



**SOCIEDADE DE ENSINO SUPERIOR AMADEUS –SESA  
FACULDADE AMADEUS - FAMA  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**ALEXSANDRO SANTOS DE MELO**

**SISTEMA DE INFORMAÇÃO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO PARA AS  
EMPRESAS DE LOGÍSTICA**

**Aracaju – SE  
2018**

**ALEXSANDRO SANTOS DE MELO**

**SISTEMA DE INFORMAÇÃO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO PARA AS  
EMPRESAS DE LOGÍSTICA**

**Relatório Científico de Estágio apresentado à  
Faculdade Amadeus como requisito para  
aprovação final e obtenção do grau de bacharel  
em Administração.**

**Orientador(a) Prof. MSc. Maurício Cajazeira**

**Aracaju – SE**

**2018**

**ALEXSANDRO SANTOS DE MELO**

**SISTEMA DE INFORMAÇÃO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO PARA AS  
EMPRESAS DE LOGÍSTICA**

**Relatório de Estágio Supervisionado apresentado à Faculdade Amadeus  
como requisito para aprovação final e obtenção do grau de Bacharel em  
Administração.**

---

**MSc. Paulo Sérgio Melo dos Santos – Coordenador do Curso**

---

**MSc. Maurício Cajazeira – Professor Orientador**

---

**Esp. Lângesson Lopes da Silva (Avaliador I)**

---

**Esp. Iêdo Flávio de Andrade Filho (Avaliador II)**

**Aprovado(a) com média:\_\_\_\_\_**

**Aracaju (SE), \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.**

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais, pelo apoio, incentivo, e que nas horas boas e ruins, sempre estiveram ao meu lado. Aos demais familiares, pelos incentivos e conselhos. Aos amigos, por todos os momentos de alegria e companheirismo. Agradecer aos colegas, pelos momentos que passamos juntos, compartilhando histórias e alegrias. Ao MSc. Paulo Sérgio Melo dos Santos - Coordenador do Curso, aos professores Esp. Lângesson Lopes da Silva e Esp. Iêdo Flávio de Andrade Filho pelos incentivos e orientações, e em especial ao meu orientador, Prof. MSc. Maurício Cajazeira, pela ajuda, paciência e empenho na elaboração deste estudo.

Muito obrigado!



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 01 – Erros cometidos pelas empresas.....	18
Quadro 02 – Amostra Probabilística.....	20
Imagem 01 – Organograma.....	21
Imagem 02 – Organograma.....	22
Gráfico 01 – Nível de valorização do Sistema de Informação.....	26
Gráfico 02 – Fator Qualidade do Sistema.....	27
Gráfico 03 – Conhecimento Necessário do Sistema de Informação.....	27

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	06
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	08
2.1. Surgimento e Evolução da Logística.....	08
2.2. Sistema de Informação.....	11
2.3. Logística e a Vantagem Competitiva.....	13
2.4. Sistema de Informação - SIG.....	14
2.5. Gestão Empresarial.....	15
<b>3. METODOLOGIA</b> .....	20
3.1. Escolha do Objetivo de Estudo.....	20
3.1.1. Estrutura organizacional.....	21
3.2. Tipos de Pesquisa.....	22
3.3. Sujeitos de Pesquisa.....	23
3.4. Universo da Pesquisa.....	23
3.5. Plano Amostral da Pesquisa.....	23
3.6. Técnicas de coleta de dados.....	23
3.7. Pré-Teste.....	24
3.8. Variáveis de Estudo.....	24
3.9. Técnicas Estatísticas Utilizadas.....	24
3.10. Caracterização da Amostra.....	25
<b>4. ANÁLISE DE RESULTADOS</b> .....	25
4.1. Apresentação.....	25
4.2. Questões Norteadas e resultados.....	25
4.2.1. Reconhecimento e valorização do trabalho.....	26
4.2.2. Fator de desmotivação.....	27
4.2.3. Fator motivacional.....	27
4.2.4. Desmotivação prejudicial para o colaborador.....	28
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	29
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	
<b>APÊNDICES</b> .....	35



## INTRODUÇÃO

Este trabalho vem apresentar a importância da tecnologia nos dias atuais, da era da informação em que as organizações estão inseridas, mostrando que, vem se tornando cada vez mais essencial para as organizações. Segundo Laurindo (2002), a tecnologia vem atuando com um importante papel nas empresas nos processos de planejamento, implantação e controle, trazendo satisfação tanto para as empresas que adotam o sistema quanto para o consumidor final.

Nos dias de hoje, é fácil encontrar os mesmos produtos sendo vendidos em diferentes empresas. Isso cria entre elas uma acirrada competição e busca por clientes, pois as organizações sabem que existe mais oferta do que demanda, e quando isso acontece, as empresas precisam se diferenciar de alguma maneira do seu “vizinho”, caso contrário, perde o cliente para o outro.

O que vem ser logística de *Supply Chain*? Consiste num conceito que abrange todo um processo logístico de determinado produto ou serviço, desde a sua matéria-prima(fabricação) até a sua entrega ao consumidor final. (fabricante – fornecedores – armazéns – distribuidores – varejistas – consumidores).

Atualmente a logística é uma das atividades que vem evoluindo e oferecendo grande vantagem competitiva, pois tem como principal objetivo implementar e controlar o fluxo e armazenamento de matérias-primas, materiais semiacabados e produtos acabados de maneira eficiente e econômica, desde a origem até o consumo para prover o cliente com os níveis de serviços desejados. Sistemas logísticos eficientes e eficazes, buscam diminuir o intervalo entre a produção e a demanda, facilitando à administração e aquisição de matérias, do ponto de origem de um produto até seu destinatário, o consumidor. Assim, a finalidade da logística está em entregar o produto certo, na hora certa, nas condições físicas desejadas ao menor custo possível.

A tecnologia e a informação estão extremamente ligadas no aprimoramento operacional da logística com foco na gestão em obter melhores resultados. Reconhecendo que o uso do sistema é de extrema importância para as empresas, auxiliando os gestores em suas decisões e proporcionando melhorias na adaptação da empresa para enfrentar os acontecimentos não previstos.

Mesmo com o crescimento da tecnologia nos tempos de hoje, verifica-se ainda certa resistência na implantação desses recursos nas empresas. As organizações da logística enfrentam diversos problemas, dentre estes, falta de agilidade nos processos, compra desmedida, falta de sistema de controle adequado, falta de inventários periódicos, não registro de todas as movimentações, cadastro de produtos sem detalhar sua descrição, dentre outro.

A presente pesquisa tem como objetivo apresentar a atual importância do uso do sistema de informação no gerenciamento das empresas, identificando as dificuldades de implantação e manutenção do sistema de informação no controle e gerenciamento das empresas, entendendo a importância do sistema de controle na visão da alta direção e dos trabalhadores da área e identificar a existência de barreiras/resistência a implantação do sistema.

## 2 - REFERENCIAL TEÓRICO

O presente capítulo dispõe importantes conceitos inerentes ao Sistema de Informação, que servirão como base para o estudo de caso. Aborda uma revisão crítica da literatura existente sobre “O sistema de informação como diferencial competitivo para as empresas em Logística”. Para tanto os seguintes tópicos serão abordados:

- ❖ Surgimento e Evolução da Logística
- ❖ Sistema de Informação
- ❖ Sistema de Informações Gerenciais - SIG
- ❖ Gestão Empresarial
- ❖ Logística e a Vantagem Competitiva

Os tópicos acima serão abordados neste capítulo com o intuito de formar um apanhado geral sobre logística, sistema de informação e competitividade no mercado ligado à gestão Empresarial.

### 2.1 – Surgimento e Evolução da Logística

O surgimento da palavra logística, de acordo com Rodrigues (2000), remonta ao século XVII, quando *logistique* é derivado de um posto existente no exército francês, onde o soldado que ocupasse tal posto, era o responsável pelas atividades relativas ao deslocamento, alojamento e acampamento das tropas em campanha, referindo-se como a arte prática de movimentar exércitos.

Foi durante a II Guerra Mundial, em virtude das operações militares, que a logística adquiriu maior ressonância, pois abrangia todas as atividades relativas à provisão e administração de materiais, pessoal em instalações, bem como da obtenção de prestação de serviços de apoio.

De acordo com Christopher (1997), no início de 1991 o mundo presenciou um exemplo dramático da importância da logística. Como precedentes para Guerra do Golfo, os Estados Unidos e seus aliados tiveram que deslocar grandes quantidades

de materiais e suprimentos tiveram que ser transportados através de 12.000 quilômetros por via aéreas, mais de 2,3 milhões toneladas de equipamentos transportados por mar, tudo isto em questão de meses. Assim, a logística capacitava o suprimento adequado das tropas, com materiais e equipamentos que representaram fator determinante nas campanhas militares.

