento anual e que em geral geram mais empregos. Por isso mesmo, as pequenas empresas são o segmento que apresenta maior possibilidade de fazer com que a contribuição dos pequenos negócios na economia nacional dê um salto, aproximando também, nesse quesito, o Brasil dos países desenvolvidos.

São esses microempresários que devem ir ao encontro das oportunidades que o mercado oferece, aumentando suas receitas e descobrindo novas formas de gerir seus negócios. A tecnologia da informação é um meio de fazer com que as micros e pequenas empresas possam competir de forma igualitária com as de maior porte. O pensamento de que a TI está restrita apenas às grandes empresas já se tornou obsoleto, pois esse recurso está disponível para todos os segmentos. Os cuidados com essa ferramenta são os mesmos, bem como as oportunidades que elas oferecem.

Uma grande parcela de microempresários vem apresentando resultados muito significativos com o investimento dessa ferramenta. Inúmeros fatores têm lhes motivado a adotar a TI em seus negócios, tendo em vista também a redução dos preços para aquisição. Tal ferramenta está impactando de maneira muito significativa a gestão das MPEs.

Na Paraíba, o SEBRAE oferece um programa de incentivo à tecnologia de informação e comunicação (TIC), nos municípios de João Pessoa, Campina Grande e Patos. O Projeto Farol Digital é uma iniciativa conjunta do SEBRAE Paraíba e de outros 16 parceiros institucionais, objetivando promover a inovação e o fortalecimento do setor por meio da difusão e inovação tecnológicas e de acesso aos mercados regional, nacional e internacional de forma competitiva e sustentável, buscando "classe mundial", promoção de informatização das micro e pequenas empresas, aumento de número de empresas TIC na Paraíba e de profissionais formados em TIC que ficam no Estado. (Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/uf/paraiba/produtos-e-servicos/setores-atendidos/tecnologia-da-informacao> > Acesso em 09 de setembro. 2012).

Além disso, as empresas de tecnologias da informação estão enxergando as MPEs como um novo mercado a ser explorado, uma vez que recentemente esse recurso vem se tornando acessível aos microempresários. Para Beraldi e Filho (2000), algumas vantagens podem ser observadas sobre a informatização de micro e pequenas empresas: Melhora as informações para a tomada de decisões; automatiza as tarefas rotineiras; melhora o controle interno das operações; melhora o atendimento ao cliente; aumenta a capacidade de reconhecer problemas mais cedo; ajuda o gerente a testar algumas decisões antes de colocá-las em prática; melhora o processo produtivo; aumenta a produtividade e a competitividade.

São inúmeros os benefícios que as micro e pequenas empresas podem usufruir com a TI, mas, como as grandes empresas, é preciso planejar esse investimento, para não ocorrer prejuízos futuros. Os gestores devem estar atentos às mudanças estruturais e culturais que a mesma exige, para que seja gerado o retorno esperado.

3 METODOLOGIA

Segundo Gil (1991, p.42), “método é um conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos necessários à investigação científica”. O estudo trata-se de uma pesquisa quantitativa de caráter descritivo com 50 micro e pequenas empresas da cidade Campina Grande; um polo econômico de grande influência na Paraíba. A pesquisa descritiva adota “como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno” (GIL, 1991, p. 46).

O questionário foi dividido em 3 partes: caracterização da empresa, perfil do respondente e sobre a tecnologia da informação na empresa. Foram selecionadas 50 empresas de forma aleatória, de diversos ramos de atividade, tanto no setor comercial, como no setor de serviços.

A coleta de dados foi realizada com o próprio dono, gerente ou responsável pela TI da empresa, garantindo assim maior confiabilidade às respostas. Após a aplicação do questionário, os dados foram analisados e realizada uma análise quantitativa, onde a tabulação de dados foi obtida pelo programa Excel 2007 para analisar o perfil da tecnologia da informação nas organizações.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Caracterização da empresa

De acordo com o Gráfico 1, o segmento predominante era o de confecções compondo 28% da amostra. Já os segmentos de calçados, ótica e utensílios em geral vêm logo em seguida apresentando 6% da amostra. Os segmentos de bijuterias, ferragens, informática e laboratório apresentam 4% da amostra. Os demais segmentos compõem 38% da amostra. A partir desses dados, podemos observar que a amostra ficou bem diversificada, colaborando para uma maior fidedignidade do resultado da pesquisa.

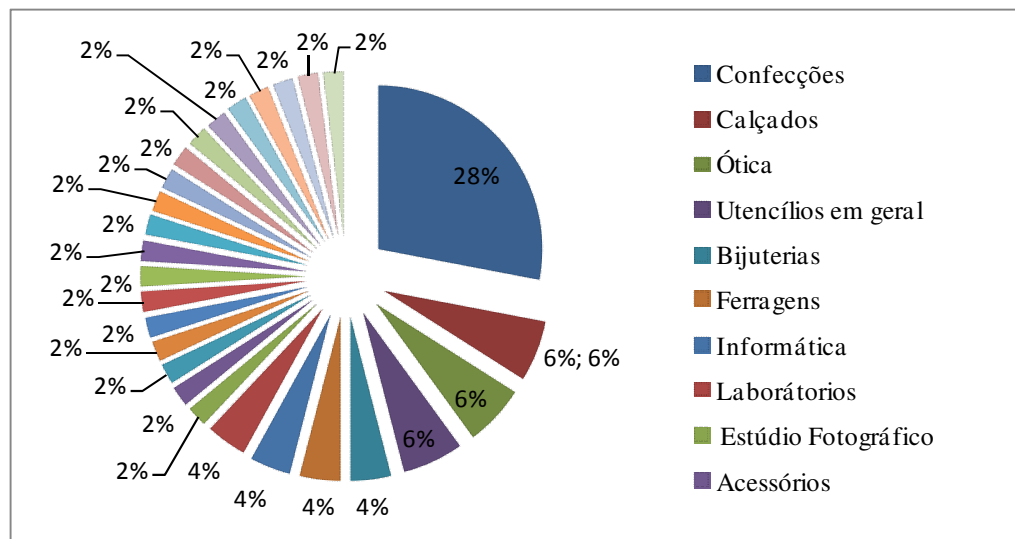


Gráfico 1 – Segmentos das empresas pesquisadas. Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.2 Perfil do respondente

Buscou-se analisar alguns fatores, principalmente a idade e escolaridade do respondente, pois esses critérios podem interferir na aquisição da tecnologia da informação na empresa.

4.2.1 Gênero

De acordo com o Gráfico 2, constatou-se que 58% dos respondentes foram do gênero masculino, seguido de 42% do gênero feminino. Embora seja uma pequena diferença, de

acordo com a amostra, existe uma parcela menor ude homens gestores e/ou proprietários das empresas.

