



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO

JÁCYLLA RAFAELA SANTOS MARTINS DA SILVA

GESTÃO DA INFORMAÇÃO COM ÊNFASE NA TOMADA DE
DECISÃO: UM ESTUDO DE CASO COM MICRO E PEQUENOS
EMPREENDEDORES NO CENTRO DE ABASTECIMENTO DE
VITÓRIA DE SANTO ANTÃO (CEAVI) - PERNAMBUCO

Recife/PE
2023

JÁCYLLA RAFAELA SANTOS MARTINS DA SILVA

GESTÃO DA INFORMAÇÃO COM ÊNFASE NA TOMADA DE
DECISÃO: UM ESTUDO DE CASO COM MICRO E PEQUENOS
EMPREENDEDORES NO CENTRO DE ABASTECIMENTO DE
VITÓRIA DE SANTO ANTÃO (CEAVI) - PERNAMBUCO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
curso de Graduação em Gestão da Informação da
Universidade Federal de Pernambuco, como requisito
parcial para obtenção do grau de Bacharel em Gestão
da Informação.

Orientador: Prof. Dr. Natanael Vitor Sobral

Recife/PE
2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Silva, Jacylla Rafaela Santos Martins da .

Gestão da informação com ênfase em tomada de decisão: Um estudo de caso com micro e pequenos empreendedores no centro de abastecimento de Vitória de Santo Antão (CEAVI) - Pernambuco / Jacylla Rafaela Santos Martins da Silva. - Recife, 2023.

50 : il., tab.

Orientador(a): Natanael Vitor Sobral

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Gestão da Informação - Bacharelado, 2023.

Inclui referências, apêndices.

1. Gestão da Informação . 2. Tomada de Decisão . 3. Micro e pequeno empreendedor. 4. Centros de Abastecimento. I. Sobral, Natanael Vitor. (Orientação). II. Título.

020 CDD (22.ed.)



Serviço Público Federal
Universidade Federal de Pernambuco
Centro de Artes e Comunicação
Departamento de Ciência da Informação

FOLHA DE APROVAÇÃO

GESTÃO DA INFORMAÇÃO COM ÊNFASE NA TOMADA DE DECISÃO: UM ESTUDO DE CASO COM MICRO E PEQUENOS EMPREENDEDORES NO CENTRO DE ABASTECIMENTO DE VITÓRIA DE SANTO ANTÃO (CEAVI) - PERNAMBUCO

JÁCYLLA RAFAELA SANTOS MARTINS DA SILVA

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Banca Examinadora, apresentado no Curso de Gestão da Informação, do Departamento de Ciência da Informação, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Gestão da Informação.

TCC aprovado em 24 de abril de 2023

Banca Examinadora:

Natanael Vitor Sobral - Orientador(a)
Universidade Federal de Pernambuco - DCI

Márcia Ivo Braz – Examinador(a) 1
Universidade Federal de Pernambuco - DCI

Tatyane Lúcia Cruz - Examinador(a) 2
Universidade Federal de Pernambuco – Recém-doutora do PPGCI/UFPE

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pela sabedoria, força e inspiração que me foram concedidas para enfrentar os desafios e superar as dificuldades encontradas ao longo desta jornada acadêmica. Sua orientação e cuidado têm sido fundamentais em todos os aspectos da minha vida e que me fortaleceu para concluir esta etapa.

Aos meus pais Josimar e Elza e ao meu irmão Jadyson por sempre estarem presente na minha jornada acadêmica, sempre estiveram ao meu lado, me encorajando, motivando e me apoiando em todos os desafios enfrentados ao longo do caminho. Sou grata à minha família pelo apoio que sempre me deram no meu processo profissional e acadêmico.

A toda minha família, avó, tias, tios, primos por todo amor, apoio e incentivo ao longo desta jornada.

Gratidão ao meu namorado por sempre estar presente e por toda paciência.

Agradeço aos meus amigos do curso, que sempre estiveram ao meu lado desde o início, compartilhando desafios, conquistas e momentos de aprendizado. Agradeço por todas as risadas, o apoio mútuo, a motivação e as experiências compartilhadas durante esses anos. E aos meus amigos de fora da faculdade vocês me deram suporte emocional, me ajudaram a equilibrar os desafios acadêmicos com momentos de descontração e diversão.

Gostaria de expressar minha sincera gratidão ao meu orientador, Natanael Sobral, por sua valiosa contribuição e orientação ao longo deste trabalho. Sua experiência, conhecimento e dedicação foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho, você me guiou com sabedoria e paciência, fornecendo orientações claras e *feedback* construtivo, o que possibilitou a conclusão deste trabalho acadêmico.

A todos que participaram de forma direta ou indireta para conclusão deste trabalho. Muito obrigada!

RESUMO

A Gestão da Informação (GI) é um elemento crítico para o sucesso de organizações em um ambiente de negócios cada vez mais complexo e competitivo. Nesse contexto, a tomada de decisão é uma atividade estratégica que depende de informações precisas e atualizadas. O presente trabalho tem como objetivo analisar como a GI pode beneficiar a tomada de decisões em micro e pequenas empresas do ramo comercial pertencentes ao Centro de Abastecimento de Vitória de Santo Antão em Pernambuco (Ceavi). São discutidos os principais desafios enfrentados pelos empreendedores na tomada de decisão, como a falta de acesso a informações relevantes, a dificuldade na coleta, análise e interpretação dos dados, e a falta de recursos para investir em tecnologia da informação. Para isso, foi realizado um estudo de caso, aplicando um formulário junto a micro e pequenos empreendedores da Ceavi. Os resultados obtidos indicam que os empreendedores do Ceavi enfrentam desafios na GI, mas utilizam estratégias informais para obter as informações necessárias para a tomada de decisão. Além disso, evidenciam a importância da GI para o sucesso dos negócios, destacando a necessidade de investimentos em recursos e tecnologias de informação, bem como a busca por fontes de informação confiáveis e atualizadas.

Palavras-chave: Gestão da Informação; Tomada de decisão; Micro e pequeno empreendedor; Centro de abastecimento.

ABSTRACT

Information Management (IM) is a critical element for the success of organizations in an increasingly complex and competitive business environment. In this context, decision-making is a strategic activity that depends on accurate and up-to-date information. The present work aims to analyze how IM can benefit decision-making in micro and small companies in the commercial sector belonging to the Supply Center of Vitória de Santo Antão in Pernambuco (Ceavi). The main challenges faced by entrepreneurs in decision-making are discussed, such as the lack of access to relevant information, the difficulty in collecting, analyzing and interpreting data, and the lack of resources to invest in information technology. For this, a case study was carried out, applying a form with micro and small entrepreneurs from Ceavi. The results indicate that Ceavi entrepreneurs face challenges in IM, but use informal strategies to obtain the necessary information for decision making. In addition, they highlight the importance of IM for business success, highlighting the need for investments in information resources and technologies, as well as the search for reliable and up-to-date sources of information.

Keywords: Information management; Decision making; Micro and small entrepreneur; Supply center.

LISTA DE SIGLAS

BRAPCI - Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação

CAGED - Cadastro Geral de Empregados e Desempregados

CEO - Chief Executive Officer

CEASA - Centrais de Abastecimento

CEAVI - Centro de abastecimento de Vitória de Santo Antão

CI - Ciência da Informação

GI - Gestão da Informação

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MPE - Micro e Pequenas Empresas

PIB - Produto Interno Bruto

OI - Organização da Informação

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Fotos do Centro de abastecimento de Vitória de Santo de Antão.

FIGURA 2 – Fotos dos boxes do Centro de abastecimento de Vitória de Santo de Antão.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Modelos de tomada de decisão.

QUADRO 2 – Classificação brasileira para micro e pequenas empresas.

QUADRO 3 – Maiores dificuldades encontradas pelos entrevistados na tomada de decisão.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - Registro de compra e venda de mercadorias nas micro e pequenas empresas analisadas.

GRÁFICO 2 - Armazenamento de dados e débitos dos clientes nas micro e pequenas empresas analisadas.

GRÁFICO 3 - Uso do delivery nas micro e pequenas empresas analisadas.

GRÁFICO 4 - Responsabilidade pelo frete no delivery nas micro e pequenas empresas analisadas.

GRÁFICO 5 - Responsabilidade pela tomada de decisão nas micro e pequenas empresas analisadas.

GRÁFICO 6 - Quais são as fontes de informações utilizadas para tomada de decisão nas micro e pequenas empresas analisadas.

SÚMARIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Contexto da Pesquisa.....	15
1.2 Problema da Pesquisa	16
1.3 Justificativa da Pesquisa	17
1.4 Objetivo Geral.....	18
1.5 Objetivos Específicos.....	18
2 REFERENCIAL TEÓRICO	19
2.1 Gestão da Informação e Tomada de Decisão	19
2.2 Atuação dos Micro e Pequenos Empreendedores no Centro de abastecimento de Vitória de Santo Antão.....	23
3 PERCURSO METODOLÓGICO	28
3.1 Classificação da Pesquisa	28
3.2 Processo de Coleta e Análise dos Dados.....	29
4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	30
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
REFERÊNCIAS	44
Apêndice A – Questionário.....	48

1 INTRODUÇÃO

A tomada de decisão é historicamente um grande desafio para as organizações públicas e privadas, sendo inclusive, um fator crítico para o seu sucesso. Em todos os níveis de uma organização há processos decisórios, seja em plano operacional, tático ou executivo, apesar de a literatura técnica e científica focar estudos de caso relacionados aos espaços de poder mais elevados. No caso das pequenas empresas e dos microempreendedores individuais há um grande desafio para o estudo dos processos decisórios, haja vista a estrutura organizacional achatada e a cultura informacional centralizada que concentra em um ou poucos indivíduos a tomada de decisão, muitas vezes, valendo-se de um alto grau de subjetividade e intuitividade, sendo estas características predominantes em pequenos negócios, que via de regra, não possuem estruturas corporativas profissionalizadas para processos decisórios, envolvendo a presença de um *Chief Executive Officer* (CEO) e conselho de administração.

Ainda assim, grande atenção deve ser dada aos pequenos negócios, considerando que são agentes fundamentais e dinamizadores da economia brasileira. Prova disto é o levantamento do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) (2022) feito com base no Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), ao indicar que a cada 10 postos de trabalho gerados no Brasil, aproximadamente 8 foram criados pelas micro e pequenas empresas (MPE), contribuindo para a queda no número dos desempregados.

Outro aspecto importante é que na era da informação, mesmo negócios mais simples também produzem um grande volume de informações, demandando técnicas de gestão da informação (GI) que venham a reduzir os riscos e alavancar os seus resultados através de tomada de decisões mais assertivas. Neste contexto, a organização da informação assume um papel central, especialmente na adição de ordem e sentido a volumes de dados brutos, permitindo reconhecer padrões e conhecimentos que auxiliem na melhoria de processos e fluxos típicos de pequenos negócios, sendo esses a gestão de vendas, gerenciamento de estoque, gestão financeira, ou seja, utensílios que englobam no planejamento do negócio.

Tais atividades de gerenciamento da informação, como a coleta, o armazenamento, gerenciamento, análise o compartilhamento e a segurança dos

dados são indispensáveis para as organizações atualmente, pois atribuem velocidade, eficiência e eficácia aos processos decisórios, podendo atender a diversos tipos de negócios a partir da adaptação e customização dos modelos disponíveis na literatura. Inclusive, um importante recurso para a produtiva utilização destas técnicas advindas do meio científico é a aplicação de um diagnóstico empresarial, que reconheça a cultura de produção, utilização e disseminação da informação e do conhecimento dos pequenos empreendedores, considerando as limitações presentes no contexto “interior do Nordeste brasileiro”, que muitas vezes envolve baixo nível de escolaridade e treinamento, gerando uma conjuntura com práticas bem específicas de condução empresarial, distanciando-se do que a literatura considera uma “gestão profissional”.

