

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO SOCIOECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO**

Sergio Cleito de Melo Junior  
Prof. Orientador: Mário de Souza Almeida

**A INFORMATIZAÇÃO DO COMÉRCIO**

Florianópolis

2023

Sergio Cleito de Melo Junior  
Prof(a). Orientador(a): Mario de Souza Almeida

## **A INFORMATIZAÇÃO DO COMERCIO**

Projeto de trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito para o recebimento do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Mário de Souza Almeida

Florianópolis

2023

Melo Junior, Sergio Cleito de  
A Informatização do Comércio / Sergio Cleito de Melo Junior ;  
orientador, Mário de souza Almeida, 2023.  
67 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade  
Federal de Santa Catarina, Centro Socioeconômico, Graduação em  
Administração, Florianópolis, 2023.

Inclui referências.

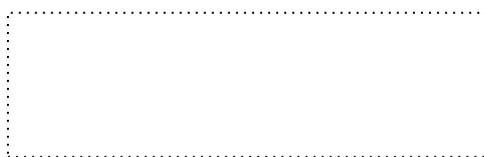
1. Administração. 2. Plano de informatização da Banca da  
Maju.. I. Almeida, Mário de souza. II. Universidade Federal de  
Santa Catarina. Graduação em Administração. III. Título.

Sergio Cleito de Melo Junior

## **INFORMATIZAÇÃO DO COMÉRCIO**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do título de Bacharel em Administração e aprovado em sua forma final pela Coordenadoria de Estágios e Monografias do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 27 de dezembro de 2023.



Prof.ª Ana Luiza Paraboni, Dra.  
Coordenador de Trabalho de Curso

### **Banca examinadora**



Prof.(a) Mario de Souza Almeida, Dr.  
Orientador(a)



Prof.(a) Marcos Baptiste Lopez Dalmau, Dr.  
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof.(a) Mauricio Fernandes Pereira, Dr.  
Universidade Federal de Santa Catarina

Florianópolis, 2023.

*Dedico este trabalho de curso a minha cônjuge Júlia e sua irmã sócia Amanda, que desde o início me ajudaram com informa es necessárias e sempre foram muito prestativas com o que precisei. O intuito deste estudo   para a melhora e praticidade nas suas rotinas diárias enquanto estão trabalhando na Banca da Maju.*

*Este trabalho também   dedicado a empresa Banca da Maju, para que de alguma forma ajude a prosperar o seu futuro.*

*Por fim, este trabalho também   dedicado a toda e qualquer micro empresa que esteja enfrentando este processo de informatiza o/automa o comercial e precise de alguma ajuda ou caminho a ser percorrido para conquistar o que almeja.*

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente devo agradecer a minha cônjuge Júlia, sócia proprietária da empresa foco Banca da Maju, por me auxiliar e ajudar ao longe desta trajetória, sempre muito prestativa com os dados e informa es que precisei ao desenvolver o projeto.

Devo agradecer imensamente também ao meu professor e orientador Mário Almeida por me dar todo o suporte, dicas e instru es necessárias para a realiza o deste estudo com maestria, sem você esta trajetória seria imensamente difıcil.

Também devo agradecer a minha mãe Kelli, por sempre depositar confiança e credibilidade sobre minha pessoa, incentivando minhas escolhas acad micas e me apoiando nos momentos de dificuldades.

Por último, tenho a agradecer a todos os envolvidos que de alguma forma, contribuíram para a execu o deste estudo, com ideias ou conversas que contemplavam algo de valia para a realiza o.

## **RESUMO**

Este estudo tem por objetivo principal analisar fraquezas e identificar qual o melhor plano de informatização e automação comercial para a real situação da empresa Banca da Maju. O plano de informatização foi elaborado a partir do levantamento de informações como sistemas livres a softwares de automação, desenvolvidos e geridos por organizações já existentes prestadoras do serviço, tendo seus produtos utilizados por outros negócios, no intuito de achar o melhor custo e benefício para a situação atual da empresa foco. Ao analisar diversas opções disponíveis no mercado, é escolhido a empresa que apresenta o melhor custo e benefício, atendendo a Banca da Maju nos setores fragilizados como de controle financeiro, controle de estoque, controle fiscal e Ponto de venda/caixa, assim suprimindo sua necessidade e alavancando seus resultados. Espera-se que este estudo contribua com todas as empresas que desejem dar o primeiro passo para a informatização e automação comercial, mostrando o método de coleta de informações e pontos a serem visualizados e analisados para a tomada da melhor decisão possível, lembrando que a estratégia abordada neste estudo se limitou a situação e necessidades reais do atual momento da Banca da Maju.

## **ABSTRACT**

This study's main objective is to analyze weaknesses and identify the best computerization and commercial automation plan for the real situation of the Banca da Maju company. The computerization plan was prepared based on a survey of information such as free systems and automation software, developed and managed by existing service providing organizations, with their products used by other businesses, with no intention of finding the best cost and benefit for the company. current situation of the focus company. When analyzing various options available on the market, the company that presents the best cost and benefit is chosen, serving Banca da Maju in fragile sectors such as financial control, stock control, fiscal control and Point of Sale/cash, thus meeting its needs. and leveraging your results. It is hoped that this study will contribute to all companies that wish to take the first step towards computerization and commercial automation, showing the method of collecting information and points to be viewed and analyzed to make the best possible decision, remembering that the strategy addressed in this study is limited to the current situation and needs of Banca da Maju.

## LISTAS DE QUADROS

<b>Quadro 1. Hábitos dos Consumidores .....</b>	<b>11</b>
<b>Quadro 2. Preferência dos Consumidores.....</b>	<b>12</b>
<b>Quadro 3. Conceito Sobre Comércio Eletrônico .....</b>	<b>18</b>
<b>Quadro 4. Tipos de Comércio Eletrônico .....</b>	<b>19</b>
<b>Quadro 5. Orçamento de Implementação .....</b>	<b>43</b>
<b>Quadro 6. Comparativo de Eficiência das Empresas ao contata-las.....</b>	<b>56</b>
<b>Quadro 7. Valores de Mensalidade.....</b>	<b>56</b>

## LISTAS DE FIGURAS

<b>Figura 1: Eficiência e Eficácia de um Sistema de Informação</b> .....	13
<b>Figura 2: Modelo de Aceitação da Tecnologia (TAM)</b> .....	15
<b>Figura 3. Modelo Unificado de Aceitação e Uso da Tecnologia da Informação</b> .....	16
<b>Figura 4. Balança PRIX 4 Flex</b> .....	29
<b>Figura 5. Máquina de Cartão da Rede</b> .....	29
<b>Figura 6. Sistema de Planilhas Utilizada</b> .....	30
<b>Figura 7. Notebook Sony VAIO Utilizado</b> .....	31
<b>Figura 8. Tela Inicial do Sistema Hiper</b> .....	33
<b>Figura 9. Tela de Cobrança Sistema Sysmo</b> .....	35
<b>Figura 10. Planos PRO, ENTERPRISE e CORPORATE</b> .....	36
<b>Figura 11. Tela de Cadastro dos Clientes</b> .....	37
<b>Figura 12. Controle de Estoque</b> .....	37
<b>Figura 13. Controle Financeiro</b> .....	38
<b>Figura 14. Tela de Caixa – Venda</b> .....	39
<b>Figura 15. Controle de Contas a Pagar</b> .....	39
<b>Figura 16. Gerenciamento de E-commerce</b> .....	40
<b>Figura 17. Tela de Compras</b> .....	43
<b>Figura 18. Tela Inicial do Sistema e Comandos</b> .....	44
<b>Figura 19. Tela de Orçamentos</b> .....	45
<b>Figura 20. Interface de Suporte do Sistema</b> .....	46
<b>Figura 21. Controle de Deposito</b> .....	47
<b>Figura 22. Layout de Vendas</b> .....	48
<b>Figura 23. Tela Inicial do Sistema e Comandos 2</b> .....	49
<b>Figura 24. Controle de Retaguarda</b> .....	50
<b>Figura 25. Controle de RH</b> .....	51
<b>Figura 26. Controle Fiscal e Impostos</b> .....	52
<b>Figura 27. Planilha de Vendas e Estoque</b> .....	53
<b>Figura 28. Planilha Personalizada de Controle Financeiro</b> .....	54
<b>Figura 29. Planilha Personalizada de Vendas</b> .....	55

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>9</b>
1.1 Objetivos .....	9
1.2 Justificativas.....	10
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	<b>11</b>
2.1 Tecnologia da Informação e Automação .....	11
2.1.1 Adoção de Softwares .....	144
2.2 Comercio Varejista .....	177
2.3 Melhorias para Micro e Pequenas Empresas com a Informatização .....	20
2.4 Equipamentos e Softwares na Automação Comercial .....	200
2.4.1 Tecnologias de Entrada e Saídas.....	211
2.4.2 Software de Automação .....	211
2.5 O Que há Disponível no Mercado .....	222
<b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>	<b>24</b>
3.1 Caracterização do Estudo.....	24
3.2 População e Amostra .....	255
3.3 Procedimentos de Coleta e Análise de Dados .....	255
<b>4. A INFORMATIZAÇÃO DA BANCA DA MAJU</b>	<b>27</b>
4.1 Informações e Descrição Geral da Banca .....	277
4.2 Opções Disponíveis para o Plano de Informatização	<b>Erro! Indicador não definido.1</b>
4.3 Plano de Informatização da Banca da Maju .....	555
<b>5. CONCLUSÃO</b>	<b>58</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>59</b>
<b>APÊNDICE A</b>	<b>63</b>
<b>APÊNDICE B</b>	<b>64</b>

# 1 INTRODUÇÃO

Ao longo deste estudo, é feito uma análise profunda em um comércio local chamado “Banca da Maju”, uma banca que comercializa frios e laticínios, com objetivo de identificar as fragilidades causadas pela falta da informatização no estabelecimento, levantando soluções ao problema e propondo a implementação do resultado da pesquisa.

Cheguei a este problema por conta da aproximação diária que tenho com o estabelecimento, por pertencer a minha esposa e ajuda-la regularmente com os procedimentos.

O comercio informatizado é uma realidade cada vez mais presente com a evolução e facilidade no acesso à tecnologia, atraindo diversas vantagens comerciais a empresa, como agilidade, um controle mais preciso das operações, expansão das vendas ao meio digital e maior transparência e segurança para as transações.

Empresas engessadas e marcadas pela não informatização apresentam operações manuais e limitações geográficas para seus negócios. Com o fácil acesso a tecnologia, hoje o cliente busca um atendimento diferenciado, personalizado e ágil, características estas que somente a adesão a informatização proporcionam de forma rápida e prática, sendo assim, empresas não informatizadas tendem a perder espaço no mercado para suas concorrentes que já aderiram ao meio.

A necessidade do desenvolvimento do tema, deu-se ao perceber que minha esposa, Júlia Marchi, sócia proprietária da banda da Maju, tem suas atividades restritas por conta da falta de informatização em seu espaço profissional, assim gerando a possibilidade de desenvolver um plano de adesão a tecnologia a ela e sua empresa.

Neste contexto, surgiu a pergunta de pesquisa “Qual a melhor alternativa para informatizar a banca da Maju?”

## 1.1 Objetivos

O objetivo geral do estudo é “analisar a melhor solução para informatizar a Banca da Maju”.

- Para alcançar o objetivo geral, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos;
- a) analisar a forma de funcionamento da empresa e suas necessidades de informações;
  - b) identificar possibilidades de automação comercial que atendam a empresa;
  - c) propor um plano de informatização da empresa.

## 1.2 Justificativas

A tecnologia implementada ao comércio é imprescindível, visando o mercado atual, onde a empresa que não investe em tecnologia e automação aos poucos vai perdendo espaço para a concorrência. Percebendo a realidade de que o pequeno comércio de bairro como vendinhas, bancas, carrinhos e outros, possuem este déficit de tecnologia muito grande, este estudo vem com o propósito de suprir esta necessidade, fazendo o levantamento do melhor meio tecnológico possível para a implementação da tecnologia, visando as condições atuais da empresa foco Banca da Maju. Apesar de ter uma empresa foco, este estudo é de extrema importância para qualquer outro tipo de negócio que ainda não tenha passado pelo processo de informatização.

Este estudo possui a viabilidade de ser concretizado pois a proprietária da empresa é esposa do autor, assim facilitando o acesso a dados e informações necessárias ao longo do desenvolvimento do estudo. Além do fato de ter fácil acesso a outras empresas já passaram por este procedimento ou que estão executando um plano de aderência a tecnologia ao decorrer do estudo, tendo cerca de 7 meses até o prazo final da conclusão deste estudo, tempo suficiente para realização de todas as pesquisas sobre o tema.

A oportunidade visualizada para este estudo é o fácil acesso as informações necessárias da empresa foco e pela diversidade do comércio em geral que é afetado pela mesma dificuldade que ela, assim podendo pesquisar qual a melhor estratégia adotar para o crescimento da empresa. Este problema tem sua devida importância e deve ser solucionado o quanto antes por parte das empresas, pois em um mercado onde há concorrência, quanto mais tempo a empresa fica para trás no quesito tecnologia, mais difícil torna-se retomar a competitividade organizacional.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, é apresentado o embasamento teórico usado para a desenvoltura do trabalho e citados ideias e pensamentos de outros autores em relação a tecnologia da informação, a aplicação da mesma e os resultados previstos para comércios que enfrentam o processo de informatização.

### 2.1 Tecnologia da Informação e Automação

Ao mesmo tempo em que a vida humana se desenvolve, a tecnologia acompanha este crescimento exponencialmente. Quando o assunto foco é a importância da adequação a tecnologia disponível, é imprescindível a adoção quando falamos de desenvolver um empreendimento não importando o seu tamanho.

“As tecnologias têm sido grandes protagonistas no modo em que os varejistas empreendem no mercado e também em como os consumidores interagem com as marcas”; continuando a ideologia “Estar por dentro das tendências tecnológicas é imprescindível para que a sua empresa sobreviva em um mercado tão concorrido como o varejo”. (SEBRAE, 2017). Na subseção seguinte, será apresentado alguns dados levantados sobre a importância da tecnologia no varejo referente aos hábitos dos consumidores e suas preferências conforme é visto no Quadro 1:

**Quadro 1. Hábitos dos Consumidores**

<b>Hábitos dos Consumidores</b>	
99%	Acessa a internet diariamente
93%	Utiliza o celular para acessar a internet
74%	Já pesquisou preços por meio do celular dentro dos PDV's (pontos de vendas)

Fonte: SEBRAE (2017)

Já em relação as preferências dos consumidores ao longo do atendimento são consideráveis minimamente satisfatórias como podemos ver no Quadro 2:

**Quadro 2. Preferência dos Consumidores**

<b>Preferências:</b>	
87%	desaprova a comunicação entre as lojas físicas e os clientes (durante todo o processo de compra)
85%	acha ruim o atendimento dos funcionários
85%	acha que a disponibilidade de informações adicionais sobre os produtos é insuficiente

Fonte: SEBRAE (2017)

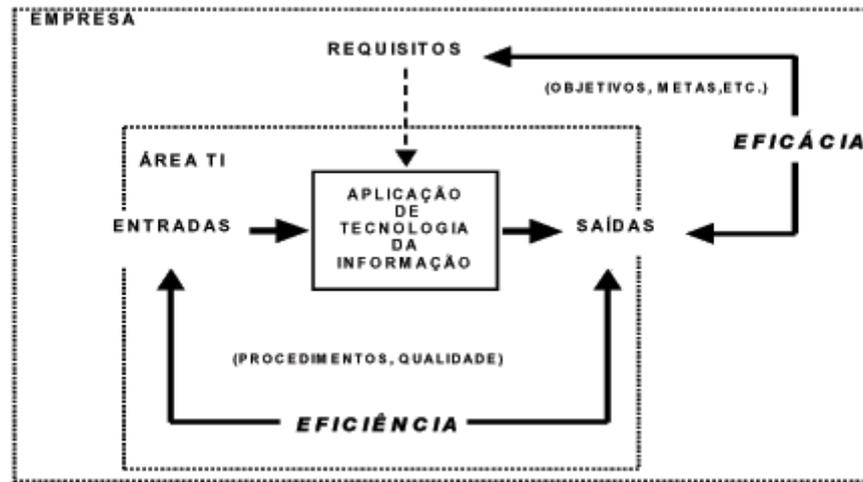
Como é possível ver, a informatização dos processos nas empresas se torna benéfica em todos os departamentos, tornando possível as tomadas de decisões rápidas e precisas em casos que detém urgência. “Você consegue acompanhar, por exemplo, se está obtendo lucro ou prejuízo com todas as informações de compra, venda, estoque e logística a um clique, acompanhando relatórios precisos.” (Mazzo, 2013).

