

**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico  
**Evento:** XXIII Seminário de Iniciação Científica

## **A GESTÃO DA INFORMAÇÃO NO VAREJO<sup>1</sup>**

**Lucas Schallenberger<sup>2</sup>, Gabriela Cappellari<sup>3</sup>, Darles Assmann<sup>4</sup>, Charles Schmidt<sup>5</sup>, Luciano Zamberlan<sup>6</sup>.**

<sup>1</sup> Pesquisa realizada no curso de Administração da Unijuí

<sup>2</sup> Aluno do curso de administração Unijuí Campus Santa Rosa.

<sup>3</sup> Aluna do mestrado em desenvolvimento Unijuí.

<sup>4</sup> Aluno do curso de administração Unijuí Campus Santa Rosa.

<sup>5</sup> Aluno do curso de administração Unijuí Campus Santa Rosa.

<sup>6</sup> Coordenador do curso de Administração da Unijuí Campus Santa Rosa.

### **Introdução**

A convivência com as informações é constante dentro do varejo, com o contato direto com o cliente, fornecedores, dados da empresa e entre outras informações que permeiam o contexto das empresas varejistas. Organizar estas informações é de suma importância para as empresas e gestores exercerem uma gestão empresarial de sucesso.

A geração de informações é diária no varejo. O constante contato com clientes, fornecedores, concorrentes e demais públicos geram informações de suma importância, que necessitam de estrutura e organização para servirem de base em uma gestão empresarial de sucesso. Destarte, evidencia-se a importância da gestão da tecnologia da informação que, segundo Turban (2004), diz respeito ao aspecto tecnológico de um sistema da informação, ou em sentido amplo, descreve um conjunto de sistemas da informação, usuários e gestão de uma empresa inteira.

Assim, o presente resumo expandido visa desenvolver uma temática relacionada ao Varejo e a Gestão da Informação. Para tanto, tem o objetivo de desenvolver uma pesquisa nas empresas varejistas de municípios do Noroeste do Rio Grande do Sul, quanto a utilização e seus contextos relacionados a utilização das tecnologias da informação pelas empresas. Também tem o objetivo de conhecer como esta a adesão das tecnologias da informação por parte das empresas da região, bem como desenvolver análises, interpretações, resultados e conclusões referente ao presente estudo.

### **Metodologia**

Gil(1999) classifica a abordagem como quantitativa, onde “significa traduzir em números opiniões, opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o emprego de recursos e de técnicas estatísticas”. Quanto aos objetivos, Rockenbach (2011) a descreve como pesquisa exploratória, que é “investigar uma situação para propiciar aproximação e familiaridade com o assunto, fato ou fenômeno e com isto gerar maior compreensão a respeito do mesmo”.

Nos procedimentos técnicos, o presente estudo, é de pesquisa bibliográfica, já que abrange referências teóricas sobre o tema. É estudo de caso, já que estuda um fenômeno dentro do contexto real. Dentro do estudo, foi realizado um questionário com 43 questões, em 186 empresas varejistas

**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico  
**Evento:** XXIII Seminário de Iniciação Científica

da região noroeste do Rio Grande do Sul. É realizada adaptação dos dados para tabelas e gráficos, e então a realização da análise dos dados, com apresentação de resultados e conclusões.

### Resultados e Discussão

A gestão da informação, ou mesmo as tecnologias da informação, são um tema com forte performance dentro das grandes empresas pelo mundo. Turban (2004), coloca que “ tecnologia da informação diz respeito ao aspecto tecnológico de um sistema da informação, ou em sentido amplo, descreve um conjunto de sistemas da informação, usuários e gestão de uma empresa inteira”.

Neste sentido, desenvolveu-se o presente estudo, com a estruturação de um questionário em pesquisa de campo realizada em 186 empresas do varejo no Noroeste do Rio Grande do Sul, distribuídas em doze diferentes municípios da região. Dentre as cidades com empresas estudadas, destacam-se os municípios de Santa Rosa e Santo Cristo que possuem 40% e 21% respectivamente, do total de empresas visitadas durante a pesquisa. E por outro lado, as cidades de Novo Machado, Independência, Porto Xavier e Tucunduva possuem apenas 2% cada um dos municípios do total de empresas visitadas.

As organizações varejistas estudadas são geridas na sua maioria por pessoas do sexo masculino, 58,4%. Um numero que já foi muito maior, mas que esta se tornando cada vez mais igualitário, seguindo uma evolução mundial, mas espontânea, observando o potencial feminino em enfrentar novos desafios e serem líderes de pessoas e empresas. Gestores com uma variedade de idade muito grande, e que se assemelham em uma media de idade de 43 anos, sentida como um ponto forte para a região, para uma evolução cada vez maior do varejo.

