

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE RONDÔNIA  
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO GESTÃO COMERCIAL

**TANCYVANIA OLIVEIRA SILVA**

**O IMPACTO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO (TI) NA GESTÃO COMERCIAL  
EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS: OPORTUNIDADES E DESAFIOS**

**CACOAL-RO  
2024**

**TANCYVANIA OLIVEIRA SILVA**

**O IMPACTO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO (TI) NA GESTÃO  
COMERCIAL EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS: OPORTUNIDADES  
E DESAFIOS**

Trabalho de conclusão de curso na modalidade artigo apresentado à Coordenação de Curso de Tecnólogo em Gestão Comercial do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia – IFRO, Campus Cacoal.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup> Dra. Josiane Silva

**CACOAL-RO  
2024**

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Gerador de Ficha Catalográfica do IFRO, com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

Silva, Tancyvania Oliveira.

O impacto da tecnologia da informação (TI) NA Gestão Comercial em pequenas e médias empresas: oportunidades de desafios./ Tancyvania Oliveira Silva, Cacoal-RO, 2024. 26 f.

Orientador(a): Dra. Josiane Silva.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão Comercial) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO, Cacoal-RO, 2024.

1. Tecnologia da Informação. 2. Gestão Comercial. 3. Microempresas. I. Silva, Josiane (orient.). II. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO. III. Título.

**Bibliotecário(a) Responsável:** Fernanda de Oliveira Freitas Cavalcante, CRB-11/762 (Campus Cacoal)

**TANCYVANIA OLIVEIRA SILVA**

**O IMPACTO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO (TI) NA GESTÃO COMERCIAL  
EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS: OPORTUNIDADES E DESAFIOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para aprovação  
no Curso de Especialização.

Aprovada em: 27 de Abril de 2024

**BANCA EXAMINADORA**

Prof(a). Dr(a). orientador(a) - Josiane Silva

---

Fabiano Rodrigues de Carvalho-Membro da banca

---

Poliana Santos-Membro da banca

## RESUMO

As micro e pequenas empresas desempenham um papel importante na economia, responsáveis por uma parcela significativa dos empregos no país. No entanto, enfrentam desafios consideráveis de gestão devido à crescente globalização do comércio. É essencial que estejam atentas às mudanças do mercado e sejam capazes de gerir informações de forma rápida e eficiente. A adoção de recursos de tecnologia da informação e o conhecimento dos sistemas de informações gerenciais tornaram-se imprescindíveis para que essas empresas possam competir de forma eficaz em um cenário globalizado. Uma pesquisa bibliográfica com abordagem qualitativa foi promovida com o objetivo de avaliar como as pequenas e médias empresas (PMEs) estão utilizando a TI para o planejamento estratégico e tomada de decisões. Os resultados revelaram que embora os gestores reconheçam a importância do conhecimento e da utilização de recursos tecnológicos, há um investimento limitado nessa área. Muitas vezes, os recursos são direcionados apenas para atividades rotineiras, o que representa um avanço, porém é fundamental que haja um maior entendimento sobre a gestão das informações geradas por esses recursos, a fim de transformá-los em verdadeiros aliados estratégicos no processo de tomada de decisão e no gerenciamento de informações

Palavras-chave: Tecnologia da Informação. gestão comercial. Microempresas

## ABSTRACT

Micro and small companies play an important role in the economy, responsible for a significant portion of jobs in the country. However, they face considerable management challenges due to the increasing globalization of trade. It is essential that they are aware of market changes and are able to manage information quickly and efficiently. The adoption of information technology resources and knowledge of management information systems have become essential for these companies to compete effectively in a globalized scenario. A bibliographical research with a qualitative approach was carried out with the aim of evaluating how small and medium-sized companies are using IT for strategic planning and decision making. The results revealed that although managers recognize the importance of knowledge and the use of technological resources, there is limited investment in this area. Often, resources are only directed to routine activities, which represents progress, but it is essential that there is a greater understanding of the management of the information generated by these resources, in order to transform them into true strategic allies in the decision-making process. decision making and information management

Keywords: Information Technology. commercial management. microenterprises

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

TI. Tecnologia da informação

MPEs Micro e pequenas empresas

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>8</b>
<b>2</b>	<b>MEMORIAL FORMATIVO DO PESQUISADOR</b>	<b>12</b>
<b>3</b>	<b>REVISÃO DA LITERATURA</b>	<b>14</b>
3.1	EMPRESA: CONCEITOS	14
3.2	MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS	14
3.3	GESTÃO ESTRATÉGICA NAS MPES	15
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA</b>	<b>20</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>23</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>25</b>

## 1 INTRODUÇÃO

As empresas em geral, independente do ramo, utilizam o planejamento estratégico para executar a gestão empresarial, que é uma ferramenta essencial para que a empresa alcance seus objetivos, tenha visão crítica do futuro do negócio, analisando estratégias do seu campo de atuação frente às perspectivas dos clientes e concorrentes e mantenha se competitiva (DALLABONA; NARDELLI; FERNANDES, 2019)

No atual cenário marcado pelo rápido avanço da ciência e modernização das técnicas da informação e comunicação, as empresas enfrentam a necessidade de uma gestão estratégica eficaz a qual pode ser aprimorada pela adoção de recursos inteligentes oferecidos pela tecnologia da informação (TI) e sistemas de informação implica em uma troca de informações mais ágil. A disponibilidade de informações precisas e oportunas permite aos administradores monitorar o progresso em direção aos seus objetivos e transformar os planos em ações concretas.