Assim, nesta pesquisa de conclusão de curso, parte-se do pressuposto que a criação e o desenvolvimento de estratégias empresariais podem ajudar a superar as altas taxas de mortalidade empresarial inerentes aos pequenos negócios, mitigando a fragilidade natural das MPE e tornando-as mais competitivas e organizadas para os desafios mercadológicos. Frente a isto, importa promover maiores oportunidades de encontro dos pequenos empresários com as metodologias e técnicas utilizadas no meio acadêmico, especialmente, deve haver um processo de reconhecimento em que a ambiente científico estude estes agentes, distinguindo suas idiossincrasias e necessidades, visando promover diretrizes específicas e contextualizadas para este grupo.

Com isto, espera-se disponibilizar uma visão de acesso ao universo da GI, trazendo benefícios futuros para a área, seja no que diz respeito à ampliação dos seus contextos de aplicação ou no que tange à geração de postos de trabalho para gestores da informação em instituições de menor porte, que também demandam seus conhecimentos, mas ainda não reconhecem claramente esta oportunidade por falta de conhecimento.

Sobre a GI, veem-se em suas bases como disciplina do conhecimento científico, importantes aportes teóricos produzidos pelo segmento acadêmico, numa perspectiva interdisciplinar, valendo-se especialmente de conhecimentos da Administração, Ciência da Informação (CI) e Ciência da Computação, sendo, inclusive, a base para os programas de graduação e pós-graduação existentes no campo. Por outro lado, a GI, produz e incorpora uma diversidade de componentes

técnicos, produto das trocas teóricas que realiza com outros campos, forjando seu instrumental em experiências empresariais que são registradas em estudos de caso decorrentes da observação e vivências empíricas. Em suma, a GI ajuda as organizações a identificar, coletar, tratar, armazenar e disseminar as informações. Devido ao seu papel central no apoio à tomada de decisão, por meio de sistemas de informação e técnicas de organização da informação e do conhecimento, envolvendo taxonomias, ontologias, folksonomias, mapeamento e gestão de processos, fluxos e demais esquemas onde a informação se mostra presente, a mencionada disciplina está no centro desta pesquisa.

Enquanto ambiente fértil para aplicações da GI tem-se o segmento comercial, amplamente caracterizado por processos de compra e venda, mantendo relação próxima com clientes efetivos e em potencial. O setor do comércio é considerado um dos propulsores do desenvolvimento econômico brasileiro. Um dos princípios para se lograr êxito no âmbito do comércio é a avaliação constante das necessidades de cada cliente frente aos processos de prospecção e venda, garantindo que os anseios do público sejam atendidos com qualidade. Nesse bojo, o uso da GI revela-se útil por municiar os comerciantes com dados e informações confiáveis e segmentados sobre seus clientes e públicos de interesse, proporcionando a elaboração de estratégias de venda mais eficientes.

Em suma, para que essas organizações se mantenham no mercado faz-se necessário que sejam capazes de lidar e atender as demandas da sociedade da informação, o que segundo Valentim (2002) é a economia alicerçada com a informação, comunicação, telecomunicação e tecnologia da informação, tendo a informação como uma matéria-prima nos processos, a comunicação e telecomunicação são os meios de veículos de distribuição da informação e as tecnologias funcionam como infraestrutura de armazenagem, processamento e acesso.

Logo, é de extrema importância compreender o universo informacional dessas organizações, assim como os seus problemas informacionais, a fim de propor soluções por meio das técnicas e métodos da CI, os quais sejam condizentes com a realidade dessas empresas, e facilitando a tomada de decisões.

Dentre as principais dificuldades das MPE no setor estudado, nota-se que existe alguns ruídos na comunicação com fornecedores, deficiência no controle de

estoque e saída das mercadorias, implementação e utilização de sistemas de informação, ausência de estratégia de marketing e uso ineficaz das redes sociais, problemas de gerenciamento de pessoas e falta de dados sobre seu mercado de atuação para aquisição de novos clientes. Nisto, vê-se uma importante lacuna para a elaboração de estudos acadêmicos que permitam uma interlocução profícua entre os micro e pequenos empreendedores e o setor acadêmico, sendo este um dos propósitos desta investigação.

1.1 Contexto da Pesquisa

A presente pesquisa pretende tratar de empresas distantes da realidade da gestão profissionalizada, carentes de sistemas de informação, gestão de fluxos e processos e com baixa perspectiva de apropriação destas metodologias por estarem à margem do conhecimento acadêmico, muitas vezes, produzidos com foco em grandes corporações listadas no mercado financeiro. Deste modo, espera-se priorizar empreendedores em realidade de baixa instrução e vinculados a ambientes com práticas informais, proporcionando informações científicas que possam alavancar os seus negócios.

Conforme afirmam Figueiredo, Lima, Silva e Andrade (2023), as MPE são fundamentais para a economia, colaborando para a produção de riqueza no Brasil, entretanto, a instabilidade do mercado impõe vários desafios ao micro e pequeno empreendedor, sendo estes desafios potencializados pela falta de saberes em gestão, inexistência de capital de giro, má gestão de marketing e vendas, entre outros aspectos que culminam na morte prematura dos empreendimentos.

Em Purificação, Neves, Cavalheiro e Conceição (2022) encontra-se um enfoque direcionado às empresas de um município brasileiro interiorano, Caarapó, no Mato Grosso do Sul, trazendo como justificativa o protagonismo que os comerciantes possuem na economia local, fomentando sua capacitação para lidar com estratégias de precificação, fundamentos e técnicas de gestão inacessíveis a este grupo. Ademais, a pesquisa reforça a importância de obtenção de dados sobre estes comércios para a formulação de políticas públicas municipais com foco em capacitação sobre precificação, mensuração de custos e avaliação mercadológica,

incentivando os micro e pequenos empreendedores a se desenvolverem, melhorando os resultados dos seus negócios de maneira sustentável.

Tendo em vista estes argumentos, o contexto da presente pesquisa é fundamentado na possibilidade de coletar e produzir informações sobre negócios do segmento do comércio com atuação local, permitindo uma primeira aproximação com micro e pequenos empresários que desconhecem as potencialidades do setor acadêmico e as principais técnicas e ferramentas de gestão que possam ser úteis aos seus negócios, especialmente no âmbito da GI e dos recursos informacionais aplicados à tomada de decisão.

1.2 Problema da Pesquisa

Analizando as questões anteriores, notam-se as dificuldades encontradas em adquirir e utilizar a gestão e a organização da informação (OI) como recurso estratégico para apoio a processos de tomada de decisões. Dessa maneira, questiona-se nesta pesquisa sobre os benefícios da GI para micro e pequenos empreendedores atuantes no Centro de Abastecimento de Vitória de Santo Antão (CEAVI). Com isto, tem-se como pergunta de pesquisa: Quais as possíveis contribuições da GI para os processos de tomada de decisão de micro e pequenas empresas do Ceavi/Pernambuco?

Supõe-se que a GI, e outros pontos como gestão de pessoas, finanças, marketing, entre outros, são pouco utilizadas nestes ambientes, dada a informalidade e o distanciamento do setor acadêmico dos indivíduos envolvidos neste segmento. Assim, sabe-se que há dificuldade em compreender como a GI pode ser utilizada para que a tomada de decisão seja feita de forma mais rápida e eficaz nestes ambientes. Outra limitação é o forte direcionamento dos sistemas de gestão e OI para comunidades familiarizadas com as ferramentas de tecnologias, gerando uma exclusão de empreendedores atuantes em setores com menor grau de sofisticação, ou seja, um menor nível de desenvolvimento e complexidade como por exemplo, as camadas informais do setor de serviços e do comércio, sobretudo os atuantes no interior do Nordeste brasileiro.

1.3 Justificativa da Pesquisa

Após levantamento sobre os aportes da GI para a tomada de decisão em MPE do segmento comercial se viu uma importante lacuna de pesquisa. Ainda que se tenham estudos que relacionem as variáveis “tomada de decisão” “comércio” e “MPE” no âmbito da Administração, mas na CI e GI ainda há carência de olhar acerca destes temas. De todo modo, merece menção o estudo de Oliveira, Paula Neto e Oliveira (2008), indexado na Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (Brapci), porém, o foco é em micro e pequenos empresários instalados nas imediações de um Shopping Popular, em Belo Horizonte, Minas Gerais. Desta feita, justifica esta pesquisa a necessidade de ampliar estudos no segmento apresentado, objetivando colaborar para o desenvolvimento de pequenos empreendedores, força motriz do desenvolvimento econômico e social do Brasil.

Ainda explorando as potencialidades da GI para o setor comercial, observam-se importantes aspectos ligados à exploração de contextos, materializados em diagnósticos, que analisem cenários ricos em informação, porém negligenciados por estarem localizados em regiões menos desenvolvidas. Estes públicos, até mais do que as grandes organizações, merecem olhares sobre as diversas formas como produzem, organizam, compartilham e utilizam as informações. Entende-se que a informação deve fazer parte das rotinas de planejamento do pequeno empreendedor do comércio, auxiliando-o na tomada de decisões que envolvem compra e venda de mercadorias. Segundo Trento, Sepulcri e Morimoto (2011), o planejamento bem realizado proporciona identificar os riscos, analisá-los e tomar decisões antes de fazer os investimentos, reduzindo a probabilidade de prejuízo.

A partir dos estudos da GI, são definidos alguns métodos para facilitar a rotina do empreendedor, que de acordo com Choo (2006), têm como propósito criar uma definição, construir conhecimento, tomar decisões, dar sentido às mudanças do ambiente externo e criar respostas adequadas a essas mudanças. O autor ainda ressalta que é necessário usar uma estrutura, isto é, fazer um planejamento em relação a quais mudanças são necessárias para lidar com as transformações constantes no que tange à aprendizagem e tomada de decisão.

Por fim, justifica esta pesquisa o envolvimento pessoal da autora deste trabalho, por estar inserida socialmente e economicamente no contexto da Ceavi.

Durante a realização do curso de graduação em GI foi identificado um cenário passível de estudo no que tange à produção e uso da informação como ativo estratégico organizacional. Foram percebidas carências na aplicação de metodologias, instrumentos e técnicas que impactassem diretamente na tomada de decisão em micro e pequenos negócios instalados em regiões fora das grandes capitais. Levar o desenvolvimento para o interior é uma forma de contribuir para o desenvolvimento do estado de Pernambuco e do Brasil, sendo uma missão cujo envolvimento do setor acadêmico deve ser proativo, olhando para as potencialidades desta região.

1.4 Objetivo Geral

Analisar como a gestão da informação pode beneficiar tomada de decisões em micro e pequenas empresas do ramo comercial pertencentes ao Ceavi/Pernambuco.

1.5 Objetivos Específicos

- Discutir as relações entre a gestão da informação e a tomada de decisão na literatura técnica e científica;
- Diagnosticar os principais desafios do micro e pequeno empreendedor do segmento comercial para tomar decisões em suas atividades empresariais;
- Mapear práticas de gerenciamento da informação dos micro e pequenos empreendedores do Ceavi;
- Identificar possíveis aportes da Gestão da Informação para os micro e pequenos empreendedores do Ceavi;
- Apresentar oportunidades de melhoria para as organizações mencionadas com base nas teorias, metodologias e técnicas do campo da Gestão da Informação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

No tocante ao referencial teórico deste trabalho, adotou-se uma estrutura com dois temas centrais ao assunto da pesquisa. O primeiro, presente na subseção inicial, aborda a GI e a tomada de decisão, discutindo aspectos teóricos e empíricos pertinentes ao tema. O segundo trata da atuação dos micro e pequenos empreendedores no setor comercial, enfatizando a importância destes indivíduos para o progresso deste segmento, responsável por parte importante dos empregos e da riqueza produzidos no Brasil.

