

Utilização da Tecnologia da Informação e Comunicação em micro e pequenas empresas familiares na região de Santa Maria de Jetibá-ES

Use of Information and Communication Technology in micro and small family enterprises in the Santa Maria de Jetibá- ES region

Adilson Oliveira Cruz (Mestre/Professor/lfes)

Caroline Ponath (Graduanda/lfes)

Juliane Maria Christ (Graduanda/lfes)

Micaela Bullerjahn (Graduanda/lfes)

Resumo

O município de Santa Maria de Jetibá está localizado na região serrana do Espírito Santo e possui um centro comercial bastante diversificado e representativo, com micro e pequenas empresas, em grande parte familiares. Entretanto, percebe-se a necessidade de inovações tecnológicas para ampliação e divulgação desses serviços. O presente trabalho tem por objetivos identificar a situação do uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) nas Micro e Pequenas empresas (MPEs) familiares de Santa Maria de Jetibá, diagnosticar a importância da sua aplicação como diferencial estratégico, comparar a situação de utilização destas em empresas locais e investigar as relações entre as estratégias empresariais e TIC nas MPEs da região. Os métodos utilizados foram pesquisa exploratória e descritiva, assim como levantamento bibliográfico. Como meio, utilizou-se a pesquisa de campo como técnica de investigação empírica, de caráter qualitativo e quantitativo, aplicando-se um breve questionário ao comércio local. Constata-se que a maioria das empresas locais são micro empreendimentos bastante jovens de origem familiar, cuja maioria faz uso de algum tipo de TIC, por considerá-la fator importante e vantajoso em suas estratégias. E, apesar de apresentarem pouco conhecimento a respeito, demonstram grande

interesse em receber ajuda para aumentar esse conhecimento. Verifica-se com este estudo a importância da aplicação das TIC como elemento diferencial estratégico nas organizações, porém existe um potencial de atuação na localidade, com a finalidade de promover melhorias, fornecer mais conhecimento através de parcerias institucionais que visem alternativas eficientes às empresas.

Palavras chave: Micro e Pequenas Empresas. Utilização de TIC. Estratégia Empresarial.

Abstract

The municipality of Santa Maria de Jetibá is located in the mountain region of Espírito Santo, and has a very diversified and representative local business, with micro and small, largely Family based. However, there is a need for technological innovations to expand and disseminate these services. The objective of this work is to identify the situation of the use of Information and Communication Technologies (ICT) in family micro and small enterprises (SMEs) in Santa Maria de Jetibá, diagnose the importance of its application as a strategic differential, compare the usage situation of these in local companies and investigate the relationships between business strategies and ICTs in SMEs in the region. The methods used were exploratory and descriptive research, as well as bibliographic survey. As the means of, field research was used as an empirical investigation technique, qualitative and quantitative, applying a brief questionnaire to local commerce. It turns out that most local businesses are very young family microenterprises, which most use some type of ICT because they consider it an important and advantageous factor in their strategies. And although they have little knowledge about it, they show great interest in receiving help to increase that knowledge. This study shows the importance of the application of ICT as a strategic differential element in organizations, however there is a potential for action in the locality, with the purpose of promoting improvements, providing more knowledge through institutional partnerships that stimulate efficient alternatives to companies.

Keywords: Micro and Small Business. Use of ICT. Business strategy.

1 INTRODUÇÃO

O município de Santa Maria de Jetibá tem cultura pomerana forte e predominante. Localizado na região serrana do Espírito Santo, com altitude variável

de 400 a 1300 metros e área de 734 km², está a 80 km da capital, Vitória. Foi criado no dia 6 de maio de 1988, através da Lei Estadual nº 4.067. A origem de seus colonizadores, agricultores familiares, explica a sua marcante atividade econômica: hortifrutigranjeiros, sendo eleito o maior polo avícola do Estado, responsável pela produção de 2,8 mil ovos/dia, conforme informações divulgadas pela prefeitura deste município.

Apesar da forte atividade agrícola, Santa Maria de Jetibá possui um centro comercial bastante diversificado e representativo, apresentando micro e pequenas empresas, em grande parte familiares, em diversos ramos, como hotelaria, farmácias, confecções, artigos e presentes, supermercados, dentre outros, os quais são aquecidos pela população local que mantém a preferência. Entretanto, mesmo gerando recursos, movimentando a economia da cidade e com grande geração de empregos, percebe-se a necessidade de inovações tecnológicas para ampliação e divulgação desses serviços, bem como facilitar as suas atividades como instrumento de estímulo ao crescimento e à competitividade e potencialidades na região de acordo com seus destinos (LA ROVERE, 2001). Tudo isso torna-se possível se associado a incentivos educativos e de treinamentos.