Para Ballou (1993), entre os anos 50 e 70 houve um avanço para a teoria e prática da logística, representando um período de desenvolvimento nesta área. Fatores como alterações nos padrões e atitudes da demanda dos consumidores, avanços na tecnologia e influências experiências militares encorajaram o desenvolvimento da logística. Confirma que, a partir da década de 70, a logística empresarial alcançou sua maturidade, pois entrou no campo da administração, onde seus princípios e conceitos formulados passaram a ser utilizados com grande sucesso e algumas empresas já estavam se beneficiando.

Bowersox e Closs (2001), salientam que durante a década de 80 e o início dos anos de 90, a prática logística passou por um renascimento que envolveu mais mudanças do que aquelas ocorridas com a Revolução Industrial. Os mais importantes mecanismos dessas mudanças foram: uma mudança significativa nas regulamentações; a comercialização do microcomputador; a revolução da informação; a adoção em grande escala, dos movimentos da qualidade; e o desenvolvimento de parcerias e alianças estratégicas.

Segundo Bowersox e Closs (2001): “o termo logística não é específico dos setores privados e públicos. Os conceitos básicos da administração logística são aplicáveis em todas atividades de empresas privadas e públicas”. No decorrer dos anos, vários títulos foram comumente utilizados para descrever a logística: distribuição física, engenharia de distribuição, administração de materiais, suprimento físico, cadeia de suprimento, logística empresarial, logística de marketing, logística interna. Enfim, vários nomes foram surgindo para a definição da logística, mas todos essencialmente significam a mesma coisa, o gerenciamento do fluxo de materiais do ponto de origem ao ponto de consumo.

Vale ressaltar que, de acordo com Bowersox e Closs (2001), e, em 1991, o *Concil of Logistics Management*, modificou o termo “*administração de distribuição física*”, para logística”, definindo-o como: “processo de planejamento, implementação e controle eficiente e eficaz do fluxo e armazenagem de mercadorias, serviços e

informações relacionadas desde o ponto de origem até o ponto de consumo, com o objetivo de atender às necessidades do clientes.”

Ballou (1993) define: a logística empresarial trata de todas as atividades de movimentação e armazenagem, que facilitam o fluxo de produtos desde o ponto de aquisição da matéria-prima até o consumidor final, assim como dos fluxos de informação que colocam os produtos em movimento, com o propósito de providenciar níveis de serviço adequados aos clientes a um custo razoável.

Para Chiavenato (1991), a logística é “uma atividade que coordena a estocagem, o transporte, os armazéns, os inventários e toda a movimentação dos materiais dentro da empresa até a entrega dos produtos ao cliente”. Por sua vez, Christopher (1997), conceitua logística como o processo com o qual se dirige de maneira estratégica a transferência e a armazenagem de materiais, componentes e produtos acabados, começando com fornecedores até chegar aos consumidores. Assim observa-se que a logística ganhou nova dimensão, envolvendo todas as atividades, abrangendo desde a matéria prima até o consumidor final.

Passou de uma estratégia militar para uma estratégia empresarial, deixando de ter um enfoque operacional para adquirir um caráter estratégico, tornando-se uma forma de gerenciar e integrar todas as operações internas de uma empresa, relacionadas com o fluxo e a movimentação dos produtos, com a finalidade de organizar, controlar e atender o cliente da melhor maneira possível. Bowersox e Closs (2001), acrescentam que a competência logística está relacionada com “a capacitação de uma empresa em fornecer ao cliente um serviço competitivamente superior ao menor custo possível”.

Quando uma empresa decide diferenciar-se com base na competência logística, ela procura superar a concorrência em todos os sentidos. Para isso, a logística deve estar integrada com os objetivos básicos da empresa, formando uma estratégia central. Segundo Ballou (1993), o objetivo da logística está em prover o cliente com os níveis de serviços desejados, diminuindo o hiato entre produção e demanda, de modo que os consumidores tenham serviços quando e onde quiserem, e na condição física que desejarem.

No entanto, destaca-se que a logística forma uma cadeia de valores. Novaes (2001), explica que a logística se preocupa em agregar valor de lugar, de tempo, de qualidade e de informação à cadeia produtiva. O valor de lugar refere-se ao

transporte, enquanto que o valor do tempo é criado pela disponibilidade do produto ou serviço no momento do consumo. O valor de qualidade é considerado em relação a qualidade da operação da logística, que corresponde a entrega do produto certo, na hora certa, em perfeitas condições e ao preço justo.

O valor da informação refere-se à possibilidade que existe hoje de, por exemplo, rastrear a carga quanto está sendo transportada. Neste sentido, vale ressaltar que as empresas que agregam esses valores na integração de informações, armazenamento e transporte, fornecem a seu cliente um serviço superior, diferenciando-se de seus concorrentes. Pode-se dizer que, a empresa atuando desta maneira estará desfrutando da competência logística e, conseqüentemente, assumindo um posicionamento estratégico dentro do mercado (NOVAIS, 2001).

## **2.2 Sistema de Informação**

Conforme O'Brien (2004): "sistemas de informação é um conjunto organizado de pessoas, hardware, software, rede de comunicação e recursos de dados que coleta, transforma e dissemina informações em uma organização". O sistema recebe recursos de dados como entrada e os processa em produtos, como saída.

Ainda para O'Brien (2004), houve uma mudança significativa nas empresas, com a expansão dos sistemas de informação e, esse aumento, trouxe ao novo gerente as informações, que antes eram simples relatórios de departamentos, tornando-se relatórios pré-definidos das quais ele necessitaria para a tomada de decisões. A importância e a necessidade dos Sistemas de Informações dentro das empresas está redefinindo os fundamentos dos negócios, que servem para garantir o bom desempenho da empresa, bem como avaliar, manter ou alterar suas estratégias de metas e ajudam a receber de volta informações para que se possa fazer avaliações, se o pretendido está sendo colocado em prática.

Para que tenha um sistema de informação eficiente é necessário que todas as informações sejam adequadas, só assim, então, poderá ter um controle e tomada de decisões eficientes para o qual se propôs a trabalhar (FULLER, 1996).

Já para Oliveira (2008): "Sistema é um conjunto de partes interagentes e interdependentes que, conjuntamente, formam um todo unitário com determinado

objetivo e efetuam determinada função”. Ainda para Oliveira (2008), sistema procura desenvolver algumas técnicas para viabilizar e lidar com a grandeza das empresas; procura ter uma visão do todo, para a qual não se permite ver em separado, ou seja, uma depende da outra; e ainda o estudos dos relacionamentos entre os elementos, que mudam de acordo com seus arranjos estruturais e da sua dinâmica.

Ainda para Oliveira (2008): “a informação é um dado trabalhado que permite ao executivo tomar decisões”, a informação como um todo, é de extrema importância dentro da empresa, pois quando usada corretamente integra os diversos - 13 - subsistemas e as funções de vários setores organizacionais da empresa. Portanto, tão importante quanto ter uma informação é saber usá-la, pois uma informação produzida que não seja distribuída em tempo hábil, perde a sua eficiência.

Para O’Brien (2004), investir em tecnologia da informação é inerente a qualquer empresa que queira ter um excelente atendimento ao cliente, operações, estratégias de produto e de marketing de distribuição. Cada vez mais as empresas necessitam de controles de suas atividades, com informações ágeis, completas e precisas. Um sistema de informação pode ser a solução ideal para estas necessidades.

Segundo Laudon e Laudon (2004): “Hoje, todos admitem que conhecer sistemas de informação é essencial para os administradores, porque a maioria das organizações precisa deles para sobreviver e prosperar”. Com os sistemas, as empresas podem aumentar o seu grau e alcance de participação no mercado, oferecer novos produtos, adequar-se internamente e, muitas vezes, transformar radicalmente o modo como conduzem seus negócios.

Ainda, para Laudon e Laudon (2004), um sistema de informação pode ser definido como um conjunto de componentes que se interagem para coletar dados ou recuperá-los, processar, armazenar e distribuir informações; informações essas que serão utilizadas para apoiar em uma tomada de decisão, à coordenação e ao controle de uma organização, além, ainda, de poder auxiliar os gerentes e trabalhadores a analisar e visualizar problemas e assuntos complexos e criar novos produtos. É importante salientar que os sistemas de informações necessitam do feedback, para que sejam analisados os desenvolvimentos das metas e ou objetivos planejados e, se necessário fazer ajustes e correções das entradas.

### 2.3 – Logística e a Vantagem Competitiva

Para Christopher (1997), enquanto os generais e marechais dos tempos remotos compreenderam o papel crítico da logística, somente num passado recente é que as empresas reconheceram o impacto vital que o gerenciamento logístico pode ter na obtenção da vantagem competitiva. Em parte, deve-se esta falta de reconhecimento ao baixo nível de compreensão dos benefícios da logística integrada.