É importante ressaltar também a ideia citada por Laurindo sobre a visão da tecnologia da informação “a Tecnologia da Informação é vista como um fator de viabilização desta integração em abrangência mundial, bem como de criação de novas estratégias de negócio, de novas estruturas organizacionais e de novas formas de relacionamento entre empresas e entre empresas e seus consumidores.” (Laurindo, 2005)

“A Tecnologia da Informação (ou, em inglês, *Information Technology — IT*) pode ser definida como o conjunto de todas as atividades e soluções providas por recursos computacionais que visam permitir a obtenção, o armazenamento, a proteção, o processamento, o acesso, o gerenciamento e o uso das informações.” (Alecrim, 2013)

Fica de forma clara e objetiva o ciclo sem fim de eficiência e eficácia ao longo de todo o processo ao qual a empresa nasce com o objetivo de desenvolver como se pode observar na Figura 1:

**Figura 1: Eficiência e Eficácia de um Sistema de Informação**



Fonte: Adaptado de (Maggiolini, 1981)

Continuando a ideia de Alecrim (2013), esse conjunto de soluções é formado por Componentes Físicos(Hardware), que são uma mistura de dispositivos como PCs, laptops, servidores, tablets, smartphones, dispositivos de rede (como roteadores e switches), impressoras, scanners de códigos de barras, e outros similares, e por Programas de Computador(Software), que incluem sistemas operacionais, aplicativos (programas), protocolos de comunicação, software antivírus, sistemas de gestão de recursos empresariais (ERP), certificados digitais e tecnologias como Blockchain, entre diversas alternativas disponíveis.

O importante papel adotado pela automação, não é de erradicar o homem do seu trabalho efetivo nos processos realizados pela organização e sim, criar e integrar diferentes processos seguindo um gerenciamento administrativo e um planejamento financeiro. Entendendo como definição para automação "como um conjunto de técnicas destinadas a tornar automáticos vários processos na indústria, substituindo o trabalho muscular e mental do homem por equipamentos diversos." (Maitelli, 2001).

Segundo De Lima (2003), o intuito da automação não é promover o desemprego e sim, aumentar a capacitação dos processos, tendo alguns principais objetivos para se destacar, como a qualidade, um controle de qualidade eficiente e compensação de deficiências do sistema, a flexibilidade, admitir mudanças nos parâmetros do processo conforme a necessidade, a produtividade, com um melhor aproveitamento da produção e manutenção dos equipamentos por se tratarem de equipamentos inteligentes e mais sofisticados, um último objetivo principal

citado é a viabilidade técnica e econômica, onde processos difíceis e custosos se tornam cada vez mais rotineiros e com custos reduzidos.

É visto a definição pelo ponto de vista de outro autor sobre o que é Tecnologia da Informação, “Podemos definir a Tecnologia da Informação (TI) como a reunião de recursos que são responsáveis pela coleta, armazenamento e distribuição da informação. Estas tecnologias utilizam o computador e as telecomunicações para melhorar a realização de sua função” (Maria, 2009)

### 2.1.1 Adoção de Softwares

É fato que com o passar dos anos, cada vez mais empresas tem adotado a informatização por meio de programas e Softwares, aproveitando ao máximo de seus benefícios, segundo José (2007), uma empresa que adota softwares de livre utilização, geram diversos benefícios, desde sua gestão, parte financeira, a melhoria da qualidade de seus serviços prestados e até mesmo com a venda de seus produtos, com isso, José complementa que a adoção a de softwares promove uma melhora nos custos envolvidos nos processos de informatização.

Seguindo a ideologia de Gutierrez, et al. (2004) algumas vantagens na adoção de softwares livres pelas empresas privadas são apontadas:

- Melhor preço para os serviços associados à distribuição do produto, pois o acesso ao código-fonte por várias empresas concorrentes acaba tendo um efeito regulador sobre os preços desses serviços;
- Garantia de continuidade do produto, pois não há o risco de a empresa proprietária do software, por qualquer razão, retirar-se do mercado;
- Independência de fornecedor único, uma vez que, por ser aberto e livre, várias empresas podem distribuir o software e realizar os serviços de modificação necessários;
- Melhor aproveitamento do hardware existente, por não existirem pressões para atualização de versões, inexoravelmente associadas a limitações ao suporte disponível para versões antigas; no caso do software livre, pelo fato de o código-fonte ser de acesso livre, sempre haverá uma empresa disposta a efetuar os serviços de manutenção e suporte;
- Elevada qualidade do software, verificada nos casos em que existe um grande número de colaboradores e empresas envolvidos com o projeto;
- Maior facilidade de configuração e adaptação às necessidades da empresa frente aos pacotes proprietários, que são desenvolvidos visando a um uso padrão e incorporando um grande número de funções sofisticadas, das quais cada usuário individual usará apenas uma pequena parcela, variável entre os grupos de usuários;
- Maior segurança do produto de software, pois, pelo fato de o seu código-fonte ser aberto, examinado por um grande número de pessoas, é praticamente inexistente a possibilidade de existência de brechas que permitam a sua invasão não autorizada.

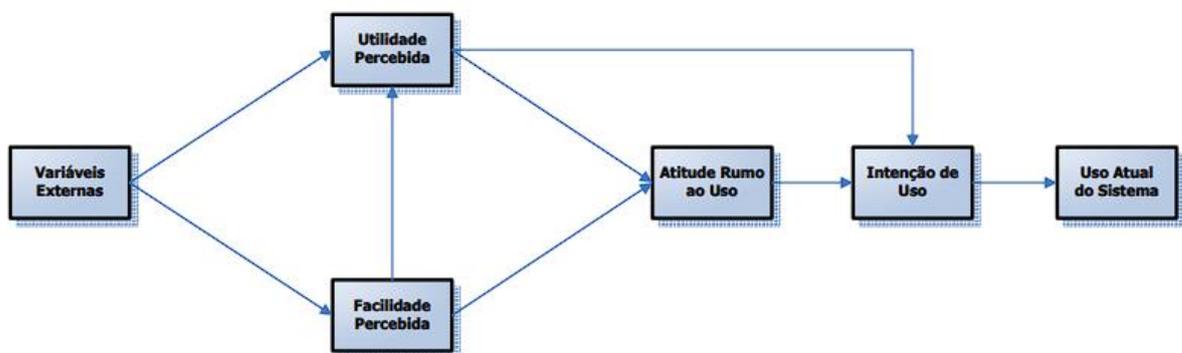
Algumas outras vantagens são citadas por Hexsel (2002) sobre a adoção de softwares livres como o custo social baixo, a independência de tecnologia própria conquistada pela organização, não depender de apenas um único fornecedor, um investimento inicial baixo, a otimização do hardware atual, segurança, robustez, possibilidade de implementação e

aplicativos, uma gama de suporte gigantesca e de fácil acesso e uma possível configuração própria dos sistemas e aplicativos adotados.

Freitas e Teles (2002) ainda discutem um problema social para ilustrar outra das muitas vantagens do software livre. De acordo com os autores, o software livre pode contribuir para uma maior adoção da tecnologia da informação na educação, pois as ferramentas de código aberto possuem benefícios significativos em termos de flexibilidade e custo no momento de sua implementação e uso.

Porem muitas pessoas ainda se mostram desinteressadas e resistentes pela adoção de softwares. Segundo Davis et al (1989) há características que possam interferir na aceitação e uso de softwares e perante isso, realizaram um estudo para ser útil na identificação destas características. Desenvolvendo e usando como meio o Modelo de Aceitação da Tecnologia (TAM), Davis et al (1989), identificaram a percepção de utilidade do sistema e a facilidade de uso do sistema como dois dos principais construtos relacionados à utilização de um sistema de informações, como demonstra a Figura 2, a seguir:

**Figura 2: Modelo de Aceitação da Tecnologia (TAM)**



Fonte: Davis et al (1989)

Continuando a ideologia de Davis et al (1989), a intenção de uso está relacionada à forma como o usuário planeja se comportar em relação à nova tecnologia, ou seja, se ele a adotará ou não. Já a utilidade percebida refere-se ao grau de percepção do usuário sobre o quão útil será a nova tecnologia para realizar seu trabalho. Por fim, de acordo com os autores, a facilidade percebida de uso diz respeito à percepção do usuário sobre o quão fácil será utilizar a nova tecnologia.

“a utilidade percebida influência de forma mais significativa a intenção de uso do que a facilidade percebida” (Davis et al, 1989, p.333) como demonstrado na figura 2. Os autores defendem esta tese, alegando que há uma chance maior dos usuários aderirem aos softwares

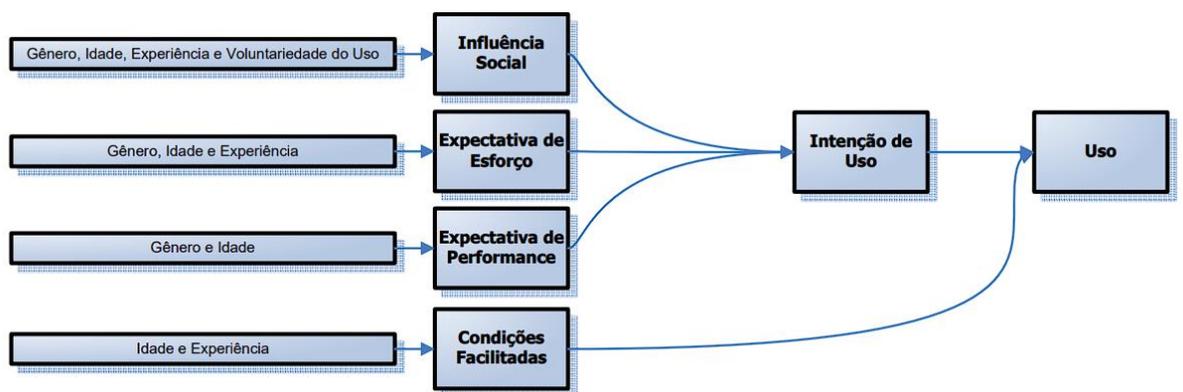
quando enxergado a utilidade que proporcionará, comparado a facilidade no uso e manuseio do programa, “embora a dificuldade de uso possa desencorajar a adoção de um sistema útil, nenhum grau de facilidade de uso pode compensar o fato de um sistema não ser útil” Davis et al (1989, p. 333)

Segundo Venkatesh et al. (2003), desenvolveram sua própria tese aprimorando as conclusões de Davis et al (1989), onde diversas características seriam responsáveis pela aceitação da tecnologia de informação por parte das pessoas. Os pesquisadores conduziram uma pesquisa com base nessas características, elaborando um modelo abrangente de aceitação e uso da Tecnologia da Informação. Esse modelo foi criado a partir de uma revisão da literatura e de uma análise comparativa empírica de oito modelos diferentes encontrados nos estudos existentes.

Neste modelo, há 4 fatores decisivos presentes e possui 4 fatores moderados no quesito de intensão de uso da Tecnologia da Informação, explicando aproximadamente 70% da variação quando o assunto é o uso. Segundo a ideologia, os fatores decisivos são: “a expectativa de performance”, “a expectativa de esforço”, “a influência social” e “as condições facilitadas”.

Além disso, existem outros fatores que influenciam a forma como as organizações utilizam e pretendem utilizar a Tecnologia da Informação. Esses fatores incluem o sexo, a idade, a experiência e a vontade do usuário em utilizar essa tecnologia, conforme ilustrado na Figura 3 abaixo:

**Figura 3. Modelo Unificado de Aceitação e Uso da Tecnologia da Informação**



Fonte: VENKATESH et al. (2003)

Venkatesh et al. (2003, p. 447) afirmam que a variável “expectativa de performance” tem sua definição pelo seguinte pensamento, “o grau no qual o funcionário acredita que a utilização da Tecnologia da Informação irá ajudá-lo a obter ganhos na performance de suas

atividades no trabalho”. De acordo com os autores, esse é o elemento que exerce a maior influência na vontade de utilizar a Tecnologia da Informação.

A expectativa de esforço é descrita por Venkatesh et al. (2003) como a medida da facilidade relacionada ao uso do sistema. Como resultado, quando os usuários consideram a viabilidade de usar uma determinada tecnologia, eles esperam que o esforço necessário seja menor em comparação com os benefícios que receberão em termos de desempenho.

De acordo com Venkatesh et al. (2003, p. 451), a influência social é descrita como “a percepção do usuário com relação à opinião de outras pessoas influentes, sobre se ele deveria ou não utilizar uma nova tecnologia”. É interessante notar que, durante o estudo de Venkatesh et al. (2003), as variáveis relacionadas à influência social não tiveram um impacto significativo no uso da tecnologia em situações voluntárias, ao contrário dos casos em que o uso era obrigatório, onde essas variáveis desempenharam um papel importante.

## 2.2 Comercio Varejista

Seguindo a ideologia de Gupta, Malhotra, Czinkola e Foroudi (2016), destacam a relevância da ligação entre inovação e competitividade, reconhecendo que a competitividade de uma organização possibilita que seus líderes introduzam inovações nas estratégias de mercado. Pesquisas e iniciativas em busca desse objetivo nos segmentos de consumidores podem influenciar o desempenho das empresas no setor varejista.

Para falar sobre o varejo online, é apresentado o conceito de CE, que vem do termo em inglês *e-commerce*. A respeito da definição de CE “O comércio eletrônico é a realização de toda a cadeia de valor dos processos de negócio num ambiente eletrônico, por meio da aplicação intensa das tecnologias de comunicação e de informação, atendendo aos objetivos de negócio. Os processos podem ser realizados de forma completa ou parcial, incluindo as transações negócio-a-negócio, negócio-a-consumidor e intraorganizacional, numa infraestrutura predominantemente pública de fácil e livre acesso e baixo custo.” (Albertin, 2010, p. 03)

Diversos autores registraram seus conceitos e definições sobre o CE, cujo foram sendo complementadas ao longo dos anos, usando como base ideias já publicadas, formando assim um efeito escada, o Quadro 3 vem para ilustrar bem isso:

**Quadro 3. Conceito Sobre Comércio Eletrônico**

AUTOR	CONCEITO
Kalakota e Whinston (1997)	Uma forma em que as empresas buscam incrementar a eficiência das comunicações de negócio para expandir a participação no mercado e manter a viabilidade de longo prazo no ambiente de negócio que existe hoje.
Venetianer (2000)	Conjunto de todas as transações comerciais efetuadas por uma empresa, visando atender, direta ou indiretamente, a um grupo de clientes, utilizando, para tanto, as facilidades de comunicação e de transferência de dados mediados pela rede mundial de computadores, a internet.
Kotler (2006)	Ampla variedade de transações eletrônicas, tais como o envio de pedidos de compra para fornecedores via EDI (troca eletrônica de dados). Por meio do comércio eletrônico, os clientes podem projetar, solicitar produtos e serviços e pagar por eles por vias eletrônicas; e com os serviços de entrega receberem seus produtos no local cadastrado para recebimento.
Bertaglia (2009)	Meio pelo qual as empresas podem se relacionar comercialmente com seus fornecedores, clientes e consumidores em escalas maiores do que as tradicionais. Inclui pesquisa, desenvolvimento, marketing, propaganda, negociação, vendas e suporte.