A motivação para o presente trabalho é devida, principalmente, ao crescente avanço da tecnologia associado às aplicações e inovações nas organizações, de modo a proporcionar melhoria no desempenho e êxito. Essa motivação está associada às práticas observadas na região de Santa Maria de Jetibá-ES, no que tange a falta de acesso útil à Tecnologia da Informação e Comunicação como mecanismo de diferencial de competitividade. Neste sentido, este trabalho objetiva identificar os perfis de TIC utilizadas pelas Micro e Pequenas Empresas da região de Santa Maria de Jetibá-ES como estratégia de competitividade e de crescimento organizacional.

Para orientação do estudo proposto, os autores elaboraram o objetivo de identificar a situação do uso da Tecnologia de Informação e Comunicação nas Micro e Pequenas Empresas familiares de Santa Maria de Jetibá-ES. Este objetivo geral foi destrinchado em três objetivos específicos:

- Diagnosticar a importância da aplicação de Tecnologia de Informação e Comunicação como diferencial estratégico.
- Comparar a situação de utilização das Tecnologias da Informação e Comunicação em empresas locais.

- Investigar as relações entre as estratégias empresariais e Tecnologias da Informação e Comunicação nas Micro e Pequenas Empresas da região.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Não existe unanimidade nas definições de Micro e Pequenas Empresas (MPEs), sendo que cada país adota particularidades para tal definição, variando em critérios por parte da legislação, instituições financeiras oficiais, com base no faturamento ou número de funcionários (CEZARINO; CAMPOMAR, 2006; SILVEIRA et al., 2012; SEBRAE, 2012).

No Brasil, existem pelo menos três definições, conforme apresenta a tabela a seguir:

Tabela 1 – Principais classificações de micro e pequenas empresas

	Microempresa	Pequena Empresa
Faturamento Anual (de acordo com a Lei Geral para Micro e Pequenas Empresas)	Até R\$ 240 mil	R\$ 240.000,01 e R\$ 2,4 milhões
Geração de Emprego (de acordo com o Sebrae)	<ul style="list-style-type: none"> • Até 9 pessoas no âmbito de comércios e serviços; • Até 19 pessoas no Setor Industrial e de Construção 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 a 49 no âmbito de comércios e serviços; • 20 a 99 no Setor Industrial e de Construção
Receita Bruta Anual (de acordo com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES)	Até R\$ 1,2 milhão	Entre R\$ 1,2 milhão e R\$ 10,5 milhões

Fonte: Elaborada pelos autores (SEBRAE, 2012).

Contudo a mais aceita no país é aquela que está na Lei Geral para Micro e Pequenas Empresas, de dezembro de 2006, e atualizada pela Lei complementar nº 147/2014, que estabelece sua definição baseada no faturamento anual das empresas. Entretanto, para o presente trabalho será considerada a definição por geração de empregos.

Segundo Silveira et al. (2012), no final da década de 1970 as grandes empresas eram consideradas as grandes responsáveis por manter a economia do país, enquanto acreditava-se que as MPEs desapareceriam por sua baixa produtividade, baixos salários, bem como por serem sufocadas pelo desenvolvimento industrial. Atualmente, constatou-se que não é isso o que realmente acontece. As MPEs exercem papel fundamental na economia brasileira, representam uma alternativa de ocupação para população que consegue manter seu próprio negócio, formal ou informal, resultando em 21% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, até 2010.

Outro destaque é sua representatividade no mercado nacional: dos 3,1 milhões de empresas brasileiras, 98% são MPEs. Esses dados contrariam a teoria econômica clássica, a qual considera o papel das MPEs secundário. Além disso, as mudanças econômicas sugerem que atualmente as MPEs desempenhem um importante papel no crescimento das localidades, com características comuns na competitividade econômica: flexibilidade, complementaridade, capacidade exportadora, de criação e empreendedorismo, geração de empregos e redução da pobreza.

No meio empresarial, um dos termos que é bastante utilizado refere-se a estratégia, mesmo no seu sentido mais amplo e nas mais diversas situações. Das definições que são discutidas na literatura, quanto a seu conceito multifuncional ou situacional, existem algumas convergências e outras tantas divergências as quais destacam-se aquelas do âmbito empresarial.