Sabendo que o contexto empresarial muda constantemente, é notável a evolução que ele vem tendo nos últimos anos, com um desenvolvimento muito rápido. Este contexto de mudança e crescimento do mercado e da concorrência empresarial no setor varejista, ganha potencial na região noroeste do estado do Rio Grande do Sul a partir do anos 2000, com a fundação de 50% das empresas estudadas, a partir deste ano.

Com a evolução do mercado na região no decorrer dos anos 2000, com um crescimento elevado na criação de empresas do ramo varejista e conseqüentemente o aumento da concorrência para as empresas já existentes, existe uma busca por uma diferenciação que chame a atenção dos clientes, como enfatiza Zamberlan [et al] (2010) onde, “neste ambiente empresarial, em que o foco esta cada vez mais direcionado ao cliente, as organizações buscam identificar competências que as diferenciam das demais no mercado”.

No mercado atual, de foco no clientes e de constantes mudanças, empresas tiveram de se adaptar as mudanças, tanto no sentido de inovações tecnológicas, como de padrões e conceitos enraizados de sua cultura, para assim tornarem-se empresas com um potencial forte, em um contexto que requer evoluções constantes.

Muitas destas adaptações e mudanças, que as empresas colocaram em pratica em seus sistemas de gestão, fazem parte do contexto das tecnologias da informação. Toda e qualquer empresa que deseja estar entre as melhores, necessita uma gestão das informações preciso e atualizado, que responda exatamente as exigências e necessidades da empresa e seu mercado. Empresas já possuem alguma tecnologia da informação, desde computadores e programas para leitura, armazenamento, análise de

**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico  
**Evento:** XXIII Seminário de Iniciação Científica

dados e outras tecnologias da informação. Mas para se adaptar as mudanças do mercado, é necessário aderir a novas tecnologias e para tanto as empresas varejistas da região Noroeste do Rio Grande do Sul tendem a analisar os fatos e fatores positivos e negativos para, por fim optarem ou não por uma nova tecnologia, sistema da informação que venha a agregar valor para a empresa.

No momento de adquirir uma nova tecnologia da informação, gráfico 1, cerca de 42% dos gestores das empresas analisadas, ainda tendem a visitar outras empresas que já utilizam tal tecnologia ou similar, para conhecer, obter opiniões e de certa forma fazer um benchmarking em relação a tecnologia da informação, ou seja, o gestor tem a certeza que esta introduzindo na sua empresa uma evolução tecnológica que já foi testada por empresas similares, e certamente o potencial de sucesso na sua empresa será muito grande. Levando em consideração que toda e qualquer tecnologia a ser introduzida em uma empresa tem um custo, então toda e qualquer certeza de sucesso do procedimento por parte do gestor, gera uma grande satisfação ao mesmo.

Como a predominância na região é de empresas de pequeno porte, como já expressado no texto acima, é necessário uma análise de quanto custará a implantação de uma nova tecnologia da informação, bem como analisar a empresa para descobrir qual área esta mais desgastada e necessitando de adaptações que gerem resultados positivos para a empresa. No mesmo sentido, o gestor verifica onde e quando é o momento certo de adquirir um sistema da informação para a empresa em questão. Cerca de 80% dos gestores entrevistados seguem essa linha de pensamento, como mostra o gráfico 2, em que se torna muito necessário a análise de onde, quando, e quanto gastar ao adquirir uma nova tecnologia da informação para a empresa.

Desta forma os gestores das empresas varejistas da região Noroeste do Rio Grande do Sul presam por inovações tecnológicas que realmente sejam fundamentais para a empresa, visando ter um conhecimento inicial sobre a tecnologia da informação a ser instalada. Tais iniciativas diminuem os percentuais de frustração dos procedimentos dentro da empresa, pois o gestor sabe que tal tecnologia será de suma importância e se adapta exatamente para com as funções desempenhadas pela empresa.

Observando novamente que à uma predominância de empresas de pequeno porte, e visando sempre o sucesso na adaptação das novas tecnologias da informação na empresa, os gestores veem a importância de adquirirem as duas partes da tecnologia da informações juntas, ao mesmo tempo. A maioria, 65% dos gestores do varejo entendem importante a aquisição de computador e programa de informação ao mesmo tempo, para que ambos se completem, sem que haja sobre carregamento de função sobre uma das partes.