Das muitas mudanças que ocorreram no pensamento gerencial nos últimos dez anos, talvez a mais significativa tenha sido a ênfase dada à procura de estratégias que proporcionam um valor superior aos olhos do cliente. Christopher (1997) considera que uma grande contribuição para a procura de tais estratégias deve-se à Porter, que através de suas pesquisas alertou para a importância central das forças competitivas para alcançar sucesso no mercado, trazendo para este cenário um conceito particular que foi a “cadeia de valor”. Christopher apud Porter (1997):

A vantagem competitiva não pode ser compreendida olhando-se para uma firma como um todo. Ela deriva das muitas atividades discretas que uma firma desempenha projetando, produzindo, comercializando, entregando e apoiando seu produto. Cada uma dessas atividades pode contribuir para a posição de custo relativo da firma e criar a base para a diferenciação. A cadeia de valor desdobra a firma em suas atividades estrategicamente relevantes, para compreender o comportamento dos custos e as fontes de diferenciação existentes ou potenciais. Uma firma ganha vantagem competitiva executando estas atividades estrategicamente importantes de maneira mais barata ou melhor do que seus concorrentes.

Ainda de acordo com Porter (1989), a cadeia de valor está relacionada com as atividades executadas para projetar, produzir, comercializar, entregar e sustentar o produto. A cadeia de valor representa todas as atividades dentro da organização com a finalidade de criar valor ao cliente. Ressalta ainda que a cadeia de valor é formada por dois grupos de atividades: primárias e de apoio.

As primárias são as atividades internas da empresa, como produção, comercialização, marketing e distribuição de produtos. As atividades de apoio são compra de insumos (aquisição), desenvolvimento de tecnologia, gerência de recursos humanos e a infraestrutura da empresa (planejamento, departamento financeiro, contabilidade, gerência geral).

Desta forma, nota-se que para posicionar-se no ambiente competitivo, é necessária a integração da empresa com clientes e fornecedores. Para isso, os fornecedores tornam-se parceiros, passando a assumir um papel importante no relacionamento da empresa com seus clientes. Essa integração agrega valor ao produto, formando uma cadeia de valor (PORTER 1989).

É neste contexto, na interação das atividades da cadeia de valor, que a logística empresarial pode ser considerada como uma estratégia para empresa, pois representa um instrumento de ligação entre suas atividades internas, e entre estas com seus fornecedores e consumidores (PORTER 1989).

#### **2.4 – Sistema de Informações Gerenciais – SIG**

É um sistema integrado homem *versus* máquina que provê informações para do suporte às funções de operação, administração e tomada de decisão na empresa (DAVIS, 1982).

Para Murdick e Ross (1975), é um grupo de pessoas, um conjunto de manuais e equipamentos voltado para seleção, armazenamento, processamentos e recuperação de dados com vistas à redução de incertezas na tomada de decisões, através de fornecimento de informações para executivos a tempo pra que eles possam usá-las da maneira mais eficiente.

De acordo com Oliveira (2008), sistema é um conjunto de partes interagentes e interdependentes que, conjuntamente, formam um todo unitário com determinado objetivo e efetuam determinada função. Sistema procura ter uma visão do todo, para a qual não se permite ver em separado, ou seja, uma depende da outra; e ainda os estudos dos relacionamentos entre os elementos, que mudam de acordo com seus arranjos estruturais e da sua dinâmica.

Ainda para Oliveira, a informação é um dado que permite ao executivo tomar decisões, a informação como um todo, é de extrema importância dentro da

organização, pois quando usada corretamente integra os diversos subsistemas e as funções de vários setores organizacionais da empresa. Portanto, tão importante quanto ter uma informação é saber usá-la, pois uma informação produzida que não seja distribuída em tempo hábil, perde a sua eficiência (OLIVEIRA, 2008).

Então fala-se que um sistema de informação não está restrito a um *hardware* ou *software*. Esse é um conceito bastante comum e que assusta algumas pessoas, mas, que precisa ser desconstruído, já que esses sistemas são muito mais abrangentes. Na verdade, o objetivo dos sistemas de informação é entender e analisar como ocorre o impacto da adoção das tecnologias de informação nos processos de decisão gerenciais e administrativos da empresa (TURBAN, 2004).

*Enterprise Resource Planing* (ERP) ou Planejamento de Recursos Empresariais consiste em um sistema integrado de gestão. Essa ferramenta implica em um sistema de informacional obtido através da aquisição de pacotes comerciais de software que vão possibilitar a integração da gestão organizacional nas diferentes etapas do seu negócio, deixando o processo de tomada de decisões mais ágil e permitindo o monitoramento em tempo real do desempenho da empresa. O *Enterprise Resource Planing* surgiu na Alemanha, em 1972. A partir da década de 1990, se popularizou rapidamente, muito em função do bug do milênio. Ele é mais utilizado por grandes corporações que buscam organizar, padronizar e integrar as informações transacionais que transitam nas organizações (DAVENPORT, 1998).

O *Supply Chain Management* (SCM) ou Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos é uma método que, usando a Tecnologia da Informação (TI) possibilita à empresa gerir a cadeia de suprimentos com maior eficácia e eficiência. Nesses tempos modernos em que a exigência de consumo atingiu o limite extremo, o *Supply Chain Management* permite às empresas atingirem melhores padrões de competitividade.

## **2.5 – Gestão Empresarial**

A gestão empresarial não se limita apenas em tomar decisões, sua definição é muito mais abrangente, no qual entende-se como um processo orientado que permitirá de forma coordenada definir o fluxo do processo decisório em todos os níveis empresariais. Conforme sintetizam Oliveira, Perez Jr e Silva (2010), a palavra gestão “deriva do latim *gestione* e significa gerir, gerência, administração.

Administrar é planejar, organizar, dirigir e controlar recursos, visando atingir determinado objetivo”. Percebe-se diante desse ponto de vista que este termo é a ação que leva a empresa a atingir os objetivos almejados.

Em complemento a essa definição (PEREIRA, 2001), destaca que:

A gestão caracteriza-se pela atuação em nível interno da empresa que procura otimizar as relações recursos-operações-produtos/serviços, considerando as variáveis dos ambientes externo e interno que impactam nas atividades da empresa, em seus aspectos operacionais, financeiros, econômicos e patrimoniais.

Cabe ressaltar que gerir não é uma atividade fácil, conforme evidenciam Oliveira, Perez Jr e Silva (2010): “um dos maiores desafios para os responsáveis pela gestão das empresas é a criação de um clima organizacional para antecipar tendências.” Em outras palavras, os gestores precisam utilizar informações seguras e eficazes, quanto à realidade organizacional, para criar cenários e comparativos mercadológicos, isso com a finalidade de redesenhar os processos administrativos, caso necessário, e prever antecipadamente situações futuras. Portanto, é vital considerar a informação como diferencial estratégico nesse processo.

Ressalta-se que muitas empresas falham no processo de gestão, Falconi (2009), destaca alguns dos pontos que contribuem para isso:

- a) não colocar as metas certas (ou não definir problemas de forma correta), ou seja não saber definir corretamente as metas a serem alcançadas;
- b) não fazer bons planos de ação, seja porque desconhecem os métodos de análise, seja porque não temos acesso às informações necessárias (falta de conhecimento técnico);
- c) não executar completamente, e a tempo, os planos de ação;
- d) podem ocorrer circunstâncias fora do controle.

Diante do exposto pelo autor, percebe-se que os principais pontos que ocasionam o insucesso da gestão empresarial, estão ligados diretamente com a execução dos planos. No entanto, para que a execução seja possível, é necessário identificar o problema, traçar a meta de acordo com o cenário, utilizar os conhecimentos técnicos de análise, para então desenvolver um plano de ação, passível de realização em tempo hábil para que os resultados sejam eficazes.

Entende-se que todas as organizações apresentam problemas, no entanto, cabe ao gestor identificar, priorizar e resolver tais questões, a fim de garantir que os processos sejam consistentes e confiáveis. De forma a reforçar a importância desta questão, Guerreiro (1989, apud PEREIRA, 2001) salienta que a “gestão eficaz se configura com base na garantia da continuidade da empresa, proporcionando-lhe seu desenvolvimento e otimização de seus resultados, sob quaisquer circunstâncias que influencie seu desempenho hoje e no futuro.” O autor ressalta a importância da gestão visionária, que preza pela otimização dos ganhos corporativos.