Segundo Nicolau (2001), estratégia compreende a relação fim, os objetivos e as políticas funcionais do dia a dia, ou seja, as articulações de recursos diários a fim de atingir seus objetivos, sejam esses de curto ou longo prazos. Toda empresa precisa ter esses aspectos definidos de forma clara e bem planejados, garantindo um bom desempenho, direcionamento e sobrevivência. Do contrário, essas empresas nascem e crescem de forma desordenada e correm o risco de não sobreviver no mercado extremamente competitivo e sujeito a constantes mudanças políticas, sociais,

econômicas e tecnológicas, o que exige muita organização, controle e inovação como parte integrante da estratégia da empresa.

Dentro dos conceitos de estratégias, podem-se destacar pelo menos quatro tipos, conforme Alday (2002):

- Estratégia de crescimento: aquelas que resultem em aumento de vendas ou da participação de mercado, no qual se espera que esse crescimento possibilite um aumento do valor da empresa.
- Estratégias competitivas: consiste em três enfoques:
 - Estratégia competitiva de custo, na qual se busca a eficiência produtiva, ou seja, aumento de produção com a minimização dos custos, atraindo clientes pelo melhor preço.
 - Estratégia competitiva de diferenciação, quando a empresa investe em imagem, tecnologia, assistência técnica, pesquisa e desenvolvimento, dentre outros aspectos gerenciais, com a finalidade de atrair o consumidor por esses diferenciais.
 - Estratégia competitiva de foco, a empresa escolhe um enfoque, custo ou diferenciação, para se especializar e atender às demandas e exigências do seu público.
- Estratégia de manutenção: a empresa identifica as potenciais ameaças à sua sobrevivência e cabe aos gestores definirem as ações necessárias para continuar no mercado, fortalecendo-se.
- Estratégia de investimento: um dos principais tipos de estratégias empresariais que devem constar no planejamento estratégico da organização, visando seus recursos financeiros, quando a empresa conhece bem seu mercado, clientes e concorrentes, e então os gestores poderão identificar qual o setor deve receber o investimento para que a empresa se diferencie e se destaque.

Na ótica das estratégias empresariais, bem como na ótica operacional, um dos componentes mais importantes é a Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC), a qual as organizações vêm utilizando de forma ampla e intensa, tendo demonstrado grandes oportunidades e benefícios, conforme relatado por Albertin (2008).

A partir da popularização dos computadores e produtos relacionados, como celulares e *tablets*, é crescente a implementação e utilização desses recursos por empresas, independente do porte das mesmas, nas diversas funções administrativas:

planejamento, organização, liderança e controle, como fornecedor de informações às partes administrativas, propriamente, os quais podem monitorar, prever, avaliar e direcionar a empresa em conformidade com seus objetivos de forma cada vez mais eficiente (PRATES; OSPINA, 2004).

A realidade global demonstra a enorme relevância das tecnologias como fatores de interação e facilidade nos processos comunicativos, sobretudo no âmbito organizacional como elemento diferenciador que garanta a sobrevivência destas empresas e organizações, bem como um fator alavancador da competitividade. Tais quesitos têm levado a sociedade a desenvolver esforços canalizados a capacitação tecnológica, dentre elas a adoção das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).

De acordo com PRATES (2008), são consideradas vantagens no uso de TIC em pequenas empresas:

- Menores custos: quando bem utilizada, reduz os custos da empresa por agilizar, dar maior segurança e confiabilidade aos processos e rotinas administrativas, e ainda simplifica as tarefas burocráticas, reduz os erros e praticamente elimina o retrabalho.
- Maior produtividade: possibilita produzir mais, em menos tempo e com menor custo, com o planejamento e o controle.
- Maior qualidade: a qualidade dos produtos e serviços é melhorada, por ajudar a manter um padrão.

Ainda Prates (2008), em seu estudo sobre impactos da TIC em MPEs, ressalta que na maior parte das empresas a adoção de TIC ocorre devido a uma necessidade derivada dos objetivos organizacionais, que são pré-estabelecidos.

Os motivos considerados mais importantes são apresentados na tabela abaixo:

Tabela 2– Motivos para implantação de TI

Motivos para implantação de TI	%
Necessidade de integração	02
Melhoria de controles organizacionais	24
Competitividade	08

Manter sua participação	05
Aumentar sua participação	22
Melhoria na qualidade de atendimento	08
Aumentar a produtividade	20
Gerar um ambiente criativo	01
Redução de custo	10

Fonte: Prates (2008).

Percebe-se que as MPEs costumam adotar a TIC por distintos motivos, principalmente relacionados às pressões externas que enfrentam e à existência de um ambiente organizacional favorável. Além disso, o principal motivo que afeta o desempenho das organizações é a adoção da TIC visando atender às suas necessidades internas, como agilidade nos processos de comunicação, encurtando tempo e distância e acelerando o ritmo das atividades.