Desse modo, o presente trabalho de conclusão de curso é de fundamental importância por possibilitar o aumento da produtividade e a eficiência, automatizando as tarefas; oferecendo:

**Melhorar a tomada de decisão:** A análise de dados de vendas, clientes e mercado fornece insights valiosos para embasar decisões estratégicas mais assertivas, impulsionando o crescimento da empresa.

**Reduzir custos:** A otimização de processos e a automatização de tarefas podem levar a uma redução significativa de custos operacionais, aumentando a lucratividade do negócio.

**Ampliar a base de clientes:** A utilização de ferramentas digitais, como redes sociais e e-commerce, permite alcançar um público mais amplo e diversificado de clientes, expandindo as oportunidades de venda.

**Aprimorar o relacionamento com o cliente:** A oferta de canais de comunicação online e a personalização do atendimento ao cliente contribuem para a fidelização de clientes e a construção de relacionamentos mais duradouros.

A inovação proporcionada pela TI revolucionou o mundo dos negócios ao agilizar a troca e o processamento de informações, o que por sua vez facilitou as negociações e tomadas de decisão gerenciais. Além disso, a TI é empregada para aprimorar o desempenho das atividades empresariais, apoiando os processos



organizacionais, os quais necessitam de confiabilidade, para uma gestão estratégica eficiente.

A integração da TI para apoiar a gestão estratégica da informação em microempresas é crucial para essas organizações pois representa o principal agente de mudança na transformação das empresas. Essas transformações não se limitam apenas ao modo de produzir bens e serviços, mas também introduzem novos processos e ferramentas que afetam integralmente a estrutura e o comportamento das organizações, impactando diretamente sua gestão. Essas mudanças podem alterar substancialmente a forma como a empresa é administrada e até mesmo o local onde o trabalho é realizado (Gonçalves, 1993).

Nesse sentido conclui-se que a Gestão Estratégica é um processo contínuo de tomada de decisões, que se inicia com a definição dos objetivos estratégicos da organização. Posteriormente, é crucial realizar uma análise profunda dos fatores internos, como forças e fraquezas, bem como dos fatores externos, como oportunidades e ameaças, que impactam a existência dessa empresa. Esta abordagem possibilita uma gestão estratégica eficaz, pois considera tanto os aspectos internos quanto os externos, permitindo a identificação e aproveitamento das oportunidades, além de enfrentar as ameaças, com o intuito de alcançar os objetivos estratégicos da empresa e mantê-la ativa no mercado. (Pontes e Simone, 2012).

Nos primeiros anos de existência, as micro e pequenas empresas enfrentam uma série de incertezas, o que muitas vezes está relacionado à competência dos proprietários e colaboradores, bem como à restrição de financiamentos. Entre os fatores que contribuem para o fechamento das micro e pequenas empresas estão a falta de capital de giro, a alta carga tributária, problemas financeiros, a concorrência acirrada, períodos de recessão econômica no país e a ausência de planejamento estratégico. Além disso, destaca-se o baixo índice de inovação, centralização do poder, falta de distinção entre finanças pessoais e empresariais e dificuldade de acesso ao crédito por parte das instituições financeiras. (Perufo e Godoy, 2019).

De acordo com Fell e Dornelas (2020) o uso da TI tem sido relevante para uma maior integração dos fatores organizacionais e a redução da incerteza, imprecisão e imprevisto. No âmbito operacional com fins de organizar, sistematizar e tornar eficientes as atividades cotidianas tem gerado otimização de processos e conseqüentemente disponibilidade de tempo para planejamento e gestão empresarial.

No entanto, estudos revelam que a maior parte dos administradores/empresários de empresas de pequeno e médio porte não identificam a TI como uma ferramenta capaz de auxiliar no processo decisório, empregando apenas em tarefas administrativas e operacionais e na maioria das vezes visualizam apenas como custo.

A literatura aborda uma variedade de obstáculos a serem superados para a adoção da tecnologia da informação no processo estratégico das pequenas organizações. Estes incluem: a necessidade de implementar tecnologias financeiramente acessíveis, garantir maior engajamento do proprietário ou dirigente no processo de implementação, e oferecer treinamento e educação adequados aos funcionários e proprietários.

Nesse sentido, questiona-se: como as PMEs estão utilizando a TI para o planejamento estratégico e tomada de decisões?