Kotter (2009) menciona os oito erros cometidos pelas empresas no âmbito da gestão:

**QUADRO 01**

8 ERROS COMETIDOS PELAS EMPRESAS	SUGESTÕES
1 Falta sentido de urgência	Examinar o mercado; - Estudar os Competidores; - Identificar as crises; - Buscar oportunidades.
2 Falta envolvimento da alta direção	Primeiro Passo: - Comprometimento total dos executivos com a mudança. Segundo Passo: - Formar equipes para comandar as mudanças com apoio da diretoria.
3 Subestimar o poder da visão corporativa	Criar e elaborar: - Uma visão que ajude a direcionar os esforços de mudança; - Estratégias para atingir essa visão.
4 Não transmitir a visão de mudança	Solução prática: - Utilizar todos os veículos para informar constantemente a nova visão e as estratégias; - Ter um modelo que sirva de guia do comportamento de funcionários.
5 Não fomentar o <i>empowerment</i>	Como dar mais poder/autonomia - Eliminar os obstáculos à transferência de poder e responsabilidade para os funcionários; - Modificar os sistemas ou as estruturas que atrapalhem a visão de mudança (pelos funcionários); - Estimular a atitude (dos funcionários) de assumir riscos e de ter ideias e iniciativas não-convencionais.
6 Não obter resultados em curto prazo	O que fazer: -Providenciar melhorias visíveis no desempenho que apareçam rapidamente; -Reconhecer e recompensar de maneira ostensiva os funcionários que tornaram possíveis estes resultados.
7 Satisfazer-se logo com os resultados	Para criar mais mudanças é necessário: -Credibilidade crescente para mudar sistemas, estruturas e políticas que não se encaixarem dentro da visão de transformação da empresa; - Contratar, promover ou desenvolver pessoas que possam implantar a visão de mudança; - Revitalizar o processo com novos projetos, temáticas e agentes de mudança.
8 Não incorporar as mudanças à cultura da empresa	- Chegar a um patamar de desempenho melhor; - Ter um comportamento orientado para o cliente e para a produtividade; - Ter mais e melhor liderança e uma gestão mais eficaz.

Fonte: Adaptado de Kotter (2009).

Na concepção do autor, estes são os pontos onde as empresas mais costumam falhar na hora da mudança. Destaque para os erros um e três, pois a falta de sentido de urgência leva os gestores à morosidade e, conseqüentemente, a visão corporativa fica limitada, o que ocasiona a perda de oportunidades.

Prospecta-se, diante da literatura exposta, a importância da gestão no meio empresarial, pois busca a realização dos objetivos empresariais, com foco na perpetuidade da organização. Nesse sentido, destaca-se a relevância de entender a importância das pessoas neste processo.

### 3 – METODOLOGIA

Este capítulo está dividido nos seguintes tópicos:

- Escolha do objeto de estudo;
- Tipos de pesquisa;
- Sujeito da Pesquisa;
- Universo de pesquisa;
- Plano amostral da pesquisa;
- Técnicas de coleta de dados;
- Pré-Teste;
- Variáveis de Estudo;
- Técnicas de estatística utilizadas;
- Caracterização da amostra.

Para o fortalecimento da amostra e da análise de dados, em um levantamento de campo foi levado em consideração o seguinte quadro como parâmetro:

**QUADRO 02: Amostra Probabilística**

<b>INDIVÍDUOS</b>	<b>MARGEM DE ERRO</b>	<b>INTERVALO DE CONFIANÇA</b>
100	10%	40% à 60%
300	6%	44% à 56%
500	5%	45% à 55%
1000	3%	47% à 53%

Fonte: Vera Lucia (2010), reelaborado pelo autor.

#### 3.1 Escolha do objeto de Estudo

A empresa objeto de estudo desta pesquisa vem da parceria entre a SEAC-AJUEXPRESS, que são empresas do ramo de Transportes e Logística do estado de Sergipe e está localizada na rua Frei Paulo, no bairro Suíça. A organização possui um quadro de funcionário atualmente contando com 14 colaboradores prestando serviços no setor pesquisado, sua área de atuação está diretamente ligada com

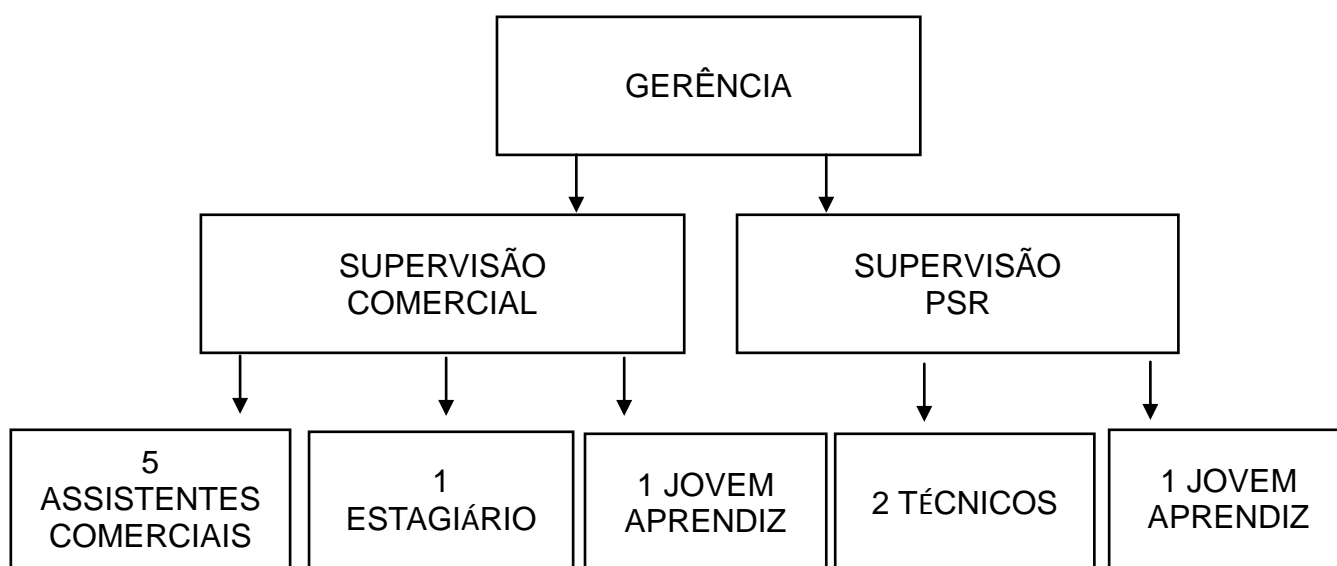
instalações e manutenções em máquina de cartões de crédito TKS-Global e Banese Card.

O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas mediante o emprego de procedimentos científicos. Assim, entende-se que pesquisa é um processo que, a partir da utilização de uma metodologia científica, permite a obtenção de novos conhecimentos da atualidade.

### 3.1.1 Estrutura organizacional

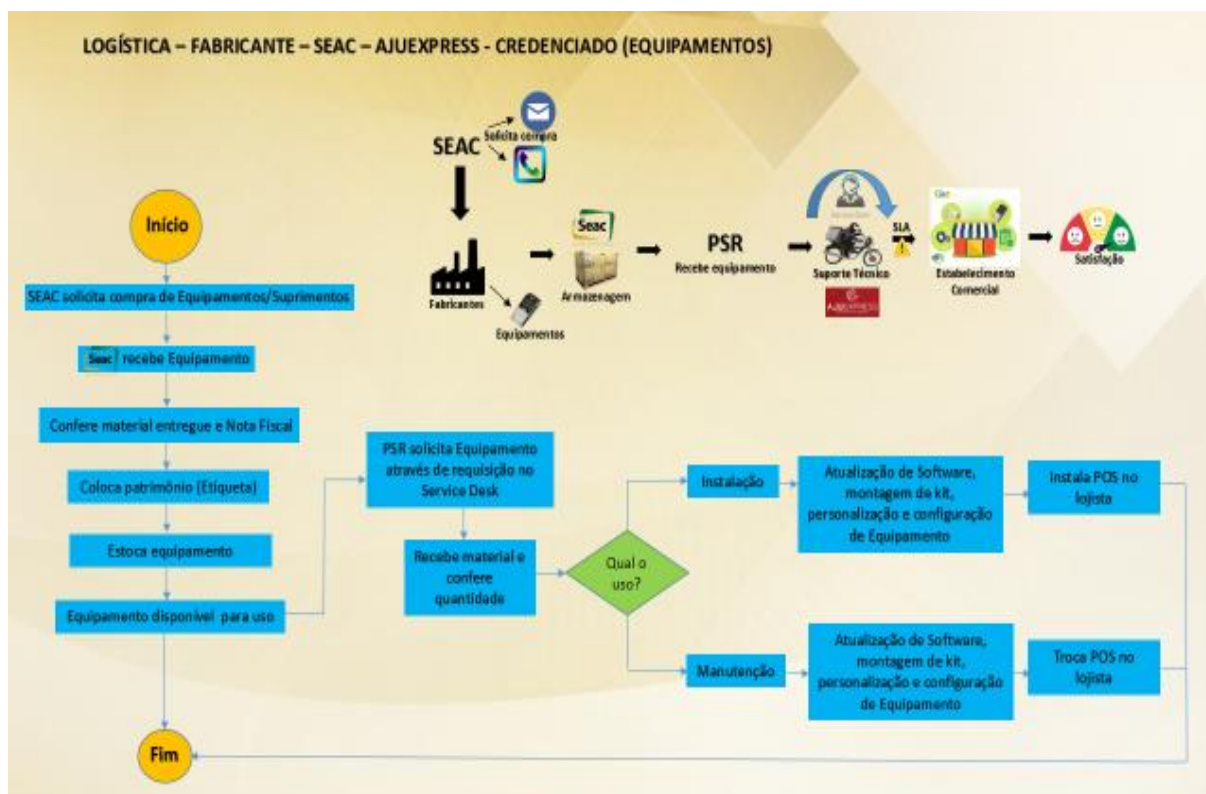
#### UNIDADE SUB ADQUIRÊNCIA – SEAC-AJUEXPRESS BANESE CARD

IMAGEM 01



Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

IMAGEM 02



Fonte: Pesquisa de campo,2018.