Fonte: CARDOSO et al (2019)

Já em relação ao movimento do comércio em conjunto ao grande desenvolvimento tecnológico, tem sua relevância no ponto da inovação e informatização “Avanços tecnológicos e mudanças no comportamento do consumidor, impulsionados pelos novos dispositivos e pela mídia, continuam a transformá-lo. As mudanças têm sido mais intensas com a disseminação da internet, mídias sociais e aparelhos móveis, provendo aos consumidores acesso mais fácil a informações e fontes de compras. Clientes mais jovens terão maiores expectativas de usar canais de compras *on-line* influenciados pelas mídias sociais.” (Cox, et al, 2016)

Complementando a ideia do mercado digital, “Mesmo com a retomada da presencialidade em 2021, os consumidores brasileiros se acostumaram às facilidades do supermercado online. Embora o segmento ainda represente uma fatia pequena do varejo alimentar, em 2021 houve um crescimento de mais de 50% no e-commerce alimentar de varejistas nacionais. Em um movimento paralelo, os aplicativos de delivery de comida já estão presentes em 83% dos smartphones brasileiros.” (Furtado; Tamasso, 2022)

Segundo Scandiuzzi, Oliveira, Araújo (2011), há quatro principais modalidades de comércio eletrônico. É ilustrado no Quadro 4 cada tipo com suas características:

**Quadro 4. Tipos de Comércio Eletrônico**

		CONSUMIDOR	
		Pessoa Jurídica	Pessoa Física
FORNECEDORES	Pessoa Jurídica	<p><b>B2B (<i>Business to Business</i>)</b></p> <p>É o tipo crescente na Internet. Nele a negociação é de empresa para empresa, entre duas pessoas jurídicas. Este sistema é composto por empresas que utilizam a Internet como ambiente transacional e busca atrair para um mesmo local todos os participantes de uma cadeia produtiva.</p>	<p><b>B2C (<i>Business to Consumer</i>)</b></p> <p>Ocorre entre empresa e consumidor, onde são realizadas transações entre uma pessoa jurídica (fornecedor) e uma pessoa física (consumidor). Fazem parte os <i>sites</i> que comercializam produtos em pequena quantidade (varejo).</p>
	Pessoa Física	<p><b>C2B (<i>Consumer to Business</i>)</b></p> <p>É a transação realizada entre o consumidor e uma empresa, em que o fornecedor é a pessoa física e o consumidor, a pessoa jurídica. Fazem parte deste comércio os <i>sites</i> que disponibilizam informações provenientes de pessoas físicas destinadas às pessoas jurídicas, como por exemplo, bolsas de empregos.</p>	<p><b>C2C (<i>Consumer to Consumer</i>)</b></p> <p>Ocorre entre os consumidores. As pessoas físicas são os fornecedores e os consumidores. O exemplo mais comum são os <i>sites</i> de leilões, onde pessoas interessadas em negociar um bem disponibilizam as informações sobre os mesmos, inclusive estipulando um preço inicial, e as pessoas interessadas dão lances para tentar adquiri-los.</p>

Fonte: SCANDIUZZI, OLIVEIRA, ARAÚJO (2011)

Também é mencionado a relação de gerar e gerir dados com o prospero crescimento organizacional “São cada vez mais numerosas as situações em que o uso de dados e *analytics* pode destravar crescimento, melhorar a execução das operações e servir melhor aos consumidores no varejo alimentar. O domínio destas capacidades, ainda consideradas vantagens competitivas de alguns varejistas alimentares, passará a ser fator imprescindível para sobreviver neste mercado.” (Furtado; Tamaso, 2022)

### 2.3 Melhorias para Micro e Pequenas Empresas com a Informatização

“Uma empresa com um sistema totalmente informatizado, funcionando eficiente e eficazmente, proporcionará grandes vantagens, seja em relação ao tempo otimizado, organização, à facilidade de obtenção de informações, à previsão e muitos outros aspectos que contribuirão para o sucesso da pequena empresa.” (Escrivão Filho, 2000, p.47)

É evidenciado o impacto da tecnologia da informação as pequenas e micro empresas, “Uma empresa com um sistema totalmente informatizado, funcionando eficiente e eficazmente, proporcionará grandes vantagens, seja em relação ao tempo otimizado, à organização, à facilidade de obtenção de informações, à previsão e muitos outros aspectos que contribuirão para o sucesso da pequena empresa.” (Beraldi.; Escrivão. 2000)

Seguindo a ideologia de Escrivão, “a informatização das pequenas empresas possibilita que elas ganhem eficiência e eficácia melhorando, assim, sua competitividade e aumentando sua lucratividade.” (Escrivão Filho, 2000, p.48)

Segundo Zimmerer e Scarborough (1994),

podem ser listadas algumas vantagens sobre a informatização das pequenas empresas, essas vantagens são descritas a seguir:

- melhora as informações para tomada de decisão;
- automatiza as tarefas rotineiras;
- melhora o controle interno das operações;
- melhora o atendimento ao cliente;
- aumenta a capacidade de reconhecer problemas mais cedo;
- ajuda o gerente a testar algumas decisões antes de colocá-las em prática;
- melhora o processo produtivo;
- aumenta a produtividade e competitividade.

### 2.4 Equipamentos e Softwares na Automação Comercial

É facilmente notada a quantidade de possibilidades disponíveis atualmente para a informatização de empresas no mercado, tanto com equipamentos físicos quanto softwares e programas online, disponíveis para atender quaisquer que sejam a necessidade do empreendedor.

O conceito de automação, surgiu com um propósito “A automação surgiu para atender a necessidade de conforto que era buscada, e hoje pode ser observada em vários locais: residências, ruas, espaços de lazer, locais de trabalho e indústrias.” (MARTINS, 2012)

### 2.4.1 Tecnologias de Entrada e Saídas

“Os dispositivos de entrada e saída são os responsáveis pela interação dos computadores com os usuários e contribuem não somente para a obtenção de qualidade nos sistemas de informações, mas também com vantagem competitiva.” (BATISTA, 2006).

Para Batista (2006), O progresso tecnológico abriu caminho para a criação de novos meios de coleta de informações, contribuindo para o aprimoramento da eficácia de uma empresa. Destacando o seguinte ponto:

- a) Sistemas de computação de mão: são sistemas computacionais remotos que permitem a instalação de aplicativos específicos para a forma de vendas ou de funcionários que coletam os dados em campo. Exemplos (PDAs, Pocket Pcs e Handhelds).
- b) Sistemas de reconhecimento multimídia: são sistemas que podem reconhecer a voz e até permitir o uso de programas que digitam automaticamente ao fazer um ditado por meio de microfones.
- c) Sistemas de reconhecimento óptico: são usados em larga escala os sistemas de códigos de barra para a organização e processamento de produtos e matéria prima. Além de diminuir o erro humano, permite maior agilidade de entrada de dados no sistema de informação.
- d) Dispositivos de scanner: permitem digitalizar dados de imagem e caracteres.

Já seguindo a ideologia de Stair e Reynolds (2002), existem inúmeras opções de interfaces disponíveis para capturar e inserir dados, variando desde dispositivos especializados para a captura de tipos específicos de imagens, até aqueles de uso geral. O autor enfatiza os seguintes dispositivos de entrada de dados:

- a) Dispositivo de entrada para computadores pessoais: o teclado e o mouse são os dispositivos mais comuns para entrar e inserir dados como caracteres, textos e comandos básicos.
- b) Dispositivos de reconhecimento de voz: são ferramentas que usam microfones e softwares especiais para registrar e converter o som da voz em sinais digitais
- c) Dispositivos de ponto de vendas: são terminais usados nas operações de varejo para inserir informações no sistema de vendas. O dispositivo computa o preço total, incluindo os impostos. Muitos utilizam outros dispositivos de entrada e saída como o teclado, leitores de códigos de barras, impressoras e telas.

Já pensando em relação aos dispositivos de saída de dados, os autores Stair e Reynolds (2002), destacam:

- a) Monitores: dispositivo semelhante a televisão, no qual é exibida a saída do computador
- b) Impressoras e Plotters: conhecida como impressão, é a saída de papel por meio de impressora e Plotters são dispositivos usados para impressão de projetos de arquitetura e engenharia

### 2.4.2 Software de Automação

Os softwares, ou “Sistemas de Informações”, constituem os conjuntos de comandos que fazem as máquinas funcionarem, tendo esse nome atribuído em função de sua característica de maleabilidade, uma vez que podem ser alterados sempre que necessário e executam diversas funções em máquinas de configuração relativamente estática, conhecidas como hardware (conforme vimos há pouco). Para que possamos

entender claramente o que é um Sistema de Informações (SI), podemos imaginá-lo como uma grande quantidade de comandos (ordens) que são executados por uma máquina na sequência em que se apresentam. (ALMEIDA, 2014, p. 28)

Seguindo esta ideologia de Almeida (2014), os softwares podem ser classificados de duas maneiras, tanto como softwares de suporte, quanto softwares de aplicação, independentemente para qual a finalidade do seu uso e ou seu domínio, softwares abertos ou com proprietários. A definição é feita para as duas classificações:

- a) Software de Suporte: são os sistemas que acompanham um computador ou qualquer equipamento periférico (impressora, scanner, etc.) por ocasião de sua compra. São sistemas desenvolvidos pelos próprios fabricantes dos equipamentos, com a função de prover um perfeito funcionamento e máximo aproveitamento da capacidade do hardware. Esses sistemas são normalmente instalados e colocados em funcionamento a partir do “Disco de Instalação” que acompanha o equipamento adquirido, mas a maioria dos fabricantes já disponibiliza tais sistemas na internet, para busca automática pelo computador ao conectar o equipamento;
- b) Software de Aplicação: São os sistemas desenvolvidos por profissionais e usuários das organizações, com a finalidade de atender as necessidades específicas de processamento de informações. Classificam-se também como Software de Aplicação as linguagens de programação, que correspondem a sistemas utilizados para desenvolver outros sistemas aplicativos. Alguns exemplos desse tipo de sistema são o Cobol, o Fortran, o Delphi e o Visual Basic.

## 2.5 O Que há Disponível no Mercado

Segundo Gleberty (2020), há uma empresa chamada G2SISTEMAS que exerce com maestria o papel de automação comercial, cedendo um documento com as informações e o passo-a-passo do processo de automação para ser aplicado ao micro, pequeno e médio empreendedor.

A seguir é mostrado este passo-a-passo que compõe o documento de informação da empresa G2SISTEMAS com o objetivo de automatizar qualquer negócio do ramo varejista:

- a) Primeira parte, ter estrutura e Internet: Para poder emitir as notas fiscais (NFC-e) no seu caixa, é preciso de uma conexão com internet, mesmo que básica. Hoje em dia, o sistema da Receita é online e toda nota emitida precisa ser transmitida no mesmo momento que a venda acontece, para poder imprimir e entregar para o cliente. A conexão do computador com a internet pode ser sem fio por Wifi ou por Cabo.
- b) Segunda parte, equipamentos de automação comercial: Você vai precisar de um computador, que pode ser um equipamento Desktop (de mesa), um Notebook ou All In One (monitor e computador em um só). Conectado no computador e conversando com o sistema, será preciso ter uma impressora térmica não fiscal. Conectar no seu computador um leitor de códigos de barras. Vai ser necessário também montar uma estrutura de rede. Com a estrutura montada, é o momento de contratar um sistema de gestão para informatizar as atividades do comércio.
- c) Terceira parte, contratar um sistema de gestão: No computador, é instalado um sistema que faz toda a informatização da empresa. Um bom sistema abrange todas as áreas da empresa e é uma ferramenta para fazer o controle do estoque, das entradas e saídas de produtos, das contas a pagar e a receber, dos clientes e das contas deles com você, além da emissão e controle de notas fiscais. Além do sistema, para fazer a emissão de das notas fiscais, será necessário instalar no computador que está o sistema, um certificado digital.

- d) Quarta parte, ter um responsável pelo sistema: é preciso definir uma pessoa que ficará responsável por cuidar e lançar as informações no sistema. Essa pessoa será responsável por fazer com que o sistema trabalhe, pois ela terá que alimentá-lo com as informações que as rotinas da empresa geram.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Realizar uma pesquisa acadêmica de alta qualidade é essencial para obter resultados sólidos e confiáveis. Os procedimentos metodológicos desempenham um papel crucial nesse processo, pois estabelecem as etapas e métodos utilizados para coletar, analisar e interpretar os dados, garantindo a validade e confiabilidade dos resultados encontrados.

Nesta etapa, será apresentado em detalhes os procedimentos metodológicos adotados ao longo desta pesquisa, informando as características que o tipo de estudo assumi, também é mencionado a população alvo da pesquisa e por fim, os procedimentos adotados na coleta e análise dos dados obtidos;

#### **3.1 Caracterização do estudo**

Seguindo a ideologia de Mário (2016), é de extrema relevância que os leitores saibam identificar, de forma fácil e intuitiva a caracterização da pesquisa para o perfeito entendimento do mesmo, podendo assim ter diversas características como estudo puramente teórico, ou se é teórico e empírico, se tem abordagem quantitativa ou qualitativa, se é um estudo exploratório, descritivo, explicativo, estudo de caso ou de multicaso, levantamento, proposição de planos, etc.

O tipo de pesquisa que é abordado ao longo deste estudo caracteriza-se como aplicada, pois todo o conteúdo apresentado é retirado de outros autores e métodos de automação que já estão em uso no mercado. A pesquisa aplicada é um método científico que visa resolver problemas práticos e fornecer soluções para questões do mundo real.

O estudo em questão é classificado como uma pesquisa explicativa, cujo propósito é aprofundar o conhecimento sobre um tema que já foi amplamente explorado. O objetivo do estudo é encontrar soluções para o problema enfrentado pela empresa em foco, examinando o que já está disponível e identificando lacunas no conhecimento existente. A pesquisa explicativa é um método científico que busca compreender as relações entre variáveis e identificar as causas dos fenômenos observados.

Também se caracteriza como proposição de planos, pois é feito levantamento de dados e opções disponíveis no mercado para gerar um plano de ação a ser aplicado diretamente na informatização e automação do dia a dia na Banca da Maju.

Tendo em foco a abordagem, é correto afirmar que se trata de uma abordagem qualitativa, pois foram analisados todos os problemas enfrentados pela falta da automação

comercial da empresa. A automação no mundo dos negócios é um processo que consiste em usar a tecnologia para automatizar tarefas e processos comerciais, como vendas, controle de estoque e gerenciamento de clientes. Se não houver automação nesse sentido, podem surgir problemas como erros no controle de estoque, perda de vendas e baixa eficiência nas operações comerciais. Com isso em mente, o objetivo desta pesquisa é encontrar soluções para cada um desses pontos mencionados individualmente, sem a necessidade de recorrer a abordagens quantitativas, como questionários ou métodos similares. A pesquisa tem seu cunho bibliográfico, pois são analisados obras e publicações relevantes, de indivíduos que estudaram o meio ou geraram indicações, explicações e aconselhamento de como aplicar e desenvolver este processo de informatizar um negócio. Este estudo também possui sua parcela de estudo de campo, pois é feita uma análise de quais sistemas, ferramentas e métodos informatizados que outros comércios da região foca utilizam.

Também conhecido como estudo de caso, o qual é uma abordagem de pesquisa que envolve uma análise detalhada de uma situação real, com o objetivo de identificar pontos fracos e oferecer sugestões para superar as dificuldades encontradas. No caso específico da Banca da Maju, pode-se aplicar a metodologia do estudo de caso para identificar as dificuldades enfrentadas pela empresa e propor soluções para superá-las. É essencial utilizar diversas fontes de evidências para fortalecer e aprofundar os resultados encontrados.

### **3.2 População e amostra**

Este estudo tem como sua população, empresas e micro empresas que já são informatizadas e possuem alguma automação comercial a ser analisada, assim buscando informações de quais ferramentas é utilizada neste processo, localizadas no bairro Ipiranga.

A coleta de amostra tem como quesito de escolha “acessibilidade”, pois o acesso a empresas mais próximas a Banca da Maju facilita o reconhecimento do meio comercial inserido e por ter familiaridade com os proprietários.

### **3.3 Procedimentos de coleta e análise de dados**

Os dados coletados ao longo do desenvolvimento deste estudo são fornecidos pela proprietária Julia, por meio de uma entrevista (roteiro no apêndice A), desenvolvido no intuito de levantar os pontos de maior fragilidade e dificuldade enfrentados pela mesma no dia a dia, em conjunto com a observação do seu atendimento aos clientes ao longo de seu expediente.

Por conta de haver inúmeros sistemas, equipamentos e métodos de informatização já disponíveis, aplicados e desenvolvidos no mercado, de fácil acesso, não se faz necessário o desenvolvimento de nenhum desses itens, visando o custo/benefício para a solução das dificuldades, tendo em foco os métodos que melhor atenderam Julia, com o menor custo possível.

Como mencionado anteriormente, as lojas escolhidas para o levantamento de dados tiveram o fator determinante em comum, estarem localizadas no mesmo bairro da Banca da Maju, no bairro Ipiranga. As lojas escolhidas para serem feitas algumas perguntas (perguntas no apêndice B):

- a) Açougue Souza: Loja vizinha da Banca da Maju, especializada na venda de carnes e derivados;
- b) Universo Natural: Loja de produtos naturais, como grãos, bolachas, temperos e suplementos, situada no mesmo espaço onde se encontra a Banca da Maju;
- c) Direto do Campo Ipiranga: além de sacolão, empresa dona do espaço onde está situada diversas lojas inclusive a Banca da Maju.

O levantamento de dados e informações não se limita apenas a pesquisa de mercado com os comércios próximos, também será coletado informações e oportunidades de softwares e equipamentos por meio de pesquisa online, utilizando como site e ferramenta principal de busca Google.com.br, usando como frase chave de pesquisa “softwares de automação comercial”.

A pesquisa se torna satisfatória ao identificar e explorar algumas opções de softwares disponíveis no mercado, empresas como Lexus, G2SISTEMAS, que serão exploradas e analisadas como possíveis opções de automatização para o plano de informatização da Banca da Maju.

## **4 A INFORMATIZAÇÃO DA BANCA DA MAJU**

“este capítulo é composto pela apresentação da Banca da Maju com suas características e alternativas de equipamentos e softwares apresentados para propor o plano de informatização ao estabelecimento

### **4.1 Informações e descrição geral da banca**

Para o desenvolver deste tópico, foram utilizadas algumas perguntas direcionadas a sócia proprietária da Banca da Maju, Júlia, perguntas estas que se encontram no apêndice A.