A partir deste estudo, a pesquisa objetiva de forma geral evidenciar e analisar as contribuições originadas de pesquisas com foco na compreensão de como as pequenas e médias empresas estão utilizando ferramentas de tecnologia, em sua gestão empresarial, e de forma específica, identificar os desafios e benefícios resultantes da implementação e uso da TI; Apresentar a percepção dos profissionais atuam nas atividades de gestão empresarial, quanto ao conhecimento relacionado ao uso da TI em níveis gerenciais e operacionais.

A escolha do tema no contexto das microempresas é motivada pela necessidade de conduzir pesquisas que facilitem a adaptação da tecnologia da informação às suas demandas, visando aprimorar sua gestão estratégica. Em uma era em que a capacidade de antecipar as expectativas futuras se tornou um diferencial crucial para o sucesso, é fundamental que o retorno das informações seja rápido e esteja alinhado com os padrões contemporâneos.

As pequenas e médias empresas (PMEs) desempenham um papel fundamental no fomento do crescimento econômico, na geração de empregos, na ampliação da renda e na melhoria das condições de vida da população. Os indicadores desse segmento empresarial destacam sua relevância não apenas no Brasil, mas em todo o mundo.

A contribuição das MPEs é especialmente reconhecida pela sua capacidade de proporcionar uma base ampla de negócios e absorver mão de obra, incluindo grupos com maior dificuldade de inserção no mercado, como jovens em busca do primeiro

emprego e pessoas com mais de 40 anos. Além disso, as pequenas empresas têm o potencial de dinamizar a economia local em níveis municipais e nos bairros das grandes metrópoles.

## 2 MEMORIAL FORMATIVO DO PESQUISADOR

O interesse em explorar o tema abordado neste artigo é resultado de minha trajetória acadêmica e profissional até o momento presente. Desde a graduação, minha afinidade pelo uso da tecnologia foi evidente, influenciada pelo meu professor de Laboratório de práticas contábeis que sempre instigava a usar os recursos de ferramentas tecnológicas que pudessem nos auxiliar com o desenvolvimento das atividades. As primeiras ferramentas que otimizou muito o processo foi o uso da agenda virtual que emitia alertas para o grupo de acadêmicos envolvidos sobre as próximas etapas da atividade e a possibilidade de elaboração das atividades de forma simultânea em nuvem.

Graduei-me em Ciências Contábeis na Universidade Federal de Rondônia, onde aprimorei meu entendimento sobre gestão estratégica, otimização de processos internos, gestão de custos e administração de empresas através de estágios, laboratório de práticas contábeis e cursos adicionais.

Ao longo de minha graduação, minha admiração pela tecnologia e o uso de ferramentas tecnológicas e inovadores cresceram. Meu interesse pela tecnologia em gestão de processos se desenvolveu, implementando na prática acadêmica e profissional

O contexto da pandemia de Covid-19 e a prestação de serviços de assessoria financeira de forma remota trouxeram novos desafios profissionais, onde a experiência significativa com ferramentas em nuvens e plataformas online despertou minha reflexão sobre o impacto da tecnologia na gestão empresarial em pequenas e médias empresas.

Após minha formação, iniciei minha jornada como contadora de forma autônoma, prestando assessoria financeira à empresas de porte pequeno e médio de forma remota, mantendo o interesse e habilidade no uso da tecnologia. Há quase dois anos, passei a gerenciar de forma presencial em uma empresa privada, buscando constantemente aprimorar meu conhecimento sobre ferramentas e métodos de gestão estratégica, e oferecendo apoio e orientação à equipe e gestores quando necessário.

Os métodos implementados referem-se à utilização de drives compartilhados e acessos simultâneos a arquivos de tratamento de dados. Tal compartilhamento permitia que a equipe interagisse de forma segura sem a transição de arquivos e

informações através de aplicativos de mensagem que pudesse de alguma forma deixar expostas informações corporativas internas.

Além do compartilhamento de informações que tornava o processo eficiente, a empresa priorizou o uso de um arquivo digital ao invés do físico, o que permitiu a redução de custos operacionais de impressões ao se fazer o uso de assinaturas eletrônicas em documentos digitais. Assim ficou evidenciado que a digitalização dos negócios na empresa tornou a mais competitiva, agregando valor à empresa e consequentemente pode praticar preços mais atrativos aos cliente

Durante minha graduação em Tecnologia em Gestão comercial, identifiquei que a implementação de ferramentas tecnológicas pode ser uma estratégia eficaz para tornar a gestão empresarial mais promissora e efetiva, alinhando-se à tomada de decisões assertivas, uma vez que o tratamento das informações e dados estarão disponíveis e consistentes.

Essa experiência e aprendizado foram os principais motores que me impulsionaram a investigar as conexões entre processos operacionais e gerenciais e uso da tecnologia da informação para uma gestão comercial alinhada aos potenciais resultados da organização.