Empresas de pequeno porte, com culturas ainda muito enraizadas em termos de poucos investimentos e ainda assustados a novas tecnologias da informação. São afirmações que podem ser comprovadas no gráfico 3, onde são demonstrados os obstáculos ao uso das novas tecnologias da informação nas empresas, destacando que os preços altos são o principal obstáculo tanto para os gestores homens(51 de um total de 108), como mulheres(45 de um total de 76). É verificado como um obstáculo forte, também, a dificuldade dos gestores e colaboradores em lidar em a tecnologia e ao mesmo tempo dificuldade em alimentar o sistema com informações corretas. Isso demonstra de um certo modo, o cotidiano em que a região se encontra, com empresas familiares de pequeno porte, em uma cultura enraizada, onde os gestores na sua maioria são de mais idade e para tanto

**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico  
**Evento:** XXIII Seminário de Iniciação Científica

possuem maior dificuldade na compreensão das novas tecnologias e ao mesmo tempo não deslumbra das boas e positivas iniciativas de inovação tecnológica.

No mesmo sentido em que existem obstáculos ao uso, também ocorrem alguns problemas relacionados a informática em si, e os gestores do varejo destacam os constantes travamento das máquinas, os vírus tecnológicos que acabam se introduzindo em equipamentos e trazendo consequentemente a perda de dados, como outro problema. Necessidade constante de atualização de software e hardware são vistos como problemas por grande parte dos gestores.

Em um contexto mundial de convívio constante com as informações, e de mudanças tecnológicas muito rápidas, raramente se encontra alguma empresa com nenhum tipo de tecnologia da informação que venha a lhes auxiliar nas funções da empresa. Para os gestores das empresas do varejo, as necessidades que fizeram a empresa desenvolver ou adaptar os seus sistemas de informação existentes atualmente são vários, como mostra o gráfico 5, dando destaque para a facilidade de adquirir as informações. Com os sistemas de informação, a procura por informações de clientes, estoques, fornecedores, entre outras, se tornou muito mais prática e ágil, economizando tempo e espaço. Havia também a necessidade de evitar o retrabalho, e ao mesmo tempo ocorre a necessidade de acompanhar a modernização e as constantes mudanças que o mercado se perpassa.

#### Conclusões

O presente estudo nos revela novos conhecimentos, novas conclusões sobre um contexto ao qual participamos de certa forma. E destacamos a importância da temática abordada, já que a o varejo percorre o mundo todo, e a gestão da informação percorre o varejo, ou seja, as empresas do varejo são ligadas diretamente as informações constantemente, desde clientes, fornecedores, estoques e entre outras.

Desta forma, concluímos que as informações são muito valiosas. Independente de sua origem, elas podem agregar valor muito intenso ao contexto em que se encontram. Para tanto existem as tecnologias da informação que organizam, e as deixam prontas para serem interpretadas da forma correta, para fins de ser um potencial para pessoas e empresas as quais estão relacionadas.

O mercado analisado se comporta como um mercado em desenvolvimento. No sentido de evolução da concorrência e ênfase na importância que as informações e suas tecnologias tem para com as empresas e gestão. Entendemos que empresas estão passando a adotar e interagir mais com as tecnologias da informação, vencendo os obstáculos de uma cultura enraizada.

Palavras Chave: Varejo, Informação, mudanças, Gestão.

#### Referências bibliográficas

- GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.  
ROCKENBACH, Cláudia Werle. Pesquisa em Administração. Apostila de estudos. 2011.  
TURBAN, Efraim. Tecnologia da informação para gestão. 3.ed.- Porto Alegre :Bookmann, 2004.  
ZAMBERLAN, Luciano. [et al]. Gestão estratégica do ponto de vendas : decisão para qualificar a performance no varejo-Ijuí : ed. Unijui, 2010.