A banca da Maju LTDA criada em março/22 se trata de uma micro empresa composta por duas sócias, irmãs gêmeas e jovens empreendedoras Júlia e Amanda Marchi.

A empresa surgiu a partir de uma oportunidade de negócio e da vontade de uma das sócias, Júlia, de empreender e mudar da área em que atuava, contabilidade.

A oportunidade da compra do ponto comercial e estrutura da loja surgiu em março/2022, em poucos dias foi abraçado a oportunidade e criado a Banca Da Maju, o nome da loja surgiu a partir da união dos nomes das sócias e com o intuito de criar uma marca feminina.

O início da jornada ficou marcada com muita dificuldade, persistência, esforço, mas hoje em dia é um sucesso, muito rentável, com uma boa situação financeira e reserva de emergência para 6 meses.

A empresa está situada em um ponto fixo e alugado anexo a um ponto comercial, Direto do Campo, no Bairro Ipiranga, São José. Aberta em um horário bem estendido sendo de segunda a sexta das 8h às 20h e aos sábados das 8h às 19h.

Com diversas lojas em volta como açougue, loja de produtos naturais, vestuário e utilidades que agregam a clientela e ao movimento do local.

As formas de pagamento para o cliente são: Dinheiro, PIX, cartão de débito e cartão de crédito à vista. Tendo em vista a dificuldade da venda no crédito por conta de taxas altas e aluguel de máquina, são utilizadas as máquinas da marca “Rede” vinculada a conta pessoa jurídica no Banco Itaú.

Situado no ramo de “Comércio varejista de laticínios e frios” e “Comércio varejista de produtos alimentícios em geral” com foco no consumidor final, varejo, a empresa fornece uma grande quantidade de tipos de queijos, para todos os gostos, laticínios em geral; charcutarias, diversas opções de conservas e doces, todos os insumos para uma boa feijoada entre outros produtos no ramo alimentícios.

Vejo que o diferencial da empresa é o atendimento atencioso e simpático.

A empresa ainda sem funcionários é comandada pelas duas sócias responsáveis pela compra, venda, pesquisa de preço, administração, controle, limpeza, divulgação. Com isso, ainda há uma grande dificuldade na informatização, o sistema para que ocorra a administração e o controle são feitos a partir de uma simples planilha, a empresa não há controle de estoque e as notas fiscais ainda são emitidas manualmente no bloco de papel modelo 2.

O marketing também é fraco, não há nenhuma forma de anúncio pago, o Instagram não é muito movimentado possuindo um baixo número de engajamento, mas com o pouco movimento já gera resultados na venda.

A estrutura física da loja possui 15m<sup>2</sup> e conta com três expositores refrigerados como vitrine, freezer vertical para armazenamento dos produtos, mesa para cortar e fracionamento dos produtos, estante para estoque e caixa. Balança digital com impressão de etiquetas com nome, valor, data da embalagem e validade.

Há um contrato de manutenção da loja com um prestador de serviço que realiza manutenções mensais e preventivas nos expositores, freezer, ar condicionado e estrutura física e se mantém a disposição para qualquer emergência como queima e defeito em algum aparelho.

A logística de compra da loja é diária por contar com muitos produtos perecíveis e com a validade curta.

Grande parte dos fornecedores recebem os pedidos via WhatsApp e realizam a entrega diretamente na loja no dia seguinte, mas ainda é necessário a ida semanal ao Ceasa para compra e retirada de algumas mercadorias e a compra de alguns produtos em cidades vizinhas como Antônio Carlos.

Não possuímos nenhum sistema de senha para ordenar a fila e cliente, é feito de forma visual pela ordem de chegada dos clientes. Após iniciar o atendimento, existem algumas variantes, caso o cliente queira algum item que seja embalado ou já etiquetado pulamos as etapas como usar fatiadora ou balança precificadora, mas caso o cliente queira algum item que precisamos cortar ou pesar, utilizamos uma balança da marca PRIX 4 flex, onde deixamos um código pré-estabelecido para cada item com o seu valor por peso, ao finalizar os pedidos, a cobrança é feita em dinheiro, pix ou máquina de cartão da marca Rede e por fim registramos na nossa planilha financeira no computador.

Imagem do modelo e marca da balança utilizada no momento deste estudo, é vista na Figura 4:

Figura 4. Balança PRIX 4 Flex



Fonte: Google.com.br

A seguir é possível ver a empresa e o seu equipamento que presta serviço com sua máquina de cartão, como é ilustrado na Figura 5:

Figura 5. Máquina de Cartão da Rede



Fonte: Google.com.br

No momento não achamos necessária a utilização de sistemas de controle de ponto de horas trabalhadas, estou sempre em contato com minha irmã/sócia e sempre nos ajudamos uma cobrindo a outra quando necessário.

Atualmente a forma como controlamos as vendas é por meio de planilha utilizando o sistema gratuito de planilhas do Google Sheets, meu cônjuge Sergio desenvolveu uma planilha básica automatizada, onde registramos venda por venda, com o valor e em qual formato recebemos dia após dia, na lateral da planilha, há uma tabela que soma todas as informações que vamos alimentando ao longo do mês. A utilização da planilha é feita por um notebook da marca Sony VAIO, básico, mas que nos atende muito bem hoje pois nossa planilha fica na página da web.

Símbolo do software de planilhas utilizado para realizar o controle financeiro na Banca da Maju, conforme a Figura 6:

**Figura 6. Sistema de Planilhas Utilizada**



Fonte: Google.com.br

Imagem ilustrativa do modelo de notebook na Figura 7, usado na Banca da Maju para realizar o controle financeiro, registrando venda por venda na planilha, ele também é usado para se comunicar com os clientes por meio de mensagem.

**Figura 7. Notebook Sony VAIO Utilizado**



Fonte: Google.com.br

Hoje não temos nenhum sistema para fazer o controle do nosso estoque, trabalhamos mais no visual, acompanhando o volume de vendas de cada item, sempre que vemos que algum item está chegando próximo ao fim, mandamos mensagens uma para outra informando a necessidade de realizar o pedido.

Nossa única investida digital é nosso perfil no Instagram, atualmente não temos anúncios pagos em andamento, já tentamos, mas não surtiu muito efeito, adotamos a estratégia de começar a gerar engajamento com nossa página e gerar anúncios de forma orgânica.

Possuímos o contato de alguns clientes, pois temos um número de WhatsApp para a loja, onde este número está divulgado na etiqueta da loja para quando os clientes quiserem enviar mensagens com algum pedido ou algo mais específico, nestes casos, guardamos os contatos.

#### **4.2 Opções Disponíveis para o Plano de Informatização**

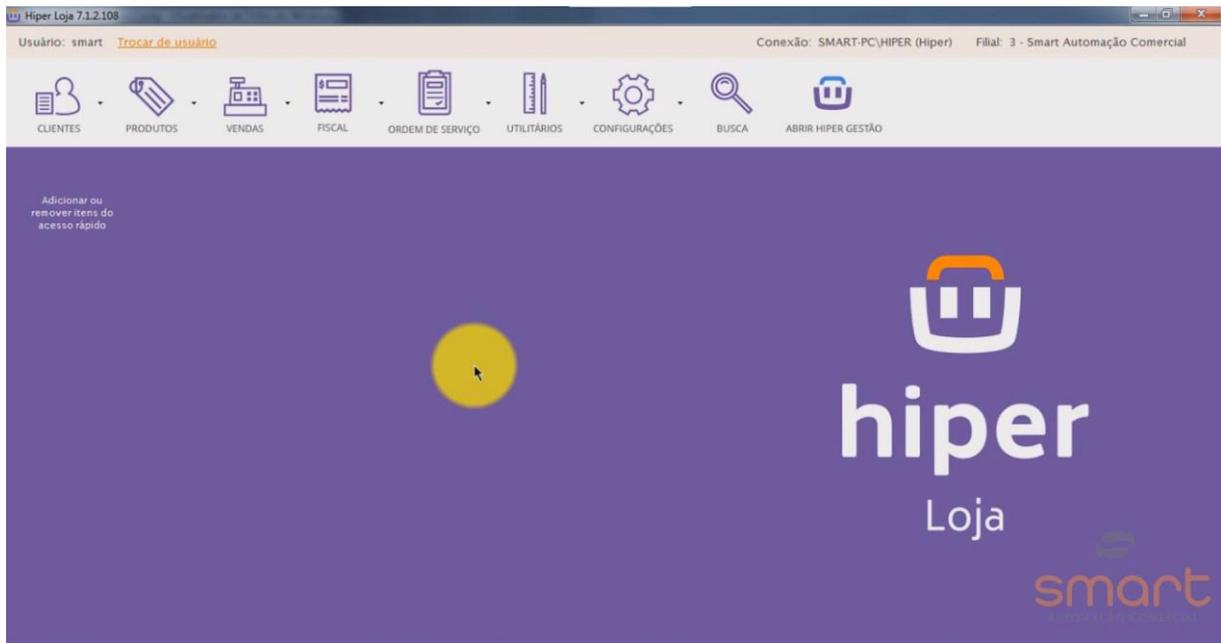
Conforme dito anteriormente na metodologia, foi feita uma pesquisa de campo onde é feito entrevista com os proprietários das lojas próximas a Banca da Maju, no intuito de descobrir

que tipo de sistemas, as áreas de suporte, valores e todo tipo de informação que venha a agregar na decisão de escolha do melhor plano de informatização possível.

A primeira loja a ser explorada foi o Açogue Souza, empresa que concentra suas atividades em venda de cortes de animais. Ao realizar algumas perguntas (apêndice B), ao proprietário Leandro, foi levantado informações importantes, o mesmo alegou usar um sistema de automação comercial da empresa Hiper, que segundo Leandro, atende muito bem sua loja no dia a dia, prestando um serviço de ponto de vende, para efetuar venda por venda, fazendo um link com a área financeira que o sistema possui também, já centralizando seu controle financeiro no próprio sistema e sempre que é preciso lançar alguma despesa, é feito de forma manual no mesmo sistema da Hiper, já atualizando de forma automática no seu controle financeiro. Já no quesito controle de estoque, Leandro afirmou que faz uma pequena varredura diária dos itens em uma planilha física e depois com os dados dessa planilha, alimenta o sistema da Hiper que também lhe dá suporte nesta área. Em relação a cadastro de cliente, Leandro afirmar não possuir, ao ser perguntado se o sistema lhe fornecia este suporte, o mesmo alegou que não. Já em relação aos custos de implementação, foi pago cerca de 500 reais a 2 anos atrás e um valor mensal de 180 reais. Já em relação a implementação, a Hiper passou uma lista dos aparelhos eletrônicos necessários e suas configurações, dando a opção de compra externa ou com a própria Hiper e no mesmo dia já os instruíram a mexer no sistema, sem complicações por ser um layout bem simples e fácil de manejo. Leandro afirma no final das perguntas, estar bem satisfeito com o serviço prestado pela empresa, pois o software atende todas suas necessidades e sempre que precisou de ajuda ou manutenção, há um rapaz designado a prestar esse serviço para a loja dele.

Com o relato de Leandro, podemos ver a que sistema Hiper presta um excelente serviço para a sua loja, possuindo um sistema que atende vários quesitos importantes para a Banca da Maju e possuindo um manuseio muito simples e didático como mostra a Figura 8:

**Figura 8. Tela Inicial do Sistema Hiper.**



Fonte: Leandro, Açogue Souza.

A segunda empresa entrevistada foi a loja de produto natural Universo Natural, onde as perguntas do apêndice B, foram direcionadas a Juliano, o proprietário do negócio. Ao conversar com Juliano e obter as respostas, é surpreendente a maneira simples como é gerida a sua loja e ao ser indagado sobre a sua situação, se é eficaz e o atende, o mesmo responde afirmativamente.

A loja Universo Natural utiliza o meio de software livre, ou seja, não possui um sistema privado com mensalidade e nem custos, Juliano geri sua loja com planilhas de Excel, desenvolvidas por ele mesmo, tanto para o controle financeiro quanto para o controle de estoques. Em relação a parte fiscal de sua empresa, é gerida por uma empresa terceirizada que presta o serviço contábil e as notas fiscais são emitidas de forma física através do bloco de notas. Já o cadastro de cliente, Juliano alega criar e dar manutenção em uma listagem de contatos no próprio aplicativo WhatsApp, tendo como rotina do atendimento, confirmar o numero dos clientes ao finalizar as compras.

Ao final da conversa, Juliano reafirma que não sentiu a necessidade desta automação comercial ainda e que a maneira em que opera até o momento está dando conta do seu fluxo de clientes e da operação por inteira,

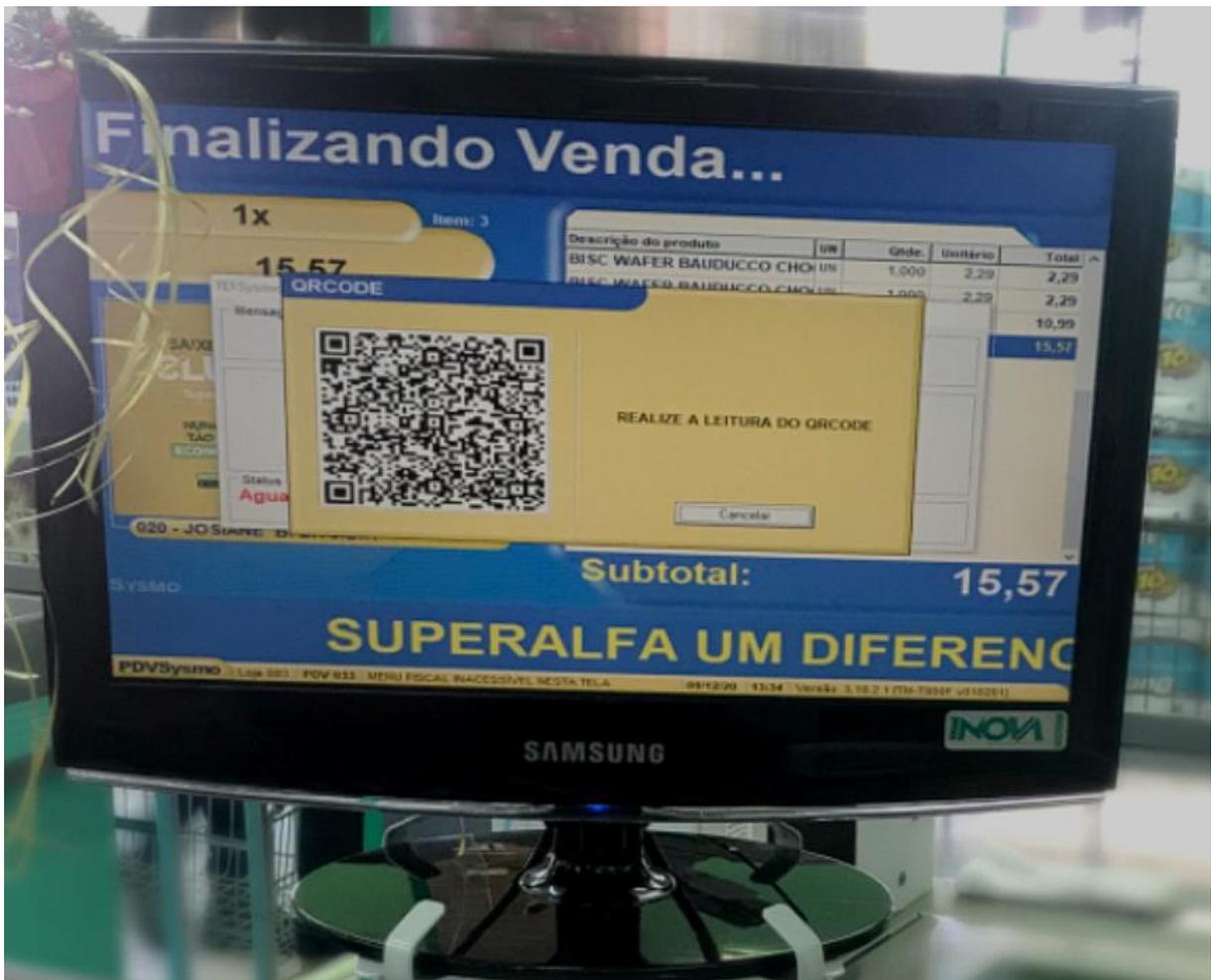
A terceira e última empresa entrevistada foi a Direto do Campo Ipiranga, onde o proprietário Vitor cedeu espaço e seu tempo para colaborar com as informações necessárias.