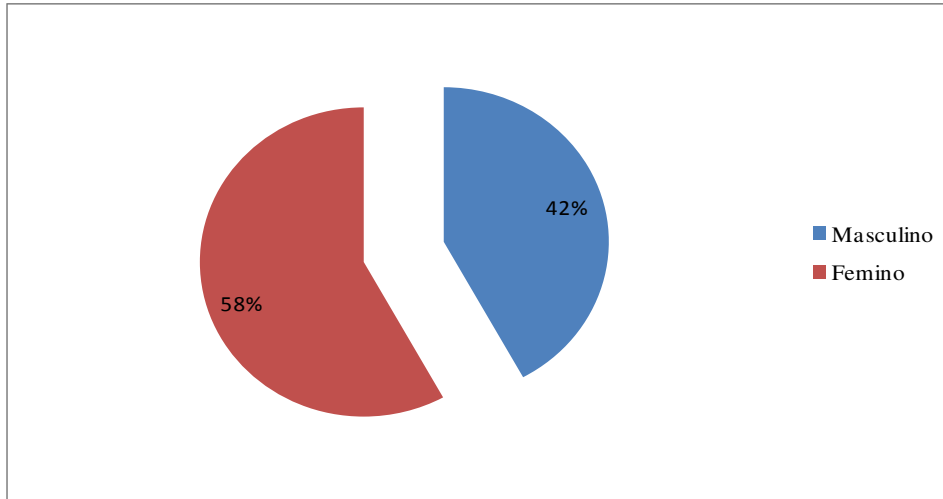


Gráfico 2 - Gênero do respondente. Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.2.3 Idade

O Gráfico 3 mostra a média da idade dos respondentes. Com 46%, a idade média dos respondentes está entre 25 a 35 anos de idade, seguido por 28% à faixa etária que vai de 36 a 50 anos. As porcentagens de 18% e 8% correspondem à média de idade de 18 a 24 e de mais de 50 anos, respectivamente.

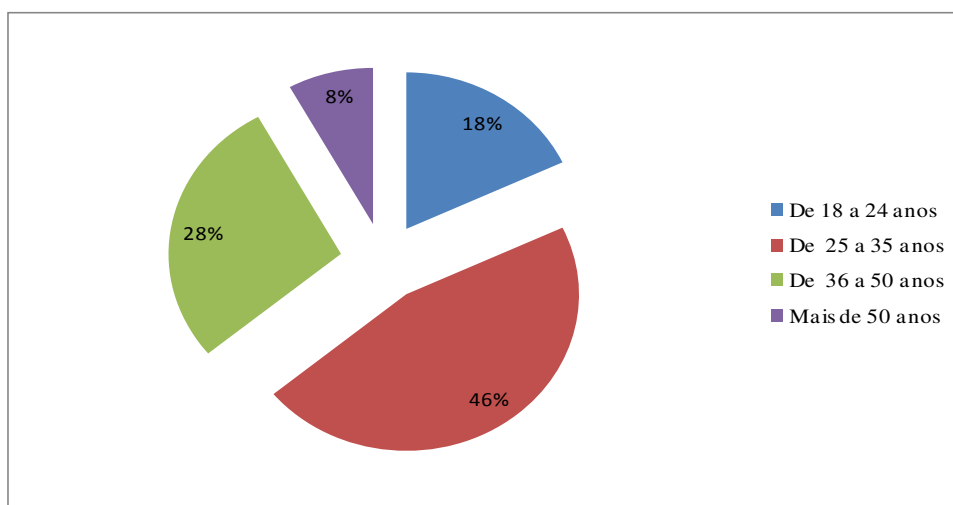


Gráfico 3 - Idade média dos respondentes. Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.2.4 Grau de escolaridade

O Gráfico 4 caracteriza a escolaridade do respondente. O ensino médio completo corresponde a 40% da amostra, seguindo do ensino superior completo com 28%. A parcela de 22% correspondente a outro, em sua maioria diz respeito ao ensino superior incompleto ou especialização. Observando assim, um bom nível de conhecimento dos participantes da pesquisa, apresentando 6% e 4%, refere-se ao ensino fundamental completo e o incompleto, respectivamente.

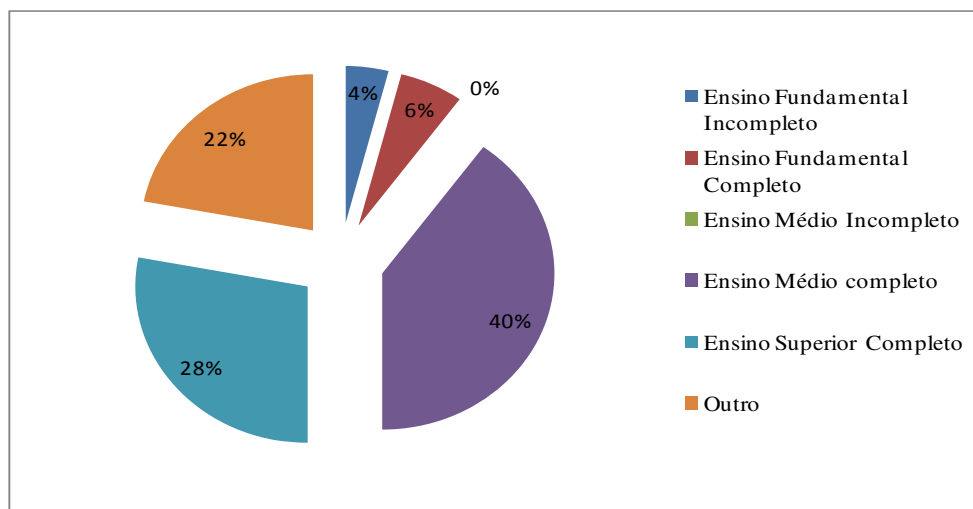


Gráfico 4 – Escolaridade do respondente. Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.3 Perfil da tecnologia da informação nas empresas.

A terceira parte do questionário é sobre a tecnologia da informação (TI) nas empresas.

4.3.1 Conhecimento e aplicação da TI na empresa

De acordo com o Gráfico 5, 84% da amostra sabem o que é TI e aplicam essa ferramenta na empresa. É importante sinalizar que é um número bastante considerável já que se trata de micro e pequenas empresas. Já o quantitativo de 16% não, ficando, portanto, de fora da pesquisa. Isso significa que as empresas de pequeno porte estão investindo em maior quantidade em TI.