### 3 REVISÃO DA LITERATURA

#### 3.1 EMPRESA: CONCEITOS

Para abordar o tema empresarial, é essencial compreender os conceitos e definições de empresas. Carvalho (2011) define empresa como um conjunto de atividades humanas coletivas e organizadas, coordenadas por uma entidade central, cujo propósito é produzir ou comercializar bens e serviços. Essa entidade precisa se adaptar continuamente aos recursos disponíveis e aos objetivos estabelecidos.

Franco (1991) sugere que uma empresa pode ser definida como qualquer atividade econômica orientada para o lucro, o que a distingue fundamentalmente de outras formas de organização. Além disso, o autor indica que entidades legalmente constituídas para a exploração econômica de atividades, sejam elas comerciais, industriais, de serviços ou agrícolas, podem ser consideradas empresas.

Essas definições permitem entender as empresas como entidades socioeconômicas, compostas por recursos humanos, técnicos e materiais, cujo objetivo é maximizar os lucros por meio da produção e venda de bens e serviços, enquanto também consideram aspectos sociais e ambientais.

#### 3.2 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (MPEs)

No contexto brasileiro, a distinção entre microempresas e empresas de pequeno porte é comumente baseada em dois principais critérios. O primeiro critério é o nível de faturamento bruto anual, conforme estabelecido pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e pela Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar nº 123/2006). O segundo critério é o número de funcionários contratados em determinados setores da economia, como indústria, comércio e serviços, sendo este critério adotado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) em sua definição de micro e pequenas empresas (SEBRAE, 2020).

Conforme destacado por Arantes (2014), as micro e pequenas empresas (MPEs) tiveram sua origem na Europa cerca de 500 anos atrás, surgindo inicialmente através de oficinas de artesãos localizadas em áreas próximas a regiões de intenso comércio, como feiras e portos. Essas oficinas, que produziam uma variedade de

mercadorias, como ferraduras, caixas, roupas e armas, não se limitavam a um campo específico de atuação. Além disso, nesse período, surgiram pequenas organizações que ofereciam serviços como transporte de pessoas, carga e reparo de equipamentos.

As micro e pequenas empresas desempenham um papel significativo na economia de diversos países, gerando empregos e oportunidades de trabalho. Esse impacto econômico tem sido reconhecido por instituições e governos, que têm apoiado essas empresas. De acordo com Fabrete (2019), o fortalecimento e o sucesso de uma grande parcela dessas empresas contribuem para a força econômica de muitos países. Além disso, durante períodos de crises econômicas, essas empresas conseguem enfrentar os efeitos adversos através da redução de preços e, em alguns casos, absorvendo perdas temporárias para preservar suas atividades e manter os empregos.

### 3.3 GESTÃO ESTRATÉGICA NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Com o objetivo de ampliar o entendimento dos conceitos abordados nesta pesquisa, conduzi uma pesquisa bibliográfica no Google Acadêmico utilizando o descritor "Tecnologia da Informação na gestão de pequenas e médias empresas". A análise dos resultados revelou uma quantidade significativa de artigos, teses e dissertações que exploram o uso da tecnologia da informação em processos estratégicos de gestão. Dentre esses estudos, alguns se concentram em disciplinas específicas, enquanto outros se dedicam à avaliação de estratégias educacionais e revisão de literatura.

Sobre este instrumento de pesquisa, Echer (2001) destaca que no universo da pesquisa científica, a revisão de literatura se destaca como um instrumento fundamental para a construção de um sólido alicerce teórico. Através da análise crítica e sistemática de estudos pré-existentes, o pesquisador traça um panorama abrangente sobre o tema em questão, identificando lacunas de conhecimento e direcionando seu estudo de forma mais assertiva.

Esta ainda se configura como uma forma de busca de conhecimentos já consolidados, permitindo ao pesquisador construir um referencial teórico sólido embasado em pesquisas anteriores, o autor fundamenta seu estudo com argumentos confiáveis e reconhecidos pela comunidade científica. Além disso, permite identificar

áreas que ainda necessitam de investigação, direcionando o estudo para temas relevantes e com potencial para gerar novas contribuições.

No contexto do diálogo com outros pesquisadores, Echer (2001) pontua que o autor estabelece um diálogo com outros estudiosos da área, construindo um debate rico e aprofundado sobre o tema em questão. Neste sentido, a revisão de literatura demonstra o conhecimento do autor sobre o tema em pesquisa, evidenciando sua capacidade de analisar criticamente a literatura existente.

Em relação ao campo de seguir passos de uma metodologia, Serafim (2012) pontua que é fundamental que ocorra a definição do tema da pesquisa previamente e com clareza e precisão, delimitando o escopo da revisão.

Após esta etapa, segue a identificação de fontes de informação para buscar fontes de informação confiáveis e relevantes, como artigos científicos publicados em revistas renomadas, livros de autores renomados e bases de dados especializadas.

A leitura crítica dos materiais selecionados é essencial para extrair as informações relevantes, identificar os pontos convergentes e divergentes entre os autores e avaliar a qualidade dos estudos. Outro passo é a organização das informações: As informações coletadas devem ser organizadas de forma lógica e coerente, utilizando técnicas como mapas mentais e quadros sinóticos.