Ao ser perguntando sobre a informatização da sua empresa, Vitor afirmou que o desempenho se tornou mais eficaz ao aderir a um sistema de automação, da empresa Sysmo. A

parte de controle financeiro é feito através deste mesmo sistema pois tem uma aba exclusiva para tal finalidade, dando suporte através de um sistema CRM e planilhas. Em relação ao controle do seu estoque, Vitor afirma não estar contente com o serviço entregue pelo sistema da Sysmo, pois alega não ter um controle muito eficaz do seu estoque real apenas utilizando o software e precisar diariamente designar um funcionário para conferir suas reservas com o que está no sistema. Em relação a cadastro de clientes, é feito através de listas do aplicativo WhatsApp, tanto para clientes pois possui o serviço de entrega de produtos a domicílio, quanto cadastro de funcionários, pois os mesmos ganham descontos ao comprarem produtos da empresa. Ao falar sobre valores, foi contratado um pacote onde inclui a implementação do sistema, dois computadores, dois teclados, dois mouses, dois monitores, duas impressoras fiscais, duas balanças e duas leitores de tickets, contando também com o valor de instalação e treinamento do software da Sysmo, inicialmente um valor de implementação de 3.499 reais e um valor mensal de 950 reais. No final da conversa, Vitor diz estar muito satisfeito com o serviço prestado pela empresa Sysmo, que apesar do ponto negativo do sistema na parte de controle de estoque, todas as outras áreas que o software abrange alavancam bastante suas vendas e gestão do seu negócio, Vitor afirma que a contratação desta automação comercial levou suas vendas e faturamento para outro patamar.

Vitor autorizou o autor deste trabalho a fotografar a tela do seu sistema de ponto de venda, na bateria de caixa, no momento do pagamento de um cliente, na modalidade PIX que possui este tipo de suporte na tela, gerando o QR Code para que o cliente efetue o pagamento de forma segura e imediata, conforme demonstra a Figura 9:

Figura 9. Tela de Cobrança Sistema Sysmo.



Fonte: Fotografado pelo Autor.

Com a intensão de expandir ainda mais as opções para a formalização da Banca da Maju, este estudo não foi limitado apenas as informações e dados levantados de equipamentos e sistemas utilizados por lojas próximas, mas sim também por pesquisa de softwares que façam sentido para a loja alvo na internet.

Utilizando o site Google.com.br com a frase de pesquisa “Software de automação comercial”. Ao realizar a busca foi encontrado uma empresa chamada Lexos, proprietária de um sistema de automação chamado de Erp, que após uma breve análise foi percebido que se enquadra as necessidades presentes na Banca da Maju. Foi entrado em contato com a empresa via mensagens e retirado algumas informações do site, o sistema mostra-se eficiente para diversos pontos de fraqueza percebidos ao ver a descrição do negócio segundo a proprietária Júlia.

Um ponto onde é o sistema ERP é de grande valia, é o controle de venda, pois há um modulo rápido e intuito de frente de caixa para o atendimento rápido e eficaz sem perder

nenhum passo importante ao longo da venda. O software também ajuda muito pois possui uma área de controle de estoque integrado com a área de vendas, onde visando o estoque, torna-se um ponto praticamente não desenvolvido e explorado pela Banca da Maju. Já para a área financeira, o ERP também tem suporte para tal, tendo em seu layout um espaço reservado e integrado com o restante para o cuidado financeiro da loja. Também há suporte para a criação de um e-commerce e integração para mais lojas em conjunto, para caso futuramente Júlia e Amanda mudem seus planos e comecem a explorar com mais afinco a área digital das vendas e expansão física com mais lojas. O sistema também possui um alto nível de segurança de dados para proteção empresarial e um suporte especializado no sistema para qualquer necessidade eminente que venham gerar dificuldades no manuseio do dia a dia da loja. Também é cedido o serviço de emissão de boletos para pagamento e emissão de nota fiscal.

A empresa Lexos possui um sistema de treinamento e manuseio de todas as áreas de seu software conforme o plano escolhido, onde possui 3 tipos, um básico (PRO) onde só é cedido os serviços mais básicos consecutivamente menos tempo de treinamento e menos quantidades de usuários e emissões de boletos e notas fiscais. Possui também um plano intermediário (ENTERPRISE) onde há um tempo maior de treinamento, mais acessos, usuários e emissões de boleto e nota fiscal. A empresa também tem seu plano avançado (CORPORATE) onde não há uma quantidade de horas determinadas de treinamento nem de emissão de boleto e também nota fiscal. O esquema apresentado para os clientes em seu site referente aos planos disponibilizados que de fácil visualização na Figura 10 a seguir:

**Figura 10. Planos PRO, ENTERPRISE e CORPORATE**

Usuários simultâneos	4	10	Sob consulta
NFe - Nota fiscal eletrônica	300	1.500	Sob consulta
Boleto bancário	150	500	Sob consulta
Estoque	✓	✓	✓
Frente de caixa (PDV)	✓	✓	✓
Financeiro	✓	✓	✓
Estratégia de preço	✓	✓	✓
Compras	✓	✓	✓
Fiscal	✓	✓	✓
Serviços	✓	✓	✓
Suporte	✓	✓	✓
Treinamento	2 hora de treinamento remoto ao vivo	9 horas de treinamento remoto ao vivo	Horas de treinamento remoto ao vivo sob consulta

Fonte: Lexos.com.br

A seguir um print da tela do sistema, onde é realizado e gerenciado o cadastro realizado de todos os clientes, conforme demonstra a Figura 11:

**Figura 11. Tela de Cadastro dos Clientes**

Fonte: Contato Comercial da Lexos.

Temos também um print da tela de estoque, com seu layout mostrando todas as funcionalidades que esta área disponibiliza conforme a Figura 12:

**Figura 12. Controle de Estoque.**

Código	Descrição	Classificação	Unidade	Atual	Preço	CodReferencia
1220	Bermuda Masculina Cargo Saja		UN	29.0000	R\$ 49,90	
1217	Bermuda Saja Masculina		UN	19.0000	R\$ 49,90	
1212	Bermuda Masculina Slim Jeans		UN	39.0000	R\$ 49,90	

Data	Cliente / Fornecedor	Custo	Qtde.	Observações	Tamanho	Cor
03/01/2018	João da Silva		-1	Venda 0053	40	bege
03/01/2018	Fornecedor ABC	R\$ 200,000	10	Movimentação inicial de cadastro do produto	44	bege
03/01/2018	Fornecedor ABC	R\$ 200,000	10	Movimentação inicial de cadastro do produto	42	bege
03/01/2018	Fornecedor ABC	R\$ 200,000	10	Movimentação inicial de cadastro do produto	40	bege

Quantidade Total: **29,00**    Quantidade Reservada: **0,00**    Disponível: **29,00**  
Custo Total do Estoque: **R\$ 580,00**    Custo Atual da Unidade: **R\$ 20,00**

Fonte: Contato Comercial da Lexos.

O sistema também disponibiliza um serviço de interligação bancária, onde é registrado todas as entradas e despesas, para ter um controle de caixa eficiente como demonstra a Figura 13:

**Figura 13. Controle Financeiro.**

Conta: Banco do Brasil Sub-conta: Conta Corrente

De: 05/01/2018 Até: 15/01/2018 Ok  Créditos/Débitos Não Confirmados

Data Pgto.	Recibo	Tipo	Descrição	Val. Pago
04/01/2018				R\$ 598,80
12/01/2018		CUSTO FIXO	Conta de Luz	R\$ 800,00 D
12/01/2018				R\$ -201,20
13/01/2018		Transferência	Transferência entre contas	R\$ 1000,00 C
13/01/2018				R\$ 798,80
14/01/2018		DESPEASAS	Gastos de escritório	R\$ 100,00 D
14/01/2018				R\$ 698,80
15/01/2018		Retirada	Saque	R\$ 500,00 D
15/01/2018	1	Vendas	Venda Nº 0054 - 1/1	R\$ 188,00 C
15/01/2018				R\$ 386,80

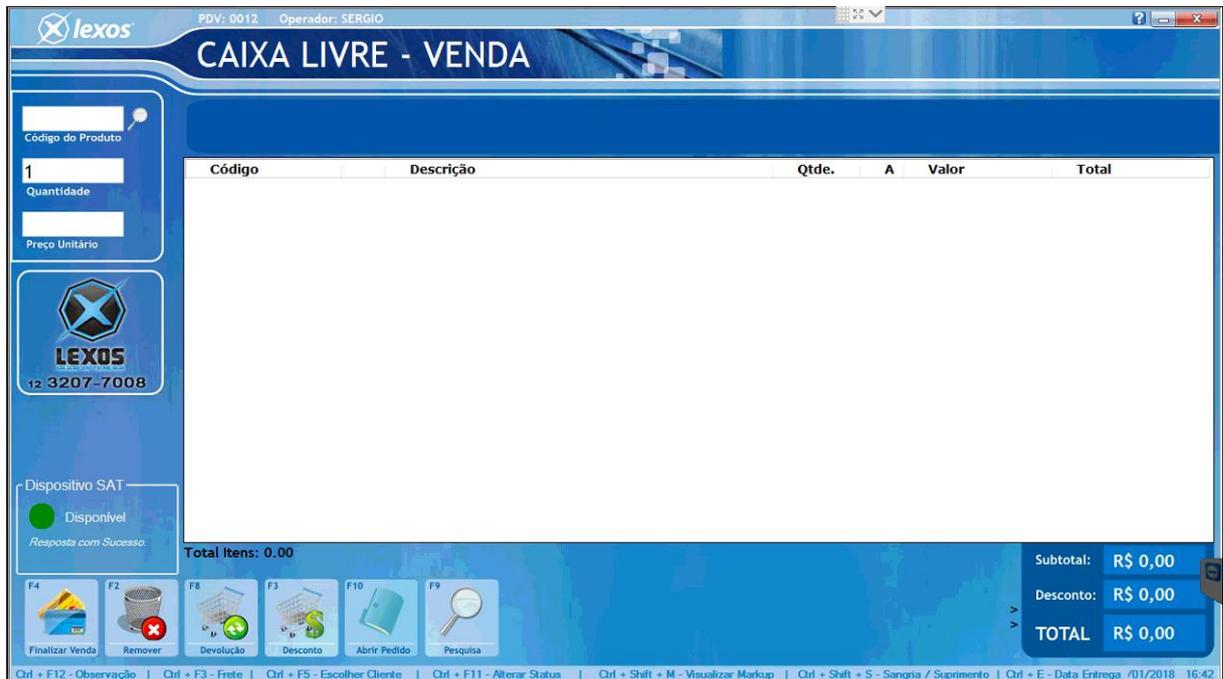
Filtrar por:

Receibimento Pagamento Transferência Depósito Retirada Imprimir

Fonte: Contato Comercial da Lexos.

Outra tela, que muitos consideram a principal, onde é efetivado a venda dos produtos e recolhido o valor da venda, a tela de caixa, como é demonstrado na Figura 14:

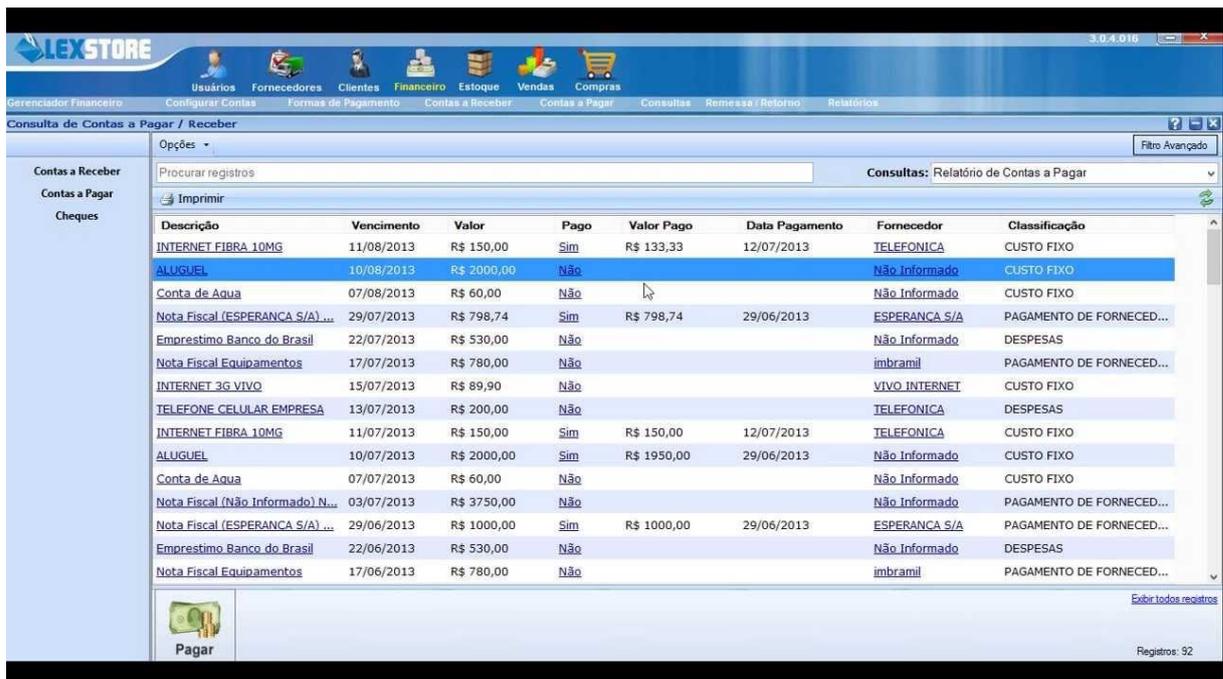
Figura 14. Tela de Caixa – Venda.



Fonte: Contato Comercial da Lexos.

O sistema da Lexos também possui uma aba dedicada a controle de contas a receber e contas a pagar, como demonstra a Figura 15:

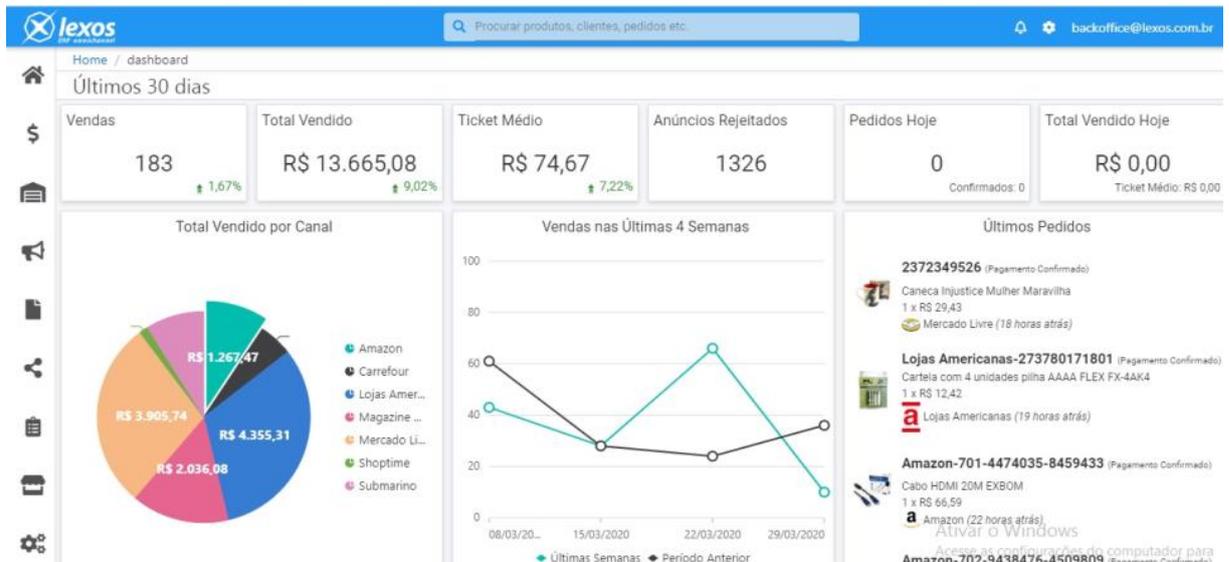
Figura 15. Controle de Contas a Pagar.



Fonte: Contato Comercial da Lexos.

O sistema também possui uma tela de gerenciamento para E-commerce como mostra a figura 16, dando um suporte para que se no futuro, a Banca da Maju deseje expandir seus negócios para vendas digitais, já tenha um sistema para tal.

**Figura 16. Gerenciamento de E-commerce.**



Fonte: Contato Comercial da Lexos.

Mas também deve-se atentar e ressaltar as dificuldades encontradas enquanto o desenvolvimento deste estudo em relação a empresa Lexos, com o objetivo de pôr em uma balança de vantagem e desvantagem na implementação de seu sistema na Banca da Maju. Durante o período de estudo da empresa detectou-se que em nenhum local é mencionado questão de valores dos planos mencionados a cima. Após diversas tentativas de contato com a empresa, em dias e momentos diferentes, foi obtido contato com um colaborador da área comercial do sistema, após uma breve conversa, detalhando como é a realidade da Banca da Maju e o seu atual estágio de informatização, foi concluído um orçamento para a implementação do software que atenderia a melhor maneira possível a loja, sendo um valor mensal de 399 reais, não tendo a necessidade de um pagamento de implementação. É valido ressaltar que o retorno obtido pela empresa não foi satisfatório.