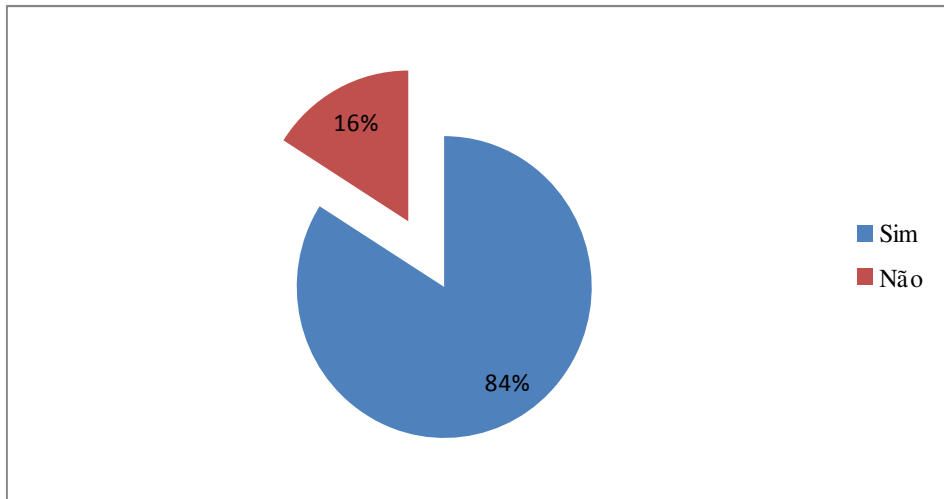


Gráfico 5 - Sobre a Tecnologia da Informação na empresa
Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.3.2 Planejamento da aquisição e uso da TI

Gráfico 6 constatou que 60% das empresas tiveram um planejamento com relação à aquisição e uso da TI, sendo seguido por 20% da amostra que não planejaram e 4% da amostra assinalaram o item “talvez”. Isso comprova que a maioria dos gestores e/ou proprietários sabem a importância do planejamento antes de adotarem a ferramenta na empresa.

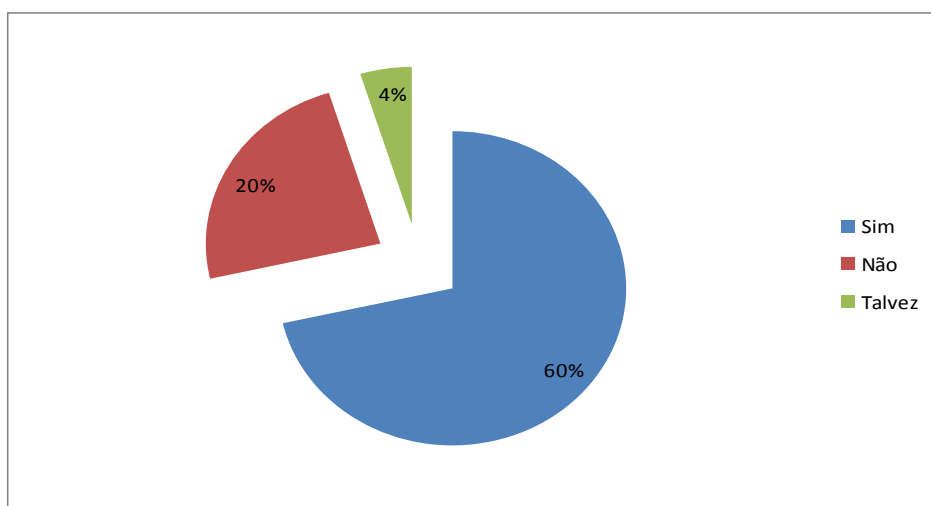


Gráfico 6 - Planejamento com relação à aquisição e uso da TI.
Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.3.3 Número de computadores na empresa

Constatou-se através da pesquisa, conforme demonstra o Gráfico 7, que a maior parte das empresas possui entre 1 e 3 computadores, representando 60% do total. O percentual de 16% das empresas corresponde ao número de 3 a 6 computadores, 6% possuem de 6 a 9 e 2% mais que 10 computadores. De acordo com os dados, pode-se verificar que as empresas têm um bom nível de informatização. É válido ressaltar que nenhuma empresa afirmou que não possui computadores nos seus estabelecimentos.

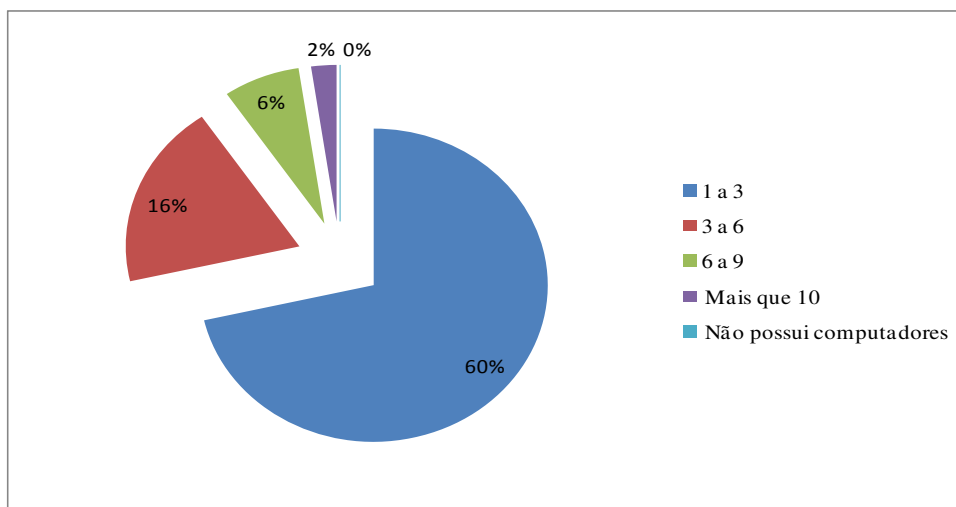


Gráfico 7 - Número de computadores na empresa. Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.3.4 Sistema operacional utilizado pela empresa

No Gráfico 8, 82% das empresas utilizam o sistema operacional Windows. Apenas 2% dos entrevistados afirmaram utilizar o Linux. Essa escolha pelo Windows está ligada à forma simples e rápida de trabalhar com este sistema e por ser mais convencional visto que a maioria das pessoas já está habituada a trabalhar com ele.

