

Ferramentas Estratégicas de Gestão da Informação: um Estudo de Caso sobre o Nível de Conhecimento e Utilização por parte dos Colaboradores de uma Empresa do Setor Sucroalcooleiro

Strategic Information Management Tools: A Case Study on the Level of Knowledge and Use by Employees of a Company in the Sugar and Alcohol Sector

DOI:10.34117/bjdv7n5-174

Recebimento dos originais: 07/04/2021

Aceitação para publicação: 10/05/2021

Lucas de Paula Cortez

Pós-Graduado em Banco de Dados pela Universidade de Franca
Instituição: Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Endereço: R. Dr. João Palma Travassos, 490, Ribeirão Preto - SP, 14.091-180
E-mail: lucaspcortez@yahoo.com.br

João Paulo Leonardo de Oliveira

Doutor em Engenharia Aeronáutica e Mecânica pelo Instituto Tecnológico de Aeronáutica.
Instituição: Centro Universitário Unifafibe
Endereço: R. Prof. Orlando França de Carvalho, 325, Bebedouro - SP, 14701-070
E-mail: joao.oliveira@unifafibe.com.br

Eduardo Meireles

Doutor em Engenharia Urbana pela Universidade de São Carlos
Instituição: Universidade do Estado de Minas Gerais – Unidade de Frutal – MG
Endereço: Av. Prof. Mário Palmério – Cidade Universitária – Frutal – MG, 13083-857
E-mail: eduardo.meireles@uemg.br

Lucca Mahle de Paula

Graduando de Administração do Centro Universitário Unifafibe, Bebedouro, SP, Brasil.
Instituição: Centro Universitário Unifafibe
Endereço: R. Prof. Orlando França de Carvalho, 325, Bebedouro - SP, 14701-070
E-mail: luccamdepaula@gmail.com

Vitória Caroline canteiro Hernandez Alves

Graduanda de Administração do Centro Universitário Unifafibe, Bebedouro, SP, Brasil.
Instituição: Centro Universitário Unifafibe
Endereço: R. Prof. Orlando França de Carvalho, 325, Bebedouro - SP, 14701-070
E-mail: canteiro.vitoriaa@gmail.com

RESUMO

Com a acelerada evolução tecnológica, percebe-se uma falta de conhecimento a respeito das ferramentas estratégicas de gestão da informação nos funcionários que lidam dia a dia com os dados empresariais. Esse estudo visa demonstrar qual o nível de conhecimento dessas pessoas em relação às ferramentas tecnológicas utilizadas ou não por eles dentro

das empresas, além de apresentar uma base teórica que ilustre exemplos da possível utilização. Percebeu-se que muitos deles, ainda que utilizem algumas ferramentas, não possuem conhecimento do potencial que é possível atingir com cada uma delas. O método utilizado para essa abordagem foi pesquisa bibliográfica para ilustração dos casos e ferramentas, além de uma pesquisa de campo com funcionários de uma empresa no interior de São Paulo. Como resultado, pôde-se verificar uma clara falta de conhecimento, onde apesar de todo avanço da tecnologia, além do barateamento para investimento nas ferramentas, também será preciso investir em treinamento para capacitar os funcionários em utilizar o máximo de recursos possíveis de cada uma das ferramentas estratégicas de gestão da informação.

Palavras-Chave: Ferramentas, Estratégicas, Tecnologia, Evolução, Conhecimento.

ABSTRACT

With the accelerated technological evolution, it was noticed a lack of knowledge about the strategic tools of information management in the employees who deal with business data day by day. This study aims to demonstrate the level of knowledge of these people in relation to the technological tools used or not by them within companies, in addition to presenting a theoretical basis that illustrates examples of possible use, it was noticed that many of them even though they use some tools not they have knowledge of the potential that can be reached with each of them. The method used for this approach was bibliographic research to illustrate the cases and tools, in addition to a field research with employees of a company in the interior of São Paulo. As a result of a clear demonstration of the lack of knowledge, where despite all the advances in technology, in addition to lower prices for investment in tools, it will also be necessary to invest in training to enable employees to use the maximum resources possible from each of the strategic tools. information management.

Keywords: Tools, Strategic, Technology, Evolution, Knowledge.

1 INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia e a evolução das Ferramentas Estratégicas de Gestão da Informação, surge a ideia de saber identificar a real necessidade das empresas quanto a utilização dos recursos tecnológicos, além do nível de conhecimento dos seus funcionários.

O barateamento dos custos para aquisição de novos Hardwares “Parte física, como servidores, computadores”, além grande oferta de softwares “Parte lógica, Sistemas, Ferramentas” chama a atenção do mercado e desperta certa curiosidade nas empresas que passam a investir onde antes era considerado apenas custos. Essas facilidades, possibilitaram as empresas antes fora do eixo tecnológico, agora se aventurarem em oportunidades que não tinham antes.

Nos dias atuais, empresas que não acompanham a evolução tecnológica acabam por perder mercado, pode-se dizer que até pequenas empresas que tinham controles

manuais em cadernetas, atualmente necessitam de um software para continuarem ativas e competindo de igual para igual com os seus concorrentes. Desde ferramentas simples para controles básicos, como contas a receber e a pagar, sistemas para controlar estoque, até ferramentas mais específicas e complexas que se tornam um diferencial na tomada de decisões nesse concorrido mercado.

Porém um ponto pouco tratado é a dificuldade dos funcionários em acompanhar essa evolução, algumas empresas não investem em treinamento e as que o fazem preferem dar foco em conhecimentos específicos ao cargo exercido.

Contudo a tecnologia está inserida em todas as áreas da empresa e é primordial que os funcionários tenham ao menos noções das possibilidades que cada ferramenta pode oferecer, tanto para saber executar tarefas mais básicas, quanto para solicitar novos projetos ao departamento de Tecnologia.

Com isso, o objetivo desse estudo é verificar o nível de conhecimento dos funcionários nas Ferramentas Estratégicas de Gestão da Informação no caso analisado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 FERRAMENTAS ESTRATÉGICAS DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Assim como a evolução da espécie a tecnologia cresce de forma assombrosa a cada ano e com isso as organizações necessitam estar em constante atualização tecnológica, sempre conhecendo e utilizando das melhores ferramentas estratégicas para gerir as informações da empresa.

