

Felipe Diniz dos Santos
lipediniz.santos@gmail.com

Bacharel em Administração pela Faculdade Adventista da Bahia - FADBA. Empreendedor, Administrador. Faculdade Adventista da Bahia (FADBA).

Ivo Pedro Gonzalez Junior
ivo.junior@adventista.edu.br

Doutor em Administração pela Universidade Federal da Bahia - UFBA. Mestre em Administração pela UNIFACS. Graduado em Administração com especialização em Administração e Sistemas de Informação e também em Docência do Ensino Superior. Professor do curso de Administração e Ciências Contábeis da Faculdade Adventista da Bahia - FADBA. Professor Formador na Universidade Estadual da Bahia - UNEB.

Faculdade Adventista da Bahia

BR 101, Km 197 - Caixa Postal 18 - Capoeiruçu
- CEP: 44300-000 - Cachoeira, BA

Recebido em 13/04/2021
Aprovado em 15/07/2021
Sistema de Avaliação: Double Blind Review

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE OS BENEFÍCIOS DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COMO FERRAMENTA E MELHORIA EMPRESARIAL

RESUMO

A área empresarial passa por constantes mudanças na tecnologia da informação, e se não as acompanhar poderá sofrer enormes danos organizacionais. O tema proposto consiste em um estudo sobre os benefícios da tecnologia da informação como ferramenta e melhoria empresarial. Neste artigo foi utilizada uma abordagem qualitativa, utilizando-se de revisão bibliográfica, consistindo em uma análise de materiais já elaborado. Foi feito estudo também na Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nas Empresas Brasileiras - TIC Empresas, realizada 2019 pelo Comitê Gestor de Internet, (CGI). Percebeu-se o quão é importante que micro, pequenas, medias e grandes empresas implantem tecnologias para o suporte gerencial e operacional. O objetivo da pesquisa é alcançado quando analisamos o crescimento da participação de *marketplaces* e microempresas no *e-commerce* brasileiro, podendo concluir que independentemente de dificuldades e variações de mercado o interesse em utilizar-se de elementos que compõem a tecnologia da informação é significativo, chegando ao entendimento que existem benefícios na utilização.

Palavras-chave:

Tecnologia da Informação, Empresas, Benefícios.

SANTOS, F. D.; GONZALEZ JUNIOR, I. P. Tecnologia da informação: um estudo sobre os benefícios da tecnologia da informação como ferramenta e melhoria empresarial. *Revista Formadores: vivências e Estudos*. Cachoeira (Bahia), v. 14, n.3, p. 94 - 107, setembro 2021.

1. INTRODUÇÃO

Você já ouviu falar em tecnologia da informação? Bom, esse termo está diretamente ligado ao nosso dia, mas muitas vezes não sabemos em que se aplica, a tecnologia da informação é um conjunto de atividades que trazem soluções através de recursos da computação, que visam por finalidade o acesso, a segurança, a transmissão, o armazenamento, a produção e uso da informação. Desta maneira percebemos o mundo de benefícios que a tecnologia da informação proporciona aos seus usuários.

Na atualidade vemos a tecnologia da informação (TI) como um componente de suma importância no cenário empresarial, nota-se o crescimento da utilização desta tecnologia, tanto pensado como operacional.

Ligado as mudanças tecnológicas na sociedade o enorme desafio dos administradores está ligado a capacidade de competir com suas empresas no mercado. Com este intuito, manter o devido controle sobre informações que auxiliam o desenvolvimento do negócio se tornou cada vez mais valioso para empresas de qualquer porte.

Com a globalização da tecnologia, aprimorar-se tornou-se um elemento chave no alcance de objetivos empresariais. É imprescindível a atualização das empresas a estes conhecimentos, pois sem eles fica impossível a modernização ao cenário atual.

A tecnologia da informação é o elemento que faz a diferenciação dos resultados diante a concorrência no mercado. Desta maneira quando a tecnologia não é utilizada de maneira incisiva e suas informações não são compreendidas, não é possível extrair toda eficácia nas tomadas de decisões. Em dias atuais é necessário o entendimento por parte de profissionais capacitados, propiciando o entendimento da tecnologia e sua utilização eficaz.

No meio empresarial e de suma importância a adaptação as dimensões da TI, a mesma propicia o melhor aproveitamento de ferramentas que auxiliam no crescimento empresarial, quando deixado de olhar para esses seguimentos do mercado, o gestor passa a correr mais riscos, tendo em mente que a TI auxilia a gestão em diversas áreas, porém em ambas as áreas visa reduzir riscos e aumentar faturamento.

Neste artigo podemos ver os benefícios da utilização da TI em foco no desempenho empresarial. O objetivo geral desta pesquisa consiste em analisar e compreender os benefícios do uso de tecnologias como suporte para o desenvolvimento de atividades e ações nas empresas.

Perante este contexto será estruturado os seguintes objetivos específicos da pesquisa. auxiliando empresários a entender os benefícios da implantação da tecnologia da informação nas empresas. Demonstrar o aumento no desempenho para empresas que se utilizam da tecnologia da informação. Incentivar empresas a implementar a tecnologia da informação em sua gestão.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. IMPORTÂNCIA DA TI NAS ORGANIZAÇÕES

As funções administrativas (planejamento, organização, liderança e controle) possuem uma enorme relevância pois possuem sistemas que auxiliam os administradores. Para Stoner (1999) somente com informações certas e no momento ideal os gestores conseguem monitorar o desenvolvimento e o progresso dos objetivos e transformar os planos em realidade.