Outro exemplo de sistema de informatização e automação localizada por meio da busca utilizando o site Google.com.br com a frase chave de pesquisa “Software de automação comercial”, foi a G2SISTEMAS, fundada em 2005, ganha grande relevância no cenário de automação comercial desde então. Empresa que se especializou primeiramente no desenvolvimento de softwares focado em farmácias, prestando total suporte técnico e

automação para lojas deste ramo. Conforme o sucesso da investida da empresa, resolveu abranger mais o seu público, hoje prestando softwares personalizados e suporte para diversas áreas do comércio, como sistemas de supermercado, loja de material de construção, casa de peças, livraria e papelaria e comércio em geral.

Este é outro excelente exemplo de opção de escolha para a Banca da Maju, pois a G2SISTEMAS além de prover o serviço de acesso e implementação do sistema, faz a venda caso torne-se necessário dos equipamentos eletrônicos periféricos como mouse, teclado, fone de ouvido, caixa de som, impressoras de cupom fiscal e os equipamentos de montagem para pontos de venda e também há um suporte para certificações digitais integrado no seu pacote de serviços. Outro ponto muito interessante desta opção de empresa, é o seu serviço de consultoria técnica, onde auxilia o cliente no momento de adquirir alvarás, os tramites com a ANVISA entre outros documentos necessários para o funcionamento adequado e regularizado do estabelecimento.

É válido ressaltar também, que a G2SISTEMAS desenvolve muito conteúdo de forma gratuita de dicas e passo a passo para pequenas e micro empresas inicializarem seus processos de informatização, de forma que indicarem um caminho ou ao menos um esboço de que maneira se torna menos dificultoso este processo.

Ao longo do desenvolvimento deste estudo, foi tentando contato com a empresa por meio de mensagem por aplicativo e também por e-mail, porém sem sucesso nos contatos, não possui nenhuma tela ou amostra divulgada na internet da interface de seu sistema ou ao menos valores.

Uma terceira empresa desenvolvedora de software de automação comercial que chamou muito a atenção durante a procura foi a MOURA Sistemas de Gestão, empresa especializada em criar e implementar softwares de automação personalizados para empresas.

Ao entrar em contato com a empresa, obtive um retorno bem satisfatório, o atendimento rápido e satisfatório, onde eliminaram todas as dúvidas presentes sobre as fragilidades apresentadas na Banca da Maju. A SISMOURA, como é chamado o sistema, torna-se de grande interesse de implementação para a Banca da Maju pois ataca e elimina diversas fraquezas enfrentadas por Júlia no seu dia a dia em sua banca, dentre elas a simplificação do sistema financeiro, o tornando-o mais ágil, simples e produtivo, evitando retrabalhos e proporcionando um controle total sobre as finanças da empresa, a parte de recursos humanos, fiscais e vendas, integrando todas as áreas da empresa, gerando relatórios facilitando a tomada de decisão de forma assertiva.

Na área financeira o sistema dá suporte a fluxo de caixa, custos e orçamentos, auxiliando na tomada e elaboração de estratégias de crescimento. No setor de vendas, ajuda a otimizar o planejamento de compras, eleger principais fornecedores, prevenir prejuízos reduzindo custos que consecutivamente auxiliando o crescimento financeiro e efetivo da empresa. Na área de estoque, o sistema tem um suporte de giro de mercadorias para evitar problemas com desperdício e produtos perdidos por conta de validade. Por último, mas não menos importante, o sistema também tem sua área focada na parte fiscal, onde ajuda a organização de tributos e obrigações fiscais, evitando multas e prejuízos para o negócio.

A assinatura do sistema é feita de forma mensal e varia de acordo com a quantidade de unidades, pontos, funcionários, faturamento entre outros fatores, para a precificação do serviço para implementação a Banca da Maju, é necessário montar um plano de necessidades e informações para a empresa, nada mais é que a real situação do negócio, com seus pontos atuais de informatização e necessidade, o agente comercial da SISMOURA se compromete em 72 horas úteis a dar retorno com o orçamento.

Após a entrega do plano de negócio necessário, foi obtido um retorno em menos de 48 horas, no orçamento constava que o custo de implementação inicial fica em 900 reais, contando com um valor mensal de 250 reais, conforme é visto no Quadro 5. A empresa presta um serviço de suporte todos os dias do ano, dias úteis o suporte fica disponível das 8 horas da manhã até 22 horas da noite, sábados 8 horas da manhã a 21 horas da noite e domingo e feriados, das 8 horas da manhã as 20 horas da noite, isto torna-se muito interessante pois abrange todos os horários de funcionamento da Banca da Maju, a facilitando e muito para que qualquer emergência que se depare, consiga um suporte técnico momentâneo. Já com questão de treinamento, a empresa cede uma plataforma online onde promete entregar conteúdo sobre qualquer área que surja dúvida de seus sistemas, tendo um horário de disponibilidade 24 horas por dia.

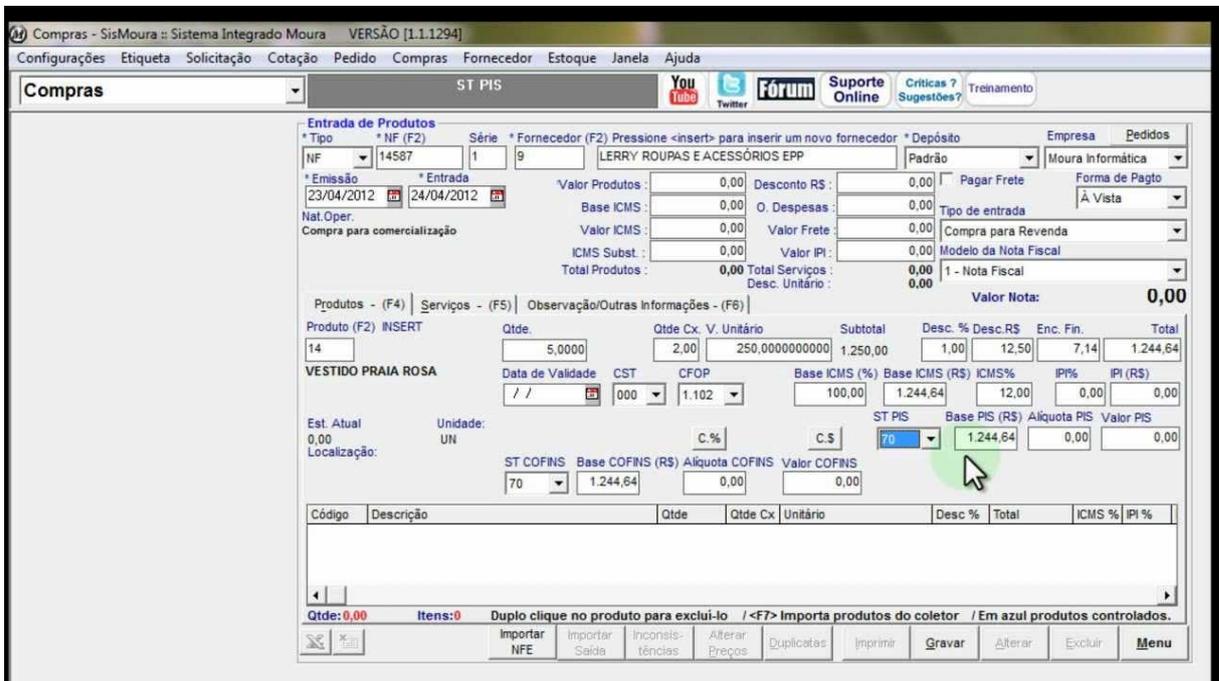
Quadro 5. Orçamento de Implementação

Implantação	Mensalidade	Serviços adicionais
<b>Descrição:</b> valor Normal R\$1800 Desconto black friday 50%  Parcelamento: Entrada +2x	<b>Descrição:</b> Valor normal R\$ 290 Valor com Desconto Black: R\$250  1ª Mensalidade JAN 2024	<b>Descrição:</b>
<b>Valor:</b> 900,00	<b>Valor:</b> 250	<b>Valor:</b>

Fonte: Contato Comercial da Sismoura.

O sistema da SISMOURA da um suporte na área de compras de produtos, tendo uma aba bem completa de informações, prazos e validades conforme é visto na Figura 17:

Figura 17.Tela de Compras



Fonte: Contato Comercial da Sismoura.

O sistema torna-se bem completo ao ver a Figura 18 e todos botões e as opções disponíveis para o manuseio de forma completa da ferramenta.

**Figura 18. Tela Inicial do Sistema e Comandos**



Fonte: Contato Comercial da Sismoura.

Há uma ferramenta de orçamentos bem eficaz disponível também para que o gestor possa utilizar e otimizar todas as operações possíveis, como pode-se ver na Figura 19:

**Figura 19. Tela de Orçamentos.**

PDV - SisMoura :: Sistema Integrado Moura VERSÃO [1.1.1279] [Loja de Roupa]

Vendas Caixa Menu Fiscal Ajuda Janela

Vendedor (F2): 4 DENIS Última Venda 1233 Moura Informática - (16) 3303-6420

22056  
**Camisa Social**

Quantidade 1

Unitário 90,00

Subtotal 90,00

Total do Cupom 0,00

Home - Produto Diversos  
F3 - Gravar ESPERA  
F4 - Imprimir Orçamento  
F5 - Finalizar Venda  
F6 - Alternar

F8 - Cancelar Item do Cupom  
F9 - Buscar ESPERA  
F10 - Consignação  
F11 - Cancelar Venda  
F12 - Reimprimir última venda no ECF  
Shift + F3 - Importar Orçamento  
Shift + F5 - Venda diferenciada  
Shift + F8 - Trocar Comando

**SISMOURA**  
Sistema Integrado Moura

Moura Informática  
www.jasmoura.com.br

Fonte: Contato Comercial da Sismoura.

O sistema SISMOURA possui uma interface própria para suporte, sendo está uma plataforma digital onde todos clientes conseguem um auxilio 24 hora por dia, possuindo todos os pontos onde possa haver alguma dificuldade, é ilustrado este layout de forma bem clara na Figura 20:

Figura 20. Interface de Suporte do Sistema.



Fonte: Contato Comercial da Sismoura.

Possui uma tela específica para depósito, onde o usuário pode deixar registrado todos os itens enumerados, registrar valores, quantidades, datas de validade, fornecedores e diversas outras informações relevantes. Com a Figura 21, fica de forma clara o manuseio desta área.

Figura 21. Controle de Depósito.

Selecionar o Depósito

---

**Entrada de Produtos (C\_Entrad)**

\* Tipo: NF   \* NF (F2): 365247   Série: 1   20   \* Fornecedor (F2): Pressione <insert> para inserir um novo fornecedor   \* Depósito: Padrão   Empresa: RESTAURANTE DO PI   Pedidos: [v]

\* Emissão: 17/07/2012   \* Entrada: 17/07/2012   Valor Produtos: 0,00   Desconto RS: 0,00   Reservado: 0,00   Forma de Pagto: À Vista

Nat Oper.   Base ICMS: 0,00   O. Despesas: 0,00   Tipo de entrada: Compra para Revenda

Valor ICMS: 0,00   Valor Frete: 0,00   Valor ICMS Subst.: 0,00   Valor IPI: 0,00   Modelo da Nota Fiscal: 1 - Nota Fiscal

Total Produtos: 0,00   Total Serviços: 0,00   Desc. Unitário: 0,00   Valor Nota: 0,00

Produtos - (F4) | Serviços - (F5) | Observação/Outras Informações - (F6)

* Produto (F2)	F4 - Cód. no Fornecedor	Qtde	Qtde Cx.	* V. Unitário	Subtotal	Desc. %	Desc R\$	Enc. Fin.	Total
	INSERT (Novo Produto)	1,0000	1,00	0,0000000000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Data de Validade: / /   CST:   \* CFOP:   Base ICMS (%): 0,00   Base ICMS (R\$): 0,00   ICMS%: 0,00   IPI%: 0,00   IPI (R\$): 0,00

Est. Atual: 0   Unidade:   Base ICMS ST (R\$): 0,00   ICMS ST (R\$): 0,00   ICMS ST (%): C.%   ST PIS: 70   Base PIS (R\$): 0,00   Alíquota PIS: 0,00   Valor PIS: 0,00

Localização:   ST COFINS: 70   Base COFINS (R\$): 0,00   Alíquota COFINS: 0,00   Valor COFINS: 0,00

Código	Descrição	Qtde	Qtde Cx	Unitário	Desc %	Total	ICMS %	IPI %

Qtde: 0,00   Itens: 0   Duplo clique no produto para excluí-lo / <F7> Importa produtos do coletor / Em azul produtos controlados.

Fonte: Contato Comercial da Sismoura.

Já uma das telas primordiais é a de vendas, onde é necessário conter todas as informações necessárias e de forma simples, de fácil visualização e manuseio, como mostra a Figura 22, o sistema SISMOURA possui essas características.

**Figura 22. Layout de Vendas**

Vendas Caixa Menu Fiscal Ajuda Janela

PDV Quando tiver dúvidas, tecle F1 25/04/2012 11:43

**Movimentação - PDV**  
 Usuário Ativo  
**MOURA**  
 Operação:

Valores

Dinheiro

Cheque à Vista

Cartão

À Prazo

Ticket

Cheque à Prazo

**Total Informado: 0,00**

Imprimir Relatório

OK Menu

PDV: 01 DATA: 25/04/2012 11:15:46  
 ABERTURA: 25/04/2012 11:12:33  
 No. de Vendas: 7

ABERTURA

Dinheiro	:	100,00 +
----------	---	----------

VENDAS

Dinheiro	:	500,00 +
Cheque à Vista	:	600,00 +
Cartão	:	300,00 +
Crediário	:	418,36 +
Ticket	:	50,00 +
Cheque à Prazo	:	420,00 +
SUBTOTAL	:	2.288,36 =
<b>TOTAL</b>	:	<b>2.288,36 =</b>

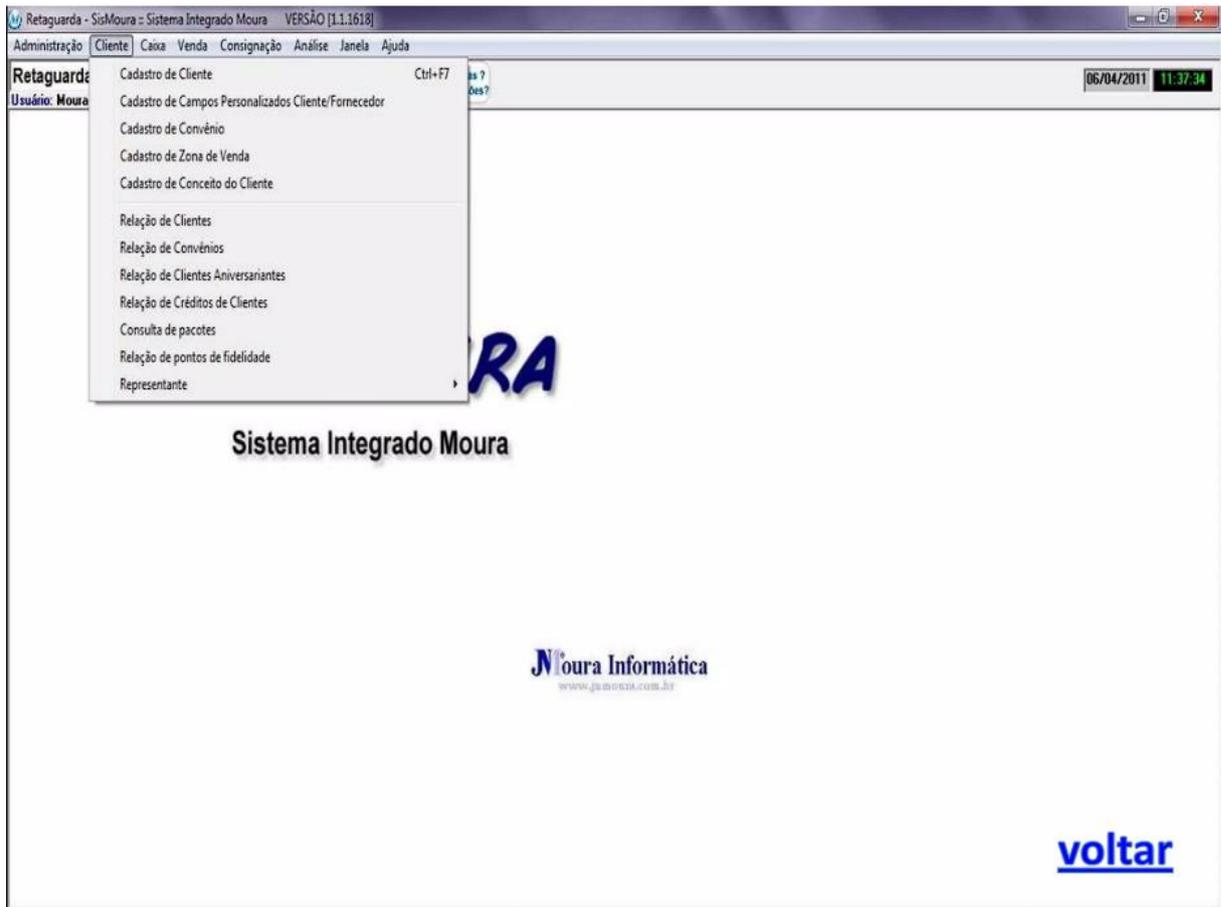
RECEBIMENTO EM CARTÃO: (VENDA + REC CLIENTE)

TOTAL CRÉDITO	:	100,00
TOTAL DÉBITO	:	200,00
<b>TOTAL NO CAIXA</b>	:	<b>1.970,00 =</b>

TOTAL EM DINHEIRO 600,00  
 TOTAL EM CHEQUE À VISTA 600,00  
 TOTAL EM CARTÃO 300,00  
 TOTAL EM CREDIÁRIO 418,36  
 TOTAL EM TICKET 50,00  
**TOTAL EM CHEQUE À PRAZO 420,00**

Fonte: Contato Comercial da Sismoura.