Serafim (2012) ressalta que a revisão de literatura deve ser redigida de forma clara, concisa e objetiva, apresentando os resultados da análise de forma organizada e com linguagem adequada ao público-alvo.

Considerando o objeto desta pesquisa, no campo das MPEs, a gestão comercial assume um papel crucial para o sucesso e a competitividade. Nesse cenário, a transformação digital se apresenta como um motor impulsionador, oferecendo ferramentas inovadoras e soluções tecnológicas que revolucionam a forma como as empresas conduzem suas atividades comerciais. Neste sentido a revisão de literatura tem como objetivo elucidar novos caminhos de estudo, para promover uma transformação digital.

A seguir alguns trabalhos serão apresentados com o objetivo de discutir como as tecnologias no campo da gestão podem produzir a automatização de tarefas repetitivas, como envio de e-mails, nutrição de leads e geração de relatórios, libera tempo para que a equipe comercial se concentre em atividades mais estratégicas, como prospecção de novos clientes e negociações. Aumento de produtividade com ferramentas digitais e a partir da análise de dados coletados, por meio de ferramentas



digitais fornece insights valiosos sobre o comportamento dos clientes, as tendências do mercado e a efetividade das ações comerciais, permitindo que a empresa tome decisões mais assertivas e direcionadas para o sucesso.

O artigo intitulado “A tecnologia da informação como suporte à gestão estratégica da informação na pequena empresa” aborda sobre a contribuição da Tecnologia da Informação (TI) como suporte à gestão estratégica da informação nas pequenas empresas. Trata-se de uma questão extremamente importante para o setor, embora haja escassez das informações sobre o assunto e pouco conhecimento de sua relevância no processo estratégico.

Em decorrência deste fato, a maior parte dos dirigentes de empresas de pequeno porte não visualizam a tecnologia da informação como uma ferramenta capaz de auxiliar no processo decisório e cumprir propósitos estratégicos, de forma que somente vêm sendo empregadas, apenas em tarefas administrativas e operacionais.

Observa-se que a falta de adequação das ferramentas em ambientes corporativos não considera suas especificidades de gestão, sendo isso um outro fato relevante que contribui para que a tecnologia da informação ainda não se encontre disseminada no segmento das pequenas empresas.

Dentre os desafios encontrados na implementação da tecnologia da informação no processo estratégico das pequenas organizações, destaca-se: custo financeiro das ferramentas, Apoio operacional do proprietário-dirigente no processo de implementação; Acesso a treinamento e educação apropriados aos funcionários e proprietários.

Outro artigo sobre o tema intitulado “Tecnologia da informação em pequenas empresas: fatores de êxito, restrições e benefícios” de Prates (2004) analisou as características de pequenas empresas da macrorregião de Ribeirão Preto -SP, nos setores eletro-eletrônico, serviços, transporte e varejo, onde destaca-se que a tecnologia da informação vem sendo utilizada pelas organizações por mais de dois anos em 82 % das empresas, e constitui para elas ferramenta estratégica no processo de planejamento, direção e controle

O maior desafio identificado na utilização das ferramentas está relacionada à resistência por parte dos funcionários, sugerindo falta de treinamento e explicação prévia à implantação dos benefícios que seriam trazidos nas atividades rotineiras, de forma que os mesmos cogitassem a substituição de seus postos de trabalho por

tecnologia. Além disso foi possível perceber a resistência à mudança no modo operacional da empresa em realizar suas tarefas.

É fundamental destacar que os dois principais impulsionadores de sucesso, conforme relatado pelas empresas, foram a percepção da necessidade pelos usuários e o respaldo da alta administração. Embora tenha havido resistência inicial,

os que resistiram acabaram reconhecendo, após a implementação da tecnologia da informação (TI), sua relevância nos processos, resultando em um aumento da capacidade de trabalho e fortalecimento da competitividade da empresa. O mesmo padrão é observado na alta administração; embora a maioria das pequenas empresas ainda encare a TI como um custo, em vez de uma vantagem competitiva, elas foram capazes de apoiar sua implementação, compreendendo que não havia outra alternativa senão aprimorar os controles gerenciais e aumentar a produtividade para permanecerem no mercado.

Ficou evidenciado que as empresas estão percebendo o quanto a tecnologia da informação pode ser útil na tomada de decisões e gestão estratégica, porém ainda não conseguiram quantificar, em termos de custo/benefício, o investimento realizado. Por outro lado, os benefícios mais notáveis estão ligados à aprimorada compreensão das funções produtivas, especialmente ao incremento da satisfação do usuário, à otimização dos controles (redução de operações redundantes e maior continuidade) e à resposta mais rápida às demandas.