Stoner (1999 apud PRATES & OSPINA, 2004) considera quatro fatores que definem a informação, a primeira delas é a qualidade de informação, quem por finalidade fornecer aos tomadores de decisões informações seguras para auferir bons resultados. A segunda visa oportunidade de informação, que traz consigo a possibilidade de corrigir possíveis erros antes do seu acontecimento. O terceiro tópico faz referencia a quantidade de informação, que por sua vez é a capacidade de obter diversas informações através de cruzamento de dados disponíveis. Já em quarto lugar vemos a importância da relevância da informação, pois dados cujos forem bem analisados propiciam boas tomadas de decisões.

A função da informação no contexto organizacional, de acordo Oliveira (1998 apud PRATES e OSPINA, 2004), é a de capacitar a organização a alcançar seus objetivos por meio da utilização eficaz dos dados fornecidos, como pessoas, materiais equipamentos, tecnologia etc. Desta maneira a teoria da informação consiste em considerar os problemas e as adequações do seu uso efetivo pelas tomadas de decisões.

Para Oliveira (1995 apud PRATES e OSPINA, 2004), a eficiência na utilização das informações é calculada em comparação ao custo para adquirir o valor do benefício derivado da sua utilização. Possui relação direta da produção da informação e custos envolvidos na coleta, processamento e distribuição.

Chaves e Falsarella (1995 apud PRATES & OSPINA, 2004) afirmam que existe relação direta entre funções do sistema de informação as etapas de desenvolvimento da informática nas quais uma devida organização se encontra, conforme afirma Nolan (1977 apud PRATES e OSPINA, 2004), o que podemos visualizar no quadro 1 a seguir.

Quadro 1 - Estágios da Tecnologia da Informação nas Organizações

ESTÁGIO	CARACTERÍSTICAS	SISTEMAS
iniciação	<ul style="list-style-type: none"> • Automação de processos manuais • Inexiste planejamento • Inexiste participação do usuário 	100% dos sistemas são para controles operacionais (Transacionais)
Contágio	<ul style="list-style-type: none"> • Proliferação de aplicações • Inexiste planejamento • Fraca participação do usuário 	Pelo menos 15% dos sistemas são para controle gerencial
Controle	<ul style="list-style-type: none"> • Reestruturação interna do CPD • Início de controle dos recursos de Informática • Usuário responsabilizado (arbítrio) 	80% - operacional 20% - gerencial
Integração	<ul style="list-style-type: none"> • Utilização de Banco de Dados • Controle e Contabilização do Proc. de Dados • Usuário participante e envolvido nos processos 	65% - operacional 35% - gerencial
Administração de Dados	<ul style="list-style-type: none"> • Organização e integração das aplicações • Organização voltada para Adm. Corporativa • Usuário consciente do processo 	55% - operacional 45% - gerencial (executivos)
Maturidade	<ul style="list-style-type: none"> • Fluxo de informações integrado • Planejamento da informação como recurso • Efetiva participação dos usuário 	45% - operacional 55% - gerencial

Fonte: Chaves e Falsarella (1995)

3. IMPACTOS DA TI NAS ORGANIZAÇÕES

A área empresarial possui suma importância no desenvolvimento econômico do país, porém necessita de mecanismos que alavanquem sua gestão, um desses mecanismos é a inserção de tecnologias da informação na gestão da empresa, desta maneira consegue atingir melhores resultados, com menos riscos.

Segundo Gonçalves (1993 apud PRATES; OSPINA, 2004), a tecnologia é responsável pela mudança de maior significância nas empresas. Estas transformações não se limitam apenas na produção de bens e serviços, acabam impulsionando processos e instrumentos que impactam por inteiro a estrutura e o posicionamento das organizações, impactando imediatamente em sua maneira de gerir.

A maneira como as funções organizacionais e a tecnologia se relaciona tem se tornado motivo de constante atenção, de maneira que as recentes inovações trazem consigo grandes mudanças nas organizações, pelo fato de serem capazes de influenciar a forma de gerir a empresa ou mesmo o local de laboração (GONÇALVES, 1993 apud PRATES ;OSPINA, 2004).

Com este fator se não houver alterações na maneira como o trabalho é produzido é se a função da TI for apenas de automatizar processos já existentes seus resultados econômicos serão os mínimos possíveis.

As consequências perante a produtividade e a maneira como as empresas se organizam podem ser significativas, já que a TI atua de maneira diferente de outras tecnologias que por consequência afeta as funções de produção e coordenação, ou até mesmo multiplicando a capacidade de memória organizacional (Oliveira, 1996). Os resultados da tecnologia podem ocasionar modificações no trabalho de pessoas, na produção de grupos, na estrutura organizacional e nos resultados da empresa (Gonçalves, 1993).