Investimentos em TIC afetam de forma positiva o desempenho das organizações, mesmo não sendo possível mensurar seus retornos financeiros (LUNARDI, 2008).

Não há dúvidas de que a Tecnologia da Informação e Comunicação é essencial nos processos administrativos, na busca de sucesso empresarial, como meio facilitador e agilizador, permitindo a melhor organização e direcionamento, além de permitir maior controle e acompanhamento, visando a qualidade, quantidade, a oportunidade e a relevância das informações (MARTENS, 2001; PRATES, 2008), ou seja, TIC como fator estratégico.

3 PERCURSO METODOLÓGICO

Esta pesquisa possui características exploratórias e descritivas, tendo em vista compreender o uso da Tecnologia da Informação e Comunicação em um grupo de Micro e Pequenas Empresas da região de Santa Maria de Jetibá- ES.

Inicialmente, realizou-se um levantamento bibliográfico que demonstrasse a situação atual do uso e aplicabilidade das Tecnologias de Informação e Comunicação a nível nacional, os perfis das empresas do município e como a mesma reflete no crescimento e relevância empresarial.

Como meio, utilizou-se a pesquisa de campo como técnica de investigação empírica, de caráter qualitativo e quantitativo. Nesta pesquisa foi aplicada uma entrevista semiestruturada por meio da interrogação direta, contendo 13 questionamentos abertos, no período de 25 de maio a 04 de junho de 2019, os quais foram direcionados a alguns setores do comércio local, conforme amostragem a seguir:

Tabela 3 – Ramo de atividade das empresas pesquisadas

Ramo de Atividade	Quantidade
Farmácia	3
Supermercado	3
Confecções	3
Artigos e presentes	2
Hotelaria	3
Total	14

Fonte: Elaborada pelos autores.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

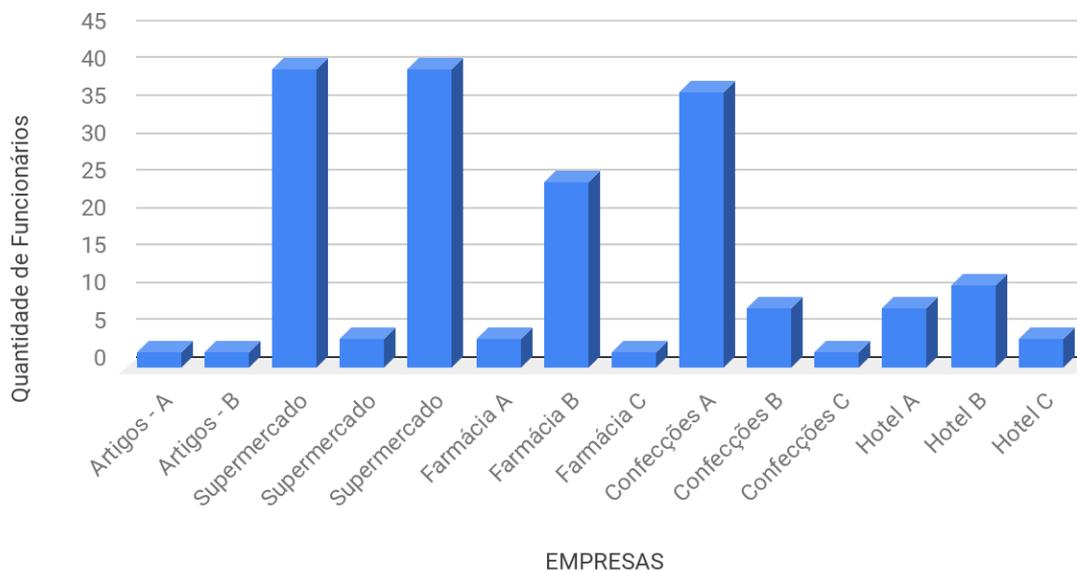
Serão apresentados alguns resultados obtidos a partir das entrevistas feitas nas 14 empresas da região de Santa Maria de Jetibá- ES. Inicialmente, foi feito um levantamento sobre o perfil das empresas.

Quanto ao número de funcionários e geração de emprego, percebe-se que diante da classificação do SEBRAE, de acordo com o número de empregos gerados, cerca de 93% das empresas são classificadas como microempreendimentos, enquanto as demais entram na classificação de Pequenas Empresas, evidenciando o

que fora previsto inicialmente, que o comércio de Santa Maria de Jetibá é representado por este setor.