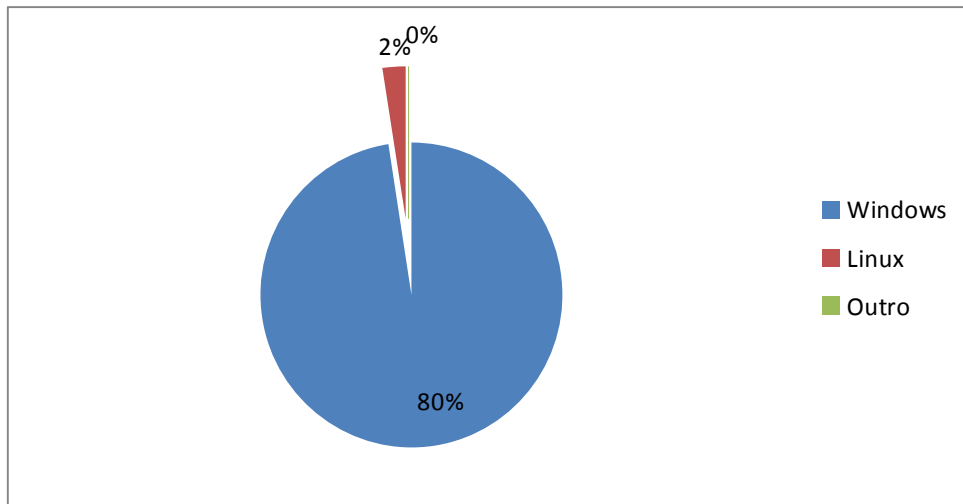


Gráfico 8 - Sistema operacional utilizado. Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.3.5 Utilização e tipo de redes

Sobre o tipo de rede que interliga os computadores, 34% das empresas afirmaram utilizar a rede *wireless*. Outras empresas, totalizando 32%, usam a forma cabeada e 28% não interligam os computadores da empresa, um número consideravelmente elevado. Vale destacar que 12% das empresas afirmaram que utilizam as duas formas de interligar os computadores, logo assinalaram as duas alternativas. A adoção de rede de computadores numa empresa facilita a troca de informações e extingue o desperdício de tempo na transmissão de dados, aumentando assim, a agilidade e segurança na troca de informações.

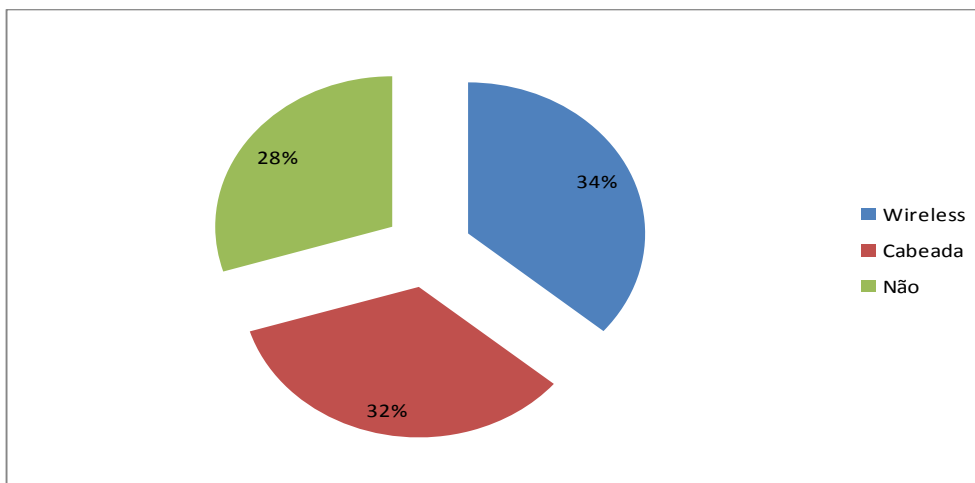


Gráfico 9 – Tipos de rede interligando os computadores. Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.3.6 Acesso à Internet

Em relação ao acesso à *internet* pelas empresas, pôde-se constatar que a grande maioria das empresas possuem *internet*, como apresentado no Gráfico 10. Cerca de 42% das empresas utilizam a *velox* enquanto que 28% utilizam a GVT. Ambas são conexões à *internet* com alta velocidade, que permitem transmitir dados com uma maior rapidez, mantendo o usuário sempre conectado à *web*. Apenas 2% da amostra utilizam a *internet* via rádio que, diferente da *velox* e GVT que são bandas largas, possui um custo mais baixo, constituindo-se, portanto, um fator positivo e 2% também da amostra usam *internet* via satélite. A *internet* via satélite não se popularizou por diversos motivos; dentre eles está o preço. Outro grande defeito dessa tecnologia é que qualquer objeto que passe na frente da antena, ou até mesmo quando chover perde-se, facilmente, o sinal de acesso à *internet*. O percentual de 14% das empresas não utilizam *internet*. Vale salientar que 4% das empresas possuem até 2 acessos diferentes na empresa.

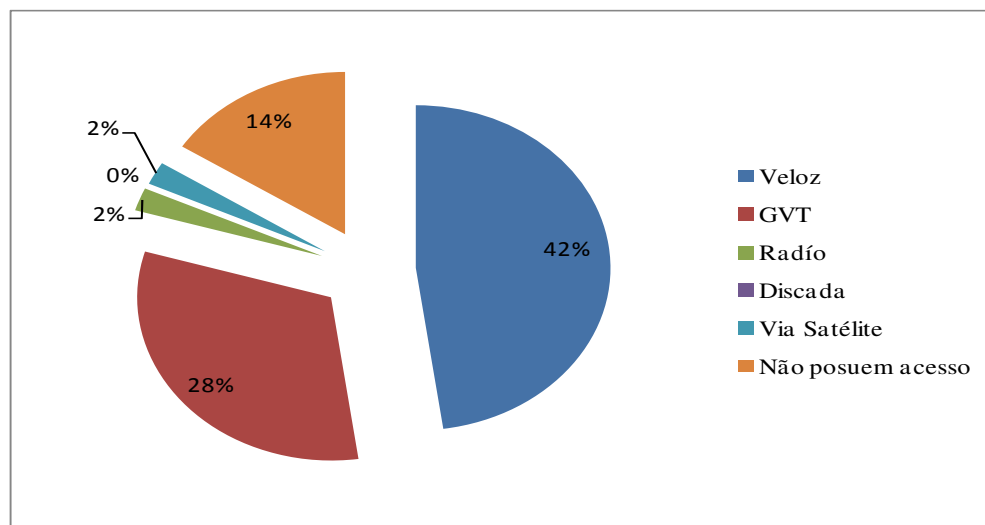


Gráfico 10 - Tipo de acesso à *internet*. Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.3.7 Contribuição da TI na gestão de Negócio

A TI permite que a empresa utilize um “leque” de possibilidades, que possam contribuir para uma melhor gestão do negócio. Os sistemas podem se tornar essenciais para se utilizar as informações mais eficientemente, resultando numa melhora da tomada decisão. O Gráfico 11 mostra que praticamente todas as empresas utilizam algum sistema

informatizado. Algumas delas utilizam vários, com predominância dos sistemas de fluxo de caixa com 62%; controle de estoques com 52%; contas a pagar com 48%; acesso ao banco de dados dos clientes com 44%; contas a receber com 40%, e 28% da amostra referem-se à contabilidade e acesso ao banco (extrato). É possível constatar, assim, a importância que esses sistemas informatizados possuem na rotina das empresas. Apenas 4% dos entrevistados não possuem sistema informatizado.