Hoje uma empresa que não possui sistemas tecnológicos está fora do mercado, nem que seja um simples software para gerenciar informações básicas, mas é preciso ter algo para sobreviver (VANZOLINI, 2011).

Além disso, termos como produtividade e competitividade são de extrema importância para o crescimento das empresas, algumas dessas ferramentas estratégicas de gestão de informação são primordiais para alcançar esses níveis de exigência do mercado e principalmente para ter um diferencial competitivo perante a concorrência (PIZORNO, 2017).

Dentre diversas Ferramentas Estratégicas de Gestão da Informação, vejamos quais são as primordiais e principalmente em qual estágio da empresa é necessário dar um passo a mais e aderir a uma nova tecnologia, além de principalmente quando é o momento de capacitar, já que de nada adiantaria ter ferramentas revolucionárias se os funcionários não estiverem preparados para sua utilização.

2.2 EVOLUÇÃO DAS FERRAMENTAS

Por volta e 1970 as empresas utilizavam de sistemas MRP (Manufacturing Resources Planning), que em português quer dizer Planejamento de Recursos de manufatura e tinha sua utilização voltada para cálculos para automatização do planejamento de materiais e programação de produção, esses sistemas existentes na época em que os computadores eram grandes e ocupavam até salas inteiras, essas chamadas de CPD (Central de processamento de Dados) (VANZOLINI, 2011).

Cerca de uma década depois surge os sistemas MRP II, onde a ideia era tentar integrar mais funcionalidades à produção, além de controlar as vendas, demanda e estoques. Tudo isso se deu ao fato do barateamento dos computadores o que proporcionou um crescimento na quantidade de empresas interessas em utilizar de meios tecnológicos e com isso o surgimento de novos sistemas foi eminente.

De acordo com o crescimento e desenvolvimento mundial, além da diversificação dos negócios empresariais, surgiu a necessidade da criação de softwares específicos para cada área, com isso era possível controlar e gerenciar detalhes cada vez mais relevantes de diversos segmentos diferentes (PIZORNO, 2017).

Porém, isso acabava gerando certo retrabalho, pois não existia integração entre esses sistemas específicos, era necessário muitas vezes digitar vários registros em mais de um software, como exemplo um fornecedor cadastrado no sistema de vendas necessitava ser novamente cadastrado em um sistema de controle financeiro. Problemas com esse culminou em uma evolução do MRP II que começou a controlar diversas áreas como contas a pagar, receber, fiscal, contabilidade, RH, além de clientes e fornecedores, porém dessa vez tudo sendo armazenado no mesmo banco de dados.

Essa evolução que ocorreu na década de 90 foi batizada de ERP (Enterprise Resource Management), em português Planejamento de Recursos Empresariais, que, aliás, é utilizada até hoje pelas empresas e que desde então está em constante evolução.

O ERP é a ferramenta mais comum dentre elas, é a mais utilizada, já que é a base para as empresas no quesito tecnológico, portanto é normal que os funcionários tenham uma maior familiaridade com esse tipo de ferramenta que são utilizadas no dia a dia para suas operações transacionais. Muitos dos funcionários, podem não saber o que representa a sigla e quais os requisitos, mas ao menos possuem contato direto para exercer suas funcionalidades.

2.3 SURGIMENTO DE NOVAS FERRAMENTAS

Após toda a estruturação e utilização dos sistemas ERP as empresas passaram a ter uma grande massa de dados e precisavam saber utilizá-los da melhor forma, a fim de transformá-los em informações úteis para tomada de decisões.

Além disso, para atender empresas com foco no cliente, surgiu uma ferramenta capaz de utilizar informações para atender melhor cada tipo de cliente, podendo fidelizar os existentes fazendo assim que o freguês sempre volte, além também de captar novas oportunidades (SALES FORCE, 2019).

Essa nova ferramenta denominada CRM (Customer Relationship Management) ou em português, Gestão de Relacionamento com o Cliente, é capaz de transformar dados dos clientes de uma empresa em informações uteis, onde integrando o setor de marketing com o de tecnologia, conseguem-se formas de reconhecer e segmentar os clientes de acordo com o perfil, exigência e necessidade de cada um (PIRES, 2019).

Ainda que pouco utilizada em pequenas empresas, outra ferramenta que atualmente tem grande relevância para as empresas no mercado competitivo é o B.I. (Business Intelligence) ou em português, Inteligência de Negócios (MACHADO, 2000).

Ela se torna um diferencial para as grandes empresas devido à qualidade dos resultados que podem ser obtidos e utilizados para tomada de decisões, B.I. trabalha com um processo de garimpagem de dados que podem ser transformados e que quando cruzados com outros dados, geram informações relevantes ao negócio (KIMBALL, 1998)

Apesar de B.I. trabalhar com coleta de dados, podemos dizer que é improvável sua existência sem antes ter um bom ERP para receber esses dados e grava-los em seu banco de dados, até por esse motivo se torna pouco utilizado por pequenas empresas já que antes se torna interessante ter um ERP consolidado e capaz de gerar dados consistentes e que possam ser extraídos por essa ferramenta. Além disso, para trabalhar com B.I. não basta investimento em Hardwares (parte física da tecnologia) e em softwares (parte lógica, sistemas), pois um grande diferencial dessa ferramenta são as pessoas capazes de interpretar dados e ter olho clínico para saber quais dados coletar, cruzar, transformar, a fim de gerar informações uteis para tomadas de decisões (MACHADO, 2000).

Um problema comum nas empresas são os funcionários tentados pelo belo visual apresentado por ferramentas de B.I. solicitarem relatórios os quais não seriam necessário esse tipo de ferramenta, muitos querem utilizar de informações transacionais,

normalmente presentes em ERP, porém eles insistem em requerer em plataformas de B.I. apenas pela estética e não compreendo a real necessidade e o conceito da ferramenta.

Outra ferramenta estratégica de gestão da informação trabalho trata-se do (Big Data) que em português ao pé da letra quer dizer (Grandes Dados), o nome se dá devido ao fato de big data trabalhar com dados que fogem da capacidade de processamento de um banco de dados comum. Ele consegue processar um grande volume de dados e com alto desempenho, o que geralmente não é possível ser feito com banco de dados convencionais (TAURION, 2013).