O sistema SISMOURA também possui uma área própria para a realização e manutenção de cadastro de clientes, como demonstrado na Figura 23:

**Figura 23. Tela Inicial do Sistema e Comandos 2.**

Fonte: Contato Comercial da Sismoura.

Pode ser visto também, o quão completo é o software por ter uma aba destinada a visualização e monitoramento de atividades, área está denominada pelo sistema como “retaguarda” como demonstra a Figura 24:

Figura 24. Controle de Retaguarda.

Retaguarda - SisMoura - Sistema Integrado Moura - VERSÃO [1.1.1618]

Administração Cliente Caixa Venda Consignação Análise Janela Ajuda

Retaguarda Usuário: Moura

Relação de Vendas no Período (R\_DemVen)

Período de Vendas  
 Data Inicial: 14/01/2011 Data Final: 14/01/2011 Zona Venda (F2): Todas Comissionado (F2): Todos

Segmento (F2): Todos Barrio: Intervalo de Vendas: Lista de Preço: <<Todos>>

Empresa: PDV: <<Todos>> Consultar

Caixas do Período: Tipo Desconto: <<< Todos >>>

Somente vendas com cliente  
 Ordenar Código das Vendas na ordem DECRESCENTE  
 Apenas Entrega (Delivery)  
 Filtrar pela Observação  
 Apenas Farmácia Popular

Venda	Data - Hora	Cliente	Dependente	Total de Produtos	Sub-Total	Desconto R\$	Desc
1106498	14/01/2011 18:53:27			2,000	4,80	0,00	
1106499	14/01/2011 18:59:53	MOURA		3,000	2,35	0,00	
1106500	14/01/2011 19:00:11			1,000	14,89	0,00	
1106501	14/01/2011 19:03:25			8,000	20,80	0,00	
1106502	14/01/2011 19:03:45			1,000	2,80	0,00	
1106503	14/01/2011 19:05:04			12,000	27,32	0,00	

Valores das Vendas    Peso total = Qtde. itens vendidos x Peso produto    Dê um duplo clique na venda para mais informações

(-) Valor Total:	4.241,38	Total de Produtos:	974,597
Desconto de vendas:	0,00	Total de Vendas:	117
Desconto de trocas:	0,00	Média de Desconto R\$:	0,00
Crédito total clientes:	0,00	Média de Desconto (%):	0,000000
(-) Desconto Total:	0,00	Total de Desconto Unitário:	0,00
(+) Acréscimo Total:	0,00		
(=) Valor Total Final:	4.241,38		

< Página: 1 >

Imprimir Menu

voltar

Fonte: Contato Comercial da Sismoura.

O sistema também possui uma aba exclusiva destinada para o controle do setor de recursos humanos, contendo o cadastro e registro de todos os funcionários de forma prática e fácil como demonstra a Figura 25:

**Figura 25. Controle de RH.**

The screenshot shows a web-based form titled "Cadastro de Funcionário (C\_Usuari)". The form is organized into several sections:

- Header:** "RH - SisMoura - Sistema Integrado Moura - VERSÃO [1.1.1.121]" and "Funcionário Horas Trabalhadas Janela Ajuda".
- User Info:** "Usuário: Moura" and a date/time stamp "11/04/2011 14:02:03".
- Form Fields:**
  - Código (F2) \* Nome:** "1" and "AVALIA".
  - \* Abreviação:** "AVALIA".
  - Data do Cadastro:** "11/04/2011".
  - Situação:** A dropdown menu.
  - Endereço:** A text input field.
  - Número Barro:** A text input field.
  - CEP:** A text input field.
  - Cidade (F2):** A dropdown menu.
  - \* Empresa:** A dropdown menu with "MOURA INFORMATICA" selected.
  - Data de Nascimento:** A date input field.
  - Naturalidade (F2):** A dropdown menu.
  - Grupos de Usuário:** A dropdown menu.
  - Fone:** A text input field.
  - Celular:** A text input field.
  - Estado Civil:** A dropdown menu.
  - RG:** A text input field.
  - Emissão do RG:** A date input field.
  - Órgão Expedidor:** A dropdown menu.
  - CPF:** A text input field.
  - Nº Reservista:** A text input field.
  - Número Tit. Eleitor:** A text input field.
  - Zona:** A dropdown menu.
  - Secção:** A dropdown menu.
  - Dados Complementares:** Includes checkboxes for "Filho(a)", "Vendedor", and "Demitido".
  - Nº Cart. Habilitação:** A dropdown menu.
  - Nível:** A dropdown menu.
  - Data de Admissão:** A date input field.
  - Data de Demissão:** A date input field.
  - Cargo (F2):** A dropdown menu.
  - Salário Contratual:** A text input field.
  - Nome da Mãe:** A text input field.
  - Nascimento de Mãe:** A date input field.
  - Nome do(a) Cônjugue:** A text input field.
  - Período de Contrato de Experiência:** A date input field.
  - Conta Corrente:** A text input field.
  - Agência:** A text input field.
  - Banco:** A dropdown menu.
  - Nome do Banco:** A text input field.
  - E-Mail:** A text input field.
- Buttons:** "Adicionar" and "Remover".
- Footer:** "volar" logo.

Fonte: Contato Comercial da Sismoura.

Por fim, o sistema também tem de forma integrada a emissão de notas fiscais e controle de impostos, facilitando bastante para que não haja nenhum problema de fiscalização como demonstra a Figura 26:

**Figura 26. Controle Fiscal e Impostos.**

**Emitir Nota Fiscal (C\_NotaF)**

Empresa: SERV LTDA | Tipo da Nota: Venda | Saída: [ ] | Entrada: [ ] | Série: 1 | Nº da Nota: 000160

Centro de Custo: [ ] | Modelo da Nota: Modelo 1 | \*Tipo NF: Venda [1] | L [0]

\* C.F.O.P. Natureza da Operação: 5.902 RETORNO DE INDUSTRIALIZAÇÃO | 2º C.F.O.P. 2ª Natureza da Operação: [ ] | I.E. do Substituto Tributário: [ ] | Importar Várias Vendas: [ ]

\* Nome / Razão Social (F2 - Cliente): 000003 - BOMB S.A | \* CNPJ / CPF: 40.537/0001-57 | Data da Emissão: 15/03/2011

Endereço: VIA SEBA, 4 | CEP: 14730-000 | Data Saída/Entrada: 15/03/2011

Município: PAULISTA | Incrição Estadual: 60996167 | Hora da Saída: 08:25

Endereço de Cobrança: VIA SEBA, 4 - CENTRO - PAULISTA / SP - CEP: 14730-000

Endereço de Entrega: VIA SEBA, 4 - CENTRO - PAULISTA / SP - CEP: 14730-000

Código	Descrição	C.F.	CST	Unid.	Qtde	Unitário	Total	ICMS	IPI	Valor IPI	Valor ICMS	CFOP	Desc
29	NORYL G/20% (REFUGO DE PROCESSO/BOF)	3	050	KG	6,09189	11,560	70,42	0		0,00	0,00	5.902	
25	NORYL GSN2 780 C/ 20%	3	050	KG	78,62370	11,560	908,89	0		0,00	0,00	5.902	
33	POLICARBONATO DIUREOLON IR. 2200 (REFU)	2	050	KG	5,50043	11,390	62,65	0		0,00	0,00	5.902	

F6 - Alterar os produtos  
 F7 - Informar as faturas  
 F8 - Gerar NF em Lote  
 F9 - Importar uma Saída do Estoque  
 F10 - Importar um Orçamento  
 F11 - Importar uma Consignação  
 F12 - Gerar NF do Palm

Emitir Boleto | Gerar GNRE | Gerar Contas a Receber | Gerar arquivo NF-e | Imprimir | Gravar | Alterar | Menu

Fonte: Contato Comercial da Sismoura.

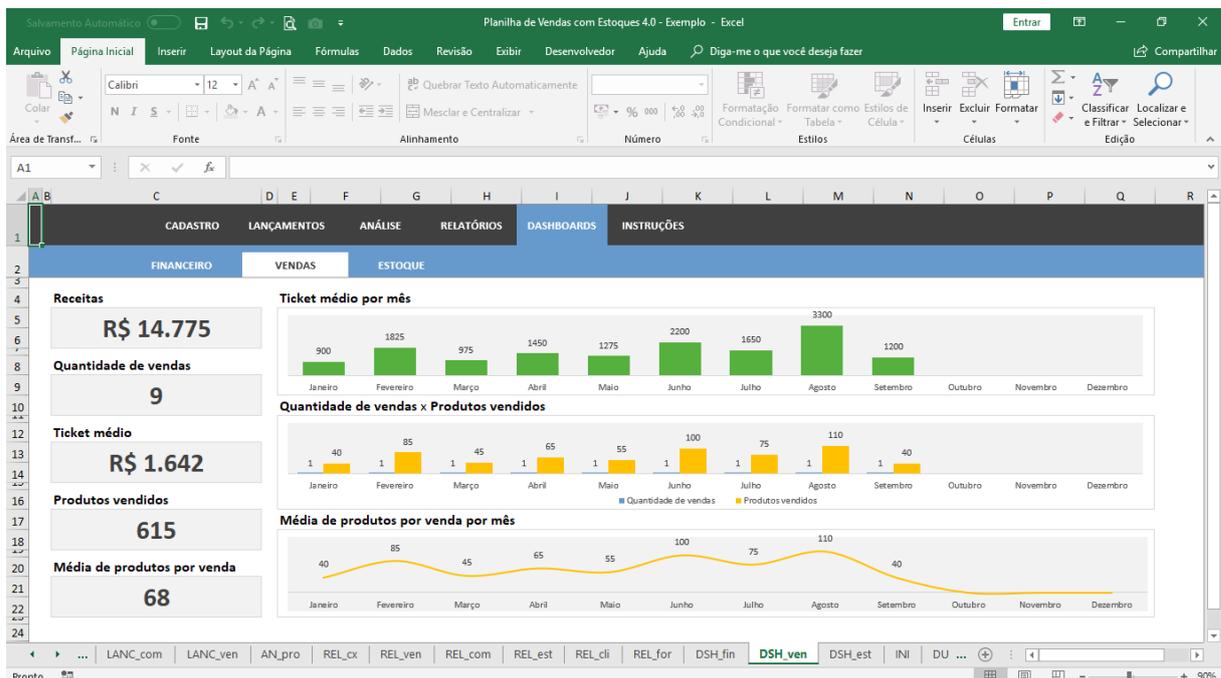
Uma outra alternativa percebida ao realizar buscas no site [www.google.com.br](http://www.google.com.br) usando a frase chave como buscar “Softwares de automação livre”, que lembrando, são sistemas, programas ou aplicativos gratuitos ou com apenas um valor de adesão, sem a necessidade recorrente de mensalidade ou cobranças posteriores, foi encontrado algumas alternativas para sanar as necessidades momentâneas da Banca da Maju, de maneira mais simples e não aprofundada, mas que já resolveria alguns pontos de grande fraqueza encontradas no negócio.

Uma alternativa de software livre identificada foi a utilização de planilhas do Excell ou do próprio Google Sheets que já é utilizado. Ao realizar a busca foi percebido que diversos profissionais vendem planilhas totalmente automatizadas e personalizadas de acordo com as necessidades encontradas. Seguindo esta mesma linha de raciocínio há diversos vídeos online gratuitos instruindo e ensinando a criar planilhas com diversas informações e dados, de forma completamente automatizada, assim podendo ser criado uma planilha automatizada que ao mesmo tempo que é complexa e cheia de dados e fórmulas, torna-se simples pela facilidade do mouse com a automação inserida nela.

Foi entrado em contato com 3 desenvolvedores autônomos e independentes de planilhas automatizadas, no intuito de obter uma média de valores para o orçamento e uma média de prazo para a entrega. O parâmetro utilizado pela precificação destes profissionais é o nível de automatização e de informação é esperado que seja inserido nas planilhas. Ao passar as necessidades apresentada pelas fraquezas da Banca da Maju a esses profissionais, como desenvolvimento de uma planilha financeira, um controle de estoque, cadastro de clientes e uma tela de vendas, obtive uma média de valores cobrados que giram em torno de 1.150,00 reais considerando um pagamento a vista, pelas quatro planilhas juntas em um mesmo arquivo, levando um prazo médio de duas a cinco semanas de desenvolvimento.

Ao solicitar capturas de tela das planilhas já desenvolvidas, os profissionais me encaminharam algumas imagens para ter como parâmetro e conhecer o trabalho prestado pelos mesmos. Como pode ser visto na Figura 27, um exemplo de como a planilha de estoque pode ficar:

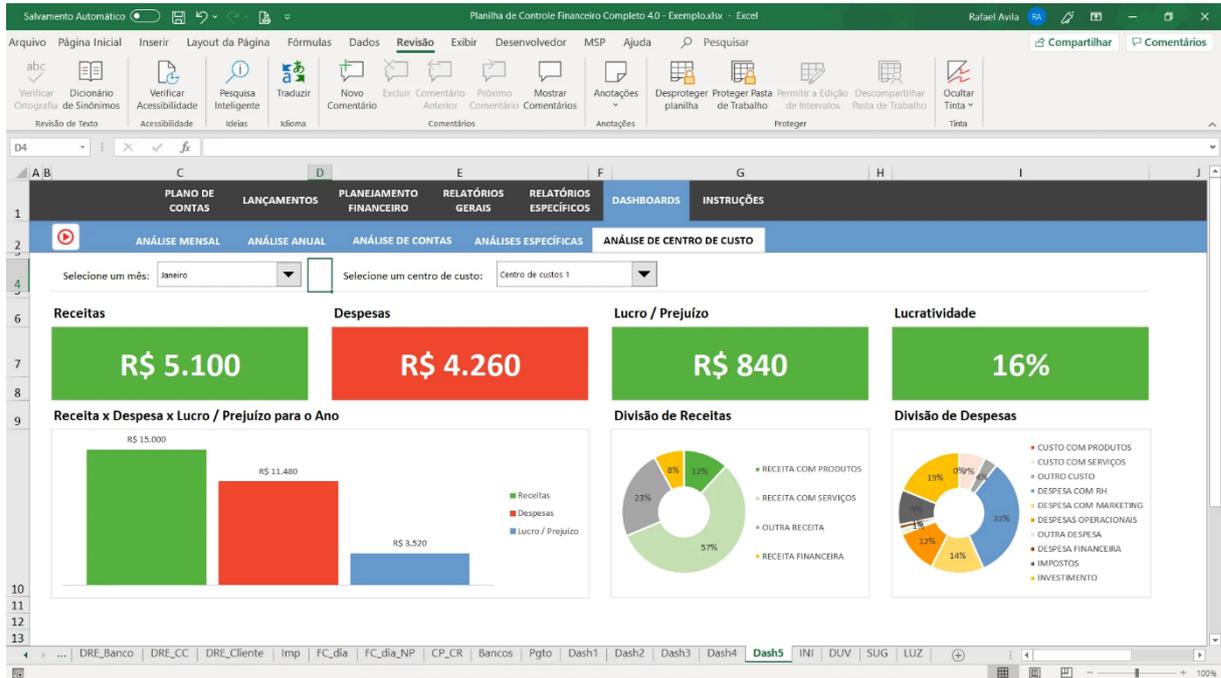
**Figura 27. Planilha de Vendas e Estoque.**



Fonte: Desenvolvedor de Planilhas.