A pesquisa de Ramos (2020) aborda o uso da Gestão de conhecimento(GC) em conjunto com a Tecnologia da Informação(TI) como estratégia de competitividade através da implementação nas organizações.De acordo com a mesma, o conhecimento é considerado um recurso estratégico que pode ser adquirido e a inteligência uma habilidade humana não tangível que, conectadas, se torna passível de aplicação na organização.Surge daí a Gestão do conhecimento que é uma ferramenta que avalia o conhecimento coletivo e que busca melhorar a competitividade.Em contrapartida tem se a TI que com suas funções de aquisição, armazenamento, processamento e organização de informações e dados permite atenuar as dificuldades que envolve a gerência do conhecimento, evitando que seja distorcido ou explorada de forma incorreta.

Nesse sentido, a pesquisa demonstrou que, a gestão do conhecimento tem sido praticada nas organizações e que este se divide em conhecimento tácito e explícito onde respectivamente, um é altamente pessoal, subjetivo e de difícil

formalização, praticado em rotinas, ações, procedimentos, valores e emoções e o outro de fácil entendimento, podendo ser organizado e armazenado em sistemas computadorizados.

Já se tratando da TI a pesquisa a define como a soma dos ativos investidos em tecnologia que gesta a informações, podendo ser estes os Hardware(equipamentos de processamento e transmissão de dados); software(programas, aplicativos ou sistemas operacionais) e recursos humanos(capital intelectual). Todos esses recursos de TI corroboram para o aumento de inovação em uma empresa, já que oferece o máximo de utilidade, otimizando a cadeia de produção , reduzindo custos, elevando os níveis de performance da empresa.

A relação entre a GC e a TI fica evidenciado no processo de transformação dos dados em conhecimento com valor agregado, já que a GC influencia a TI, porque é preciso que aja conhecimento pra definir a estratégia de quais dados serão tratados, de que forma estes serão manipulados pela TI e disponibilizados para o uso do conhecimento, auxiliando no ambiente competitivo das organizações.

Ficou evidenciado também que diversos autores tratam a TI como sendo de vital importância para as empresas, pois ela influencia no desempenho, competitividade, planejamento e inovação em todos os aspectos dos negócios. No entanto, não trará efeitos positivos e lucros se não for aplicado seu uso de forma efetiva, através da aceitação de tecnologia nos ambientes corporativos, receber investimentos adequados e for difundida por meio de treinamentos e mudança de paradigmas.

#### 4 METODOLOGIA

A pesquisa científica pode ser definida como atividade da ciência que proporciona conhecimentos através da descoberta da realidade em que seus principais objetivos resumem-se no estudo; análise; registro e interpretação do mundo físico sem a interferência do pesquisador.

Este tipo de pesquisa na área da administração se configura como um pilar fundamental para o desenvolvimento do conhecimento e a inovação na área. Através da investigação sistemática e rigorosa, busca-se compreender os diversos aspectos que permeiam as organizações, desde a tomada de decisões estratégicas.

Prestes (2011, p. 28), afirma que a pesquisa científica é a busca pelo conhecimento específico de um determinado assunto por meio de um processo reflexivo, sistemático de análise dos fatos e suas relações entre leis que determinam os surgimentos desses fatos ou a ausência deles. Afirma ainda que as pesquisas são classificadas de acordo com seus objetivos, formas e objeto de estudo.

A pesquisa qualitativa se mostra como um importante caminhos para pesquisa na área da da Gestão, Administração e Tecnologia. Através de sua lente aguçada, desvenda as complexas relações organizacionais e os impactos da tecnologia na sociedade.

A revisão de literatura se destaca como um pilar fundamental para o desenvolvimento de qualquer pesquisa científica. Ela consiste em um mapeamento e análise crítica das publicações existentes sobre um determinado tema, servindo como base para a construção do conhecimento e a formulação de novos argumentos.

A pesquisa teve como objetivo a partir desta ferramenta metodológica explorar as contribuições científicas mais relevantes sobre a intersecção entre tecnologia e gestão comercial, traçando um panorama sobre o contexto das tecnologias no campo da gestão comercial.

Foi realizado um mapeamento no Google Acadêmico que é uma plataforma de pesquisa online para você encontrar literatura de origem acadêmica, como artigos científicos, trabalhos de conclusão de curso, teses de mestrado e doutorado, citações e resumos completos de obras, a partir do algoritmo da plataforma que usa os materiais indexados do Google Livros como fonte dos materiais disponibilizados das Fontes de Conhecimento para realizar essa análise aprofundada, foram consultadas diversas fontes de informação confiáveis.

Os artigos encontrados na pesquisa por palavras-chave nesse plataforma, considerando os objetivos desse trabalho, consideram o campo da gestão comercial em constante evolução, impulsionada pelas novas tecnologias que surgem a cada dia. Entre as principais tendências para o futuro, podemos destacar:

1) Inteligência artificial: A IA terá um papel cada vez mais importante na gestão comercial, automatizando tarefas complexas, identificando oportunidades de venda e tomando decisões mais assertivas.