2.1 Gestão da Informação e Tomada de Decisão

A GI tem importantes contribuições ao acréscimo de agilidade, eficiência e eficácia ao processo decisório. Na literatura é comum encontrar fortes relações entre a GI e a tomada de decisão, sendo as duas imbricadas por uma relação de complementariedade. Segundo Grevatt (1970), a GI pode ser caracterizada pela sua utilidade à tomada de decisão nos níveis organizacionais operacional, gerencial e tático. Inclusive, Strikwerda (2023) discute a ideia de informação gerencial como toda a informação que os gerentes e trabalhadores de uma organização precisam para definir ações e tomar decisões a fim de atingir os objetivos estabelecidos. Inicialmente, fica visível que o objeto da GI é a informação, é definida como:

(...) objeto, pois é a partir de uma informação explicitada em algum suporte, que visualizamos o conhecimento construído por um indivíduo ou grupo de indivíduos. Um relatório somente poderá existir, a partir da explicitação do conhecimento de alguém ou de um grupo. Por outro lado, a informação, também, pode ser um fenômeno, isto é, o indivíduo ou o grupo que elaborou o relatório necessitou realizar um processo cognitivo variável, após proceder diferentes ações cognitivas individuais e coletivas, como por exemplo, relacionar, isolar, associar, dissociar, analisar e sintetizar, obtendo ao final do processo o conhecimento explicitado, no formato de relatório. (VALENTIM, 2008).

A GI é conhecida como uma área multidisciplinar, formando diversos profissionais capacitados para trabalhar em diferentes áreas do conhecimento e segmentos do mercado de trabalho. Em síntese, engloba todas as rotinas de identificação, tratamento, processamento, armazenamento e distribuição dos dados e tem como objetivo principal identificar e potencializar os recursos informacionais de uma organização ou empresa e sua capacidade de informação, ensinando-a a

aprender a adaptar-se às mudanças ambientais (TARAPANOFF, 2006), apoiando a gestão das organizações por meio de processos que tragam eficiência e acessibilidade à informação e sua articulação em âmbitos de natureza varia a fim de propiciar a criação do conhecimento (LOPES; VALENTIM, 2010).

Segundo Vital, Floriani e Varvakis (2010), a GI nas organizações acontece por meio de processo contínuo de etapas estruturadas, organizadas e sistematizadas, ou seja, baseia-se no mapeamento do fluxo de informações, possibilitando reconhecer quais etapas que as informações estão passando e se existe alguma falha no decorrer do processo.

Trazendo outra perspectiva mais atualizada, a GI, na visão de Freitas e Simões (2014) confirma essa diversidade, transferindo a particularidades e características que acontecem por uma grande abrangência semântica, interligados a áreas consideradas estruturantes, assim como a temas emergentes, como ocorre no campo da exploração e monitoramento de plataformas e aplicações digitais no âmbito da GI, representando essa área em diferentes planos: Gestão da Informação em Arquivo, Gestão da Informação em Bibliotecas, Gestão da Informação em Organizações, Gestão e Organização de Serviços de Informação, Gestão da informação na representação de conhecimentos entre outras.

Para Ferreira e Perucchi (2011), é indispensável na criação de processos organizados que exista um fluxo de informação que venha a auxiliar no processo de transferência da informação de um emissor para um receptor. Para Greef e Freitas (2012), o fluxo de informação é uma sequência de eventos desde a geração da informação, por parte do emissor ocorra de maneira clara e precisa até o receptor gerando conhecimento individual e coletivo, por exemplo, se uma informação importante não chegar ao destinatário correto ou se for perdida durante o processo, a informação não será eficaz e pode levar a decisões equivocadas.

Portanto, é fundamental que uma organização tenha processos claros e bem definidos de fluxo informacional, garantindo que as informações sejam transmitidas de forma eficiente e eficaz, além disso, é importante investir em tecnologias e sistemas de informação que possam ajudar a gerenciar o fluxo informacional de maneira inteligente, automatizando processos e tornando a comunicação mais ágil e precisa. Um bom gerenciamento de informação e um fluxo organizacional bem controlado podem trazer muitos benefícios para uma organização, como melhoria na tomada de

decisões, redução de erros e retrabalho, aumento da produtividade e melhoria geral dos processos de negócios.

A tomada de decisão é um processo fundamental em qualquer atividade humana, seja na vida pessoal ou profissional, podendo ser baseada em uma variedade de fatores, como dados objetivos, informações subjetivas, intuição, experiência passada, valores pessoais e crenças. A tomada de decisão é um método decisório de escolha entre as alternativas ou possibilidades que existem. Para Gomes e Gomes (2014), a responsabilidade de tomar uma decisão surge quando o indivíduo tem mais de uma alternativa para solucionar um problema.

Associando a tomada de decisão com as MPE, percebe-se que é uma atividade crítica em todas as organizações, independentemente do seu tamanho ou setor. As decisões tomadas pelos líderes ou gestores das empresas têm um impacto significativo nos resultados financeiros, na cultura organizacional e na satisfação dos funcionários. Diariamente é necessário tomar decisão em relação a algo ou alguém da empresa, a partir disso espera-se que haja um processo colaborativo, envolvendo várias partes interessadas, incluindo gerentes, especialistas, consultores e funcionários. Os gestores da empresa podem usar várias ferramentas e técnicas para ajudar a tomar decisões informadas, como análise de dados, modelagem financeira, pesquisa de mercado e análise de tendências.

A GI desempenha um papel fundamental na tomada de decisão, pois quando uma organização tem acesso a informações precisas, relevantes e atualizadas, torna-se mais apta a tomar decisões de cunho estratégico. O gerenciamento da informação envolve a coleta, armazenamento, processamento e disseminação seletiva de informações em toda a organização, permitindo que os decisores tenham uma visão mais clara do panorama geral. Ao tomar decisões importantes, os responsáveis por gerenciar as tomadas de decisão devem ter acesso a informações relevantes e precisas para avaliar as opções e os impactos de cada escolha. A GI permite que as organizações identifiquem tendências, oportunidades e riscos, antecipem mudanças no mercado e no ambiente competitivo e tomem decisões mais rápidas e acertadas, segundo Martins (2014) a GI talvez tenha sido um dos grandes motivos da uma mudança no olhar e nas tendências da área, relacionado com fatores sociais, econômicos e culturais.

No entanto, a GI não se limita apenas ao fornecimento de dados, e tem outras

técnicas de apresentação da informação, que devem prezar pela clareza, abrindo possibilidades de interpretação para o usuário. Ademais, ao profissional da informação é importante compreender duas dimensões importantes da visualização da informação, a primeira é a funcional que enfoca a comunicação de uma mensagem ao usuário de informação e a segunda é a estética, que enfatiza questões subjetivas com o intuito de despertar uma resposta visceral ou emotiva no usuário (CHEN, 2010). O grande destaque da visualização da informação na atualidade é a capacidade de compactar um grande volume de dados e obter análises mais claras, melhorando a análise de dados e a tomada de decisão (CARVALHO, 2022). Além disso, é importante que as informações estejam disponíveis quando necessárias para que os decisores possam tomar decisões oportunas.

Por fim, é importante destacar que a GI também envolve a análise de dados e a geração de insights a partir das informações coletadas, isso significa que a organização deve contar com profissionais capacitados para analisar e interpretar os dados, fornecendo aos decisores informações valiosas para a tomada de decisão.

Existem diversos modelos de tomada de decisão que podem ser aplicados em diferentes situações e contextos. No artigo de Salm, Tomasi e Amboni (2013) são encontrados quatro modelos de tomada de decisão, denominados: burocrático, político, colegiado e anarquia organizada. As categorias são inspiradas em importantes autores da Sociologia e Administração, conforme o quadro abaixo.

Quadro 1 - Modelos de tomada de decisão

Modelos de tomada de decisão	Categorias gerais de análise	Autores
Burocrático	Disciplina; especialização das funções; autoridade legal; carreira vertical; uso de regras e regulamentos, formalização; linhas hierárquicas definidas; fragmentação dos objetivos; divisão de trabalho; atividades padronizadas; utilização de critérios pessoais.	Max Weber (1979), Blau (1973), Baldrige <i>et al.</i> (1982).
Político	Metas e preferências distintas de seus decisores; interesses próprios; poder; influência; alianças e associações; conflito; negociação; competição e concorrência; coalizão; barganha; habilidade política;	Allison (1971); (Birnbau, 1988); Zanella (1999).

	oportunismo e ambivalência.	
Colegiado	Concordância; barganhas; lealdade; comprometimento e interesses comuns.	Millet (1980); Alves (2007); Ito (2007); Parnoff (2007); Leitão (2010).
Anarquia Organizada	Ambiguidade; aleatoriedade; instabilidade; autonomia individual; anarquia organizada; liderança formal fracamente hierárquica; participantes e oportunidades independentes; problemas e soluções fortuitas	March & Olsen (1976); Ito (2007); Pimenta (2007); Leitão (2010).

Fonte: Adaptado de Salm, Tomasi e Amboni (2013).

2.2 Atuação dos Micro e Pequenos Empreendedores no Centro de abastecimento de Vitória de Santo Antão

Em alguns textos presentes na literatura acadêmica, nota-se uma visão romântica do empreendedor, para Valenciano e Barboza (2005), empreendedor é aquele que ama o que faz, tem energia para dirigir seus negócios, crê na realização de seus projetos, trabalha em equipe, é comunicativo e conhece o ramo de negócio em que trabalha, detectando oportunidades e capitalizando sobre elas, buscando assumir riscos calculados, no qual se tem uma imagem idealizada e simplificada do empreendedorismo, que muitas vezes é promovida pela mídia e por discursos por populares, essa visão geralmente retrata o empreendedor como indivíduo heroico, carismático e visionário, que é capaz de superar obstáculos e transformar ideias de negócios de sucesso, o que é muitas vezes distante da realidade empírica observada.

Na prática, nem sempre o empreendedor é alguém que ama o que faz, tampouco empreende algum tipo de planejamento para abrir o seu negócio conforme romantizam as teorias do empreendedorismo inseridas no capitalismo neoliberal. Geralmente, o cotidiano impõe necessidades que direcionam pessoas a empreender, como por exemplo, o desemprego e a demanda de dar continuidade a algum negócio familiar. Os empreendedores por oportunidade são os que percebem o que falta no mercado e antecipam as novas tendências como negócios a serem explorados, já os empreendedores por necessidade têm por objetivo superar um momento difícil pelo qual estão passando (BRITO; WEVER, 2004).

Os empreendedores podem assumir diversas formas, desde proprietários de pequenos negócios, fundadores de startups, líderes de empresas de médio ou grande porte, até empreendedores sociais que buscam causar impacto positivo na sociedade. Eles podem atuar em diversos setores, como tecnologia, finanças, saúde, educação, agricultura, entre outros. Além das características tradicionais de um empreendedor, como a disposição para correr riscos, a resiliência, a criatividade e a capacidade de liderança, também se valoriza cada vez mais a ética nos negócios, a sustentabilidade, a responsabilidade social e a busca por soluções que tenham um impacto positivo na sociedade e no meio ambiente. O empreendedorismo pode ser uma força poderosa para impulsionar mudanças positivas em diversos aspectos da sociedade e da economia.