Outra ilustração foi recebida para que o trabalho do profissional para ser usada como exemplo, desta vez foi a de controle financeiro como é demonstrada na Figura 28 a seguir:

**Figura 28. Planilha Personalizada de Controle Financeiro.**



Fonte: Desenvolvedor de Planilhas.

Uma terceira tela foi recebida para dessa vez, consiga ser identificado como ficaria uma planilha automatizada de venda/caixa como demonstra a Figura 29:

**Figura 29. Planilha Personalizada de Vendas.**

The screenshot displays a custom Excel spreadsheet for sales management. The interface is divided into several sections:

- Navigation Sidebar:** Includes buttons for 'PDV', 'ORÇAMENTO', 'ROMANEIO', and 'RELATÓRIO', along with an 'INICIO' icon.
- Form Fields:**
  - CLIENTE:** Consumidor Final
  - CÓDIGO DE BARRAS:** 123123
  - DESCRÇÃO PRODUTO:** 985 - Produto 4
  - QUANTIDADE:** 1
  - PREÇO:** R\$ 25,00
  - TOTAL:** R\$ 25,00
- Table:**

cod - Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
985 - Produto 4	1	R\$ 25,00	R\$ 25,00
145 - Produto 2	1	R\$ 85,00	R\$ 85,00
4579 - Produto 5	10	R\$ 8,50	R\$ 85,00
789 - Produto 3	20	R\$ 56,00	R\$ 1.120,00
123 - Produto 1	15	R\$ 7,20	R\$ 108,00
- Summary:**
  - ITENS:** 5
  - TOTAL:** R\$ 1.423,00
- Buttons:** NOVO, ALTERAR, EXCLUIR, RELATÓRIO, CANCELAR, FINALIZAR.

Fonte: Desenvolvedor de Planilhas.

### 4.3 Plano de informatização da Banca da Maju.

Levantando diversas opções disponíveis no mercado e realizando uma pesquisa de mercado, descobrindo o qual tipo de sistemas as lojas aos redores da Banca da Maju estão utilizando, chegou-se a uma conclusão de qual a melhor rota a ser seguida para iniciar o plano de informatização da empresa.

Ao conversar com Júlia novamente, para uma elaboração do plano de automação de sua banca, foi chegado a um consenso de que os softwares livres, representados no item 4.2 por planilhas prontas de automatização, não fazem mais tanto sentido por conta da movimentação financeira, quantidade de clientes atendidos todos os dias e registro de vendas, considerando também que Julia está sentindo a necessidade de um suporte digital para emissão de notas fiscais e este exemplo de software livre não a daria suporte para este quesito.

Partindo para as empresas que vendem softwares de automação comercial, tanto as encontradas pela busca online tanto quanto as que estão em uso pelas lojas vizinhas, foi feito um levantamento de alguns pontos no intuito de comparar os setores de cada uma para que chegue a um consenso de qual empresa tem o melhor custo e benefício a oferecer a Julia e sua empresa.

O primeiro comparativo mostrado no Quadro 6, é em relação a agilidade e eficaz que a empresa tem no momento de seu suporte, isto é, quando é preciso algum retorno da empresa seja para qual motivo for, o quão bom é este atendimento,

**Quadro 6. Comparativo de Eficiência das Empresas ao contata-las.**

<b>Nome da Empresa</b>	<b>RUIM</b>	<b>INTERMEDIÁRIO</b>	<b>BOM</b>
Hiper			<b>X</b>
Sysmo			<b>X</b>
Lexos		<b>X</b>	
G2SISTEMAS	<b>X</b>		
Sismoura			<b>X</b>

Fonte: Elaborado pelo Autor.

O próximo ponto de comparativo entre as empresas é em relação aos valores praticados por elas, levando em consideração apenas o valor de mensalidade e que todas as empresas analisadas possuem pontos em comum com a Banca da Maju em relação a quantidade de pontos de vendas, de telas, maquinário e outros itens, ambas nestes quesitos estão quase equiparadas, já os orçamentos levantados pelas empresas na pesquisa online, são valores já destinados a situação atual em que a Banca da Maju se encontra, sendo assim não havendo uma distorção de valores. Foi desconsiderando o valor de implementação das empresas pois é analisado que varia muito em relação aos pacotes ofertados como por exemplo, se são necessários os equipamentos periféricos ou se vai precisar da visita de alguém para montados. O comparativo de valores das mensalidades pode ser visualizado de forma fácil no Quadro 7 a seguir:

**Quadro 7. Valores de Mensalidade.**

<b>NOME DA EMPRESA</b>	<b>VALOR DE MENSALIDADE</b>
Sysmo	950
Lexos	399
Sismoura	250
Hiper	180
G2sistemas	Sem retorno

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Visando a melhor alternativa possível dentre todas as empresas levantadas, chegou a um consenso que a melhor empresa que atenderia a Banca da Maju é a empresa Hiper, que é utilizada pela sua empresa vizinha Açougue Souza.

Esta escolha deu-se por conta da empresa Hiper ter boas recomendações de Leandro e apresentar o melhor custo e benefício em relação a suas concorrentes. O software abrange todos os pontos de fraqueza atuais da Banca da Maju, assim a auxiliando tanto com um ponto de venda para atender seus clientes, quanto com a parte financeiro pois tem integração com esta área e também com a parte de controle de estoque, que hoje é seu maior ponto de fraqueza, desta forma ajudando a evitar desperdícios e prejuízos desnecessários alavancando ainda mais seus resultados financeiros.

Este sistema da Hiper também dá suporte a emissão de notas fiscais de forma digital, onde Júlia deixaria de emitir as notas com o bloco físico e passaria a emitir diretamente de seu computador.

Em relação a mensalidade, a empresa Hiper mostrou-se com o menor valor mensal a ser cobrado e mesmo assim, abrangendo todas as necessidades presentes e melhorando a qualidade profissional da empresa, consecutivamente os resultados financeiros que a empresa terá.

Considerando os periféricos necessários para a implementação do sistema, Júlia não precisará ter nenhum investimento com equipamentos eletrônicos inicialmente, exceto pela maquininha de cupom fiscal, porém de fácil acesso a aquisição sem problemas muito maiores, os equipamentos que já possui são suficientes para dar início a utilizado do software. Fica como um conselho futuro para Júlia, adquirir uma máquina leitora de código de barra e a maquininha de cupom fiscal para sua empresa, assim podendo desfrutar com mais maestria dos serviços entregues pelo sistema da Hiper.

Com todos os dados, é definido que a proposta de informatização da Banca da Maju terá como suporte e investimento principal, os serviços prestados pela empresa Hiper e seu software de automação comercial.

## CONCLUSÃO

Este estudo teve como principal foco identificar as possibilidades de informatizar negócios e gerar uma proposição de plano de informatização destinada a Banca da Maju, mas não excluindo a possibilidade e os meios para as demais empresas ou micro empresas que desejam dar início a sua informatização também.

Os objetivos deste estudo de analisar as necessidades da empresa de Júlia, identificar as oportunidades e gerar um plano de informatização, foram alcançados com sucesso, visto que foi possível identificar os pontos de fraqueza gerados pela falta de informatização, com isso levantar informações sobre diversas empresas prestadoras deste nicho de serviço e elaborado o melhor custo e benefício para atender suas necessidades.

Com isso, foi possível responder o questionamento feito no início do estudo “Qual a melhor alternativa para informatizar a banca da Maju?”, visto que de todas as possibilidades levantadas, a oportunidade mais vantajosa, com melhor custo e benefício disponibilizado é a da empresa Hiper, para sanar as dificuldades corriqueiras de Júlia em seu negócio

Um ponto interessante de destaque trazido por esta pesquisa para as micro e pequenas empresas é de que há diversas possibilidades de informatização e automação comercial disponíveis no mercado, algumas mais simples que requerem menos investimentos e outras mais complexas que requerem investimentos maiores, porém qualquer opção já tem seu grau de importância e relevância na eficiência e eficácia da empresa em seus procedimentos, assim alavancando e gerando resultados cada vez melhores.

Espera-se deste estudo que possa ajudar qualquer negócio que estejam começando o seu processo de informatização e automação comercial, ou até mesmo empresas que não estejam contente com seu nível atual. Mesmo tendo a limitação vista e apresentada pela Banca da Maju, de suas fraquezas e necessidades, tendo assim o foco voltado para a sua realidade, creio que a pesquisa demonstra pontos a serem observados para a escolha do software certo para qual seja o ramo ou desenvolvimento do negócio.

Considerando o método utilizado neste estudo e que o conhecimento não é finito, recomenda-se para futuros interessados sobre o tema, que façam levantamento de exemplos do que as empresas na sua região utilizam de software de automação e de que ampliem para próximas etapas de informatização comercial, não se limitando apenas ao primeiro passo a dar mas sim já melhorias possíveis para a alavancagem ainda maior da organização.

## REFERÊNCIAS

ALBERTIN, A. L. **Comércio Eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação.** 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ALECRIM, E. **O que é Tecnologia da Informação?** 27 mar. 2013. Disponível em: <https://www.infowester.com/ti.php>. Acesso em: 09 jun. 2023.

ALMEIDA, Mário de Souza. **Informática Básica: Word, Writer, PowerPoint e Impress.** Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/273783482\\_Informatica\\_Basica\\_Word\\_Writer\\_PowerPoint\\_e\\_Impress](https://www.researchgate.net/publication/273783482_Informatica_Basica_Word_Writer_PowerPoint_e_Impress). Acesso em: 16 set. 2023

ALMEIDA, Mário de Souza. **Projeto de Estágio.** Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/322931394\\_Projeto\\_de\\_Estagio](https://www.researchgate.net/publication/322931394_Projeto_de_Estagio). Acesso em: 27 nov. 2023

BATISTA, Emerson de Oliveira. **Sistemas de informação: o uso consciente da tecnologia para o gerenciamento.** São Paulo: Saraiva, 2006.

BERALDI, L. C. **Impacto da tecnologia de informação na gestão de pequenas empresas.** Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/bgDCMyb7DLNqFBdyvBCmcLm/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 24 out. 2023.

CARDOSO, Simone. KAWAMOTO, Márcia Hiroko. MASSUDA, Ely Mitie. **Vista do COMÉRCIO ELETRÔNICO: O VAREJO VIRTUAL BRASILEIRO.** Disponível em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revcesumar/article/view/7440/3500>. Acesso em: 23 out. 2023.

COX, Annette et all. **Productivity in the retail sector: Challenges and opportunities.** (2016) Disponível em: <http://www.employment-studies.co.uk/system/files/resources/files/ukces0816d.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2023

DAVIS, F. Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, v. 13, n.3, p.319-340, set. 1989.

DAVIS, Fred D.; BAGOZZI, Richard P.; WARSHAW, Paul R. User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management Science*, Vol. 35, No. 8, agosto de 1989

DE LIMA, F. S. **A AUTOMAÇÃO E SUA EVOLUÇÃO**. Disponível em: <[https://dca.ufrn.br/~affonso/FTP/DCA447/trabalho1/trabalho1\\_16.pdf](https://dca.ufrn.br/~affonso/FTP/DCA447/trabalho1/trabalho1_16.pdf)>. Acesso em: 12 out. 2023.

ESCRIVÃO FILHO, Edmundo. Vista do Impacto da tecnologia de informação na gestão de pequenas empresas. *In: ESCRIVÃO FILHO, Edmundo. Portal OJS do Ibict de periódicos técnico-científicos.* brasil: [s. n.], 2000. p. 47-48. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/898/935>. Acesso em: 9 jun. 2023.

FREITAS, Solange Leandro de; TELES, Carlos Alberto M. de S. Minimizando a Exclusão Digital - Utilização de Software Livre em Processos Educacionais. XII Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas, São Paulo, 2002

FURTADO, Bruno; TAMASO, Roberto. **Varejo de alimentos: as seis grandes tendências para o setor em 2022 | Brasil.** 25 fev. 2022. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/br/our-insights/all-insights/varejo-de-alimentos-as-seis-grandes-tendencias-para-o-setor-em-2022>. Acesso em: 11 jun. 2023.

**G2 Sistemas Automação Comercial - Home.** Disponível em: <<https://g2sistema.com.br/>>. Acesso em: 16 nov. 2023.

GLEBERTY, Guto. **Como informatizar o meu comércio: o que é preciso?** - G2 Sistemas. 27 jul. 2020. Disponível em: <https://g2sistema.com.br/informatizar-comercio/>. Acesso em: 13 jun. 2023.

GUPTA, S. et al (2006). Marketing innovation: A consequence of competitiveness. **Journal of Business Research**, 69(12), 5671-5681. doi:10.1016/j.jbusres.2016.02.042.

GUTIERREZ, Regina Maria Vinhais; ALEXANDRE, Patrícia Vieira Machado. *Complexo Eletrônico - Introdução ao Software*. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 20, p. 3-76, set. 2004.

HEXSEL, Roberto A. *Propostas de Ações de Governo para Incentivar o Uso de Software Livre*. Relatório Técnico do Departamento de Informática da UFPR, N° 004, 2002.

JOSÉ, Carlos dos Santos Vinhais. **Fatores Determinantes de Sucesso na Adoção de Softwares Livres em Empresas Privadas: Algumas Evidências Empíricas**. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/3696/ACF21E.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 9, Jun, 2023.

LAURINDO, F. J.B. **Tecnologia da informação como suporte às estratégias empresariais**. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005. Disponível em: [www.poli.usp.br](http://www.poli.usp.br). Acesso em: 09 jun. 2023.

MAITELLI, A. L. (2001). **Controladores Lógicos Programáveis**, Apostila.

MARIA, A. et al. **AUTOMAÇÃO: a inserção da biblioteca na tecnologia da informação**. Disponível em: [https://www.brapci.inf.br/\\_repositorio/2010/11/pdf\\_f62112ca5a\\_0013243.pdf](https://www.brapci.inf.br/_repositorio/2010/11/pdf_f62112ca5a_0013243.pdf). Acesso em: 13 out. 2023.

MARTINS, G. M. *Princípios de automação industrial*. [S.l.: s.n.], 2012. 18

MAZZO, Danny Alexandre. **Como a Informatização Pode Ajudar o Seu Negócio?** Disponível em: <https://superempresa.com.br/blog/como-a-informatizacao-pode-ajudar-o-seu-negocio/>. Acesso em: 9 jun. 2023.

**Página principal - SisMoura Sistema para Varejos em geral**. Disponível em: <https://sismoura.com.br/>. Acesso em: 16 nov. 2023.

SCANDIUZZI, F.; OLIVEIRA, M. M. B.; ARAÚJO, G. J. F. D. **A Logística no Comércio Eletrônico B2C: um estudo nacional multicaseos**. Revista de Estudos do CEPE, Santa Cruz do Sul, v. 34, p. 231-241, Jul- Dez 2011.

SEBRAE. **Qual a importância da tecnologia no seu comércio? - Sebrae SC.** 1 jul. 2017. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/qual-importancia-da-tecnologia-no-seu-comercio>. Acesso em: 9 jun. 2023.

**Soluções para vender mais e dar conta de tudo.** Disponível em: <https://www.lexos.com.br/>. Acesso em: 16 nov. 2023.

STAIR, Ralph M.; REYNOLDS, George W. **Princípios de sistemas de informação:** uma abordagem gerencial. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2002

VENKATESH, V. et al. User acceptance of information technology: toward a unified view. MIS Quarterly, v. 27, n.3, p.425-478, set. 2003.

ZIMMERER, T. W. SCARBOROUGH, N. M. **Essentials of small business management.** Macmillan College Publishing Company, 1994.

## APÊNDICE A

1. Descreva a Banca da Maju;
2. Quais equipamentos de informatização são utilizados ao longo do atendimento?
3. Vocês possuem algum sistema para registrar ponto de horário trabalhado?
4. Possuem algum Sistema de controle financeiro?
5. Como funciona o controle de estoque? Possui algum sistema?
6. Hoje vocês investem na área digital da empresa?
7. Os clientes que vocês possuem, estão registrados em algum banco de dados ou em algum tipo de cadastro?

## APÊNDICE B

1. Qual o sistema que utiliza, pago ou gratuito?
2. Como é feito o controle financeiro?
3. Como é feito o controle de estoque?
4. Possui algum cadastro de clientes?
5. Qual o custo de implementação do sistema?
6. Esse sistema atende bem as necessidades?
7. Qual valor mensal pago?
8. Se o atendimento da empresa é bom
9. Empresa deu treinamento?
10. Foi bom o treinamento ou não?
11. A quanto tempo usa o sistema?
12. Quem forneceu os equipamentos?
13. Se menos de 1 ano instalado, quanto foi a instalação?