2) Big data e análise de dados: A análise de grandes volumes de dados permitirá que as empresas obtenham insights valiosos sobre o comportamento dos clientes, as tendências do mercado e a efetividade das ações comerciais.

4) Realidade virtual e realidade aumentada: Essas tecnologias podem ser utilizadas para criar experiências de compra mais imersivas e personalizadas para os clientes.

5) Internet das Coisas (IoT): A IoT permitirá que as empresas colem dados em tempo real sobre seus produtos e clientes, otimizando seus processos comerciais e oferecendo um atendimento mais personalizado.

Nesse contexto a Tecnologia da Informação (TI) vem revolucionando diversos setores da economia, e a gestão comercial em PMEs não é exceção. A adoção de ferramentas digitais e soluções tecnológicas inovadoras impacta significativamente a forma como as empresas conduzem suas atividades comerciais, trazendo consigo diversas oportunidades e desafios.

A implementação de TI na gestão comercial de PMEs abre um leque de oportunidades para o crescimento e sucesso do negócio sobre a otimização de Processos e como a TI permite automatizar tarefas repetitivas, como emissão de notas fiscais, envio de e-mails e geração de relatórios, liberando tempo para que a equipe comercial se concentre em atividades mais estratégicas, como prospecção de novos clientes e negociações.

Já em se tratando de Aumento da Produtividade, as ferramentas digitais como softwares de CRM e plataformas de automação de marketing permitem que os profissionais da área comercial trabalhem de forma mais eficiente e produtiva, aumentando o número de leads qualificados e as oportunidades de venda.

Sobre a melhoria na Tomada de Decisões a análise de dados coletados por meio de ferramentas digitais fornece insights valiosos sobre o comportamento dos

clientes, as tendências do mercado e a efetividade das ações comerciais, permitindo que a empresa tome decisões mais assertivas e direcionadas para o sucesso.

Os Canais digitais como mídias sociais e e-commerce facilitam o alcance de novos clientes em diferentes regiões, expandindo o mercado de atuação da empresa e aumentando as oportunidades de venda, possibilitando a personalização do Atendimento: A análise de dados de clientes permite que as empresas ofereçam um atendimento mais personalizado e direcionado às necessidades de cada cliente, aumentando a satisfação e a fidelização.

No campo da redução de custos, a automatização de processos e a otimização das atividades comerciais podem levar a uma redução significativa de custos, como custos com mão de obra, materiais de escritório e despesas com viagens.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os cenários emergentes de tecnologia, comunicação e globalização, juntamente com as mudanças políticas, econômicas e financeiras no Brasil, estão desafiando as empresas a adotar estratégias que as capacitem a criar e manter vantagens competitivas.

Na atualidade, a implementação de sistemas informatizados tornou-se essencial, não apenas para o governo aprimorar suas operações, como também para as PMEs buscarem subsídios para aprimorar o gerenciamento e melhorar a lucratividade

A importância dos sistemas de informação nas MPEs para tomada de decisão foi o foco deste estudo. Notou-se uma lacuna significativa entre a percepção dos gestores sobre a importância da tecnologia da informação (TI) e o investimento real em treinamento e uso efetivo. A TI desempenha um papel crucial na eficiência e deve ser utilizada de maneira adequada para maximizar seus benefícios e controles.

Muitas empresas enfrentam desafios na adoção plena da TI devido a expectativas irreais dos gestores, resistências à mudança por parte dos usuários e da alta direção, o que resulta em controles manuais ou semi automatizados. No entanto, ao utilizar a TI de maneira abrangente, como suporte para tomada de decisão e gestão estratégica, as empresas podem se posicionar à frente da concorrência e garantir sua sustentabilidade no mercado cada vez mais digital.

Nesse sentido, observa-se que houve um aumento significativo no uso da internet por parte das organizações, incluindo as MPEs. O fácil acesso às informações é um dos principais atrativos dessa ferramenta tecnológica que transformou o ambiente empresarial, mudando a dinâmica das atividades e transações comerciais do dia a dia. A adoção dessa poderosa ferramenta de Tecnologia da Informação trouxe consigo uma nova geração de consumidores mais engajados, constantemente em busca de novas oportunidades.

Esses consumidores realizam pesquisas detalhadas sobre produtos e serviços em sites que oferecem opiniões de outros compradores antes de efetuarem uma compra. São consumidores que, ao se sentirem insatisfeitos com uma aquisição que não atende suas expectativas, compartilham suas opiniões em redes sociais, fóruns, sites de reclamações, entre outros canais online. Essas opiniões ficam disponíveis

para acesso global, permitindo que qualquer indivíduo em qualquer parte do mundo possa visualizá-las.

Deste modo as MPEs, devem e adotam as TI como ferramentas impulsionadoras dos seus negócios, pois através dela é possível oferecer serviços com mais rapidez, comodidade, segurança, pronta entrega, dentre tantos benefícios já citados.