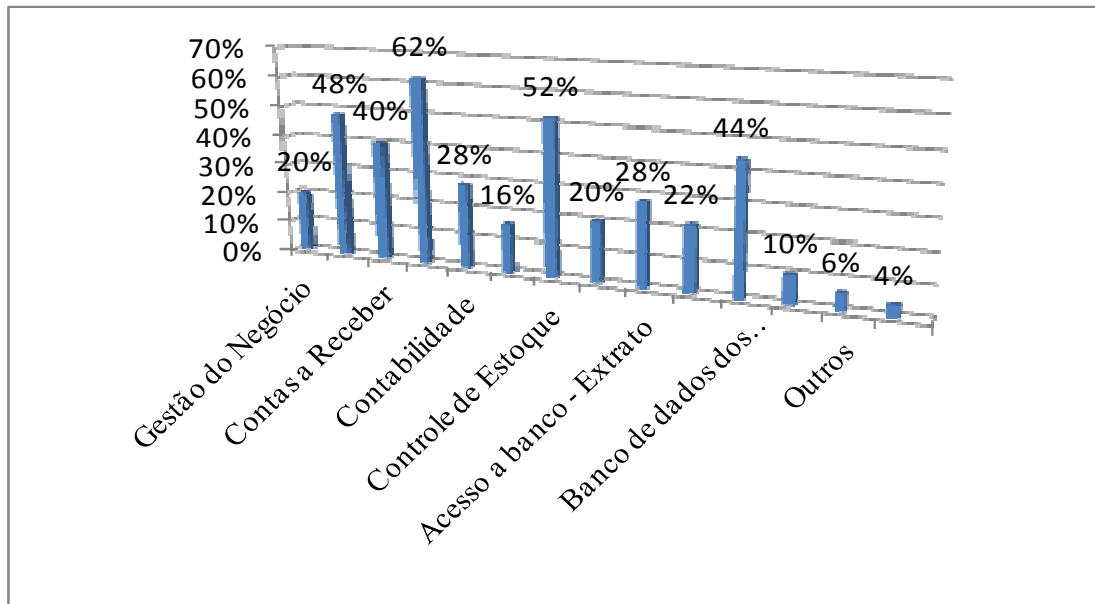


Gráfico 11 - Sistemas utilizados pela empresa. Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.3.8 Aumento da produtividade por meio da utilização da TI

Em relação ao aumento de produtividade dos colaboradores por meio da utilização da TI, o Gráfico 12 demonstra que 64% dos entrevistados afirmaram que sim; 16% assinalaram talvez e apenas 4% da amostra não aumentaram a produtividade. Esse resultado comprova que a maioria das empresas reconheceu que obtiveram um aumento na produtividade dos colaboradores com a utilização da ferramenta.

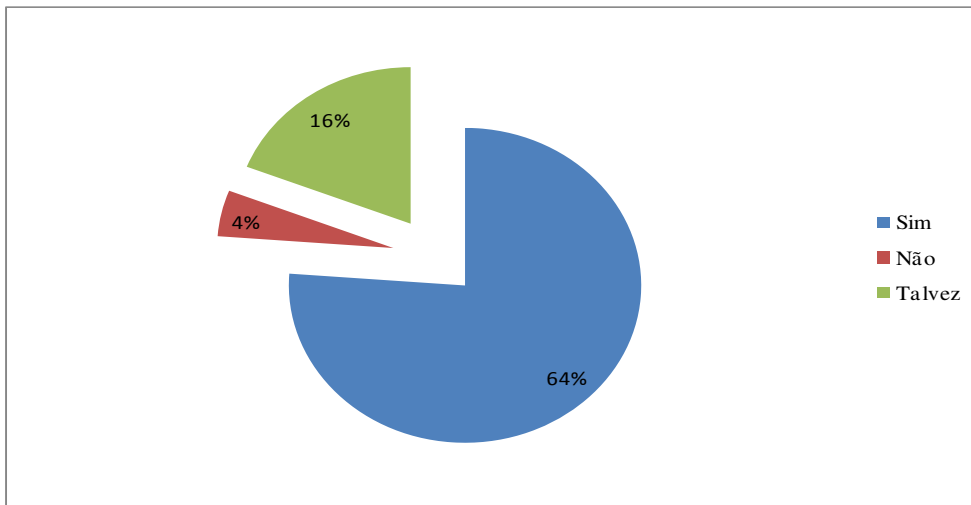


Gráfico 12 - Sobre a produtividade dos colaboradores em relação à TI.
Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.3.9 Aproveitamento dos recursos da TI na empresa.

De acordo com o Gráfico 13, 66% da amostra afirmaram que os recursos da TI são bem aproveitados pela empresa; 16% assinalaram que talvez e apenas 2% da amostra não concordam que os recursos são bem utilizados. Isso significa que os recursos da TI devem ser aplicados e aproveitados de forma que tragam benefícios a empresa, não apenas ser enxergado como o custo. (ALBERTIN; ALBERTIN, 2008).

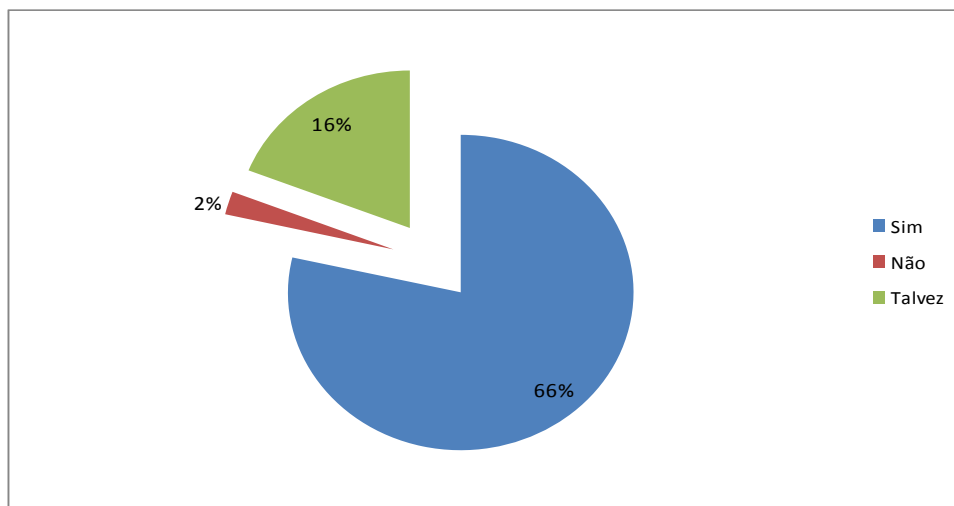


Gráfico 13 - Sobre a utilização dos recursos. Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.3.10 Rapidez nas atividades

A grande maioria dos respondentes concorda que o uso da tecnologia da informação aumentou a rapidez nas atividades, e cerca de 2% da amostra discordam dessa afirmação. Concordando assim com a visão de Laudon e Laudon (2007) que afirma que o uso da tecnologia da informação ocasiona a excelência operacional, o primeiro dos seis objetivos organizacionais, citados pelo autor.