Gráfico 1 – Número de funcionários por empresa

Quanto ao número de funcionários

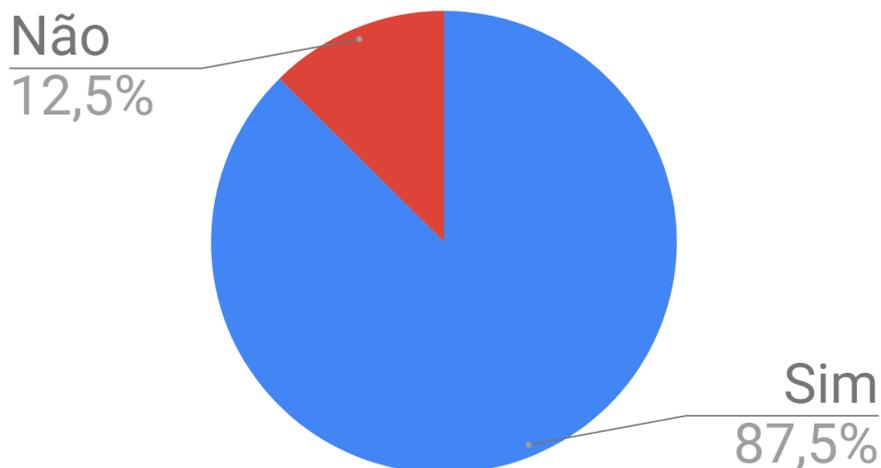


Fonte: Elaborada pelos autores.

Quando perguntados sobre a origem da empresa, se a mesma é familiar ou institucional, os resultados obtidos foram os seguintes:

Gráfico 2 – Porcentagem de empresas de origem familiar

Origem da empresa: Familiar



Fonte: Elaborado pelos autores.

Todavia, verificou-se que, com o desenvolvimento e ampliação de mercado, atualmente algumas delas sofreram alterações, o que as tornou institucionalizadas, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 3 – Porcentagem de empresas que permaneceram familiares

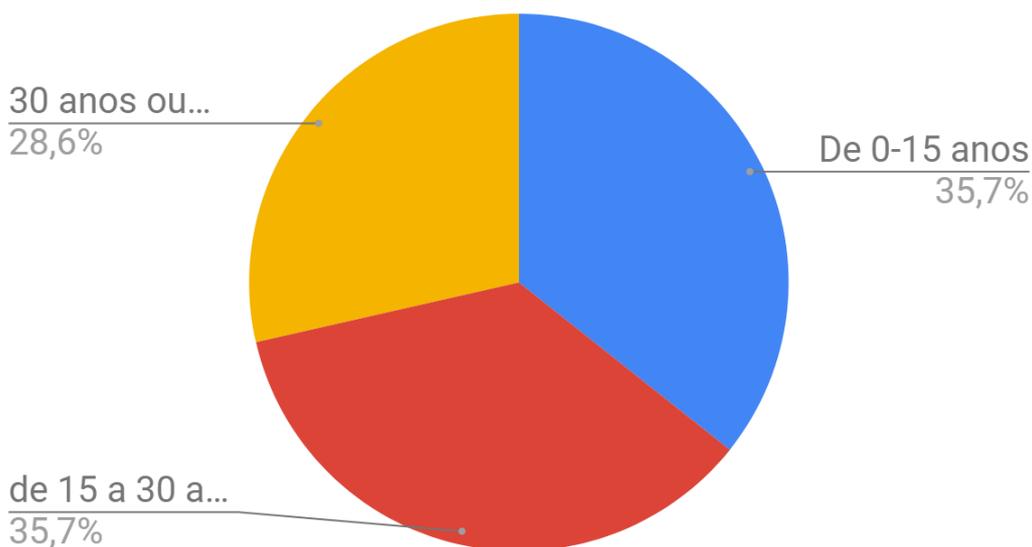


Fonte: Elaborada pelos autores.

Outro dado importante observado no perfil das empresas é que a maioria são empresas muito jovens, compreendidas no perfil de micro empreendimentos como alternativa de renda, que nesses casos resistiram às mudanças e instabilidades mercado.