Segundo Yong (1992), a TI tem sido considerada a principal responsável pelos resultados positivos das organizações em países de primeiro mundo, ela é responsável pelo aumento da sobrevivência e crescimento da competitividade. Compactuando com o mesmo pensamento, Zuboff (1994) atesta o desenvolvimento da infraestrutura baseada nos computadores para atividades com o foco produtivo e comunicativos, sendo essencial para o desenvolvimento organizacional.

De acordo com Aparecida & Túlio (2004) Com a grande concorrência no mercado empresarial administradores tem investido cada vez mais em novos dispositivos de TI, pois possui em mente que estas ferramentas iram permiti-los alcançar diversas operações cada vez mais rápido a preços bem inferiores; utilizando suas funções de maneira estratégica para conquistar objetivos operacionais independentes.

Aparecida e Túlio (2004) Os objetivos operacionais são ligados a aumento de continuidade, meio de controle de decisões e possuir uma boa compreensão das funções de produção.

Perante as enormes mudanças no mercado, os setores que mais são prejudicadas no mercado são as que dependem mais de informações. Segundo Oliveira (1996 apud PRATES e OSPINA, 2004). Podemos definir esses setores como áreas de produção, trabalho de coordenação e gestão.

4. CUSTOS COM TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO

Os investimentos em TI possuem grande importância, pois auxilia na gestão da empresa, propiciando a redução de erros que podem levar a grandes danos, muitos acham que a implantação da TI é caro, porem existem diversos tipos de ferramentas e estas se pagam ao fornecer dados aos quais um funcionário demorariam horas para fornecer.

Os problemas enfrentados pelas micro e pequenas empresas advém essencialmente da falta de conhecimento, a maioria não possui conhecimentos sobre planejamento estratégico e desenvolvem o negócio utilizando-se de conhecimento tácito (FIGUEIREDO *et al.*, 2014 *apud* SILVA, S., & PINTO, J. 2019)

Segundo Giurliane (1999) a utilização da TI traz consigo custos dissimulado (encoberto, disfarçado), referentes aos investimentos com usuários finais tais como suporte e treinamento informais (ocorre quando um funcionário para suas atividades no intuito de instruir um outro funcionário com duvidas referentes a utilização da informação); neste momento houve desperdício de tempo em atividades extremamente elaboradas para receber uma informação, sendo que o valor não compensa o

trabalho empregado; por último e não menos importante, existe os custos provenientes da perda de produtividade do funcionário causado pela falta da informação como falta de acesso ao sistema.

Os custos de fácil mensuração (visíveis) são aqueles ligados a hardware e software, como compra de equipamentos, gerenciamento de sistemas, suporte e treinamento para funcionários que iram se utilizar dos sistemas e equipamentos não deixando de fora as taxas de comunicação que engloba taxa de acesso a servidores e linhas.

5. METODOLOGIA

Neste estudo foi realizado uma pesquisa bibliográfica, que, segundo Gil (2008, p.50), “é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído de livros e artigos científicos”.

Também foi utilizado a base de dados do CGI (Comitê Gestor da Internet no Brasil), onde é apresentado consolidado diferentes aspectos da Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nas Empresas Brasileiras - TIC Empresas, realizado em 2019. Com estes resultados foi possível ver os benefícios promovidos pela utilização e implantação da TI no sistema empresarial. Para corroborar com estes dados, foram utilizados artigos que englobam a temática, os mesmos foram extraídos de bases de dados como Scielo (biblioteca científica eletrônica online), CGI (Comitê Gestor da Internet no Brasil) e revistas eletrônicas, publicados nos últimos anos. Os seguintes descritores foram aplicados: tecnologia da informação, sistemas de informação e sistemas de apoio à decisão em empresas.

Para a utilização dos artigos foram usadas o envolvimento da bibliografia no âmbito da TI, englobando as suas aplicações e benefícios.

A busca por dados utilizou-se da seguinte lógica: foi feita uma leitura exploratória que tem por objetivo verificar se o artigo contempla o mesmo foco do trabalho; análise seletiva visando focar em trechos que aprofunda o tema de interesse e registro das informações tiradas dos artigos/revistas.

No momento da análise foi feita uma leitura analítica com o intuito de alinhar as informações existentes nas fontes, de maneira que ajudasse a extração de resultados ao problema da pesquisa.

6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

6.1. E-COMMERCE BRASILEIRO

Utilizando a base de dados do CGI (Comitê Gestor da Internet no Brasil), onde é apresentado consolidado diferentes aspectos da Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nas Empresas Brasileiras - TIC Empresas, realizado em 2019, foi possível encontrar algumas informações referentes aos benefícios do uso da TI. O primeiro apresentado aqui é sobre o crescimento do e-commerce. Veja a indicação na tabela 1 sobre os dados de 2010 a 2019.

Tabela 1- CRESCIMENTO DO E-COMMERCE BRASILEIRO

Ano	Faturamento (em bilhões de reais)	Crescimento ano a ano	Tiquete médio (em reais)	Pedido (Milhões)
2010	16,88	34%	370	45,622
2011	21,44	27%	363	59,063
2012	25,50	19%	344	74,128
2013	31,11	22%	333	93,423
2014	39,50	27%	330	119,679
2015	48,19	22%	310	155,452
2016	53,49	11%	298	179,500
2017	59,91	12%	294	203,775
2018	68,89	15%	299	230,422
2019*	81,29	18%	301	270,092

Fonte: Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), 2019. Os dados de 2019 são estimativas.