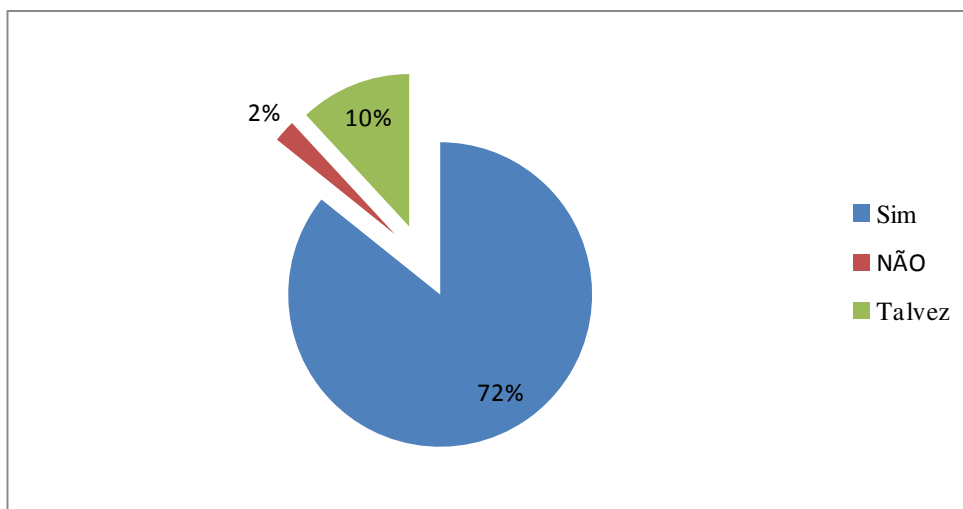


Gráfico 14 - Sobre a rapidez nas atividades com o uso da TI.
Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.3.11 Treinamentos dos colaboradores

A forma que a TI é utilizada é uma questão primordial para trazer benefícios para a organização, ou seja, é preciso manusear essa ferramenta de maneira correta. E para isso acontecer é necessário que a empresa tenha pessoas capacitadas para desempenhar as atividades. No entanto, o mercado ainda se encontra escasso de pessoas habilitadas nessa ferramenta e uma saída para a empresa é investir em treinamento. De acordo com o Gráfico 15, apenas 70% das empresas investem no treinamento de seus colaboradores em relação ao uso da TI na empresa. E apenas 14% não ofereceram treinamentos para os mesmos.

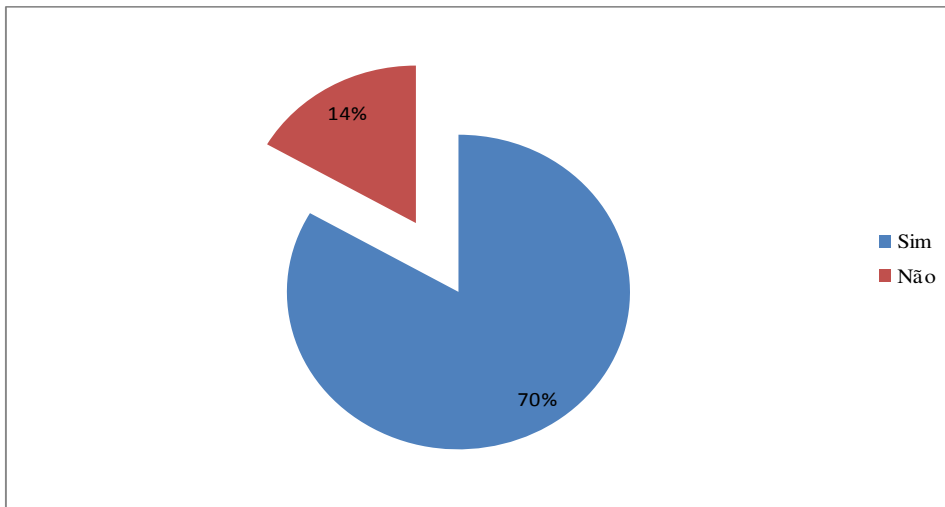


Gráfico 15 - Treinamento dos colaboradores em relação ao uso da TI.
Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.3.12 Existência de profissionais na área

Em relação à existência de profissionais ligados à área de TI na empresa, o Gráfico 16 demonstra que 72% das empresas não possuem este tipo de profissional na organização. Apenas 12% têm na empresa um profissional especializado em tecnologia da informação. Este número tão baixo pode estar relacionado à falta de profissional especializado na área.

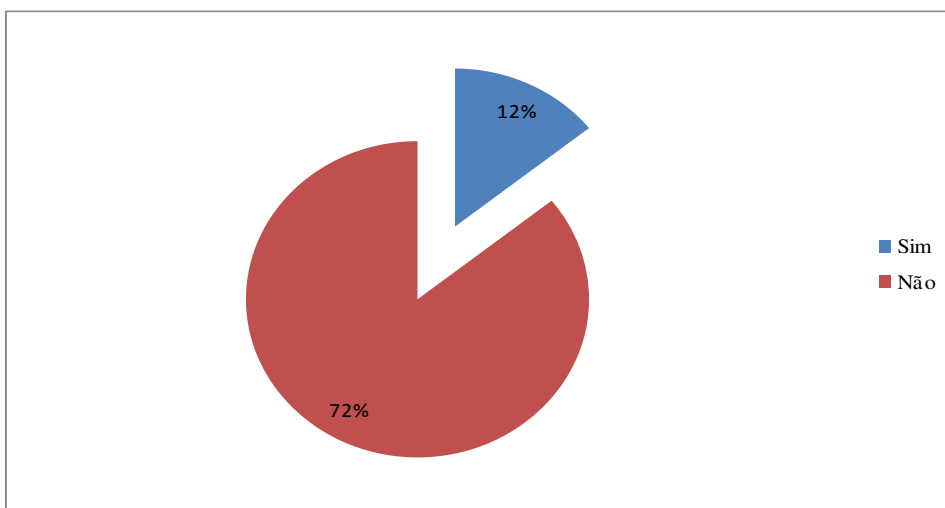


Gráfico 16 - Existência de um profissional especializado em TI na empresa.
Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.3.13 Investimento em TI

De acordo com o Gráfico 17, as empresas não têm investido muito em TI. Das empresas entrevistadas, 53% afirmaram investir menos de R\$ 1.000,00 em TI por ano e 24% investem de R\$ 1.000,01 a R\$ 3.000,00. Os percentuais de 6% e 2% correspondem às empresas que investem de 3.000.00 a 5.000 e entre 5.000 a 7.000, respectivamente. Em virtude dos rápidos avanços tecnológicos, o constante investimento em TI torna-se vital para a sobrevivência no mercado. Conseqüentemente, as empresas que investem menos sofrerão com a desatualização de seus equipamentos e programas.