A percepção de gestores sobre a importância da TI na agilidade dos processos, integração funcional e consistência das informações é reconhecida, mas requer um maior envolvimento da alta direção e investimentos em treinamentos para otimizar o uso da tecnologia implementada. Mais pesquisas são necessárias para entender melhor como a TI é percebida e utilizada nas MPEs, a fim de desenvolver políticas que fortaleçam essas empresas em um ambiente competitivo em constante evolução.

O trabalho também refletiu sobre os desafios a serem superados, apesar dos diversos benefícios, a implementação de TI na gestão comercial de PMEs também apresenta alguns desafios, como custo de Implementação na aquisição de softwares, hardwares, treinamento e suporte técnico pode representar um investimento inicial significativo para as PMEs. Mudança na Cultura Organizacional versando a adoção de novas tecnologias pode exigir uma mudança na cultura organizacional da empresa, com foco na inovação e na adaptabilidade. Necessidade de treinamento para os profissionais da área comercial precisam ser treinados para utilizar as novas ferramentas digitais de forma eficaz.

Sobre a segurança da Informação é fundamental garantir a segurança das informações armazenadas em sistemas digitais, protegendo-as contra acessos não autorizados e ataques cibernéticos. Desigualdade no Acesso à Tecnologia: O acesso à internet banda larga de alta qualidade e a ferramentas tecnológicas avançadas ainda pode ser um desafio para algumas MPEs, principalmente em áreas rurais ou com infraestrutura precária.



## REFERÊNCIAS

ARANTES, E. C. **Empreendedorismo e responsabilidade social**. Curitiba: Intersaberes, 2014

BRASIL. Lei Complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Disponível em:<  
[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/LCP/Lcp123.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm) > acesso em: 01.abril. 2024

CARVALHO, José Eduardo. **Gestão de Empresas**: Princípios Fundamentais. Lisboa: Edições Silabo Ltda, 2011.contingenciais e sistemas de controle gerencial predominantes em uma rede de supermercados do Brasil. Revista Evidenciação Contábil & Finanças, v. 7, n. 1, p. 58-77, 2019.Disponível em  
<https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/recfin/article/view/37862> Acesso em: 20 mar. 2024.

DALLABONA, L. F.; NARDELLI, L. T.; FERNANDES, A. R. V. **Variáveis Divulgação Científica, Estágio evolutivo da contabilidade gerencial em micro e pequenas empresas**. Disponível em  
[https://www.researchgate.net/publication/366382327\\_Estagio\\_evolutivo\\_da\\_contabilidade\\_gerencial\\_em\\_micro\\_e\\_pequenas\\_empresas](https://www.researchgate.net/publication/366382327_Estagio_evolutivo_da_contabilidade_gerencial_em_micro_e_pequenas_empresas) Acesso em: 20 mar. 2024.

ECHER, Isabel Cristina. A revisão de literatura na construção do trabalho científico. Revista gaúcha de enfermagem. Porto Alegre. Vol. 22, n. 2 (jul. 2001), p. 5-20, 2001.

FABRETE, T. C. L. **Empreendedorismo**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2019

FELL, A, F. A.; DORNELAS, J.S, Perspectivas em Ciência da Informação, v.25, número 2, p.29-55, jun/2020, Gestão do conhecimento, tecnologia da informação e pequenas e médias empresas de serviços: um estudo de casos múltiplos na Região Metropolitana do Recife. Disponível em Acesso em: 21 mar. 2024.

FRANCO, Maria Laura P. B. **O “estudo de caso” no falso conflito que se estabelece entre análise quantitativa e análise qualitativa**. São Paulo: PUC, p.32- 41, 1991.

GONÇALVES, J. E. L. Os impactos das novas tecnologias nas empresas prestadoras de serviço. **Revista Administração de Empresas**, v. 34, n. 1, p.63-81, 1993.Disponível em  
<https://periodicos.fgv.br/rae/article/view/38180/36923> Acesso em: 20 mar. 2024.

KRUGER, S. D.; MENEGON. R.; PORTA, C. D.; ZANIN. A, *Ágora - Revista de*

PERUFO, L. D.; GODOY, L. P. Mortalidade de microempresas: Um estudo de campo realizado com microempresários da região centro do estado do Rio Grande do Sul. Revista Pretexto, v. 20, n. 1, p. 11-27, 2019. Disponível em  
<http://revista.fumec.br/index.php/pretexto/article/view/2250> Acesso em: 20 mar. 2024.

PONTES. M; SIMONE. A, NAVUS – Revista de Gestão e Tecnologia, Análise do tema gestão estratégica nas pequenas empresas prestadoras de serviços: uma revisão bibliográfica. Disponível em Acesso em: 20 mar. 2024.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Estudo sobre o Empreendedorismo Informal no Brasil**, SEBRAE, Brasília, 2020.

SERAFIM, Milena Pavan; DE BRITO DIAS, Rafael. Análise de política: uma revisão da literatura. Cadernos Gestão Social, v. 3, n. 1, p. 121-134, 2012.