As MPE são negócios definidos com base em critérios de tamanho e faturamento. São categorizadas com base no número de funcionários, no faturamento anual ou em uma combinação de ambos. No Brasil, elas são classificadas de acordo com os números do quadro abaixo:

Quadro 2 - Classificação brasileira para micro e pequenas empresas

	Valor de receita	Nº de pessoas ocupadas
Microempresa (ME)	Faturamento anual de até R\$ 360.000,00.	Possui até 9 funcionários, incluindo o proprietário.
Pequena empresa	Faturamento anual de até R\$ 4.800.000,00.	Possui de 10 a 49 funcionários.

Fonte: Adaptada do Sebrae (2018).

As MPE são consideradas como um segmento importante na economia do país, pois contribuem para a geração de empregos, estimulam a inovação, promovem o desenvolvimento local e regional, e podem ser uma porta de entrada para empreendedores iniciantes ou para pessoas que buscam autonomia e independência financeira. As MPE podem operar em uma ampla variedade de setores, incluindo comércio, serviços, indústria, agricultura, e podem assumir diferentes formas jurídicas, como empresas individuais, sociedades limitadas, entre outras, podendo também ter diferentes objetivos de negócio, desde empreendimentos voltados para o lucro até negócios sociais ou comunitários.

As MPE vêm contribuindo significativamente para o PIB do país. De acordo com dados do Sebrae (2014), as MPE são as principais geradoras de riqueza no

comércio no Brasil respondendo por 53,4% do PIB deste setor. Em relação ao PIB da indústria, a participação das micro e pequenas é de 22,5%, se aproximando das médias empresas (24,5%); e no setor de Serviços, mais de um terço da produção nacional (36,3%) têm origem nos pequenos negócios.

No entanto, é importante destacar que a pandemia de covid-19 teve um impacto significativo nas MPE no Brasil. As medidas de contenção e restrição implementadas para combater a propagação do novo coronavírus, como o distanciamento social, fechamento temporário de estabelecimentos comerciais, restrição de mobilidade e outras ações, tiveram um impacto direto nas operações e no faturamento dessas empresas (GUIMARÃES JÚNIOR; NASCIMENTO; RODRIGUES; SANTOS, 2020). Diante desses desafios, o governo brasileiro executou uma série de medidas de apoio às MPE, como programas de crédito subsidiado, suspensão temporária de impostos e contribuições, flexibilização de prazos e obrigações fiscais, entre outros. No entanto, muitas MPE ainda enfrentam dificuldades em superar os impactos da pandemia e manterem suas operações de forma sustentável. É fundamental acompanhar as atualizações e medidas governamentais em vigor, buscar informações junto a fontes confiáveis e adotar estratégias de gestão adequadas para enfrentar os desafios causados pela pandemia da covid-19.

No âmbito da Ceavi, locus da presente pesquisa, nota-se a existência dos centros de abastecimento desenvolvidos pelo governo brasileiro para organizar, ampliar e impulsionar a comercialização de produtos e atividades desenvolvidas e provenientes de hortas, granjas e pomares. Com o crescimento exponencial, o método de distribuição dos produtos de hortifrutigranjeiro tornou-se inacessível para alguns ramos que realizavam as vendas e os atravessadores autônomos para distribuição da variação de preços, atrapalhou também a concorrência entre os produtores, no equilíbrio da produção, e principalmente na distribuição dos produtos ao comércio de varejo (feira livre, supermercados, restaurantes, hortifrúti etc.). Por meio dessa problemática enfrentada, na década de 1970, o Governo Federal brasileiro decidiu implantar as Centrais de Abastecimento (Ceasas).

O Ceavi é dividido por boxes, no qual cada comerciante pode negociar variedades de verduras, frutas, legumes e hortaliças. O funcionamento do Ceavi é de acordo com os dias exatos para cada tipo de comércio, por exemplo, alguns produtos

são comercializados em dias específicos para facilitar as compras do que o cliente busca no dia. Outro aspecto importante nas relações de consumo é o dia de abastecimento de novas mercadorias, gerando uma movimentação atípica que interfere no barateamento dos produtos devido ao aumento da oferta.

O Ceavi possui parcerias importantes com os micro e pequenos negócios do setor alimentício, pois oferecem a possibilidade de acesso a produtos frescos e de qualidade diretamente de produtores rurais a preços mais acessíveis, e, geralmente disponibiliza serviço de apoio ao transporte, armazenamento, embalagem e até mesmo assessoria técnica para o desenvolvimento de novos produtos. Além da comercialização de produtos, o Ceavi oferece suporte ao crescimento dos micro e pequenos empreendedores, aos produtores rurais e aos compradores, sendo uma importante ferramenta de desenvolvimento econômico e social para a região, contribuindo para a geração de emprego e renda e para o fortalecimento da agricultura familiar.

Figura 1 – Fotos do Centro de abastecimento de Vitória de Santo de Antão



Fonte: Foto do google imagens, tirada por Amauri Sergio

Figura 2 – Fotos dos boxes do Centro de abastecimento de Vitória de Santo de Antão



Fonte: Foto tirada pela estudante Jácylla Rafaela

3 PERCURSO METODOLÓGICO

3.1 Classificação da Pesquisa

A pesquisa em relação aos fins tem uma abordagem descritiva, buscando explicitar as características das empresas, expondo frentes de interlocução com a GI para tomada de decisões em uma organização de ramo comercial. Para Gil (2017), as pesquisas descritivas buscam levantar a opinião, atitudes e crenças de uma população. Essas pesquisas, geralmente com predominância quantitativa, buscam a identificação e descrição de características de grupos de pessoas.

Quanto aos meios, a pesquisa trata-se de um estudo de caso. Para Martins (2008), este tipo de estudo serve para a construção de uma investigação empírica que pesquisa fenômenos dentro de seu contexto real – pesquisa naturalística – com pouco controle do pesquisador sobre eventos e manifestações do fenômeno, sendo sustentado por uma plataforma teórica que reúne o maior número possível de informações, por meio de diferentes técnicas de levantamento de informações, dados e evidências.

Neste caso, fez-se uma análise das informações das empresas aplicando um formulário junto aos micro e pequenos empreendedores do Ceavi. A partir disso fez-se o exame das respostas adquiridas, buscando interpretar as formas de GI adotadas pelas organizações e possibilidades de melhoria no processo de tomada de decisão.

A pesquisa também se utiliza de técnicas bibliográficas, que conforme Cervo (1983, p. 55) busca conhecer e analisar quais contribuições culturais ou científicas que já foram feitas sobre um determinado, tema ou problema, no qual reunirá informações e dados de estudos que já foram feitos para ter como base para a construção desse trabalho. Neste sentido utilizaram-se informações científicas disponíveis em bases de dados disponíveis no Portal Periódicos Capes, Google Scholar, livros e capítulos presentes na web e em bibliotecas universitárias. Ademais, informações técnicas foram obtidas em matérias jornalísticas e boletins e *sites* de instituições com iniciativa reconhecida no tema de pesquisa selecionado.

3.2 Processo de Coleta e Análise dos Dados

A pesquisa foi realizada entre os dias 2 e 10 de março. Inicialmente, foi solicitada a autorização das organizações envolvidas. Com isto, as 11 perguntas selecionadas (Apêndice A) foram enviadas via questionário no *Google Forms* através de um *link* no aplicativo *Whatsapp*. Destes, oito indivíduos pertencentes a diferentes empresas responderam às perguntas. A partir disso, foi efetuado um levantamento em relação à análise de como são registradas a compra e a venda de mercadoria; como são registrados os débitos dos clientes; como são realizadas as entregas das mercadorias; quais são as fontes de informações utilizadas para tomada de decisão; satisfação com a tomada de decisão e quais principais dificuldades encontradas para tomar decisões.

Cumprе ressaltar que antes do envio do questionário para o grupo mais amplo, fez-se um pré-teste com um indivíduo representativo do grupo selecionado, obtendo *feedback* acerca dos modos de coleta de dados. Tinha se pensado a princípio em realizar entrevistas gravadas, mas devido ao comportamento restritivo do sujeito selecionado para o pré-teste decidiu-se registrar as respostas apenas em questionário, sem valer-se de formas de gravação que incluíssem áudio e/ou vídeo.

A primeira pergunta avaliou o ramo de atuação das empresas, tendo como respostas: verduras (1 respondente), legumes (2), frutas (2) e hortifrúti (3), sendo estes os segmentos componentes da pesquisa.

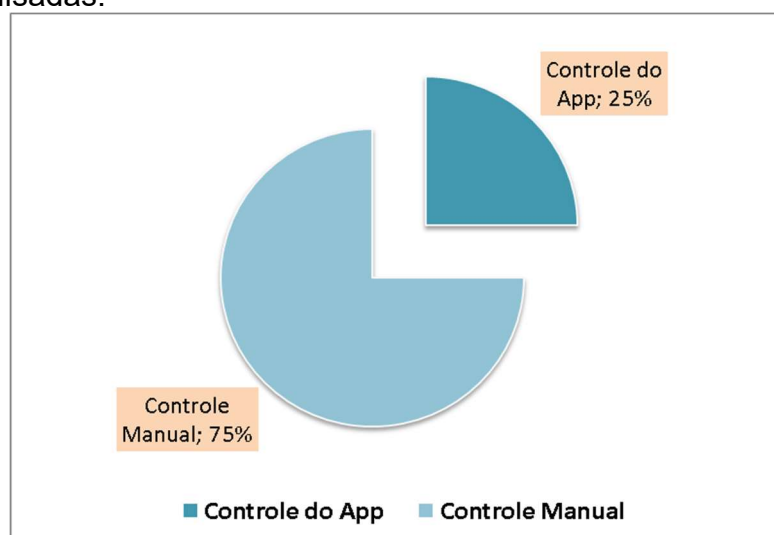
Em seguida, os dados foram tabulados na própria funcionalidade disponibilizada pelo *Google Forms*, permitindo o ranqueamento dos dados e alguns cruzamentos, orientados pela pergunta norteadora da pesquisa. Os gráficos foram gerados nesta mesma perspectiva, sendo complementados pela planilha de cálculo disponível no Microsoft Excel® e na plataforma Canva.

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados estão divididos seguindo o ordenamento das perguntas realizadas no questionário (Apêndice A). Com isto, as seguintes categorias de análise foram geradas: 1) Avaliação de compra, venda e armazenamento de dados dos clientes; 2) Entrega de mercadorias e presença digital; 3) Processos de tomada de decisão e fontes utilizadas pelas empresas frente à GI. Ainda houve uma primeira pergunta questionando o ramo de negócio da empresa, a título de caracterização.

O gráfico 1 apresenta como é executada a compra e a venda de mercadorias e se é usado algum aplicativo para controle dessas informações. Um gráfico de pizza foi elaborado para apoiar a realização da análise.

Gráfico 1 – Registro de compra e venda de mercadorias nas micro e pequenas empresas analisadas.