### 3.2 Tipos de Pesquisa

A princípio o procedimento metodológico utilizado neste estudo são exploratórios. A pesquisa tem como objetivo proporcionar maior visualização dos problemas e assim torná-los mais evidente em busca de soluções. Segundo Gil (2008): “O estudo exploratório tem como finalidade, desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, como vistas na formulação de problemas ou Hipótese pesquisáveis para estudos posteriores”. Pois, através do mesmo envolveu-se também levantamentos bibliográficos, segundo Lakatos e Marconi (2010), expõem que: “[...] pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras”, artigos, análises e estudo de campo.

Este trabalho tem por objetivo demonstrar de que maneira os sistemas de informação começaram a fazer parte do ambiente organizacional, seus benefícios e responder a problemática, por que eles são importantes para as empresas. Como objetivos específicos, citam-se os níveis de maturidade das organizações diante dos sistemas de informação. O impacto causado por essa nova ferramenta aos ambientes organizacionais, sua contribuição para a gestão administrativa na tomada de decisão e por fim, mas não menos importante, seus ganhos e benefícios ao negócio.

### **3.3 Sujeitos de Pesquisa**

O campo onde foi realizada a coleta de dados para a pesquisa foi o SEAC e clientes externos, participaram da pesquisa 100% dos entrevistados 5 gestores, 64 funcionários e clientes, sendo os cinco gestores graduados, os funcionários alguns cursando ensino superior e alguns clientes com a graduação em andamento.

### **3.4 Universo de Pesquisa**

O universo deste trabalho foram 14 colaboradores, com faixa etária entre 20 e 40 anos, pertencentes ao setor de vendas e atendimento aos clientes, 5 gestores da empresa, com faixa etária entre 25 a 45 anos e com 50 clientes com idade entre 20 e mais de 40 anos, onde foi questionado sobre motivação no trabalho, satisfação, formas de incentivo ao trabalho e recompensas financeiras. A pesquisa foi realizada no estado de Sergipe (Capital e interior), entre abril e junho de 2018.

### **3.5 Plano Amostral da Pesquisa**

Com o intuito de obter dados relevantes na pesquisa de campo, foram aplicados questionários aos colaboradores, gestores e clientes contendo perguntas abertas e fechadas sobre o tema proposto. Para tal, foram elaborados três tipos de questionários e direcionados a um grupo específico de pessoas.

### **3.6 Técnicas de Coleta de Dados**

A pesquisa foi realizada através de dados quantitativa, uma vez que foi aplicado questionário elaborados com perguntas abertas e fechadas, onde proporcionou uma análise mais simples dos resultados sobre os objetivos expostos. E também de caráter qualitativo, pois deixando espaço para as respostas livres é possível perceber a diferentes as formas de visão sobre o mesmo assunto. De acordo com *Cervo et al* (2007), o questionário é muito utilizado na coleta de dados, pois permite avaliar com mais precisão os resultados.

### **3.7 Pré – Teste**

No primeiro momento foi realizada uma visita à empresa com o intuito de identificar e analisar possíveis fatores a serem estudados, onde foi explicado sobre o tema do trabalho e os benefícios que os resultados desta análise podem oferecer tanto para os colaboradores, clientes e gestores. Durante o processo de abordagem aos funcionários e clientes, o autor não encontrou nenhuma dificuldade, pois contou com o apoio da empresa.

Logo após, foram aplicados um pré-teste dos questionários para observar se as questões eram de fácil compreensão e se os participantes teriam alguma dificuldade para respondê-las. Este pré-teste permitiu o autor notar que as perguntas estavam coerentes e que os resultados atenderam ao objetivo do estudo.

### **3.8 Variáveis de Estudo**

No presente trabalho foi abordado o tema Sistema de Informação como Diferencial Competitivo para as Empresas de Logística. Teve como variáveis os níveis de valorização do sistema de informação, qualidade do sistema e conhecimento necessário do sistema.

### **3.9 Técnicas Estatísticas Utilizadas**

A análise dos dados coletados tem como objetivo mensurar a visão dos colaboradores quanto à preocupação da organização voltada para o tema. Esses dados coletados foram analisados sistematicamente tabulados e confrontados com a realidade e as teorias existente sobre o assunto. Os resultados foram apresentados por meio de gráficos e organogramas para um melhor entendimento.

### **3.10 Caracterização da Amostra**

Este estudo foi desenvolvido junto aos colaboradores, gestores e clientes/usuários do SEAC, sendo os participantes da pesquisa de ambos os sexos, diferentes faixas etárias, escolaridade e profissões.

A presente pesquisa foi realizada em um universo de 14 colaboradores, 5 gestores da empresa e 50 clientes. Dessa forma, a amostra dessa pesquisa é formada por 14 funcionários pertencentes ao setor de atendimento ao cliente, como gestores sendo 1 gerente administrativo, 1 gerente comercial, 1 gerente de produção, 1 gerente de RH e 1 gerente financeiro, além de 50 clientes/usuários que participaram da amostra.

É interessante destacar que para levantamento dos dados foi utilizado questionários, que foram respondidos sem interferência do pesquisador, desse modo foi possível observar diferentes opiniões sobre o mesmo tema.

## **4.0 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

### **4.1 Apresentação**

Neste capítulo são apresentados os resultados encontrados, bem como a análise e interpretação estatística dos dados.

Assim, este capítulo está estruturado da seguinte forma: para cada tópico exibem-se os resultados encontrados por meio de tabelas e gráficos e em seguida passa-se à análise dos mesmos.

## 4.2 Questões Norteadoras e Resultado

As questões que nortearam a investigação deste capítulo são:

a) De uma maneira geral, sistemas de informação fornecem informações com o nível de precisão que necessito (sintéticas em alguns casos e detalhadas em outros casos)?

b) Em comparação aos nossos concorrentes, a qualidade do nosso sistema de informação é superior, inferior ou a mesma?

c) Qual a qualidade do atendimento e as respostas do sistema de informação da nossa empresa?

d) Você acredita que as pessoas envolvidas com a gestão possuem o conhecimento necessário do sistema de informação para exercer o cargo?

e) Os problemas internos do sistema de informação são conhecidos de forma detalhada?

Resultados:

a) Concordo totalmente

b) Igual

c) Muito boa

d) Sim

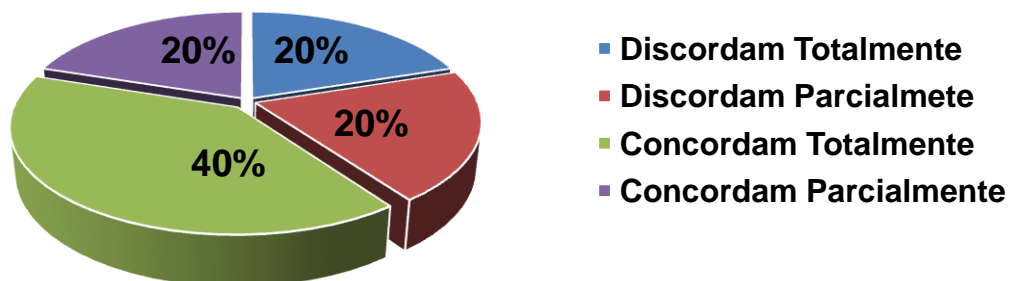
e) Às vezes

### 4.2.1 Nível de valorização do sistema de informação

Ao serem questionados sobre o nível de valorização do sistema de informação da empresa reconhecia e valorizava o trabalho dos colaboradores, nota-se no gráfico 1 que 40% ou seja, que na sua maioria os colaboradores responderam que concordam totalmente que o sistema é reconhecido e valorizado.