Nota-se o constante crescimento do faturamento anual do e-commerce brasileiro na última década, vemos uma média de 20% ao ano (Associação Brasileira de Comércio eletrônico [ABComm], 2019). Mesmo perante as instabilidades políticas e econômicas, percebe-se que este setor permanece em constante geração de oportunidades e inovações. Para o consumidor, a internet é uma ótima opção pois garante grande oferta de vendedores em um mesmo canal, favorecendo a localização de bons preços com enorme facilidade, desta maneira os valores se tornam inferiores aos encontrados em lojas físicas.

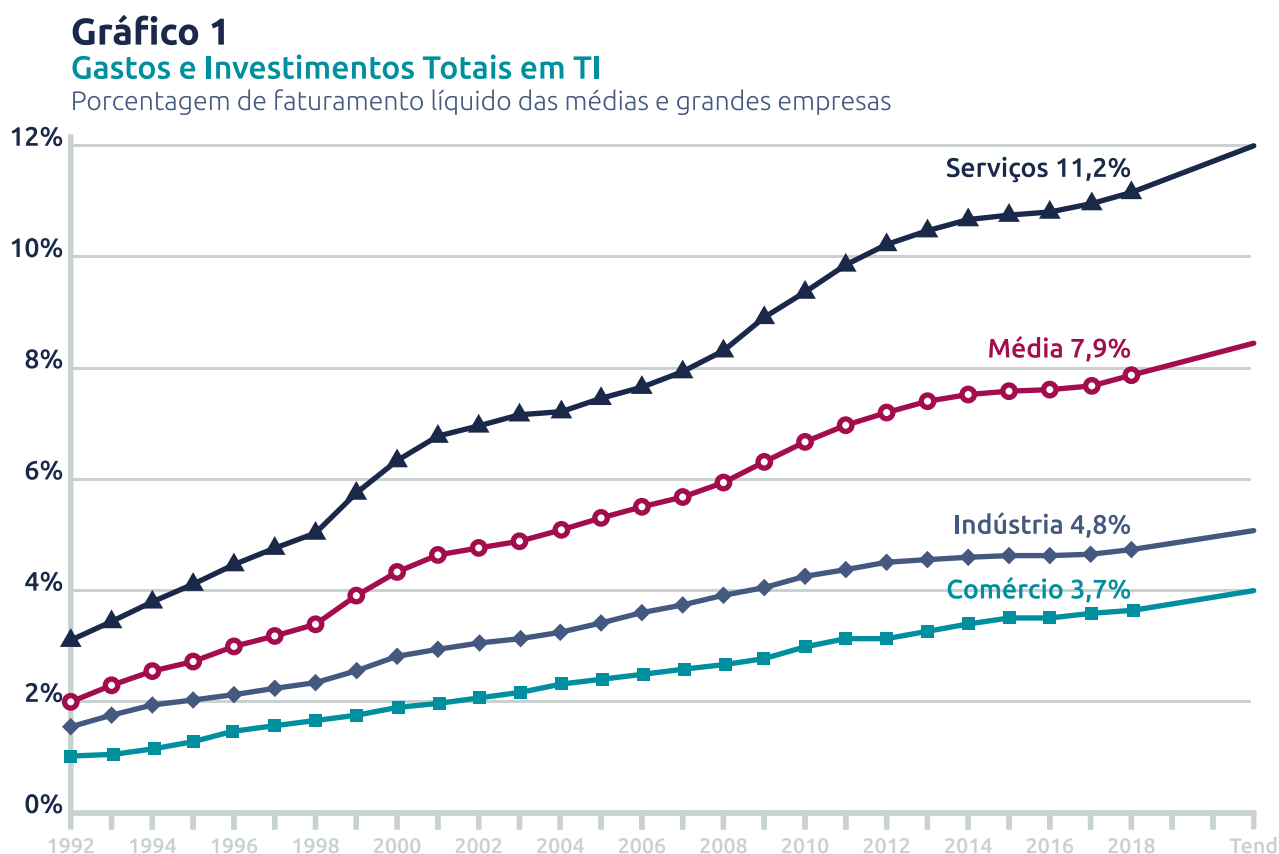
Com esta percepção de vantagem, o setor de comércio eletrônico cresceu mesmo perante a crise econômica (Salvador, 2013). Favorecendo a este modelo de mercado, há também o conforto e diversificação promovido pelo modelo de e-commerce. O usuário pode encontrar milhares de marcas e modelos acessíveis em apenas uma prateleira e contar com o recebimento no conforto de suas casas, são estes os maiores motivadores para a inserção de empresas não inseridas no modelo de e-commerce.

Segundo Salvador (2019, p.54) "O e-commerce brasileiro constitui uma excelente oportunidade de fonte de renda a microempresas, geração de empregos e aumento na arrecadação de impostos regionais. [...]".