Gráfico 4 – Comparativo das idades das empresas

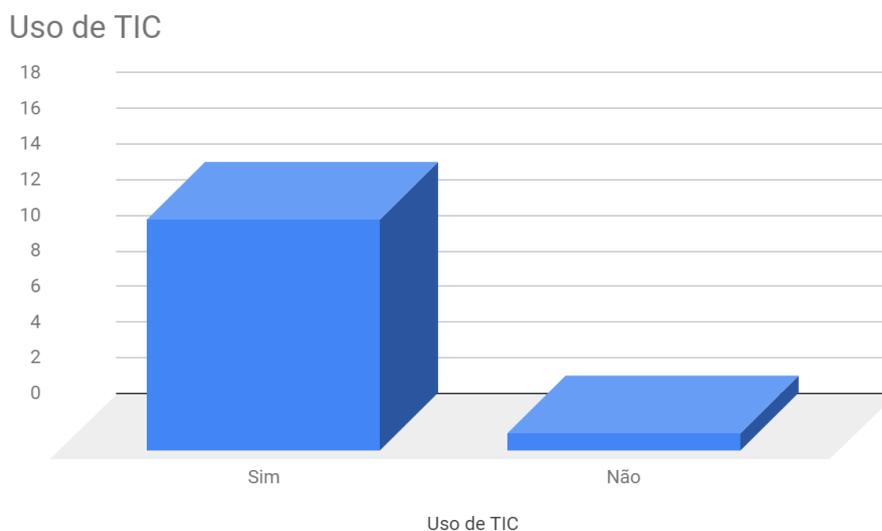
Há quanto tempo atua em Santa Maria de Jetibá-ES



Fonte: Elaborada pelos autores.

A segunda parte da entrevista permite o diagnóstico das concepções e percepções sobre a TIC nos empreendimentos. Quando perguntados se fazia-se uso de algum recurso de tecnologia de informação e comunicação, obteve-se o seguinte resultado:

Gráfico 5 – Empresas que utilizam alguma TIC



Fonte: Elaborada pelos autores.

Compreende-se nesse ponto de utilização de TIC o uso de computadores, celulares, *tablets*, *notebooks*, ou quaisquer outros componentes físicos para serem utilizados, e os recursos (aplicativos): redes sociais (contato com fornecedores e/ou clientes), sistemas fiscais, de vigilância, plataformas ou sites, dentre outros.

Vale ressaltar que esses recursos físicos são na maioria dos casos entrevistados pertencentes à empresa, salvo o uso de celular pessoal para fins de comunicação com fornecedores e clientes por redes sociais em 50% dos entrevistados.

Aquelas empresas que fazem uso de algum tipo de recurso foram unânimes em afirmar que o processo de implantação desses foi de forma gradual, conforme a popularização dos computadores, e posteriormente de celulares smartphones, tablets e demais. Além disso, as exigências do mercado foram outro fator que influenciou na decisão de adotar a tecnologia no cotidiano da empresa, como alternativa de controle fiscal, de estoque, a automatização.

Em relação às redes sociais como alternativa de divulgação e marketing, ocorre de forma semelhante: 50% dos micro e pequenos empresários entrevistados já perceberam a importância, influência e velocidade dessa mídia como ferramenta de comunicação e implementaram esse recurso em seus estabelecimentos.

Ao serem questionados sobre os benefícios e vantagens que consideraram importantes obtidos pela utilização de TIC, foram lembrados os seguintes:

Tabela 4 – Vantagens da TIC citadas pelos entrevistados

Vantagens	Número de citações
Praticidade	5
Agilidade	7
Planejamento	1
Facilitar o trabalho	2
Expansão	2
Maior faturamento	2

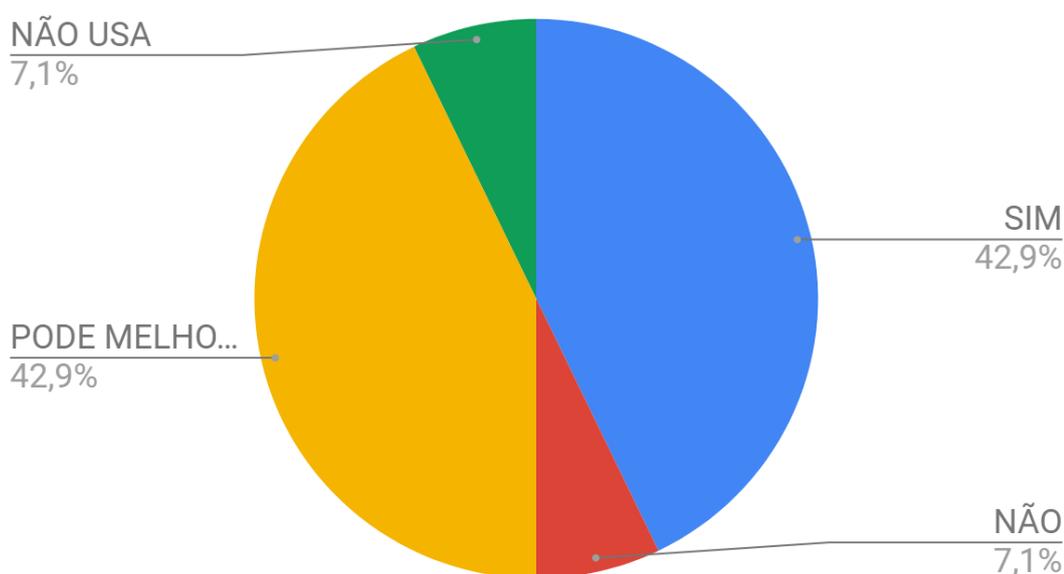
Maior controle	2
Organização	2
Maior comunicação	1