## GRÁFICO 1 - Nível de valorização do sistema de informação

Nível de valorização do sistema de informação

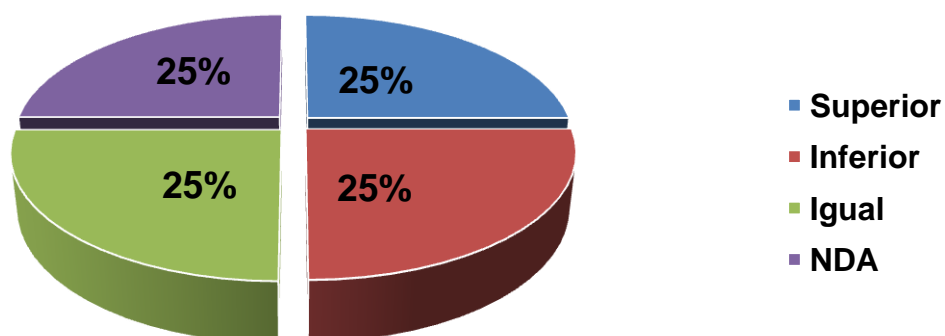


Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

### 4.2.2 Fator qualidade do sistema

Os colaboradores ao serem questionados sobre a qualidade do sistema de informação, de acordo com o gráfico 2 pode-se observar que 25% responderam que é superior, 25% inferior, 25% igual e 25% NDA.

## GRÁFICO 2 - Fator Qualidade do Sistema



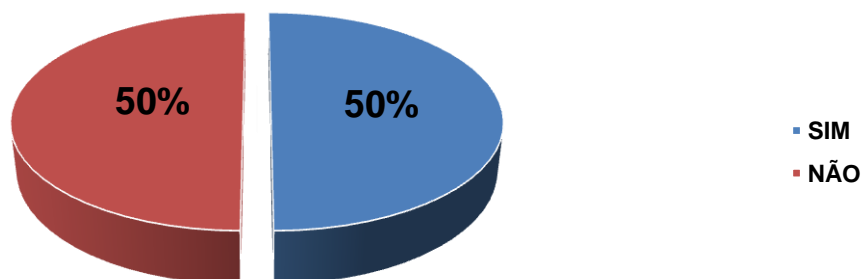
Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

### 4.2.3 Conhecimento necessário do sistema de informação para exercer o cargo

Os colaboradores ao serem questionados sobre os fatores que trazem motivação no trabalho pode-se notar no gráfico 03 que 50% citou que tem o

conhecimento necessário para exercer o cargo e 50% citou que não tem o conhecimento necessário para exercer o cargo.

**GRÁFICO 3 - Conhecimento necessário do sistema de informação**



Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

#### **4.2.4 Desmotivação prejudicial para o colaborador**

Os sócios gestores foram questionados se a desmotivação pode ser prejudicial no desempenho do colaborador e todos responderam que sim, dando um percentual de 100%. Isto mostra que a desmotivação é algo preocupante para empresa, uma vez que pode refletir de forma negativa na prestação de serviços, nas vendas dos produtos e no atendimento aos clientes.

## 5.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A conclusão a que chegou esse trabalho é que uso do sistema de informação no gerenciamento das empresas identifica as dificuldades de implantação e manutenção do sistema de informação no controle e gerenciamento das empresas, entendendo a importância do sistema de controle na visão da alta direção e dos trabalhadores da área e identifica a existência de barreiras/resistência a implantação do sistema.

Os resultados destas pesquisas também demonstram o comportamento dos clientes em relação atendimento prestado pela empresa pelos colaboradores, e dos gestores em relação aos colaboradores, quando é relativamente dependente de variáveis como: reconhecimento e valorização do colaborador e os projetos necessários de treinamento para que possa desenvolver com eficiência suas atividades.

Para alcançar o objetivo geral do trabalho foi necessário que, no primeiro momento, a literatura sobre o tema fosse analisada e, em um segundo momento, dados primários fossem levantados e analisados. Assim, as conquistas deste trabalho podem ser resumidas:

- Resumiu e analisou a literatura sobre o tema;
- Descreveu o comportamento tanto de um grupo de colaboradores e gestores quanto de clientes;
- Constatou-se em relação às variáveis: qualidade, satisfação que são motivo para o alcance de fidelização dos clientes, originando na amostra um comportamento específico;
- Obteve um quadro descritivo sobre semelhança e diferenças dos posicionamentos relativos a qualidade no atendimento entre um grupo de colaboradores e o grupo de gestores e clientes;
- Comprovou que a maior parte dos comportamentos, conceitos e posicionamentos descritos no referencial teórico foi semelhante àqueles realizados pelos elementos da amostra.

De modo geral a literatura apresentada neste trabalho estava estruturada nos seguintes eixos: a descrição do comportamento dos gestores e a comparação deste comportamento com o comportamento das pessoas das áreas operacionais e

clientes/usuários, concluindo-se então que tais comportamento apresentam semelhanças e diferenças, mas que o comportamento dos membros da direção destacava-se como um comportamento a ser seguido, influenciando o comportamento dos membros das demais áreas.

Vale ressaltar que a amostra não é representativa da população da cidade de Aracaju, nem do Estado de Sergipe, nem do Brasil. Uma das principais diferenças refere-se às classes sociais a que pertencem os membros desta amostra. De modo geral, eles são originados das classes “B” e “C”. As proporções das faixas etárias, estado civil, raça ou origem nacional da população da cidade ou do país também não foram levadas em consideração neste estudo. Tendo em mente tais limitações, em nenhum momento se pretende generalizar os resultados desta pesquisa para a população brasileira. Contudo, apesar das limitações acima citadas, um dos principais fatores que revelam o rigor científico utilizado no estudo em questão é o claro conhecimento das restrições que os resultados apresentam. Ciente das limitações, em todas as análises realizadas, elas foram consideradas.

Ao se dar voz aos entrevistados, foi possível apreender o fenômeno em análise. Assim, identificou-se que os entrevistados compreendem que o sistema de informação no mercado de trabalho influencia muito no melhor desempenho da empresa, inclusive na qualidade do atendimento e serviços prestados são de extrema importância para o colaborador.

Verificou-se também que os participantes da pesquisa reportam entender que a motivação e as recompensas influenciam no comportamento do colaborador dentro da empresa. A literatura em Sistema de Informação ligado a Logística no Brasil está repleta de estudos sobre como as organizações atualmente se preocupam com motivação pessoal e profissional dos indivíduos, como as recompensas financeiras ou não podem contribuir para a motivação das pessoas no ambiente de trabalho. Entretanto, o estudo tem certas limitações e, dessa forma, os resultados e conclusões devem ser analisadas segundo as opções de pesquisas feitas.

Existem várias oportunidades de pesquisa a serem realizadas a partir do ramo do Sistema de Informação ligado a Logística. Sugere-se para estudos futuros a investigação sobre a percepção dos membros da direção, clientes e pessoal da área operacional de empresas concorrentes para fortalecer os resultados alcançados.

Este estudo pretende contribuir com informações relevantes sobre sistema de informação no ramo competitivo e formas de recompensar os colaboradores pelo trabalho realizado. Outra contribuição deste trabalho é demonstrar o quanto é importante para qualquer organização proporcionar um ambiente de trabalho harmonioso, onde os colaboradores possam colocar em prática sua criatividade e satisfazer suas necessidades pessoais e profissionais.

De ante de um mercado cada vez mais competitivo e em constantes mudanças, é importante realizar investimentos nas mais diversas áreas da empresa, objetivando alcançar melhorias no desenvolvimento das atividades e até mesmo se tornar uma empresa consolidada no mercado de atuação, entretanto, investir no capital humano tem se mostrado como um diferencial competitivo nas organizações de sucesso.

## REFERENCIAIS

BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial: Transportes, administração de materiais e distribuição física**. São Paulo: Atlas, 1993.

BOAR, Bernard H. **Tecnologia da Informação**. São Paulo: Berkeley, 1999.

BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J.; COOPER, M Bixby. **Gestão da Cadeia de Suprimentos e Logística**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

BOWERSOX, D.J; CLOSS, D.J. **Logística Empresarial: O Processo de Integração da Cadeia de Suprimentos**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2001. 602p.

CHIAVENATO, Idalberto. **Iniciação à Administração da Produção**. São Paulo: Makron, McGrawHill, 1991. Cap. 5, pp. 81-100.

CHRISTOPHER, M. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: Estratégias para a redução de custos e melhoria dos serviços**. Pioneira administração e negócios. São Paulo, 1997.

DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento Empresarial; como as organizações gerenciam o seu capital intelectual**. Rio de Janeiro: Campus, 1998. 237p.

DAVIS, G.B. "Strategies for Information Requirements Determination". **IBM Systems Journal**, V.21, n.1, 1982, pp.4-30.