6.2. GASTOS E INVESTIMENTOS TOTAIS EM TI

Um segundo aspecto aqui apresentado é sobre os gastos e investimentos totais em TI. Veja no gráfico 1 como é apresentado através de sua evolução correspondente aos setores de comércio, indústria e serviços. Podemos observar também os números de sua média. Assim é mostrador a porcentagem do faturamento líquido das médias e grandes empresas (%).

Gráfico 1- GASTOS E INVESTIEMNTOS TOTAIS EM TI



Fonte: Meirelles, 2019.

Ao analisarmos os gráficos podemos observar os indicadores para a média das empresas e os valores para os três maiores setores da economia brasileira. Podemos perceber que o comércio é o setor que menos investe nos elementos que compõem a TI. Logo os setores de serviços, contempla o topo em investimentos, com 11,2%.

Quando analisamos estas informações, podemos perceber os benefícios a qual as empresas possuem diante da sua utilização, segundo Luci Longo (2016) “para cada 1% a mais de gastos e investimentos em TI nas indústrias de capital aberto, obteve-se um aumento de 7% no lucro após o período de dois anos[...]” (MEIRELLES, 2019, p.65).

Para MEIRELLES (2019, p. 16) “[...] as empresas devem dar prioridade aos projetos de TI com potencial de crescimento de receita em relação àqueles que se concentram na economia de custos. Indica também que investimentos em TI tem um impacto positivo na rentabilidade”.

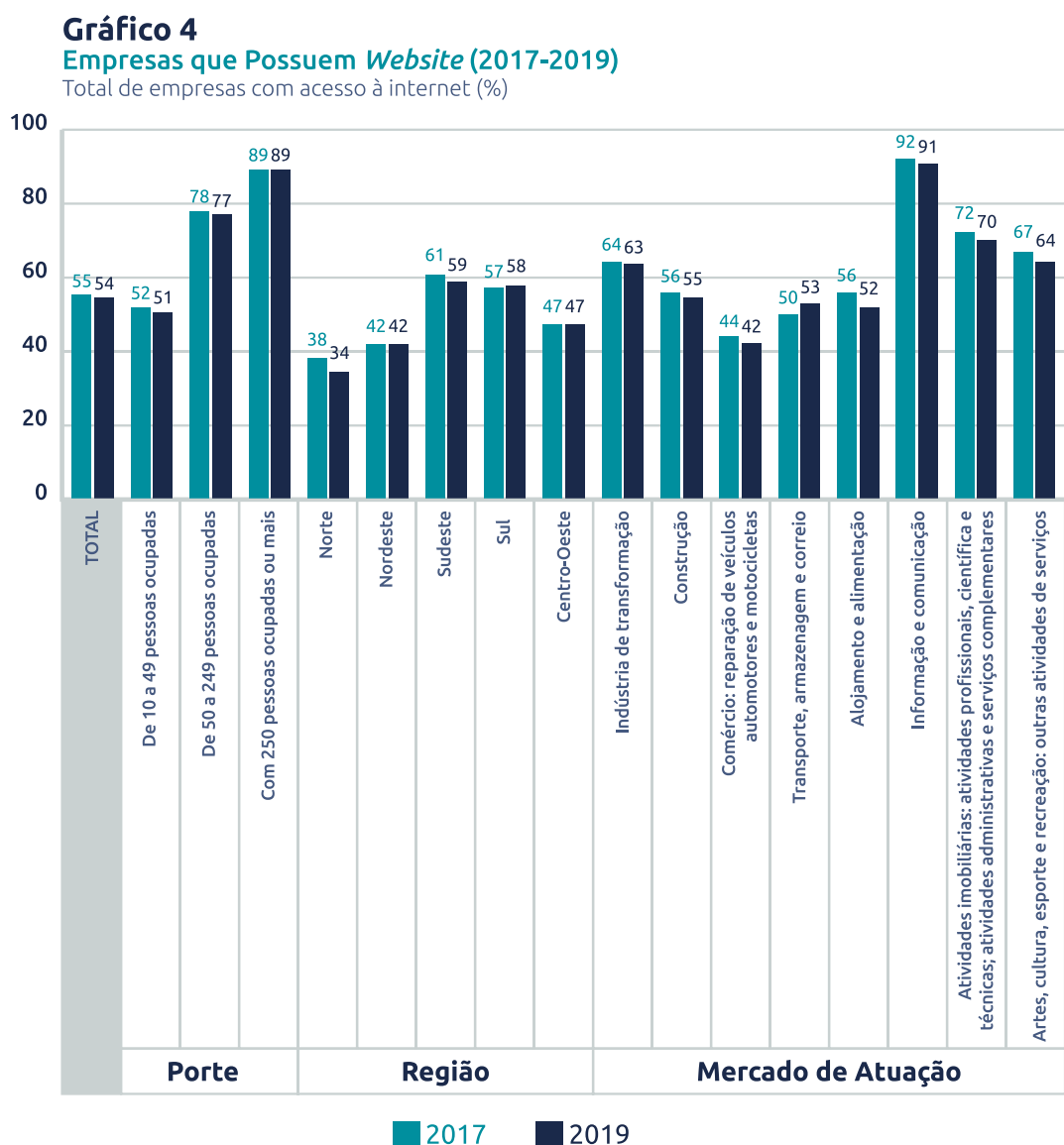
É importante que empresas não fiquem de fora das atualizações tecnológicas, pois com o avanço da TI, concorrentes que trazem essas ferramentas tanto para utilização operacional como gerencial conseguem obter melhores resultados, pois conseguem gerenciar seus riscos, maximizar seus lucros e alcançar públicos além do seu mercado local.