2.4 QUAL A IMPORTÂNCIA DE CADA FERRAMENTA?

As principais dúvidas dos funcionários são “quais ferramentas usar?”, ou “quando será a hora de implantar uma ferramenta diferente?”, “em qual momento uma empresa deve avançar e aderir uma nova ferramenta?”.

Na verdade, a pergunta deveria ser outra, “qual o problema deseja resolver”, ou “qual processo deseja melhorar” e a partir daí questionar, qual a melhor ferramenta “software” para atender essa necessidade.

É preciso tomar cuidado para não realizar um grande investimento desnecessário, ferramentas pode ser tornar obsoletas se mal planejadas, tenha sempre o foco em apontar o processo problemático ou passível de melhoria e então buscar a ferramenta adequada para suprir as necessidades (VANZOLINI, 2011).

Moraes, Paiva e Teixeira (2019) destacam sobre esse investimento em tecnologia:

A Tecnologia da Informação entra no cenário das organizações como um elemento que facilita e otimiza os Sistemas de Informação, portanto, os representantes principais dessas mesmas organizações, que financiam o investimento em equipamentos, acessórios e softwares de gerenciamento corporativo de última geração, esperam um aproveitamento total desses recursos (2019, p. 5).

Outro problema comum dos funcionários é a comparação, ao ver um colega ao lado com computador novo, ou então, utilizando uma nova ferramenta, onde as vezes essa ferramenta é muito útil para determinada função, mas para outra pode não ter relevância, o funcionário então percebe alguém usando algo novo começa também requerer o seu uso mesmo sem saber qual a importância de cada ferramenta.

2.5 ERP (ENTERPRISE RESOURCE MANAGEMENT)

Pode-se dizer que é o primeiro passo para automatização de uma empresa, pois é com essa ferramenta que será possível realizar transações diárias e armazenar dados importantes que poderão inclusive ser utilizados em outras ferramentas, muitos funcionários não a conhecem por esse nome e sim por simplesmente “Sistema da empresa”, “Software”, “programinha”, dentre tantas outras variações.

Os benefícios de um ERP vão desde a automatização dos processos, a eliminação de controles paralelos como, por exemplo, planilhas eletrônicas, as quais não possuem uma segurança e padronização dos dados lançados, além da melhoria de comunicação entre os diversos departamentos internos e contatos externos com por exemplo fornecedores e clientes. Dessa forma é possível a empresa aumentar a produtividade, pois facilita a análise e tomadas de decisões por seus gestores (MEGA SISTEMAS, 2018).

Conforme relatado por Yogui e Azevedo (2019):

O objetivo é gerir de forma centralizada os dados da empresa para permitir que possam ser agregados e analisados posteriormente, sendo transformados em informações úteis, atendendo a requisitos cada vez mais complexos e específicos para que empresas possam ser mais produtivas e disponham de informações mais apuradas para suportar suas tomadas de decisão

No ERP são integradas as atividades de vendas, contabilidade, Fiscal, Finanças, Estoque, Compras, Recursos Humanos, Produção e Logística. É possível ainda ter diversos outros módulos dependendo a necessidade de cada organização (CIGAM SISTEMAS, 2019).

É possível também escolher dentre desenvolver o seu próprio ERP ou utilizar de uma ferramenta já existente no mercado, tudo vai depender da necessidade de cada empresa, além do capital que está disposta a investir. Geralmente na primeira opção a empresa tem mais liberdade em moldar o software da forma que acha necessário, costuma-se dizer que o software trabalha de acordo com o que a empresa deseja, ao contrário de quando o mesmo é terceirizado, que apesar das possíveis customizações a empresa necessita seguir alguns padrões que o software determina (CIGAM SISTEMAS, 2019).

Nos dias atuais existe uma infinidade de ERP's disponíveis no mercado, até por isso os gestores acabam tendo dificuldades em escolher qual a melhor ferramenta, qual o melhor software para atender suas necessidades. Podemos citar dentre as grandes corporações, empresas como SAP, Microsoft, Oracle e inclusive a TOTVS empresa

brasileira, como dona dos principais softwares disponíveis no mercado, além dessas existem uma infinidade de outras opções, inclusive empresas menores que atendem mercados regionais, onde tudo vai depender da necessidade e poder de investimento.

Independente da escolha é aconselhável que não seja do dia para noite, pois necessita serem analisados diversos itens antes de definir qual ferramenta utilizar. Deve-se pensar que adquirir um software é uma parceria que quanto mais longa melhor, trocas constantes de ferramentas geram transtornos, retrabalho e até possíveis perdas de informações, portanto quanto mais duradoura for a parceria, maior sucesso sua empresa vai atingir. Outro ponto importante e inclusive contextualizado nesse estudo é a capacitação, onde uma constante troca de software acarretará uma constante necessidade de treinamento específico.

Analisar o histórico do fabricante do software é um pré-requisito, saber como ele presta suporte, qual a qualidade do atendimento além do prazo para resolver os seus problemas, além de principalmente saber a “saúde” dessa empresa, pois se tratando de uma parceria, se ela tiver problemas, sua empresa também terá problemas.

Outro ponto fundamental é analisar a exigência de hardware, ou seja, o software “sistema” a ser adquirido é compatível com o hardware “tecnologia física” existente na sua empresa, ou você precisará fazer novos investimentos para atender os pré-requisitos do mesmo (FOCCO SISTEMAS, 2019).

Após escolher se desenvolverá seu próprio software, ou se irá adquirir um terceirizado que se enquadre no perfil da sua empresa, além de analisar os pré-requisitos necessários, é hora da implantação. Esse processo costuma ser demorado e demanda grande envolvimento dos colaboradores, podemos dizer que uma implantação bem feita garante boa parte do futuro sucesso do seu ERP, é importante salientar também que é extremamente importante treinar os funcionários antes da implantação para evitar maiores problemas durante sua utilização.

2.6 CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

Quando uma empresa chega ao estágio de colocar o foco no seu cliente, querendo dar um passo adiante no relacionamento com ele, podendo inclusive utilizar estratégias de marketing para isso, pode-se dizer que chegou a hora de implantar uma ferramenta de CRM.