**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico  
**Evento:** XXIII Seminário de Iniciação Científica

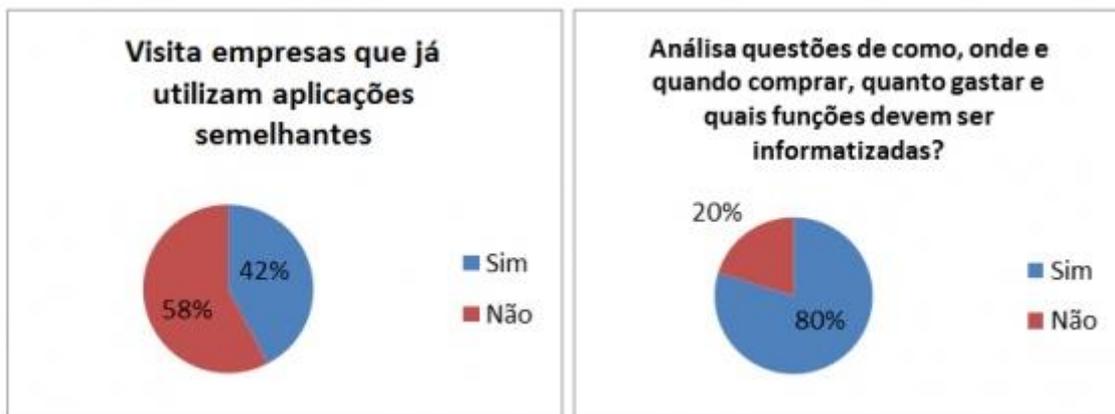


Gráfico 1 – Visita a empresas que já utilizam aplicações semelhantes. Gráfico 2 – Análise das questões de como, onde e quando comprar, quanto gastar e quais funções devem ser informatizados.

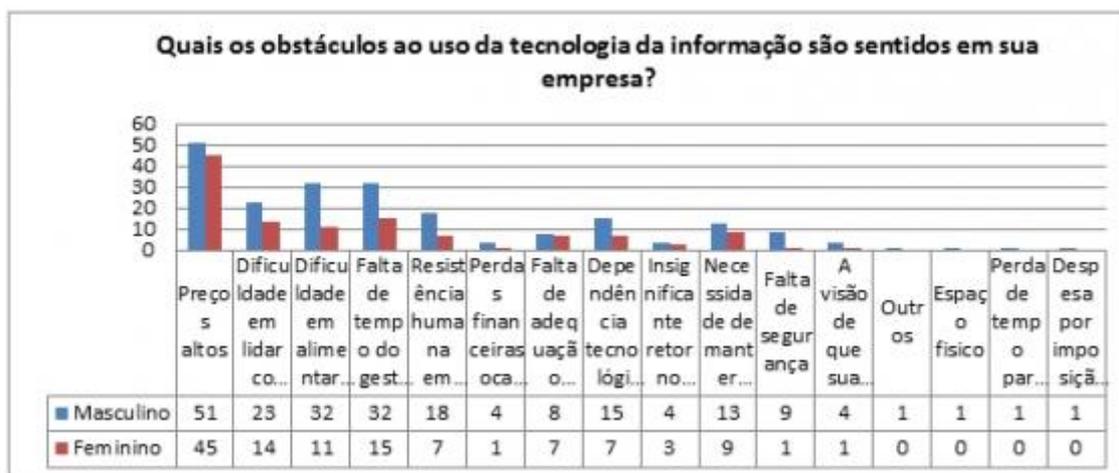


Gráfico 3 – Obstáculos com relação ao uso da tecnologia da informação sentidos nas empresas.

**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico  
**Evento:** XXIII Seminário de Iniciação Científica

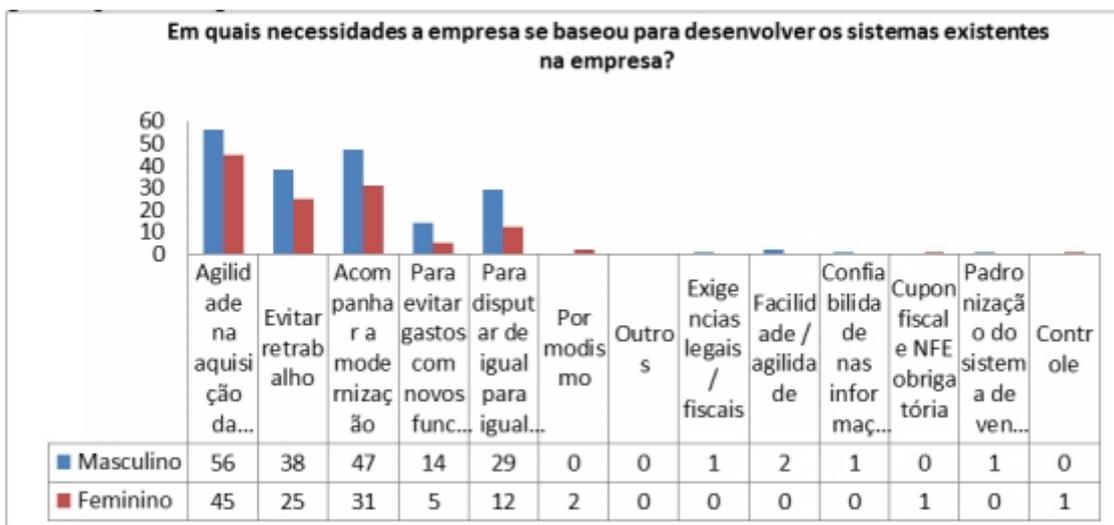


Gráfico 4 – Necessidades que a empresa se baseou para desenvolver os sistemas existentes.