FALCONI, Vicente, **O Verdadeiro Poder**, Nova Lima – MG: INDG Tecnologia e Serviços Ltda., 2009.

FARIA, Ana Cristina de. **Gestão de custos logísticos** 1.ed. São Paulo:Atlas,2013.

FULLER, D.A.; ALLEN, J. **Reverse Channel Systems. Environmental marketing: strategies, practice, theory and research**. London: The Haworth Press 1996.

GUERREIRO, Reinaldo. **Modelo conceitual de sistema de informação de gestão econômica: uma contribuição à teoria da comunicação da contabilidade.** Tese de Doutorado em Contabilidade e Controladoria. FEA/USP: São Paulo, 1989.

GIL, Antônio Carlos, **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**- 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

Kotler, Philip. (2009). **Marketing para o Século XXI.** ed. Ediouro: São Paulo.

LAMBERT, D. M.; COOPER, M. C.; PAGH, J. D. **Supply Chain Management: Implementation Issues and Research Opportunities.** *The International Journal of Logistics Mgmt.*, v.9, n.2, p-19,1998.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. **Sistemas de Informação Gerenciais: administrando a empresa digital.** São Paulo: Prentice Hall, 2004.

LAURINDO, Fernando J. Barbin. **Tecnologia da Informação: Eficácia nas Organizações.** São Paulo: Futura, 2002.

LAKATOS, E. Maria; MARCONI, M. de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica: Técnicas de pesquisa.** 7 ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, PETRÔNIO G.; LAUGENI. Fernando P. **Administração da Produção.** São Paulo: Saraiva, 5ª Ed., 2006.

MURDICK, R.G.; ROSS, J.E. **Information systems for modern management.** New York: Prentice – Hall, 1975.

NOVAES, A. G. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: estratégia, operações e planejamento.** Rio de Janeiro: Campos, 2001.

NUNES, F. R. de M. **A influência dos fluxos logísticos sobre o tamanho e a idade das empresas fabricantes de jeans femininos para adolescentes e jovens.** Tese de Doutorado apresentada à Universidade Federal de Santa Catarina – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 2001.

O'BRIEN, James A. **Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da internet**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

OLIVEIRA, Djalma de P.R. **Sistemas de Informações Gerenciais**. 12 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Sistemas de Informações Gerenciais: Estratégicas Táticas Operacionais**. 12ª Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Sistemas de informação gerenciais: estratégias, táticas, operacionais**. 8. ed., São Paulo: Atlas, 1992.

OLIVEIRA, Luis M.; PEREZ JR, José Hernandez; SILVA, Carlos Alberto dos Santos. **Controladoria Estratégica**. 6ª edição. São Paulo: Atlas S.A, 2010.

PEREIRA, Maria I.; SANTOS, Sílvio A. **Modelo de Gestão: uma análise conceitual**. São Paulo: Pioneira-Thomson Learning, 2001.

PIRES, Silvio R. I. **Gestão da cadeia de suprimentos: conceitos, estratégias, práticas e casos**. São Paulo: Atlas, 2004.

PORTER, Michael. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. 15. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

RODRIGUES, P. R. A. **Introdução aos sistemas de transporte no Brasil e a logística internacional**. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

TURBAN, Efraim. **Comércio eletrônico: estratégia e gestão**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

## APÊNDICES

### APÊNDICE “A” - Questionário de Satisfação do Cliente (MODELO)

Este questionário será respondido para fins acadêmicos correspondentes ao TCC intitulado “**SISTEMA DE INFORMAÇÃO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO PARA AS EMPRESAS DE LOGÍSTICA SISTEMA**” sob a orientação do Prof. M. Sc. Maurício Cajazeira. Visando aprovação final e obtenção do grau de bacharel em Administração. É importante que responda com o máximo de honestidade, pois, só assim será possível à organização apostar numa melhoria dos serviços que presta. Desde já agradecemos a colaboração. Garantindo total profissionalismo no uso de suas contribuições.

#### IDENTIFICAÇÃO

Idade: De 18 a 25 anos ( ) De 26 a 40 anos ( ) De 41 a mais de 60 anos ( )

Sexo: Feminino ( ) Masculino ( )

Escolaridade: Ensino Fundamental Incompleto ( ) Ensino Fundamental Completo ( )

Ensino Médio Incompleto ( ) Ensino Médio Completo ( ) Ensino Superior Incompleto( ) Ensino Superior Completo( )

1 – De uma maneira geral, sistemas de informação fornecem informações com o nível de precisão que necessito (sintéticas em alguns casos e detalhadas em outros casos)?

( ) Discordo totalmente

( ) Discordo parcialmente

( ) Concordo parcialmente

( ) Concordo totalmente

2 – De que forma você avalia o grau de profissionalismo dos colaboradores da nossa empresa?

( ) Muito Bom

( ) Não Muito Bom

( ) Ruim

( ) Muito Ruim

3 – Nossos atendentes conseguem captar adequadamente suas dúvidas e preocupações?

Muito Bem

Não Muito Bem

Um Pouco Mal

Muito Mal

4 - Em comparação aos nossos concorrentes, a qualidade do nosso sistema de informação é superior, inferior ou a mesma?

Superior

Inferior

Igual

N.D.A

5 – Qual a qualidade do atendimento e as respostas do sistema de informação da nossa empresa?

Muito Bom

Não Muito Bom

Um Pouco ruim

Muito Ruim

6 - Em comparação aos nossos concorrentes, o preço dos nossos produtos é superior, inferior ou o mesmo?

Superior

Inferior

Igual

N.D.A

7 - Em comparação com os nossos competidores, a qualidade do nosso serviço é superior, inferior ou a mesma?

Superior

Inferior

Igual

N.D.A

8 – O atendimento prestado por nosso serviço de atendimento ao cliente (Help Desk) consegue atender as necessidades do cliente?

Sim

Não

Às Vezes

Outros: \_\_\_\_\_

9 - Em comparação aos nossos concorrentes, a qualidade do nossos equipamentos é superior, inferior ou a mesma?

- Superior
- Inferior
- Igual
- N.D.A

10 – Quanto tempo foi necessário esperar para que suas dúvidas e problemas fossem solucionados?

- Muito menos do que o esperado
- Menos do que o esperado
- Mais do que o esperado
- Muito mais do que o esperado
- Não houve resposta da empresa

11 – Qual das seguintes palavras você usaria para descrever os nossos produtos ou serviços? Selecione tudo que achar adequado.

- Confiável
- Muito Caro
- Alta Qualidade
- Útil
- Único
- Baixa Qualidade
- Não Confiável

## APÊNDICE “B” - Questionário para Funcionários (MODELO)

Este questionário será respondido para fins acadêmicos correspondentes ao TCC intitulado “**SISTEMA DE INFORMAÇÃO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO PARA AS EMPRESAS DE LOGÍSTICA SISTEMA**” sob a orientação do Prof. M. Sc. Maurício Cajazeira. Visando aprovação final e obtenção do grau de bacharel em Administração. É importante que responda com o máximo de honestidade, pois, só assim será possível à organização apostar numa melhoria dos serviços que presta. Desde já agradecemos a colaboração. Garantindo total profissionalismo no uso de suas contribuições.

### IDENTIFICAÇÃO

Idade: De 18 a 25 anos (  ) De 26 a 40 anos(  ) De 41 a mais de 60 anos(  )

Sexo: Feminino (  ) Masculino(  )

Escolaridade: Ensino Fundamental Incompleto (  ) Ensino Fundamental Completo(  )

Ensino Médio Incompleto (  ) Ensino Médio Completo(  ) Ensino Superior Incompleto(  ) Ensino Superior Completo(  )

1 – Sobre as estratégias do modelo de gestão, quais são os pontos positivos do nosso sistema de informação x logística?

---

---

---

---

2 – E quais são os pontos de melhoria?

---

---

---

---

3 – Você acredita que as pessoas envolvidas com a gestão possuem o conhecimento necessário do sistema de informação para exercer o cargo?

(  ) SIM

(  ) NÃO

4 – As pessoas envolvidas com a gestão conseguem extrair lições importantes a partir dos erros cometidos pelo sistema de informação?

( ) SIM

( ) NÃO

5 – A delegação de tarefas e responsabilidades é feita com eficácia e assertividade?

( ) SIM

( ) NÃO

6 – A prioridade das tarefas é definida de forma clara para toda a equipe?

( ) SIM

( ) NÃO

7 – O modelo de gestão dá abertura para que os colaboradores e membros da equipe possam dar sugestões relacionadas ao sistema de informação?

( ) SIM

( ) NÃO

( ) Às vezes

8 – As pessoas envolvidas com a gestão demonstram que gostam do que fazem?