A capacidade imediata e assertiva de colher bons resultados baseiam-se na quantidade e no detalhamento dos dados existentes, então quanto mais completa for a

base de dados, maiores possibilidades de sucesso. Em casos que não se tem uma base confiável, é necessário realizar um trabalho de coleta de dados, desde cadastros de clientes, perfis de consumidor, até questionários de pesquisas e satisfação (PIRES, 2019).

Pode-se dizer que resgatar clientes sem auxílio de ferramentas estratégicas de Gestão da informação seria uma tarefa complicada, já que a quantidade de clientes aumenta constantemente, além dos milhares de produtos e variedades disponíveis hoje nas prateleiras, cruzar todos esses dados sem usar tecnologia é praticamente impossível.

O CRM geralmente trabalha com perfis de clientes, o principal objetivo é elevar as vendas dos clientes já existentes, até por isso criam-se muitos programas de fidelidade, programas de pontos, onde a empresa fornece algum benefício ao cliente, seja desconto, produtos, brindes e em troca ganha informações, pois o cliente para participar dessas promoções necessita cadastrar os seus dados, ou simplesmente informar o seu CPF no final de uma compra e só com essa simples ação a empresa passa a saber quais produtos o cliente consome, ou seja, em qual perfil ele se enquadra, quais produtos devo divulgar para ele, como conseguir agrada-lo podendo assim garantir sua fidelidade (SALES FORCE, 2019).

2.7 B.I. (BUSINESS INTELLIGENCE)

Quando falar de B.I., inteligência de Negócios, precisa-se compreender primeiramente a diferença entre dados e informações. Empresas que já utilizam de um ERP que realiza operações transacionais, como por exemplo, um registro de venda, onde todos os dados da venda são armazenados em sua base de dados. O número da nota fiscal dessa venda é um registro bruto o qual pode não significar nada, porém se esse número de pedido foi realizado com um valor acima da média, ou com o prazo de entrega antes do previsto, tudo isso já passa a ter certa relevância.

Eventos assim como esse citado acima são facilmente encontrados utilizando B.I., é justamente essa relação de dados que processados e transformados podem gerar informações uteis para os gestores tomarem decisões (MACHADO, 2000).

Outro ponto de grande importância em utilizar B.I. é a sua capacidade de unir dados de diferentes fontes, desde os dados já armazenados no próprio ERP, informações vindas do CRM, até dados em planilhas eletrônicas ou meios externos, tudo pode ser extraído e transformado, ou seja, um processo de unificação para os dados ficarem mais fáceis de serem interpretados e após cruzamentos desses dados, extrair informações de grande valia para o negócio (KIMBALL, 1998)

As ferramentas de Business Intelligence ainda são capazes de gerar relatórios, visões, dashboard's e gráficos que facilitam essa interpretação por parte dos gestores (MACHADO, 2000).

Em relação aos funcionários, um ponto comum de dificuldade é compreender que B.I. trabalha com dados dimensionais, são dados históricos que são transformados e carregados em uma nova base a fim de gerar informações para tomada de decisões.

Percebe-se que os usuários solicitam B.I. muito por conta de sua aparência gráfica e desejam ver dados transacionais, dados online do seu ERP, pouco se nota a importância do agrupamento desses dados históricos para encontrar padrões e/ou anomalias que possam ajudar na tomada de decisões.

Outro ponto falho por parte dos funcionários é o conhecimento quase nulo em estrutura de dados, a noção de como os dados são armazenados, como são relacionados e o que se pode fazer com eles.

2.8 BIG DATA

Big Data é capaz de processar uma avalanche de dados e pode revelar informações antes inacessíveis, como por exemplo, tendências dos seus clientes de acordo com dados geográficos e classes sociais (SAS, 2019).

Além disso, Big Data não necessita ficar analisando dados por amostragem, pois gera uma análise investigativa da origem dos dados. É por isso que empresas como Google, Amazon e Facebook investem pesado em Big Data. Essa última, por exemplo, tem criado ambiente totalmente personalizado de acordo com experiência de cada usuário e sua rede de amigos e grupos, sendo assim tendo capacidade de criar publicidades mais assertivas, ou seja, publicidades que seja mais interessante para aquele usuário de acordo com o perfil dele, que tenha tendência dele se interessar e acabar clicando (TAURION, 2013).

Podemos dizer que Big Data é um dos últimos estágios de evolução de uma empresa, geralmente empresas pequenas não utilizam dessa tecnologia, mais por conta de necessidade mesmo. Tempos atrás era por questão de custo, o que tem mudado drasticamente com o barateamento de hardwares e softwares.

É muito comum em funcionários de pequenas empresas não conhecerem Big Data, alguns já até ouviram falar, mas não sabem do que se trata. Isso se torna obvio pelo fato de a ferramenta analisar imensa massa de dados, o que não é comum em empresas desse porte.

3 METODOLOGIA

O método para identificação da falta de conhecimento foi a observação direta em relação aos funcionários fora da área de T.I., tanto em conversas informais quanto em solicitações de projetos referente a T.I. as quais percebia-se a falta de critério e noção de qual ferramenta usar para cada finalidade.

Assim, foi adotada uma proposta metodológica de pesquisa qualitativa, com um roteiro de entrevista onde as questões visam demonstrar o conhecimento ou falta dele, referente aos funcionários em cada ferramenta estratégica de gestão da informação.

A empresa utilizada como base de pesquisa está situada no interior de São Paulo, autorizou o questionário com vinte profissionais de setores e cargos aleatórios, desde que não fosse exposto os nomes dos funcionários e dados individuais das respostas. Todos são maiores de 18 anos e trabalham na empresa a pelo menos 5 anos, além de ocuparem cargos que utilizam computador em sua rotina.

A análise contempla questões de múltipla escolha, além de questões abertas para ampliar a visão do conhecimento do funcionário em relação as ferramentas.

Foi utilizado um roteiro de entrevista que abordava questões relacionadas ao conhecimento em dados e informações, esses essenciais para utilização de qualquer ferramenta, questões também referentes ao nível de conhecimento em cada uma das ferramentas estratégicas de Gestão da Informação citadas nesse estudo, além da frequência com que solicita projetos e ferramentas ao departamento de tecnologia, de tal forma que o funcionário pudesse fornecer maiores informações sobre o seu conhecimento. Foram escolhidos funcionários aleatórios conforme disponibilidade fornecida para empresa que responderam o questionário individualmente e sem opção de consulta a internet.