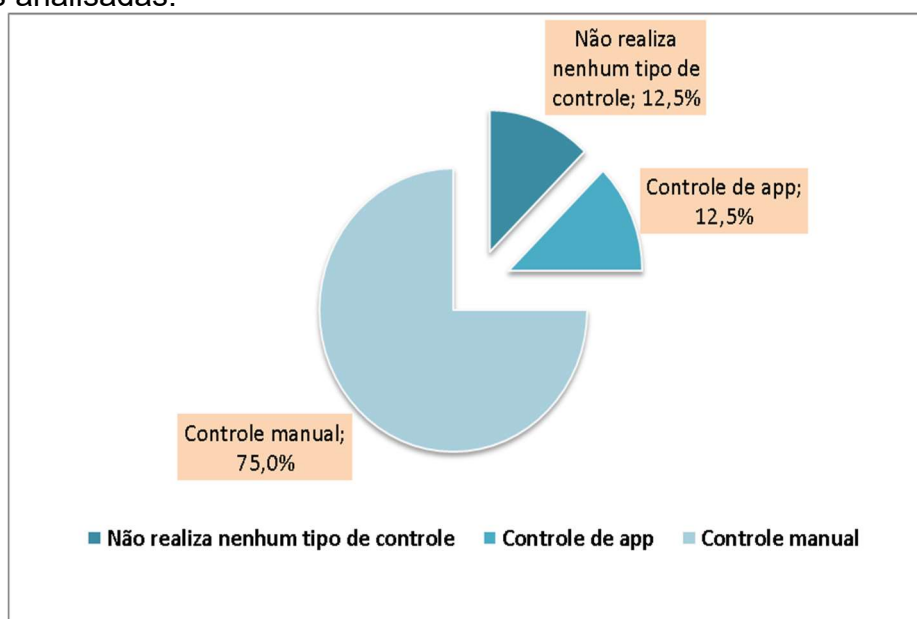
Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Vê-se que a maioria, 75% dos entrevistados, realizam o controle de forma manual, em anotações no caderno, e 25% mantêm controle por meio eletrônico. Caso o respondente mencionasse o uso de algum aplicativo, o questionário solicitava a especificação da plataforma. Assim, foram mencionados os sistemas para compra de mercadoria *Consumer* e o *Csharp*. O primeiro é um sistema para restaurantes, bares, pizzarias e lanchonetes com mais de 30 mil clientes ativos no Brasil e mais de 10 anos de desenvolvimento. É líder nacional em soluções para o segmento *food service* e parceiro do Sebrae no projeto alimentação fora do lar, e indicado pelo Google no projeto PME (CONSUMER, 2023). Já o segundo, *Csharp*, C# (lê-se csharp) é uma

linguagem multiplataforma. Os usuários utilizam para desenvolver para plataformas web, dispositivos móveis e aplicações desktop. Com a praticidade dessa linguagem torna-se relativamente fácil desenvolver projetos mais simples ou até projetos complexos em multiplataformas (GUEDES, 2016). Também foi mencionado que no controle de venda das mercadorias usou-se um aplicativo denominado de “sistema de estoque” e a planilha de cálculo Excel, da empresa Microsoft. Quanto às ferramentas, foi permitido aos respondentes marcar mais de uma categoria de resposta.

O gráfico 2 está representando como é realizado o controle dos débitos dos clientes e a forma de pagamento. Para a interpretação desta análise utilizou-se um gráfico de pizza visando compreender as proporções das respostas indicadas pelos sujeitos.

Gráfico 2 – Armazenamento de dados e débitos dos clientes nas micro e pequenas empresas analisadas.



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

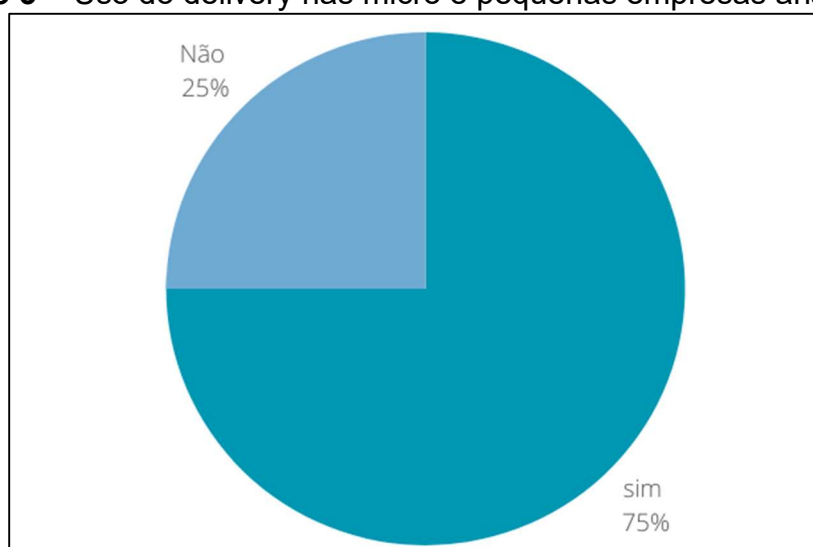
A partir da pesquisa compreendeu-se que a Ceavi ainda possui muitos comerciantes realizando transações de forma manual. Segundo Neves e Freire (2007), a GI (coleta, tratamento e análise de informações), vale-se de estratégias baseadas em informações e conhecimentos lastreados em tecnologias da informação e comunicação, sendo o ambiente digital, representado principalmente pela Internet, um universo de oportunidades e facilidades. Inclusive, Rodrigues e Guimarães Junior (2021), reforçam que a transformação digital nas MPE não almeja apenas a lucratividade e um maior controle das informações, mas, também, garantir a sua

sobrevivência. Ademais, no período da pandemia de covid19, muitos pequenos empreendedores buscaram minimizar o impacto das medidas sanitárias na economia recorrendo às tecnologias digitais, objetivando minimizar o contato físico com seus clientes e contribuindo para o controle do coronavírus (RODRIGUES; GUIMARÃES JÚNIOR, 2021).

Em suma, no âmbito da Ceavi, percebeu-se que 75% dos entrevistados controlam a venda no caderno e no talão que registra a saída de mercadoria, tanto para o cliente quanto para empresa; 12,5% fazem o registro no Excel e 12,5% não utilizam nenhum controle, pois só efetuam vendas à vista ou no cartão.

O gráfico 3 analisa o uso de *deliveries* pelas empresas. Dentre as oito respostas obtidas, seis realizam entrega em domicílio e apenas duas não realizam. Conforme expressaram os entrevistados, a entrega atrai mais o cliente, sendo um diferencial para seu comércio.

Gráfico 3 – Uso do delivery nas micro e pequenas empresas analisadas.

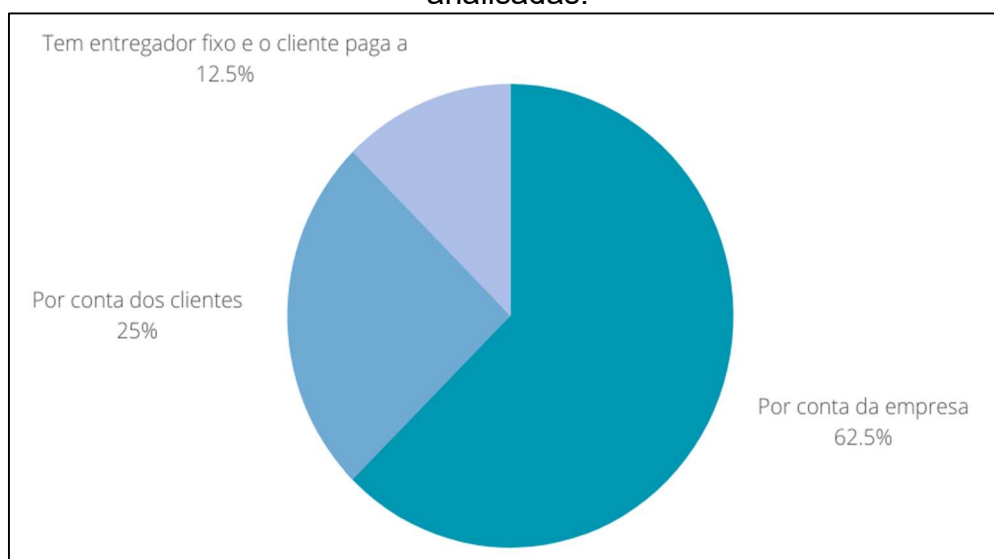


Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Apesar de a maioria dos comerciantes fazerem entrega via *delivery*, percebeu-se que nenhum utilizava aplicativos para controlar as informações. Segundo Stecca, Machado, Pigatto e Jorge (2020), os aplicativos geram considerável quantidade de dados, que devem ser gerenciados e analisados pelas empresas com o intuito de geração de informações e inteligência. Mesmo algumas organizações que utilizam aplicativos, ficam aquém das boas práticas em GI que possibilita que os dados sejam modificados em informações importantes para o desenvolvimento de estratégias empresariais, fazendo assim o aumento da possibilidade de alcance das metas e

objetivos estabelecidos, fatores importantes para a organização. Com isso, evidencia-se a importância da GI nos métodos organizacionais no contexto das empresas de aplicativos de *delivery* de alimentos, principalmente na construção de estratégias (STECCA; MACHADO; PIGATTO; JORGE, 2020).

Gráfico 4 – Responsabilidade pelo frete no *delivery* nas micro e pequenas empresas analisadas.

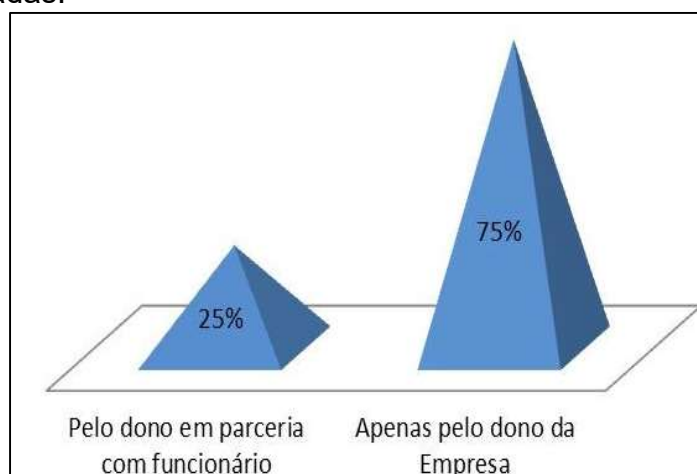


Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

O gráfico 4 representa os métodos utilizados pelos comerciantes para saber como é realizada a entrega das mercadorias. Foi concluído que 62,5% dos entrevistados entregam por conta própria do seu negócio, 12,5% têm um entregador, mas quem efetua o pagamento da entrega é o cliente e os 25% deles que disseram anteriormente que não realizavam entregas, o frete fica por conta do cliente. Como foi dito anteriormente, o cliente pode solicitar produtos e serviços via ligação por telefone ou *whatsapp* ou até ir diretamente à loja, podendo requisitar ou retirar as encomendas, em hora e dia desejados. De acordo com a globalização e a mudança para uma economia baseada no conhecimento têm apresentado com maior proporção a necessidade indispensável de se criar soluções inovadoras nas empresas existentes, com base nisso alguns micro e pequenos empresários optaram por organizar estratégias para se destacar dos demais concorrentes, com isso alguns realizam entregas das suas mercadorias.

Em seguida, no gráfico 5, disposta num gráfico de pizza, têm-se informações percentuais sobre a responsabilidade das tomadas de decisão realizadas nas empresas.

Gráfico 5 - Responsabilidade pela tomada de decisão nas micro e pequenas empresas analisadas.



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Conforme observa-se no gráfico anterior, as micro e pequenas empresas analisadas seguem um perfil muito comum no segmento de organizações familiares, onde a tomada de decisão é autocrática, sendo concentrada apenas no dono da organização. Conforme definem McGee e Prusak (1994), há cinco estilos de gestão da informação, a saber: **utopia tecnocrática**, abordagem tecnológica que enfatiza a classificação e a modelagem do patrimônio de informações, apoiando-se fortemente em novas tecnologias; **anarquia**, ausência completa de uma gerência da informação, que deixa a cargo do indivíduo obter e gerenciar sua própria informação; **feudalismo**, gerenciamento da informação por unidades de negócios, que definem suas próprias necessidades de informação e repassam apenas uma informação limitada à empresa; **monarquia**, a classificação da informação e a definição de seu fluxo são feitos pelos líderes da empresa, que podem ou não partilhar de boa vontade a informação; e o **federalismo**, uma abordagem de gerenciamento da informação baseada no consenso e na negociação de elementos de informação-chave e no fluxo da informação (MCGEE; PRUSAK, 1994).