( ) Sim

( ) Não

( ) Às Vezes

9 – As pessoas envolvidas com a gestão se dedicam ao trabalho?

( ) Sim

( ) Não

( ) Às Vezes

10 – O modelo de gestão atual dá abertura para reconhecimento do trabalho feito pelos colaboradores?

( ) Sim

( ) Não

( ) Às Vezes

11 – O modelo atual da gestão é inspirador para você?

( ) SIM

( ) NÃO

## APÊNDICE “C” - Questionário para Gestores de Empresas (MODELO)

Este questionário será respondido para fins acadêmicos correspondentes ao TCC intitulado “**SISTEMA DE INFORMAÇÃO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO PARA AS EMPRESAS DE LOGÍSTICA SISTEMA**” sob a orientação do Prof. M. Sc. Maurício Cajazeira. Visando aprovação final e obtenção do grau de bacharel em Administração. É importante que responda com o máximo de honestidade, pois, só assim será possível à organização apostar numa melhoria dos serviços que presta. Desde já agradecemos a colaboração. Garantindo total profissionalismo no uso de suas contribuições.

### IDENTIFICAÇÃO

Idade: De 18 a 25 anos ( ) De 26 a 40 anos( ) De 41 a mais de 60 anos( )

Sexo: Feminino ( ) Masculino( )

Escolaridade: Ensino Fundamental Incompleto ( ) Ensino Fundamental Completo( )

Ensino Médio Incompleto ( ) Ensino Médio Completo( ) Ensino Superior Incompleto( )  
) Ensino Superior Completo( )

1 – Com relação ao sistema de informação qual o grau de conhecimento das oportunidades de mercado que podem ser preenchidas por nossa empresa?

( ) Amplo

( ) Básico

( ) Pouco conhecimento

( ) Nenhum

2 – Os problemas internos do sistema de informação são conhecidos de forma detalhada?

( ) SIM

( ) NÃO

3 – Nossos produtos e ações traduzem um FOCO estratégico?

( ) SIM

( ) NÃO

4 – Somos lembrados pelas pessoas fora da empresa por uma característica especial?

( ) SIM

( ) NÃO

5 – Sabemos o que deve ser atingido em termos e propósito e foco para garantir crescimento e prosperidade na empresa?

( ) SIM

( ) NÃO

6 – Sabemos qual o nosso aproveitamento dos objetivos e das metas definidas?

( ) SIM

( ) NÃO

7 – Os objetivos e metas do sistema de informação são desenvolvidos e conectados em todos os níveis funcionais?

( ) SIM

( ) NÃO

8 – Conhecemos a evolução ou retrocesso do desempenho da empresa ao longo do tempo?

( ) SIM

( ) NÃO

9 – Nossos colaboradores conhecem e trabalham em seus próprios objetivos e metas?

( ) SIM

( ) NÃO

10 – Os colaboradores são reconhecidos pelo desempenho público e individual?

( ) SIM

( ) NÃO

**Apêndice “D” – Tabulação dos dados do questionário respondido pelos colaboradores.**

**Tabela 1 – Faixa Etária**

<b>Faixa Etária</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
18 a 25 anos	7	50%
26 a 40 anos	3	20%
41 a 60 anos	4	30%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

**Tabela 2 – Gênero**

<b>Gênero</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Feminino	7	50%
Masculino	7	50%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

**Tabela 3 – Escolaridade**

<b>Escolaridade</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Ensino Fundamental	0	0%
Ensino Médio Incompleto	0	0%
Ensino Médio Completo	7	50%
Ensino Superior Incompleto	7	50%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

**Tabela 4 – Você acredita que as pessoas envolvidas com a gestão possuem o conhecimento necessário para exercer o cargo?**

<b>Pessoas envolvidas com a gestão possuem o conhecimento necessário para exercer o cargo</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Sim	7	50%
Não	7	50%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

**Tabela 5 – As pessoas envolvidas com a gestão conseguem extrair lições importantes a partir dos erros cometidos?**

<b>As pessoas envolvidas com a gestão conseguem extrair lições importantes a partir dos erros cometidos</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Sim	7	50%
Não	7	50%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

**Tabela 6 – A delegação de tarefas e responsabilidades é feita com eficácia e assertividade?**

<b>A delegação de tarefas e responsabilidades é feita com eficácia e assertividade</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Sim	11	80%
Não	3	30%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

**Tabela 7 – A prioridade das tarefas é definida de forma clara para toda a equipe?**

<b>A prioridade das tarefas é definida de forma clara para toda a equipe</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Sim	11	80%
Não	3	30%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

## Apêndice “E” – Tabulação dos dados do questionário respondido pelos gestores.

### Tabela 1 – Faixa Etária

<b>Faixa Etária</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
18 a 25 anos	<b>3</b>	<b>60%</b>
26 a 40 anos	<b>1</b>	<b>20%</b>
41 a 60 anos	<b>1</b>	<b>20%</b>
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

### Tabela 2 – Gênero

<b>Gênero</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Feminino	<b>0</b>	<b>0%</b>
Masculino	<b>5</b>	<b>50%</b>
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

### Tabela 3 – Escolaridade

<b>Escolaridade</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Ensino Fundamental	<b>0</b>	<b>0%</b>
Ensino Médio Incompleto	<b>0</b>	<b>0%</b>
Ensino Médio Completo	<b>0</b>	<b>0%</b>
Ensino Superior Incompleto	<b>2</b>	<b>40%</b>
Ensino Superior Completo	<b>3</b>	<b>60%</b>
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

**Tabela 4 – Os problemas internos são conhecidos de forma detalhada?**

<b>Os problemas internos são conhecidos de forma detalhada</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Sim	3	60%
Não	2	40%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

**Tabela 5 – Nossos produtos e ações traduzem um FOCO estratégico?**

<b>Nossos produtos e ações traduzem um FOCO estratégico</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Sim	5	100%
Não	0	0%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

**Tabela 6 – Sabemos o que deve ser atingido em termos e propósito e FOCO para garantir crescimento e prosperidade na empresa?**

<b>O que deve ser atingido em termos e propósito e FOCO para garantir crescimento e prosperidade na empresa</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Sim	5	100%
Não	0	0%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

**Tabela 7 – Os objetivos e metas são desenvolvidos e conectados em todos os níveis funcionais?**

<b>Os objetivos e metas são desenvolvidos e conectados em todos os níveis funcionais</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Sim	5	100%
Não	0	0%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

## Apêndice “F” – Tabulação dos dados do questionário respondido pelos clientes.

### Tabela 1 – Faixa Etária

<b>Faixa Etária</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
18 a 25 anos	<b>25</b>	<b>25%</b>
26 a 40 anos	<b>25</b>	<b>25%</b>
41 a 60 anos	<b>50</b>	<b>50%</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

### Tabela 2 – Gênero

<b>Gênero</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Feminino	<b>25</b>	<b>50%</b>
Masculino	<b>25</b>	<b>50%</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

### Tabela 3 – Escolaridade

<b>Escolaridade</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Ensino Fundamental	<b>10</b>	<b>20%</b>
Ensino Médio Incompleto	<b>10</b>	<b>20%</b>
Ensino Médio Completo	<b>10</b>	<b>20%</b>
Ensino Superior Incompleto	<b>10</b>	<b>20%</b>
Ensino Superior Completo	<b>10</b>	<b>20%</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

**Tabela 4 – De uma maneira geral, como você avalia a qualidade dos produtos e serviços realizados por nossa empresa?**

<b>Qualidade dos produtos e serviços realizados por nossa empresa</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Muito Bom	25	50%
Pouco Bom	25	25%
Ruim	0	25%
Muito Ruim	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

**Tabela 5 – De que forma você avalia o grau de profissionalismo dos colaboradores da nossa empresa?**

<b>Grau de profissionalismo dos colaboradores da nossa empresa</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Muito Bom	25	50%
Pouco Bom	25	25%
Ruim	0	25%
Muito Ruim	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

**Tabela 6 – Em comparação aos nossos concorrentes, a qualidade do nosso serviço é superior, inferior ou a mesma?**

<b>Comparação aos nossos concorrentes, a qualidade do nosso serviço é superior, inferior ou a mesma</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Superior	40	80%
Inferior	0	0%
A mesma	10	20%
N.D.A	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)

**Tabela 7 – Quanto tempo foi necessário esperar para que suas dúvidas e problemas fossem solucionados?**

<b>Tempo foi necessário esperar para que suas dúvidas e problemas fossem solucionados</b>	<b>FA</b>	<b>FR%</b>
Muito menos do que o esperado	<b>40</b>	<b>80%</b>
Menos do que o esperado	<b>0</b>	<b>0%</b>
Muito mais do que o esperado	<b>10</b>	<b>20%</b>
Muito mais do que o esperado	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (pesquisa de campo, 2018)