A ideia era obter informações reais a respeito do conhecimento prévio que cada um tinha referente as ferramentas estratégicas de gestão da informação, esses dados foram tratados em planilha eletrônica para obter percentuais em cada resposta, além e analisar cada resposta aberta corroborando assim ainda mais a informação.

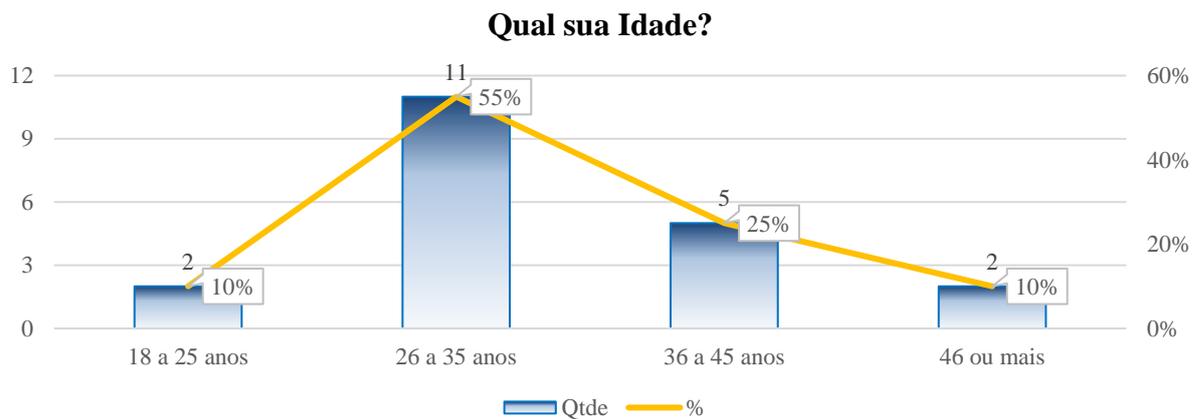
4 RESULTADOS

Dos 20 funcionários que participaram da pesquisa, todos possuem mais de 18 anos de idade e trabalham na empresa a pelo menos 5 anos, além de ocuparem cargos que utilizam computador em grande parte de sua rotina.

Como o foco era analisar o nível de conhecimento dos funcionários em geral através de uma amostragem, não foram coletados dados como nome, cargo e setor, além de devido a LGPD a limitação da autorização liberada pela empresa.

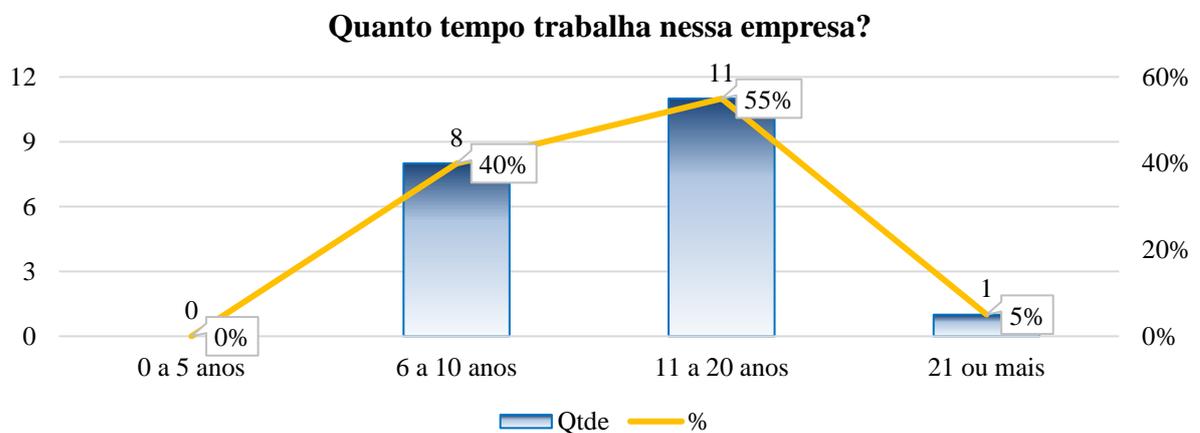
Além das questões de múltipla escolha demonstradas abaixo com seu referido percentual, as questões abertas de (justifique sua resposta) irão corroborar a informação, com isso serão feitos comentários abaixo dos gráficos ilustrando os cenários analisados.

Gráfico 01 – Idade dos entrevistados



Fonte: Desenvolvido pelo autor

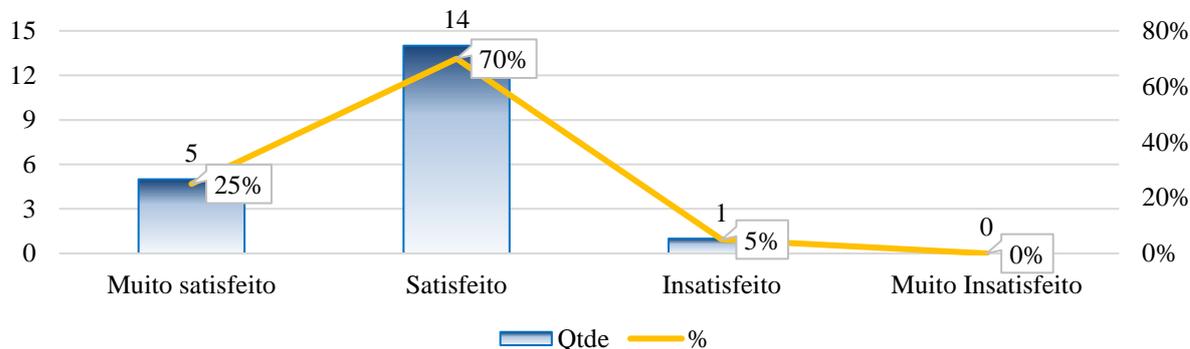
Gráfico 02 – Tempo de trabalho



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Gráfico 03 – Nível de Satisfação

Qual o seu nível de satisfação com as ferramentas utilizadas na empresa?