Com base nesta categorização percebe-se que a maior parte das empresas possui um estilo de tomada de decisão monárquico, haja vista a tomada de decisão está centrada em uma pessoa, o dono, que segundo Starck, Rados e Silva (2013) caracteriza-se quando um indivíduo ou uma função controla a maior parte das informações de uma empresa, ditando as normas em relação à GI. O “monarca”

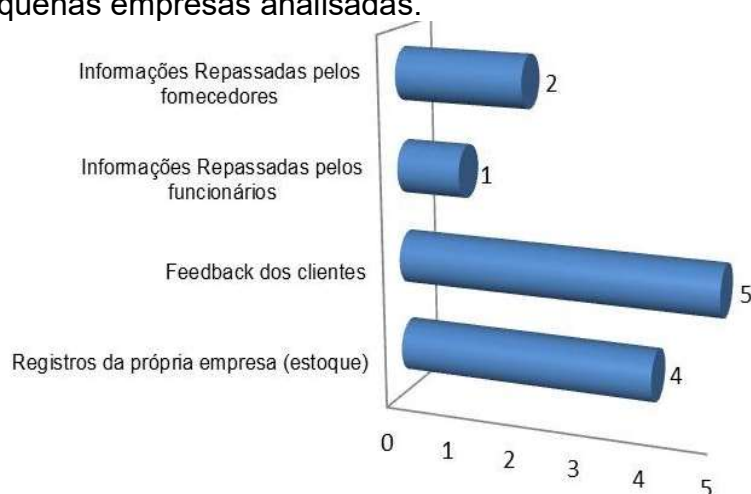
especifica quais tipos de dados são importantes, estabelece significado para a informação e controla o modo como ela é interpretada.

Ainda que se perceba uma perspectiva de controle no uso da informação e na tomada de decisão, nota-se que as organizações estudadas não possuem modelos instituídos de gestão da informação, e com isto, há uma tendência de maior uso da intuição no processo de tomada de decisão, sendo a racionalidade precarizada pela ausência de métricas, diretrizes, indicadores e outras informações estruturadas e relevantes. Em suma, a ausência de dados mensuráveis que possam embasar o processo decisório se institui como um ponto fraco destas organizações, tornando-as mais suscetíveis, junto com a escassez de planejamento, a um baixo desempenho no que tange aos resultados econômicos do negócio, inclusive, podendo culminar no fechamento da empresa, entrando para as estatísticas negativas produzidas pelo Sebrae (2023), ao apresentar sua tradicional pesquisa “Sobrevivência das Empresas 2020”, trazendo informações sobre o fechamento de negócios em 2020, e o impacto da pandemia nesses números, o microempreendedor individual (MEI) é o que apresenta a maior taxa de mortalidade de negócios em até cinco anos. O levantamento apontou taxa de 29% dessa área de negócio, seguido das microempresas, 21,6%, e as de pequeno porte 17%. a pesquisa também cita que o setor que mais fechou foi o comércio foi o com 30,2%. Indústrias da transformação com 27,3%, serviços 26,6%, e indústria extrativa com 14,3% de encerramento.

Visto que, uma das maiores causas dos fechamentos das empresas é a má gestão financeira: muitas empresas falham porque seus fundadores não têm experiência em gestão financeira e acabam gastando mais do que deveriam, outra causa bastante comum é a falta do plano de negócios: muitos empreendedores iniciam um negócio sem ter um plano de negócios sólido e detalhado, o que os deixa sem direção e sem uma estratégia clara.

O gráfico 6, representada por um gráfico de barras horizontais exhibe como cada empresa toma decisão ao efetuar novas compras, a partir de categorias ligadas a fontes de informação, que segundo Araújo e Fachin (2015) são relevantes para seleção de informações diante da necessidade de uma pessoa, organização ou grupos de pesquisadores. Neste item, os entrevistados poderiam escolher mais de uma opção, gerando os resultados indicados a seguir.

Gráfico 6 - Quais são as fontes de informações utilizadas para tomada de decisão nas micro e pequenas empresas analisadas.



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

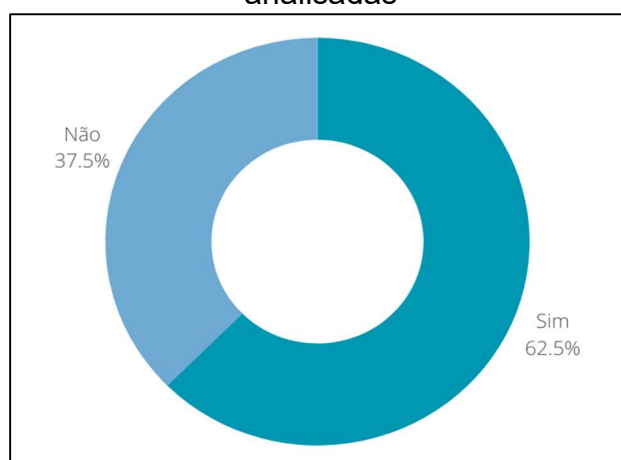
Na análise do gráfico anteriormente mencionado prevaleceu a opção de tomada de decisão baseada nas informações que são repassadas pelos clientes. Em geral, os consumidores se expressam de maneira informal, dando *feedback* sobre as mercadorias, se são ou não de qualidade, e se há alguma reclamação específica. Conforme afirmou Assis (2013), o *feedback* dos clientes é fundamental para que as empresas possam desenvolver estratégias específicas para consolidar a lealdade dos clientes, todavia, compete ressaltar que a falta de sistemas de informação especializadas a este propósito comprometem o uso das informações providas pelos consumidores, especialmente eliminando as possibilidades digitais de categorização, classificação e capacidade de respostas imediatas às questões postas pelos clientes.

Ainda acerca dos dados apresentados no gráfico 6, nota-se que 50% dos respondentes escolheram a opção do registro de estoque da empresa. De acordo com Dandaro e Martelli (2015), o gerenciamento de estoque surgiu para suprir a demanda das empresas em controlar todo o fluxo de materiais como o período de cada um dentro dos armazéns e estoques, a quantidade mantida em cada compartimento, a periodicidade de reposição, entre outros, quando visualizado o estoque a quantidade limitada de mercadoria a ausência delas é tomada de decisão para ocorrer a compra de novas mercadorias. E 25% deles colocaram que analisam as opiniões dos funcionários, de acordo com a GI o fluxo de informação dentro das empresas é de uma tamanha necessidade para que possa transmitir as informações de modo em que não perca o valor da informação, que o transporte da informação ocorra de maneira

clara e precisa, e com a observação do funcionário na hora da tomada de decisão as ideias e sugestões dos deles devem ser acolhidas. E por fim, como eles tinham opções de mais uma escolha, 12,5% que representa um dos entrevistados, selecionou a opção que muitas vezes toma as decisões quando os fornecedores ligam e oferecem promoções de mercadorias.

O gráfico 7 simbolizada por um gráfico de rosca caracteriza a satisfação com a tomada de decisão da empresa.

Gráfico 7 - Satisfação com a tomada de decisão nas micro e pequenas empresas analisadas



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Relacionando a GI com tomada de decisão pode-se fazer a união de dados estratégicos, levando a informação para diversas áreas e líderes responsáveis pela tomada de decisão, facilitar a análise de informações de concorrentes, analisar se as informações obtidas são ditas como uma oportunidade ou uma ameaça, fazer um diagnóstico interno apresentando uma relação entre as informações e o negócio tendo como objetivo contribuir na tomada de decisão.

Chama a atenção que a maioria dos entrevistados alega estar satisfeito com o processo de tomada de decisão que utilizam. Tal satisfação pode estar atrelada a duas importantes variáveis. A primeira é a característica autocentrada que as organizações entrevistadas possuem, ou seja, a satisfação pode estar relacionada ao fato de o próprio indivíduo tomar suas decisões, sendo isto uma expressão natural de um comportamento controlador. Segundo Maximiano (2009), a liderança autocrática nada mais é do que o poder de decisão ser concentrado apenas no líder, ou seja, uma forte relação de autoridade perante os subordinados. A segunda possibilidade de

explicação do resultado obtido é a falta de conhecimento que os micro e pequenos empreendedores, do ramo do comércio, no interior de um estado do Nordeste, possuem sobre tecnologias da informação e do conhecimento. A ausência de um horizonte de possibilidades promove o contentamento com o que se tem, todavia, entende-se que o uso de ferramentas específicas poderia proporcionar novas experiências aos empreendedores no que tange à GI e tomada de decisão. Sabe-se que o baixo conhecimento da tecnologia tem grande influência na tomada de decisão, as pessoas com baixo conhecimento sobre tecnologia muitas vezes se sentem inseguras para resolver ter que lidar com tecnologia, o que pode limitar sua capacidade de participar plenamente em atividades pessoais, profissionais e educacionais que exigem o uso de dispositivos eletrônicos e tecnologias digitais. No entanto, com o treinamento e a prática adequados, é possível desenvolver habilidades tecnológicas e aumentar o conhecimento sobre tecnologia.

Outra característica que pode responder a satisfação dos entrevistados em como tomar sua decisão é o baixo grau de instrução no setor de comércio, especialmente no interior é um desafio significativo para as empresas que operam nestas regiões, porque em muitos casos, os funcionários não possuem o conhecimento necessário para exercer suas funções de maneira eficiente e produtiva, algumas das consequências desse problema podem incluir baixa qualidade do atendimento ao cliente, erros nos processos de vendas e dificuldades na gestão de estoque e finanças. Além disso, os funcionários com baixo grau de instrução podem ter dificuldade em lidar com as tecnologias utilizadas no comércio moderno, como dito anteriormente isso pode levar a problemas de segurança e atrasos nas operações. Para enfrentar esse desafio, as empresas podem investir em treinamento e capacitação de funcionários, oferecendo cursos e programas de desenvolvimento profissional. A tecnologia garante um grande suporte na tomada de decisão, e vem crescendo bastante no meio dos micro e pequenos empreendedores. Para Nogueira (2015), a tecnologia vem cada vez mais tendo maior importância quando se fala em “sobrevivência” das empresas e com ela é possível diminuir as tarefas e otimizar o tempo de trabalho, com isso a tecnologia cada vez mais entra no caminho do pequeno e médio empreendedor e se modifica como excelente oportunidade de crescimento, oferecendo diversas opções para comunicação entre o cliente e a empresa. Para Oliveira, Ferreira, Silva e Lima (2016) a inovação é importante porque é por meio dela

que os empreendedores conseguem inserir diferenciais em seus negócios, os tornando competitivos, logo analisa-se que o uso da TI é uma inovação necessária para o negócio.

Em resumo, a TI é uma ferramenta valiosa para micro e pequenos empreendedores que buscam melhorar sua eficiência, reduzir custos e criar oportunidades de negócios, é importante que os empreendedores considerem a adoção de tecnologias de TI que sejam adequadas às suas necessidades e que possam ser implementadas de maneira eficaz e acessível.