6.3. EMPRESAS QUE POSSUEM WEBSITE (2017-2019)

Para que haja o desenvolvimento da digitalização da economia, é de suma importância que empresas possuam acesso a internet e marquem presença em websites e perfis on-line, para que desta maneira possam alcançar maior número de clientes e inserção em novos mercados. Assim neste tópico é descrito sobre a existencia de website por parte das empresas e o total por região, atuação e porte.

Total de empresas com acesso à internet (%)

Gráfico 2- EMPRESAS QUE POSSUEM WEBSITE



Fonte: Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), 2019.

Notasse uma certa instabilidade à aquisição de websites, ao verificar o gráfico 2 pois percebemos que empresas de pequeno porte não conseguem constância em investimentos em websites que possam fornecer maior suporte de vendas.

Devemos buscar por alternativas que propiciem o crescimento e envolvimento de empresas a tecnologia da informação, com o aumento na aplicação de websites, pequenos, médios e grandes empresários conseguiram levar seus produtos/serviços de maneira mais fácil e econômica para seus consumidores. O fato de não haver constante crescimento no número de websites, pode nos revelar a influência de crises econômicas, sociais etc.

Vemos que os maiores investimentos se concentram na região sudoeste, sul e centro-oeste do Brasil, as empresas que representam os maiores setores em crescimento e aprimoramento de websites, trabalham no ramo de informação e comunicação, atividades imobiliárias, arte e cultura, podemos pensar que estes fatores estão ligados a grandes centros habitacionais onde levam o progresso e desenvolvimento econômico aos seus habitantes.

6.4. EMPRESAS QUE PAGARAM POR ANÚNCIO NA INTERNET (2019)

Segundo o TIC Empresas (2019) “No Brasil, 36% das empresas brasileiras afirmam que pagaram por anúncios da internet, proporção que apresenta pouca variação segundo o porte da empresa”.

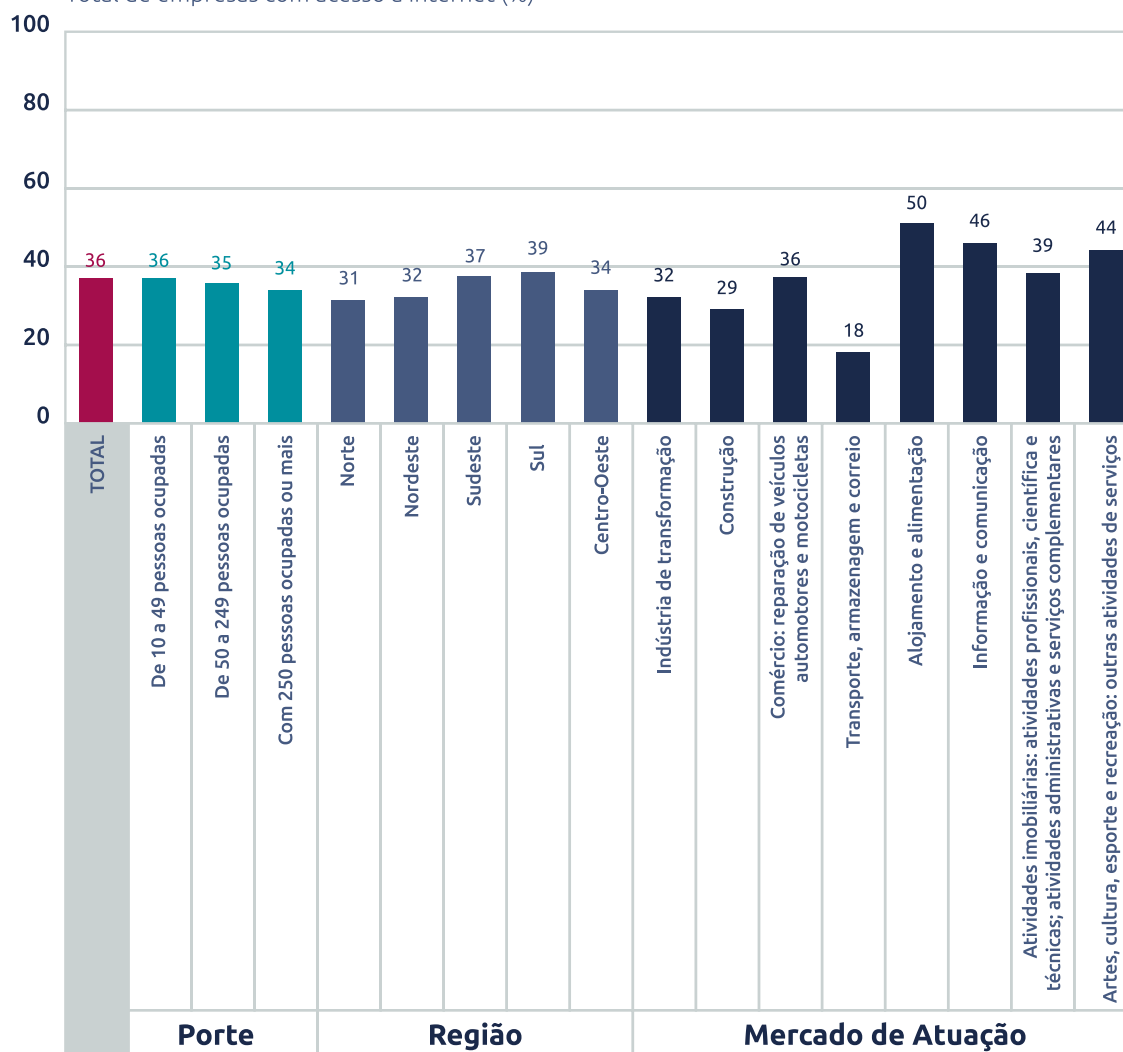
Neste gráfico podemos observar que empresas do ramo de alojamento e alimentação possuem maior interesse em investir em anúncios pagos pela internet, também observasse que empresas de 10 a 49 funcionários possuem maior engajamento aos anúncios pagos, podemos chegar à conclusão que o e-commerce possui muitas vantagens sobre o desenvolvimento e expansão das empresas as quais se utilizam de anúncios seja eles pagos ou desenvolvidas pela própria equipe.