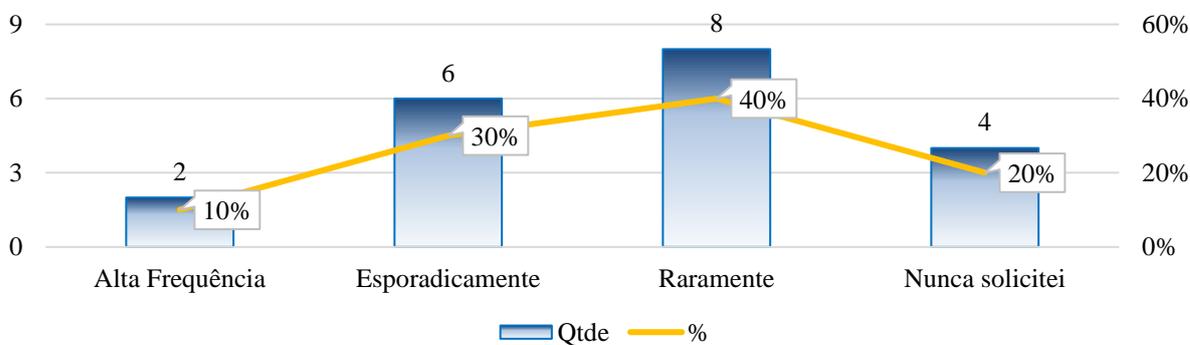


Fonte: Desenvolvido pelo autor

Dos 20 funcionários que participaram da pesquisa, a grande maioria demonstra estar satisfeito com o que utiliza, 5 deles disseram na justificativa que apesar de estarem satisfeitos gostariam de utilizar novas ferramentas, principalmente gráficos em B.I., o único voto insatisfeito alega que o T.I. não fornece as ferramentas que ele solicita.

Gráfico 04 – Solicitações

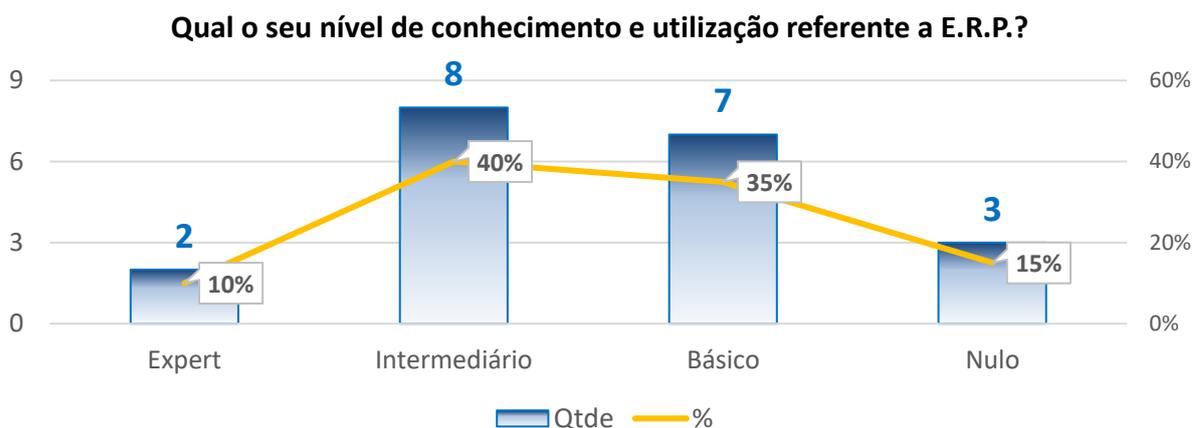
Com qual frequência, você solicita novas ferramentas ao departamento de T.I.?



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Dos que marcaram alta frequência nas solicitações, confundiram solicitar novas ferramentas de Gestão estratégica da informação, com solicitar melhorias dentro do ERP. O restante se dividiu em responder, “quando solicitam são atendidos” e outra parte disseram ”não solicitar por desconhecer o que podem solicitar diferente”.

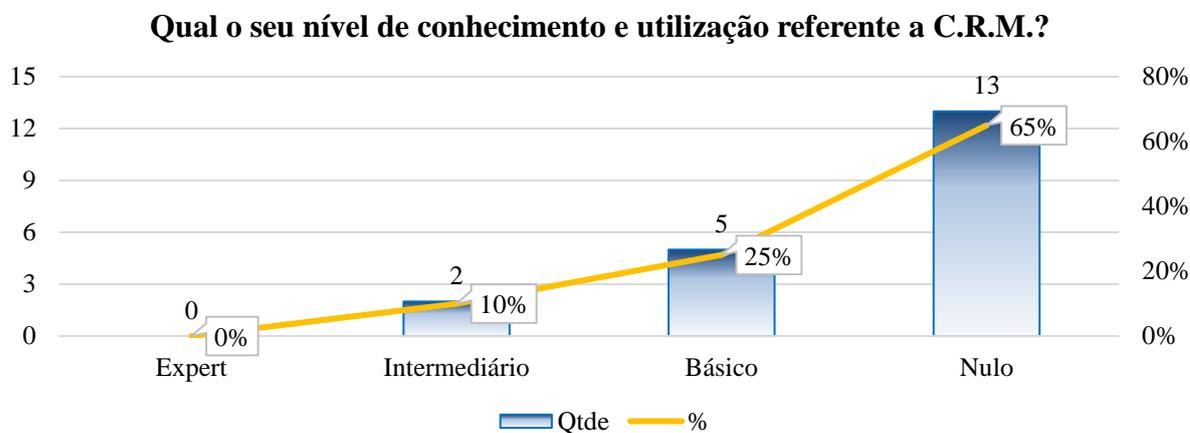
Gráfico 05 – Conhecimento E.R.P.



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Nota-se que E.R.P. por questões óbvias é a ferramenta mais conhecida, já que muitos utilizam para exercer suas funções diárias, porém metade dos entrevistados comentou não ter certeza ou desconhecer o termo E.R.P., mesmo trabalhando diariamente com a ferramenta. Os que se disseram expert parecem dominar a ferramenta e principalmente os recursos internos de sua utilização.

Gráfico 06 – Conhecimento C.R.M.