Fonte: Elaborada pelos autores.

Outro dado importante, trata da opinião sobre os recursos utilizados por eles:

Gráfico 6 – Satisfação em relação ao uso da TIC pelas empresas

Qualidade de aproveitamento dos recursos



Fonte: Elaborada pelos autores.

Esses dados demonstram que enquanto existem aqueles que alegam satisfação sobre os serviços utilizados, como suficiente e indiferente em suas empresas, existe também uma grande lacuna a ser preenchida. Uma justificativa para tal comportamento vem a ser a falta de conhecimento no que tange a TIC.

Observa-se que não são profissionais especializados, que recebem pouco treinamento, ou este é inadequado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verifica-se com este estudo a importância da aplicação das Tecnologias de Informação e Comunicação como elemento diferencial estratégico nas organizações, pois a presença das tecnologias proporciona um alcance de público maior e mais

representativo, como por exemplo a utilização das redes sociais da empresa. Além disso, a utilização das TIC permite a melhoria no desempenho das empresas quando age como facilitador e agilizador dos processos gerenciais, mesmo que não seja possível mensurá-la.

A partir do que foi observado nas visitas e entrevistas, pelos resultados obtidos, pôde-se constatar que as empresas de Santa Maria de Jetibá- ES, na sua maioria, fazem uso de algum tipo de TIC, porém existe um potencial de atuação na localidade, com a finalidade de promover melhorias e de fornecer mais conhecimento através de parcerias institucionais que visem alternativas eficientes às empresas.

Pode-se concluir também que, dentro de um mesmo ramo de atividades, as empresas não apresentam grandes discrepâncias, visto que as situações descritas nas entrevistas bem como nas visitas apresentam características bastante semelhantes.

Dois casos peculiares podem ser destacados: o primeiro – destaque de atuação – um supermercado, o qual é considerado modelo de gestão e aplicação de TIC, que conforme o próprio entrevistado diz é “modelo para os demais, que ‘imitam’ as ideias”; já o segundo – uma loja de artigos de informática e presente – por mais irônico que pareça, não faz uso de nenhum tipo de TIC, seja no âmbito gerencial, seja em comunicação.

Vale ainda ressaltar a relevância que alguns dos locais entrevistados deram a essa pesquisa, solicitando, na medida do possível, receber um feedback sobre o andamento do trabalho, e afirmando que estavam dispostos a receber novas medidas e ferramentas que os pudessem auxiliar, como a TIC.

Sendo assim, esta é uma oportunidade de dar prosseguimento ao trabalho em questão, com a criação de um Projeto de Extensão, em parceria com o Instituto, a fim de dar suporte informacional às MPEs de Santa Maria de Jetibá- ES.

Além disso, como realizada no município de Santa Maria de Jetibá, há a abertura para realização desta pesquisa também nos demais municípios correspondentes ao Ifes Campus Centro-Serrano, como Domingos Martins e Santa Leopoldina.

Sobre os autores

Caroline Ponath é graduanda do Curso Superior em Administração do Ifes, campus Centro-Serrano. E-mail: carolaineponath97@gmail.com.

Juliane Maria Christ é graduanda do Curso Superior em Administração do Ifes, campus Centro-Serrano. E-mail: julianechrist91@gmail.com.

Micaela Bullerjahn é graduanda do Curso Superior em Administração do Ifes, campus Centro-Serrano. E-mail: micaelabullerjahn195@gmail.com.

Adilson Oliveira Cruz é Professor EBTT do Instituto Federal do Espírito Santo (Ifes), campus Centro-Serrano, graduado em Ciência da Computação pela Universidade Federal do Espírito Santo, Mestre em Ciência da Computação pela Libera Università di Bolzano. E-mail: adilson.cruz@ifes.edu.br.