Segundo o TIC Domicílios 2018 (CGI.br,2019b) “o Brasil possui cerca de 126,9 milhões de usuários de internet, o que representa cerca de 70% da população com 10 anos ou mais.

Com esta perspectiva observasse a presença de perfis em websites e redes sociais, alavancando a exposição de anúncios pela internet, podendo ressaltar a facilidade do direcionamento de conteúdo entre grupos de interesse. Com o maior crescimento de conectividade de empresas e consumidores, aumentasse a probabilidade de identificar características de consumidores, propiciando o melhor direcionamento a campanhas de marketing.

Gráfico 6**Empresas que Pagaram por Anúncio na Internet (2019)**

Total de empresas com acesso à internet (%)



Fonte: Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), 2019.

6.5. CRESCIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DE MARKETPLACES E MICROEMPRESAS NO E-COMMERCE BRASILEIRO.

O mercado Brasileiro possui muitas empresas em atuação, mas na (tabela 2) podemos ver a participação de microempresas no comércio eletrônico, de antemão podemos verificar a média de crescimento em 10 anos de 19% ao ano.

Podemos ligar esse crescimento das microempresas no e-commerce brasileiro a fatores cruciais na história, o primeiro ocorre no ano de 2004 onde o crescimento de websites como Google, propicia as empresas a utilizar-se da plataforma para criar anúncios e propagá-los pela web. Possuindo acesso à web, empresários diminuíam sua dependência de profissionais que cobravam altos valores para a produção de design, banners e e-mails. Com essa oportunidade microempresas tiveram mais acesso a tecnologias da informação o que ajudou no impulsionamento da captação de clientes. (SALVADOR, 2019)

De acordo Salvador (2019), outro momento de alavancagem foi o crescimento e popularização das redes sociais, onde possibilitava que micro e pequenos empresários pudessem fazer suas campanhas de marketing impulsionando seus produtos com baixo custo de divulgação. Antes da expansão das redes sociais os consumidores optavam por comprar de websites conhecidos, assim evitavam possíveis fraudes em compras, dentre tanto as redes sociais promoveram uma maior exposição das microempresas, que se utilizaram de publicações e feedbacks de consumidores para promover a confiabilidade de suas lojas online.

Tabela 2- CRESCIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DE MARKETPLACES E MICROEMPRESAS NO E-COMMERCE BRASILEIRO

Ano	Share dos marketplaces	Share das PME	Lojas virtuais ativas
2010	10%	8%	18.000
2011	11%	12%	23.000
2012	12%	13%	30.000
2013	15%	16%	35.000
2014	17%	18%	45.000
2015	19%	21%	54.000
2016	21%	22%	65.000
2017	24%	25%	71.000
2018	31%	28%	78.000
2019*	35%	29%	87.000

Fonte: Associação Brasileira de Comércio eletrônico, ABComm. Os dados de 2019 são estimativas.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho, teve como objetivo também de compreender a importância da tecnologia da informação para o setor empresarial. Nesta pesquisa podemos verificar que empresas que investem em TI possuem um crescimento significativamente maior aos que apenas visam enxugar custos, podemos ainda constatar que empresas que possuem websites conseguem levar seu produto/serviços a uma maior quantidade de usuários, pois sabemos que 70% da população Brasileira são usuários de internet.

Reconhecendo o crescimento do engajamento de usuários a redes sociais, websites e plataformas on-line, as empresas necessitam acompanhar esse crescimento significativo, pois a atualização no mundo tecnológico passa por grande mudança, notasse também que o e-commerce possui mais acessibilidade ao cliente pois consegue dispor de seus produtos/serviços no conforto de sua casa, propiciando um maior conforto e satisfação dos mesmos.