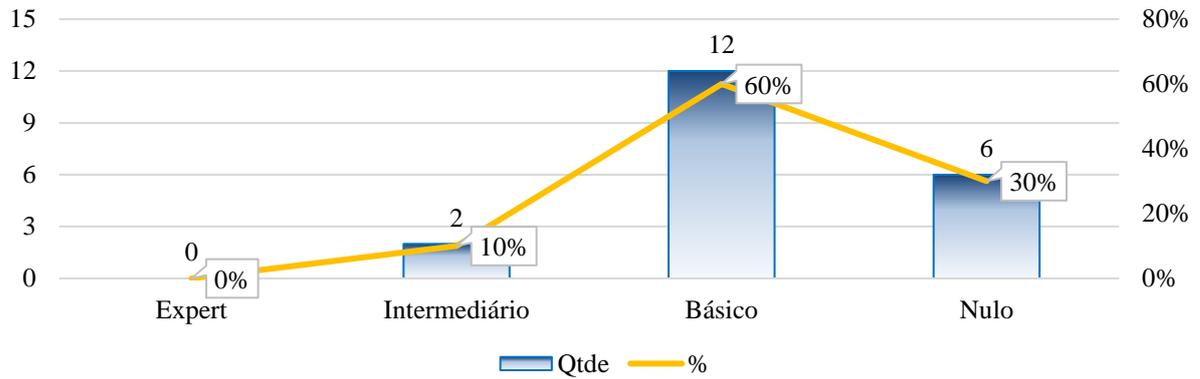


Fonte: Desenvolvido pelo autor

Sobre C.R.M. as justificativas foram taxativas, comentários como "nunca usei" ou "não sei do que se trata", dos 7 funcionários que responderam intermediário ou básico demonstraram já ter ouvido falar, mas sem uso dela. Nenhum funcionário do setor de marketing participou da pesquisa.

Gráfico 07 – Conhecimento B.I.

Qual o seu nível de conhecimento e utilização referente a B.I.?



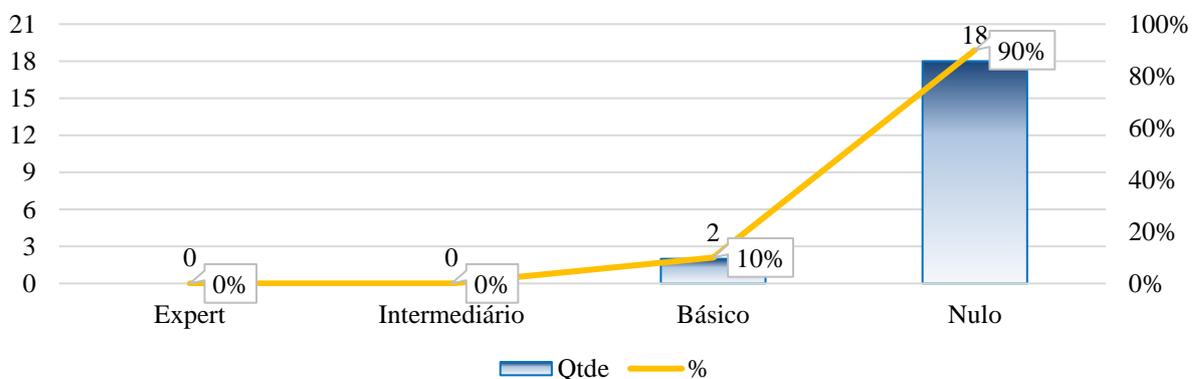
Fonte: Desenvolvido pelo autor

Nessa questão é o maior ponto de dúvidas, dos 6 funcionários que responderam nulo todos alegaram nunca ter tido contato direto com a ferramenta, dos que responderam básico e intermediário disseram já usar B.I. na empresa, sendo que apenas 3 deles usam B.I. de fato. Curioso é o fato dos 2 que disseram ter conhecimentos intermediários, não conhecerem modelagem e na questão número 15 ilustrada no gráfico 09 responderam como nulo, sendo que esse seria um conhecimento primordial para se trabalhar com essa ferramenta.

Percebe-se que muitos dos funcionários confundem gráficos em Excel que consomem dados transacionais, com Dashboard em B.I.. Inclusive as ferramentas solicitadas na questão número 05 e ilustrada no gráfico 04 são todas para melhor estética dos seus gráficos e exibição em algum link, nenhuma delas trata de B.I. diretamente.

Gráfico 08 – Conhecimento Big Data

Qual o seu nível de conhecimento e utilização referente a Big Data?

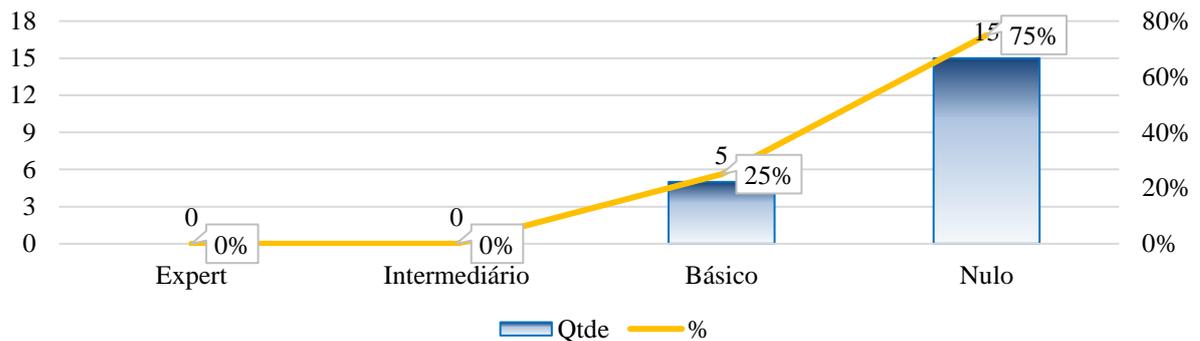


Fonte: Desenvolvido pelo autor

Conforme esperado, essa questão demonstra o baixo nível de conhecimento nessa ferramenta, dos que disseram ter conhecimento básico, comentaram já ter ouvido dizer, inclusive assistido vídeos em sites sobre o assunto, mas não sabem onde isso se aplicaria.

Gráfico 09 – Conhecimento Modelagem

Qual o seu nível de conhecimento sobre Modelagem Relacional e Modelagem Dimensional?