REFERÊNCIAS

ALBERTIN, Alberto Luiz; ALBERTIN, Rosa Maria de Moura. Benefícios do uso de tecnologia de informação para o desempenho empresarial. **Rev. Adm. Pública**, p. 275-302, 2008.

ALDAY, Hernan E. Contreras. Estratégias empresariais. **Coleção Gestão Empresarial**, n. 2, p. 15-25, 2002.

CEZARINO, Luciana O.; CAMPOMAR, Marcos Cortez. Micro e pequenas empresas: características estruturais e gerenciais. **Revista Hispeci & Lema**, v. 9, p. 10-12, 2006.

ETCHALUS, José Miguel; AUGUSTO DE PAULA, Antonio. Aspectos da tecnologia da informação em pequenas empresas da Construção Civil. **Synergismus scyentifica UTFPR**, Pato Branco, 2006.

LA ROVERE, Renata Lèbre. Perspectivas das micro, pequenas e médias empresas no Brasil. **Revista de Economia Contemporânea**, v. 5, n. 3, 2001.

LUNARDI, Guilherme Lerch. **Um estudo empírico e analítico do impacto da governança de TI no desempenho organizacional**. 2008. 201 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/13248>>. Acesso em: 4 dez. 2020.

MADEIRA, Paulo. A importância dos sistemas de informação no sucesso empresarial das pequenas e médias empresas. **JTCE–Jornal do Técnico de Contas e da Empresa**, p. 43-48, 2002.

MARTENS, Cristina DaiPrá. **A Tecnologia de Informação (TI) em pequenas empresas industriais do Vale do Taquari/RS**. 2001. 139 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/13248>>. Acesso em: 4 dez. 2020.

NICOLAU, Isabel. O conceito de estratégia. **INDEG/ISCTE**, p. 637-658, 2001.

PRATES, Gláucia Aparecida et al. Tecnologia de informação: Análise em pequenas empresas do interior paulista. **Anais do 4º Congresso Brasileiro de Sistemas – Centro Universitário de Franca Uni-FACEF**, 2008. Disponível em: <http://legacy.unifacef.com.br/quartocbs/artigos/B/B_128.pdf>. Acesso em: 4 dez. 2020.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA MARIA DE JETIBÁ-ES. **O Município**. Disponível em: <<http://www.pmsmj.es.gov.br/portal/o-municipio/>> Acesso em: 26 abr. 2019.

SEBRAE. **Observatório Internacional. Pequenas e Médias Empresas no Brasil Pequenos Negócios** – Conceito e Principais instituições de Apoio aos Pequenos Negócios. Disponível em: <ois.sebrae.com.br/wp-content/uploads/2012/11/Brasil.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2019.

SILVEIRA, Mário Henrique Fernandes et al. O impacto das micro e pequenas empresas no mercado de trabalho: uma análise da região Sul/Sudoeste de Minas Gerais. **Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, 2012. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/37416602.pdf>>. Acesso em: 4 dez. 2020.

ANEXO

Questionário componente do trabalho intitulado: **Utilização da Tecnologia da Informação e Comunicação em micro e pequenas empresas familiares na região de Santa maria de Jetibá-ES**

Pertencente ao Trabalho Multidisciplinar (Seminário Integrador).

Alunas: Carolaine Ponath, Juliane Maria Christ e Micaela Bullerjahn.

Professor-Orientador: M. Sc. Adilson O. Cruz

Identificação da empresa: _____

As informações coletadas são confidenciais e não serão repassadas ou divulgadas, sendo utilizadas apenas para fins acadêmicos.

1. Qual é o número de funcionários da empresa?
2. Quanto tempo está no mercado? É uma empresa familiar?
3. Quais são as atividades/ ramos da empresa?
4. A empresa faz o uso de algum equipamento de informática e comunicação? Se sim, quais? Como foi o processo de adoção?
5. Todos esses recursos pertencem à empresa ou os funcionários utilizam recursos próprios?
6. Há quanto tempo a empresa decidiu adotar os recursos de informática?
7. A aquisição dos recursos de informática foi planejada? De que maneira foi feito esse planejamento?
8. Você considera que os recursos de informática e comunicação são bem aproveitados?
9. É realizado um treinamento com os usuários/funcionários? Se sim, quais?
10. É percebido algum benefício com o uso das tecnologias de comunicação e informática? Quais?
11. Em relação aos seus concorrentes, você observa alguma vantagem ou desvantagem em relação ao uso dos recursos de informática? Se sim, quais?
12. O uso da informática e comunicação facilita a comunicação com os clientes e com os fornecedores?
13. Na situação atual da empresa, você considera necessário alguma inovação ou alteração relacionada a Informática?