Relacionando o gráfico 7 com a pergunta que foi feita posteriormente, se os entrevistados gostariam que a empresa utilizasse algum aplicativo para tomada de decisão nas micro e pequenas empresas analisadas, obteve respostas contraditórias em relação a satisfação de como é realizada a tomada de decisão da sua empresa. A maioria deles respondeu nessa pergunta que gostariam de algo para ajudá-los a decidir o melhor a se escolher, mas não sabiam um método como isso facilitaria, as demais respostas foram únicas e sempre voltadas para a tecnologia de aplicativos ou planilhas e um deles citou que já utilizava o *consumer* para auxiliá-lo.

Quadro 3 - Maiores dificuldades encontradas pelos entrevistados na tomada de decisão

Falta de organização das empresas
Dificuldade em Lidar com pessoas, que não aceitam mudanças
Falta de organização e de conhecimento
Falta de Sistemas de informações e receio de mudar alguns métodos e os clientes não se adaptarem
Comodidade e medo do novo
Variação no mercado de Hortifrúti
Não tenho dificuldades para tomar decisão
Não tenho dificuldades por ser uma empresa de pequeno porte e conseguir fazer o controle manualmente

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

O quadro acima representa as dificuldades encontradas por cada empresa para tomar decisões, cada um respondeu de uma maneira diferente e de acordo com o que é vivenciado diariamente, um dos entrevistados relatou que tem dificuldades de

tomar decisão com a alta de organização da empresa o que pode levar a atrasos, informações desatualizadas, falhas na comunicação, falta de clareza nas metas e objetivos, dentre outras consequências, esses fatores tendem a prejudicar a capacidade da empresa de coletar e analisar informações importantes para tomar decisões controladas e precisas. Além disso, pode haver dificuldades em identificar prioridades e definir metas claras, o que pode levar a decisões equivocadas ou ações desejadas.

Outro entrevistado relatou que a comodidade se torna uma dificuldade na hora de decidir algo, isso porque as pessoas se sentem confortáveis com a situação atual da empresa e com as tarefas que desempenham. Isso pode levar a uma resistência à mudança, já que a mudança pode significar uma ruptura na rotina e na forma como as coisas são feitas. Além disso, a comodidade pode fazer com que as pessoas se acomodem em suas funções, não se esforcem para buscar novas soluções ou melhorias, o que pode levar a estagnação e falta de inovação na organização, por isso sentem receio de modificar algo e não ser aceito pelos clientes.

Outra resposta obtida é que a falta de conhecimento nas áreas de tecnologias e a falta de uso dos sistemas de tecnologia da informação a dificuldade aumenta, com o uso dos sistemas de informação possuem ferramentas poderosas para ajudar os empreendedores a tomar decisões informadas e eficazes, têm como finalidade o uso de sistema de informação para o acesso a dados precisos e relevantes, coletando de forma mais compreensível na coleta, no armazenamento e no processamento dos dados de várias fontes, contribuindo para que os empreendedores tenham acesso a informações precisas e relevantes em tempo real ajudando a tomar decisões mais informadas e baseadas em fatos concretos,

Por fim, dois dos entrevistados responderam que não existia dificuldades para tomar decisões por ter um estabelecimento pequeno e sem funcionários, eles conseguem resolver o que deve ser feito de forma mais ágil e prática.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como objetivo geral analisar como a GI pode beneficiar as tomadas de decisão em micro e pequenas empresas do ramo comercial pertencentes ao Ceavi/Pernambuco. Para isto, realizaram-se entrevistas junto aos pequenos empresários buscando coletar suas percepções acerca do assunto.

De início, foi observado que existe uma dificuldade de adoção de tecnologias de informação e comunicação para o controle de informações e o suporte ao processo de compra e venda de produtos. Notou-se que os entrevistados ainda pautam seu negócio em procedimentos manuais que nas regiões do interior do Nordeste brasileiro, os procedimentos manuais ainda são predominantes para controle de entrada e saída das mercadorias, controle de estoque e débitos dos clientes, visto que ao utilizar processos manuais há maior probabilidade de erros humanos na inserção de dados, cálculos e registros e isso pode levar a inconsistências e imprecisões nas informações registradas, o que pode impactar a tomada de decisões e a gestão do negócio. Com registros manuais, pode ser mais difícil analisar os dados de forma rápida e eficiente para obter insights valiosos sobre o desempenho do negócio, em que a falta de ferramentas automatizadas pode tornar a análise de dados mais demorada e sujeita a erros.

Logo após, foi analisado o uso de *deliveries* em cada empresa e apresentaram que a responsabilidade da empresa em arcar com os custos e a logística relacionados à entrega de produtos aos clientes, isso significa que a empresa é responsável por garantir que o produto ou serviço seja entregue ao destinatário final de forma eficiente e dentro do prazo, sem que o cliente precise arcar com os custos ou se envolver diretamente na logística da entrega, visto que com a tecnologia seria possível aprimorar os meios de entregas com aplicativos com o objetivo de alcançar mais clientes e tendo como facilidades com acesso a uma nova forma de venda, facilidade de gerenciamento de pedidos, maior eficiência na operação de entrega, *feedback* dos clientes e potencial de aumento nas vendas.

E ainda teve outras observações em relação à tomada de decisão, que de antemão foi visto que na maioria das empresas as decisões eram realizadas de forma autocrática, no qual apenas o líder detém o poder e a autoridade para tomar todas as decisões sem compartilhar a responsabilidade com outros membros da equipe.

Alguns deles citaram que a fonte de informação utilizada para tomar decisões é de acordo com o *feedback* dos clientes, a opinião dos clientes é uma ferramenta valiosa para tomar decisões informadas em seu negócio, ele pode fornecer insights valiosos, identificar áreas de melhoria, avaliar a satisfação do cliente, identificar oportunidades de negócios e fortalecer o relacionamento com os clientes, para análise desses *feedbacks* é necessário estruturar uma coleta e análise e utilizar essas informações para melhorar continuamente seu negócio e oferecer um melhor atendimento aos clientes.

Por fim, foi perguntado aos entrevistados se estavam satisfeitos com a forma de tomada de decisão houve uma contradição, pois a maioria deles se dizem satisfeitos com a forma que tomam decisão e logo após disseram que eles possuem dificuldades na hora de tomar a decisão por não utilizarem ferramentas de tecnologia, sabendo a partir dos estudos que através do uso de sistemas, softwares e ferramentas de TI, as empresas podem ter facilidade na coleta, análise e interpretação de dados para apoiar a tomada de decisões informadas.

Visto com a pesquisa que a GI pode ter várias contribuições importantes para os processos de tomada de decisão de micro e pequenas empresas do Ceavi/Pernambuco algumas possíveis contribuições são na **melhoria na qualidade das informações** com a gestão adequada da informação pode garantir que as informações utilizadas no processo de tomada de decisão sejam precisas, atualizadas e relevante, isso pode auxiliar as MPE na obtenção de informações confiáveis e relevantes para embasar suas decisões, aumentando a qualidade e a efetividade das mesmas; **aumento da eficiência e eficácia na tomada de decisão** com uma gestão eficiente da informação, as MPE podem acessar rapidamente as informações necessárias para tomada de decisão, evitando perda de tempo e esforço em busca de dados relevantes. Isso pode agilizar o processo decisório, tornando-o mais eficiente e eficaz; **identificação de oportunidades e ameaças do ambiente de negócios** com a GI é possível permitir que as MPE identifiquem oportunidades e ameaças no ambiente de negócios, através da coleta, análise e interpretação de dados relevantes sobre o mercado, concorrência, clientes, fornecedores, entre outros, essa compreensão do ambiente externo pode apoiar a tomada de decisões estratégicas mais informadas e embasadas; **Apoio na gestão de recursos internos:** pode auxiliar gestão eficiente de seus recursos internos, como finanças, estoques,

produção, vendas, entre outros, com informações precisas e atualizadas, é possível monitorar e gerenciar de forma mais efetiva esses recursos, permitindo uma tomada de decisão mais embasada e direcionada.

Apesar dos objetivos alcançados, cumpre apresentar as principais limitações da pesquisa. A primeira é a **quantidade de respondentes**, que tornou circunscrito o universo de comerciantes existentes na Ceavi, expressando apenas as percepções de uma pequena parte dos sujeitos; A segunda é a **falta de tempo dos entrevistados**, que de início seria realizada presencialmente para ver como funcionava na prática as tomada de decisões mas os entrevistados relataram que diante da dinâmica vivenciada diariamente não seria possível a realização das entrevistas presencial ; **O terceiro é o impedimento de gravação das entrevistas**, as respostas seriam gravadas para serem escritas da forma como eles realmente pensavam para facilitar a visão deles e não com opções no *forms* porque fica mais limitado, mas eles não autorizaram que fossem gravadas as entrevista e com isso não foi possível essa ocasião acontecer.

As perspectivas de trabalhos futuros seria a investigação de outros centros comerciais no mesmo nicho para comparar os dados, é importante analisar outros comércios tanto com a mesma perspectiva nesse ramo, para identificar se possuem problemas parecidos ou se isso pode variar de acordo com a localidade que os comércios se encontram, ou o tamanho do seu negócio, se o perfil dos consumidores é parecido. E, a partir deste trabalho, seria possível propor um modelo de gestão da informação que se adéque aos micro e pequenos empreendedores, do ramo do comércio, especificamente situados em regiões do interior do Nordeste brasileiro, por ser região de interior não possuem as mesmas oportunidades da região metropolitana e isso dificulta o acesso a melhores e maiores informações.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA SEBRAE. **Iniciativa do Sebrae e parceiros auxiliou na criação de 80 deep techs industriais**. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/inovacao/iniciativa-do-sebrae-e-parceiros-auxiliou-na-criacao-de-80-deep-techs-industriais/>. Acesso em: 08 maio 2022.
- ARAUJO, N. C.; FACHIN, J. Evolução das fontes de informação. **Biblos**, v. 29, n. 1, 2015. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/biblos/article/view/5463/3570>. Acesso em: 05 mar. 2023.
- ASSIS, W. A. de. **O Papel da Qualidade Percebida na Lealdade dos Clientes de Serviços de Consultoria e Assessoria Prestados por Empresas Contábeis**. 2013. 77 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Contábeis, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2013. Disponível em: <http://dspace.mackenzie.br/handle/10899/26252>. Acesso em: 05 mar. 2023.
- BRITO, F.; WEVER, L. **Empreendedores brasileiros II: a experiência e as lições de quem faz acontecer**. São Paulo: Negócio Editora, 2004.
- CARVALHO, J. M. T. S. **Identificação de alguns factores de risco para a obesidade e visualização da informação**. 2022. Tese de Doutorado. Disponível em: <https://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/12476>. Acesso em: 05 mar. 2023.
- CERVO, A. L. **Metodologia científica: para uso dos estudantes universitários**. Amado Luiz Certo e Pedro Alcino Bervian. 3.ed. São Paulo, McGraw-Hill do Brasil, 1983.
- CHEN, C. Information visualization. Wiley Interdisciplinary Reviews: **Computational Statistics**, v. 2, n. 4, p. 387-403, 2010. Disponível em: <https://wires.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/wics.89>. Acesso em: 17 mar. 2023.
- CHOO, C. W. **A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões**. 2.ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.
- CONSUMER. **Sobre o Consumer**. 2023. Disponível em: https://consumer.com.br/?Afild=307&Afild=307&qclid=EAlaIQobChMliefQ5d7j_QIVkBXUAR16fAHPEAAYAiAAEgLgqPD_BwE. Acesso em: 17 mar. 2023.
- DANDARO, F.; MARTELLI, L. L. **Planejamento e controle de estoque nas organizações**. Revista Gestão Industrial, Ponta Grossa, v. 11, n. 2, p. 170-185, 28 jul. 2015. Universidade Tecnológica Federal do Parana (UTFPR).
- FERREIRA, T. E. L. R.; PERUCCHI, V. Gestão e o Fluxo da Informação nas Organizações: A Informação no Contexto Organizacional. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 446-463, jul./dez. 2011. Disponível em: https://revista.acb.org.br/racb/article/view/781/pdf_61. Acesso em: 30 nov. 2022.
- FIGUEIREDO, A. L. C.; LIMA, C. L.; SILVA, F. J. C. da. S. ANDRADE, J. N. T. Desafios das Micro e Pequenas Empresas no Brasil: Uma Análise sobre o Papel do Gestor. **ID on line**. Revista de psicologia, v. 17, n. 65, p. 480-488, 2023. Disponível

em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/3717/5756>. Acesso em: 05 abr. 2023.