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Essa última questão foi planejada para poder cruzar as respostas de quem respondesse que teria conhecimentos em B.I., para saber se realmente eles teriam essa mínima noção. Dos que responderam Nulo os comentários eram de nunca ter usado essa ferramenta, sendo que não se trata de uma ferramenta em si. Dos que responderam básico, 2 funcionários demonstraram realmente ter noção sobre o que estavam respondendo e 1 deles até citou um exemplo de modelagem relacional, modelagem dimensional não foi abordada por ninguém.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As ilustrações gráficas mostram claramente a falta de conhecimento dos funcionários dessa empresa do interior de São Paulo, onde muitos sequer sabem o significado da ferramenta e outros tem conhecimentos mínimos, atingindo assim o objetivo da pesquisa em evidenciar essa falta de conhecimento.

As justificativas preenchidas pelos funcionários em cada questão, facilita ainda mais a corroboração dessa evidência já que os usuários deixam explícito essa falta de conhecimentos em novas ferramentas.

Situações como confundir novas ferramentas de Gestão estratégica da informação com solicitações de melhorias internas no ERP, além de entrevistados afirmarem não ter

certeza ou desconhecer o termo E.R.P., demonstra que mesmo as ferramentas utilizadas em seu dia a dia ainda são possibilidades de melhorar seus conhecimentos.

Outras ferramentas menos comuns nesse cenário como Big Data e CRM passam despercebida pelos funcionários, alguns nunca ouviram dizer e outros possuem apenas noções, mas nunca se interessaram em tentar conhecer maiores detalhes.

Entretanto, o ponto chave da pesquisa que evidencia essa falta de conhecimento e necessidade de treinamento é sobre utilização de B.I., por ser uma ferramenta em evidência no mercado e possuir muito conteúdo na internet para noções básicas, percebe-se que os funcionários buscaram esse conhecimento prévio mas ainda insuficiente para auxiliá-los nas melhores práticas para desenvolver seus dashboards. Ou ainda, ter conhecimentos mais efetivos para realizar solicitações ao departamento de Tecnologia.

Ainda sobre solicitações, alguns dos entrevistados afirmam não solicitar por falta de conhecimentos, já os funcionários que realizam raramente as solicitações, pode-se dizer que teremos um índice de solicitações não atendidas devido o fato de não conseguir transmitir a real necessidade do seu setor.

Durante a realização da entrevista, teve-se dificuldade em explicar as questões, muitos dos usuários não conheciam termos técnicos ou teóricos como por exemplo, o simples nome da pesquisa (Ferramentas estratégicas de Gestão da informação). Houve um cuidado em demonstrar como poderia ser respondido o questionário, mas sem fornecer dados que poderiam ser utilizados nas respostas, já que o objetivo do estudo era comprovar a clara falta de conhecimento nessas ferramentas.

Após toda abordagem demonstrando as principais ferramentas de gestão estratégica da informação e coletando respostas de funcionários que atuam em seus cargos com recursos tecnológicos, fica evidenciado a ideia mais importante, não basta apenas investir em tecnologia (equipamentos e ferramentas), é preciso investir em treinamentos, os funcionários necessitam ter conhecimento para realizar melhores solicitações e também para dar os próprios passos de forma correta.

O Departamento de T.I. tem papel fundamental nessa abordagem ao atender as solicitações e obter os melhores requisitos antes de investir em um projeto, mas quando o funcionário tem conhecimentos prévios facilita essa interação tornando os resultados mais positivos.

Existe um risco de investir em ferramentas que pode vir a ser desnecessárias se não souber sua correta funcionalidade, é preciso evitar desperdício de recursos que

possam se tornar obsoletos e aproveitar melhor o que cada ferramenta tecnológica pode proporcionar

Fica inclusive a sugestão para eventuais pesquisas futuras onde pudesse abordar outras empresas tanto do interior quanto da capital, para analisar se a localização da empresa e cultura da região influencia ou não nesses resultados.

REFERÊNCIAS

- CIGAM, Softwares de Gestão. **Inteligência para sua empresa com ERP**, 2019. Disponível em: <<https://www.cigam.com.br/erp-cigam>>. Acesso em 23 de fevereiro de 2021. 23:45:00
- FOCCO, Erp. **Sistemas de Gestão**, 2019. Disponível em: <<https://www.foccoerp.com.br>>. Acesso em 20 de fevereiro de 2021. 22:40:00
- KIMBALL, Ralph. et AL. **The Data Warehouse Lifecycle Toolkit: Expert Methods for Designing, Developing and Deploying Data Warehouses**. New York: Wiley, 1998
- MACHADO, Felipe Nery Rodrigues. **Projeto de Data Warehouse: Uma Visão Multidimensional**, 2000
- MEGA, Sistemas. **O que é ERP**, 2018. Disponível em: <<https://www.mega.com.br/erp>>. Acesso em 03 de março de 2021. 22:50:00
- MORAES, Emerson Augusto Priamo; PAIVA, Camila Acácio de; TEIXEIRA, Everton Franco. Ferramentas de tecnologia da informação no setor siderúrgico: estudo de caso de uma usina da cidade de Juiz de Fora-MG. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba – PR, v.5, n.8, p. 12882-12905, ago. 2019.
- PIRES, Nuno Miguel Canteiro. **O impacto do CRM on-line no negócio das empresas**, 2019.
- PIZORNO, Eduardo Dante Pereira. **Ferramentas de TI aplicadas na gestão de Pequenas e Médias Empresas**. Boituva: IFSP, 2017.
- SALESFORCE, Soluções. **Porque o CRM é importante**, 2019. Disponível em: <<https://www.salesforce.com/br/crm>>. Acesso em 15 de março de 2021. 21:55:00
- SAS, Soluções. **Big Data, o que é e qual sua importância?**, 2019. Disponível em: <https://www.sas.com/pt_br/insights/big-data/what-is-big-data.html>. Acesso em 10 de abril de 2021. 20:30:00
- TAURION, Cezar. **Big Data**. Rio de Janeiro: Brasport, 2013.
- VANZOLINI, Fundação. **Gestão de TI é ferramenta estratégica para as empresas**, 2011. Disponível em: <<https://vanzolini.org.br/noticia/gestao-de-ti-e-ferramenta-estrategica-para-as-empresas>>. Acesso em 10 de abril de 2021. 22:45:00
- YOGUI, Valter; AZEVEDO, Marília Macorin de. Mobilidade no ERP: uma percepção dos desenvolvedores de software. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba – PR, v.5, n.10, p. 18760- 18769, Out. 2019.