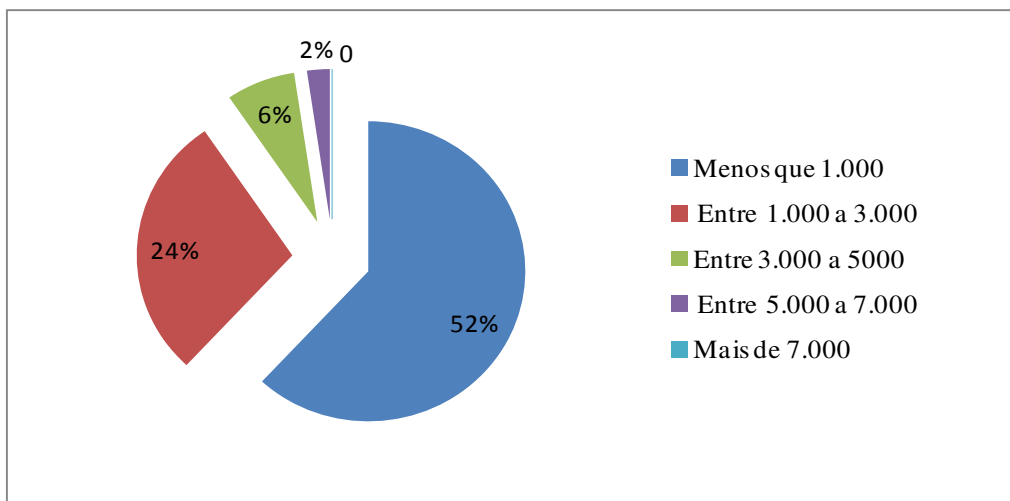


Gráfico 17 - Investimento médio anual com TI. Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

4.3.14 Principal dificuldade encontrada pela empresa Na aquisição e uso da TI

O Gráfico 18 refere-se à única pergunta discursiva do questionário, onde foi questionada qual a principal dificuldade encontrada pela empresa na utilização da TI. Nessa questão, 76% da amostra responderam à pergunta, já 24% não o fizeram. Para o total de 21% dos respondentes não existe nenhuma dificuldade com a TI na empresa e 55% responderam, de diferentes formas, à pergunta. Um total de 52% respondeu que a principal dificuldade foi a falta de conhecimento dos colaboradores, dificultando o desempenho inicial dos mesmos, que tiveram que aprender em pouco tempo a manusear a ferramenta. Algumas empresas disponibilizaram treinamento para os colaboradores como está descrito no Gráfico 15, mas obtiveram gastos e, logo, a dificuldade no início da implantação dos sistemas. O total de 26% da amostra relata que a principal dificuldade é sobre a eficiência do programa, na questão de travar ou cair. Há uma carência, no mercado, de empresas competentes que disponibilizem um *software* bom. Quatro por cento afirmam que a dificuldade é a financeira enquanto que

outros 4% mencionam o aproveitamento dos dados armazenados. Outros 4% alegam a falta de interesse do cliente, já 4% da amostra revelam dificuldade na mudança constante nos sistemas. E outros 4% apontam que a dificuldade é manter-se sempre atualizado, tanto quem manuseia como o recurso. Observa-se a importância da questão 15 do questionário, na qual as empresas descreveram, de forma minuciosa, a principal dificuldade da organização.

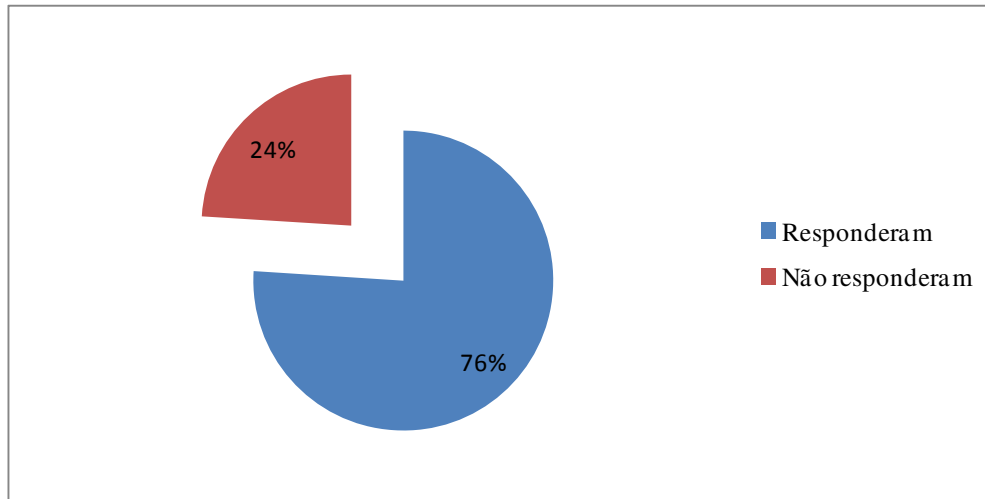


Gráfico 18 - Pergunta discursiva. Fonte: Autoria própria, nov. de 2012.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na pesquisa aqui apresentada, explorou-se o relacionamento existente entre a adoção da TI e o seu impacto tendo como principal objetivo traçar o perfil da tecnologia da informação nas micro e pequenas empresas localizadas na cidade de Campina Grande-PB. Através do embasamento teórico, constatou-se a grande importância que essa ferramenta pode trazer à empresa, tendo em vista a utilização adequada desse recurso. Constatou-se que o nível de informatização é bom, considerando o porte das empresas.