FREITAS, M. C. V.; SIMÕES, M. G. M. Gestão da informação em Portugal: formação, mercado e perspectivas. **AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento**, Curitiba, v. 3, n. 1, p. 6-11, 2014.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**, 6ª edição. São Paulo, Atlas, 2017.

GOMES, C. F. S.; GOMES, L. F. A. M.; GOMES, M. **Tomada de decisão gerencial: enfoque multicritério**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

GREEF, A. C.; FREITAS, M. C. D. Fluxo enxuto de informação: um novo conceito. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 17, n. 1, p. 37-55, 2012. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/36736>. Acesso em: 05 abr. 2023.

GREVATT, J. G. Gestão da Informação e Informática na Floresta. **Silvicultura: An International Journal of Forest Research**, v. 43, n. 1, pág. 17-30, 1970.

GUEDES, M. **O que é e como começar com C# (C Sharp)?** 2018. Disponível em: <https://www.treinaweb.com.br/blog/o-que-e-e-como-comecar-com-c-sharp>. Acesso em: 18 abr. 2023.

GUIMARÃES JÚNIOR, D. S.; NASCIMENTO, A. M.; RODRIGUES, G. P. de. A.; SANTOS, L. O. C. dos. Efeitos da pandemia do COVID-19 na transformação digital de pequenos negócios. **Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada**, v. 5, n. 4, p. 1-10, 2020. Disponível em: <http://www.revistas.poli.br/index.php/repa/article/view/1455/669>. Acesso em: 05 abr. 2023.

HORTELÃ, T. M. Sebrae em dados: sobrevivência de empresas. **Sobrevivência de empresas**. 2023. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/sebrae-em-dados-sobrevivencia-de-empresas>. Acesso em: 17 abr. 2023.

LOPES, E. C.; VALENTIM, M. L. P. Gestão da informação e governança corporativa em empresas de capital aberto. **Gestão, mediação e uso da informação**, p. 277-300, 2010.

MARTINS, G. A. Estudo de caso: uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisas no Brasil. **Revista de Contabilidade e Organizações**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 1-11, abr. 2008.

MARTINS, S. de. C. **Gestão da Informação: estudo comparativo de modelos sob a ótica integrativa dos recursos de informação**. 2014.

MAXIMIANO, A. C. **Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

McGEE, J. V.; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação: aumento a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

NEVES, R. S. FREIRE, I. M. Gestão da informação em ambientes virtuais: uma pesquisa exploratória. **Biblionline**, v. 3, n. 2. João Pessoa, 2007. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/biblio/article/view/1915>. Acesso em 18 abr. 2023.

NOGUEIRA, W. M. C. de. B. **Tecnologia de Informação em Micro e Pequenas Empresas: estudo de caso**. 2015. 42 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Puc-Rio, Rio de Janeiro, 2015.

OLIVEIRA, M. de. F. S.; FERREIRA, R. J.; SILVA, G. J. da.; LIMA, R. R. B. de. O. O impacto das práticas inovadoras de micro e pequenos empreendedores na prosperidade de seus negócios. **Revista Capital Científico-Eletrônica (RCCe)**, v. 14, n. 3, p. 100-116, 2016. Acesso em 18 abr. 2023.

OLIVEIRA, P. H.; NETO, W. de P.; OLIVEIRA, F. H. R. de. Monitoramento ambiental e fontes de informação para a tomada de decisão estratégica: o caso dos varejos formais instalados nas mediações do Shopping Popular Oiapoque em Belo Horizonte. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 37, n. 3, 2008. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1207>. Acesso em: 8 maio. 2023.

OLIVEIRA, S. L. **Metodologia científica aplicada ao direito**. São Paulo: Thomson Learning, 2002.

PURIFICAÇÃO, É. F. da. S.; NEVES, S. da. S.; CAVALHEIRO, R. T.; CONCEIÇÃO, G. P. de. M. Precificação no Contexto das Micro e Pequenas Empresas (MPes): Podemos Sofisticar ou Ainda Pecamos no Básico?. **Revista de Contabilidade e Controladoria**, Curitiba, v. 14, n. 3, dez. 2022. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/rcc/article/view/84458/48234>. Acesso em: 17 abr. 2023.

RODRIGUES, G. P. de. A.; GUIMARÃES JÚNIOR, D. S. Transformação digital em pequenos negócios no contexto da pandemia da COVID-19: uma revisão da literatura. **Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle**, v. 10, n. 3, p. 1-11, 2021.

SALM, J. F.; TOMASI, M.; AMBONI, N. Modelos de tomada de decisões: O Caso UDESC. **Revista Brasileira de Administração Política**, v. 6, n. 2, p. 229-229, 2013.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. (org.). **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**. Brasília: Grupo Informe Comunicação Integrada, 2014. 108 p. Acesso em: 17 abr. 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – Sebrae (org.). **Perfil das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte**. Brasília: Sebrae, 2018. 28 p. Acesso em: 18 abr. 2023.

STARCK, K. R.; RADOS, G. J. V.; SILVA, Edna Lucia. **Os estilos e os modelos de gestão da informação: alternativas para a tomada de decisão**. Biblos, n. 52, p. 59-73, 2013.

STECCA, R. da. S.; MACHADO, J. G. de C. F.; PIGATTO, G.; JORGE, C. F. B. A gestão da informação nos aplicativos de delivery on-line de alimentação: o caso em uma empresa do interior de São Paulo. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 49, n. 2, 2020. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/5151>. Acesso em: 18 abr. 2023.

STRIKWERDA, J. Definições de Complexidade. In: **Complexidade Organizada nos Negócios: Compreensão, Conceitos e Ferramentas**. Cham: Springer International Publishing, 2023. p. 51-82.

TARAPANOFF, K. **Inteligência, informação e conhecimento em corporações**.

Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), 2006. Acesso em 17 abr. 2023.

TRENTO, E. J.; SEPULCRI, O.; MORIMOTO, F. **Comercialização de frutas, legumes e verduras**. Curitiba: Instituto Emater, 2011. 42 p.

VALENCIANO SENTANIN, L. H.; BARBOZA, R. J. Conceitos de empreendedorismo. **Revista Científica Eletrônica de Administração**, v. 6, n. 4, p. 685-693, 2005. Disponível em:

http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/CvfACUcZOtmMWBx_2013-4-26-12-25-36.pdf. Acesso em: 17 mar. 2023.

VALENTIM, M. L. P. (org.). **Gestão da informação e do conhecimento no âmbito da Ciência da Informação**. São Paulo: Polis: Cultura Acadêmica, 2008, p. 11-25.

VALENTIM, M. L. P. Inteligência competitiva em organizações: dado, informação e conhecimento. **DataGramaZero**, v. 3, n. 4, 2002. Disponível em:

<http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/3837>. Acesso em: 13 set. 2022.

VITAL, L. P.; FLORIANI, V. M.; VARVAKIS, G. Gerenciamento do fluxo de informação como suporte ao processo de tomada de decisão: revisão. **Informação & Informação**, v. 15, n. 1, p. 85-103, 2010. Disponível em:

<https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/5335/5880>. Acesso em: 17 abr. 2023.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO**1) Qual o ramo da sua empresa?**

- ☐ Verduras
- ☐ Legumes
- ☐ Frutas
- ☐ Hortifrúti

2) Como a empresa registra a compra de novas mercadorias?

- ☐ Mantém controle por meio de algum aplicativo eletrônico (Caso sim, qual?)
- ☐ Mantém o controle manual (Caso sim, qual?)
- ☐ Não realiza nenhum tipo de controle
- ☐ Outros. Especificar.

3) Como a empresa registra a venda de mercadorias?

- ☐ Mantém controle por meio de algum aplicativo eletrônico (Caso sim, qual?)
- ☐ Mantém o controle manual (Caso sim, qual?)
- ☐ Não realiza nenhum tipo de controle
- ☐ Outros. Especificar.

4) Como são armazenados os dados e débitos dos clientes?

- ☐ Mantém controle por meio de algum aplicativo eletrônico (Caso sim, qual?)
- ☐ Mantém o controle manual (Caso sim, qual?)
- ☐ Não realiza nenhum tipo de controle
- ☐ Outros. Especificar.

5) A empresa trabalha com delivery (entrega em domicílio)?

- ☐ Sim
- ☐ Não

6) Caso trabalhe com delivery, qual o método para registro de pedidos?

- ☐ Plataforma digital (ex. ifood, james, uber eats...) (Caso sim, qual?)
- ☐ Telefone (Caso sim, qual?)
- ☐ Mensageiros eletrônicos (ex. whatsapp, telegram...) (Caso sim, qual?)
- ☐ Contato pessoal
- ☐ Outros. Especificar.

7) A empresa possui presença digital (ex. site, redes sociais, whatsapp)?

- ☐ Sim
- ☐ Não

8) Caso possua presença digital, em quais plataformas vocês estão presentes?

- ☐ Aplicativos de entrega (ex. ifood, james, uber eats...) (Caso sim, qual?)
- ☐ Mensageiros eletrônicos (ex. whatsapp, telegram...) (Caso sim, qual?)
- ☐ Site
- ☐ Buscadores (ex. google, bing...) (Caso sim, qual?)
- ☐ Site

- ☐ Redes sociais (ex. facebook, instagram, youtube) (Caso sim, qual?)
- ☐ Outros. Especificar.

8) As principais decisões tomadas na empresa são realizadas por quais pessoas?

- ☐ Apenas pelo dono.
- ☐ Pelo dono em parceria com funcionários.
- ☐ Pelos funcionários sem a participação do dono.
- ☐ Outros. Especificar.

9) Quais são as fontes de informação utilizadas pela empresa para a tomada de decisão?

- ☐ Jornais e revistas (Caso sim, qual?)
- ☐ Sites da internet (Caso sim, qual?)
- ☐ Plataformas e sistemas de informação (Caso sim, qual?)
- ☐ Redes sociais (Caso sim, qual?)
- ☐ Tv e Rádio (Caso sim, qual?)
- ☐ Fornecedores e parceiros
- ☐ Informações repassadas por clientes
- ☐ Informações repassadas por funcionários
- ☐ Dados repassados pela Ceavi
- ☐ Registros da própria empresa
- ☐ Outros. Especificar.
- ☐ Não uso nenhuma fonte de informação

10) Você está satisfeito com a maneira pela qual as decisões são tomadas na sua empresa?

- ☐ Sim
- ☐ Não

11) Quais são suas maiores dificuldades na tomada de decisão?

- ☐ Falta de informação e conhecimento
- ☐ Não saber distinguir notícias falsas e verdadeiras
- ☐ Falta de sistemas de informação e plataformas
- ☐ Falta de comunicação da Ceavi
- ☐ Falta de processos definidos
- ☐ Falta de tempo
- ☐ Hesitação diante de situações de tomada de decisão
- ☐ Outros. Especificar.