Com essas afirmações, conseguimos enxergar a vastidão de benefícios que a tecnologia da informação traz a micro, pequenas, médias e grandes empresas, sendo necessário que empresas capacitem seus colaboradores para que possa gerir esses dados da maneira mais eficaz, com a inserção da empresa no uso da tecnologia a mesma passa a usufruir de dados aos quais pode estabelecer excelente informações em tomadas de decisões.

O objetivo da pesquisa é alcançado quando analisamos a (tabela 2), onde podemos perceber a

participação de marketplaces e microempresas no e-commerce Brasileiro, podendo analisar que independentemente de dificuldades e variações de mercado o interesse em utilizar-se de elementos que compõem a tecnologia da informação é significativo. E assim apresentar os benefícios da utilização de TI pelas empresas.

Deste modo, sugere-se uma intervenção do Sebrae e ministério da economia, com o intuito de mostrar dados técnicos e financeiros a empresas que não se utilizam de tecnologias da informação, para que assim possam usufruir de todos benefícios que esta tecnologia pode proporcionar.

Como sugestão, seria de suma importância que façam pesquisas sobre inserção da tecnologia da informação em micro e pequenas empresas, para que assim possamos nortear os possíveis impactos causados pelo desuso da mesma.

REFERÊNCIAS

APARECIDA, Gláucia; TÚLIO, Marco. Tecnologia da informação em pequenas empresas: fatores de êxito, restrições e benefícios. **Revista de Administração Contemporânea** . vol.8 no.2 Curitiba Apr. /June 2004

ABCE. Associação Brasileira de Comércio Eletrônico. **Registros administrativos sobre comércio eletrônico** [Arquivos de dados]. 2019.

CHAVES, E. O. C.; FALSARELLA, O. M. Os sistemas de informação e sistemas de apoio à decisão. **Revista do Instituto de Informática**, v. 3, n.1, p. 24-31, 1995.

CGI. **Comitê Gestor da Internet**. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas empresas brasileiras : TIC empresas 2019 = Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian enterprises: ICT enterprises 2019 [livro eletrônico] / [editor] Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. -- 1. ed. -- São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2020.

FULLER, T. Fullfilling IT needs in small businesses: a recursive learning model. **International Small Business Journal**, v.14, n.4, p-25-44,1996.

GIL, A.C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6º ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIURLIANI, S. A difícil arte de fazer contas. **Gestão Empresarial**, v.1, n. 3, p.7-16, 1999.

GONÇALVES, J. E. L. Os impactos das novas tecnologias nas empresas prestadoras de serviço. **Revista Administração de Empresas**, v. 34, n. 1, p.63-81, 1993.

MEIRELLES, F.S. (2019). **Pesquisa anual do uso de TI nas empresas: 30ª edição, 2019**. Centro de Tecnologia de Informação Aplicada (FGVcia). Recuperado em 1 março, 2020, de <http://www.fgv.br/cia/pesquisa>

NOLAN, A. **Information Systems**. New York: HTE, 1977.

PALVIA, P. C.; PALVIA, S. C. An examination of the IT satisfaction of small business users. **Information & Management**, v. 5, n.35, p.127-137, 1999.

Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas empresas brasileiras : TIC empresas 2019 = Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian enterprises: ICT enterprises 2019 [livro eletrônico] / [editor] Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. -- 1. ed. -- São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2020

PRATES, A.G; OSPINA, M.T. Tecnologia da informação em pequenas empresas: fatores de êxito, restrições e benefícios. **Revista de Administração Contemporânea** vol.8 nº.2 Curitiba abril-jun 2004

RECUERO, R. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

ROVER, Aires J. **Governo Eletrônico: uma introdução**. (2012). Disponível em: <<https://egov.ufsc.br/portal/conteudo/texto-governo-eletr%C3%B4nico-uma-introdu%C3%A7%C3%A3o>> Acessado em: 20 de outubro de 2019.

SALVADOR, M. (2013). **Gerente de e-commerce**. São Paulo: Editora E-commerce School.

SALVADOR, M. **O e-commerce no brasil: desafios, microempresas e o futuro da logística**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2019.

SILVA, S., & PINTO, J. (2019). ANÁLISE DA IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE ATIVOS DE TI NO AMBIENTE DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. *Revista Científica E-Locução*, 1(15), 18.

STONER, J. A. F. **Administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

VAN DOORN, J., LEMON, K. N., MITTAL, V., NASS, S., PICK, D., PIRNER, P., e VERHOEF, P. C. **Customer Engagement Behavior: Theoretical Foundations and Research Directions**. *Journal of Service Research*, Vol. 13, n.3, p. 253-266, 2010.

Vivek, Shiri. **A scale of Consumer Engagement**. 2009. Disponível in:<https://www.researchgate.net/publication/228798775_A_scale_of_Consumer_Engagement> acessado em 17 de outubro de 2019.

YONG, C. S. Tecnologia de informação. **Revista de Administração de Empresas**, v. 32, n.1, p.78-87, 1992.

ZUBOFF, S. Automatizar/informatizar as duas faces da tecnologia inteligente. **Revista de Administração de Empresas**, v. 34, n. 6, p. 80-91, 1994. ROCHA, Camilo. Em 2013, Brasil vira "potência" das redes sociais. *O Estado de S. Paulo*, v. 24, 2013.