Mais da metade das empresas teve um planejamento com relação à aquisição e uso da TI, evidenciando a importância de planejar e conhecer as reais necessidades da organização. As empresas possuem uma média de 1 a 3 computadores, sendo que, na maioria dos casos, as que possuíam menos colaboradores, o sistema operacional mais utilizado nas máquinas é Windows (82%). Cerca de 66% das empresas pesquisadas possuem rede interligando os computadores, com apenas 2% de diferença entre a rede *wireless* e a cabeada. A grande maioria das empresas (88%), também, possui acesso à *internet*, sendo que as formas mais

utilizadas foram a Velox e a GVT. Algumas empresas utilizavam até dois tipos de acesso à *internet*. O uso de sistemas de informação também é comum e os mais utilizados estão ligados ao fluxo de caixa, controle de estoque, contas a pagar, banco de dados dos clientes, contas a receber e acesso ao banco. Em relação ao aumento da produtividade, da rapidez e se os recursos são bem aproveitados pelas empresas, esses foram na ordem de 64%, 66% e 72% respectivamente. Percentuais esses bastante relevantes, que enfatizam os benefícios da TI. Sobre a capacitação dos colaboradores em relação à TI, 70% das empresas oferecem treinamento para os colaboradores. Quanto ao investimento médio anual em TI, pouco mais da metade das empresas investe pouco menos de R\$ 1.000,00 ao ano. Este valor é bastante reduzido, já que o mercado de *hardwares* e *softwares* está mais acessível e são lançadas constantemente novas tecnologias. Outro fator negativo é a falta de profissionais habilitados em TI, sendo ainda muito rara nas micro e pequenas empresas a sua presença. Cerca de 72% das empresas pesquisadas não possuem colaboradores na área de TI.

Na questão discursiva, a maioria das empresas (76%) respondeu, mas 55% comentaram a principal dificuldade na utilização da TI. De forma detalhada, elas revelaram suas limitações em relação a essa ferramenta, enfatizando mais ainda a pesquisa. Sendo assim uma grande maioria afirmou que as grandes dificuldades residem na falta de conhecimento por parte dos colaboradores com a ferramenta, na ineficiência nos programas, como também no mercado ainda defasado no que se refere a empresas capacitadas em oferecer bons *softwares*.

Portanto, buscou-se com este trabalho colaborar para um conhecimento mais aprofundado sobre o nível de informatização das micro e pequenas empresas de Campina Grande, gerando informações que possam ser utilizadas para um melhor entendimento sobre a forma como a tecnologia vem ganhando espaço por esse perfil de empresas. Além disso, evidenciou-se no pequeno empresário a importância de utilizar sistemas de informações para o benefício dos processos organizacionais. Ao considerar as limitações e dificuldades neste estudo, no que diz respeito a fontes bibliográficas e pesquisas realizadas com o tema proposto, recomenda-se para as novas pesquisas nesta área uma maior parcela de empresas na amostra ou, até mesmo, utilizar o universo da indústria para realização do estudo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTIN, A. L. **Administração de informática: funções e fatores críticos de sucesso**.5.ed. São Paulo: Atlas.,2004.

ALBERTIN, A. L.; ALBERTIN, R. M. M. **Aspectos e contribuições do uso da tecnologia de informação.** São Paulo: Atlas, 2006.

ALBERTIN, A. L.; ALBERTIN, R. M. M. Benefícios do uso de tecnologia de informação para o desempenho empresarial. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 2, 2008.

BERALDI, L. C. FILHO, E. E. **Impacto da tecnologia da informação na gestão de pequenas empresas.** Brasília: Ci. Inf., Brasília, v. 29, n. 1, p. 46-50, jan./abr. 2000.

BOAR, Bernard. **Tecnologia da Informação: A arte do Planejamento Estratégico.** 2ª ed. São Paulo: Berkeley Brasil, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria geral da administração.** 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003

FERREIRA, L. B.; RAMOS, A. S. M. **Tecnologia da informação: commodity ou Ferramenta Estratégica?** *Journal of Information Systems and Technology Management*, v. 2, n. 1, 2005.

GERMANO, F. T. E. **Diagnóstico do perfil de tecnologia da informação em micro e pequenas empresas do setor de serviços da cidade de Mossoró.** Mossoró, 2008.

Disponível em:

<[http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/15A34437E8C1212783257720004685A7/\\$File/NT000440F2.pdf](http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/15A34437E8C1212783257720004685A7/$File/NT000440F2.pdf)>. Acesso em 16 de mar.2012.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 1991.

Inovação UNICAMP. Disponível em: < <http://www.inovacao.unicamp.br/recortes/brasil-sobe-da-61-posicao-para-56-lugar-em-ranking-de-tecnologia-da-informacao> >. Acesso em 26 de mai. 2012.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. **Sistemas de informação gerencial: Administrando a empresa digital.** 5. ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2004.p.4.

LAUDON, KENNETH C.; LAUDON, JANE P. **Sistemas de informações gerenciais.** 7. ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2007.

MCGEE, J; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação: aumente a competitividade e eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica.** 20º Reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 1994.

MEDEIROS, E. M. S. de; SUAVÉ, J. P. **Avaliação do impacto de tecnologias da informação emergentes nas empresas.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

OBRIEN, J. A. **Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da internet.** São Paulo: Saraiva, 2003.

PORTER, M. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior.** 18 ed. São Paulo: Campus, 1989.

REZENDE, D. A. A evolução da tecnologia da informação nos últimos 45 anos. São Paulo: Revista Fae Business , n.4, dez. 2002.

STAIR, R. M.; REYNOLDS, G. W. **Princípios de sistemas de informação**. 4 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

STAIR, R. M.; REYNOLDS, George W. **Princípios de sistemas de informação: uma abordagem gerencial**. São Paulo: Thomson Learning, 2006.p.4.

SCARATTI, D; ANZOLLIN, G, R. **Tecnologia da Informação como fator de competitividade em indústrias do ramo metal-mecânico do Meio-Oeste catarinense**. Unoesc & Ciência – ACSA, Joaçaba, v. 1, n. 1, p. 89-96, jan./jun. 2010. Disponível em: <<http://editora.unoesc.edu.br/index.php/acsa/article/viewFile/55/27>>. Acesso em 09 de mai. 2012

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas SEBRAE. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa**. Brasília: Dieese/SEBRAE, 2010/2011. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/25BA39988A7410D78325795D003E8172/\\$File/NT00047276.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/25BA39988A7410D78325795D003E8172/$File/NT00047276.pdf)>. Acesso em: 20 de mai. 2012

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas SEBRAE. **Tecnologia da Informação**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/uf/paraiba/produtos-e-servicos/setores-atendidos/tecnologia-da-informacao>> Acesso em 09 de set. 2012

TIINSIDE online. Disponível em: <<http://www.tiinside.com.br/18/04/2012/investimento-em-ti-no-brasil-dobra-em-4-anos-indica-fgv/ti/273661/news.aspx>> Acesso em 23 de Abr. de 2012.