



INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA
PRÓ REITORIA DE GRADUAÇÃO
CAMPUS GUARABIRA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

YAGO BELO DA SILVA

**A IMPORTÂNCIA DO USO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO EM
PEQUENOS COMÉRCIOS NA CIDADE DE SERTÃOZINHO-PB.**

GUARABIRA/PB

2026

Yago Belo da Silva

**A IMPORTÂNCIA DO USO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO EM
PEQUENOS COMÉRCIOS NA CIDADE DE SERTÃOZINHO-PB.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso Superior de Tecnologia
em Gestão Comercial do Instituto Federal da
Paraíba – Campus Guarabira, como requisito
obrigatório para a obtenção do título de
Tecnólogo em Gestão Comercial.

Orientadora: Ma. Ana Beatriz Bernardes
Oliveira.

GUARABIRA, PB

2026

FICHA CATOLOGRÁFICA

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DO IFPB - GUARABIRA

S586i Silva, Yago Belo da
A importância do uso da tecnologia da informação em pequenos
comércios na cidade de Sertãozinho-PB / Yago Belo da Silva - Guarabira,
2026.
34f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão Comercial). –
Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira, 2026.

“Orientação: Profa. Ma. Ana Beatriz Bernardes Oliveira”

Referências.

1. Tecnologia da informação. 2. Pequeno comércio; 3. Comércio
varejista. 4. Inovação tecnológica. 5. Sertãozinho-PB. I. Título.

CDU 658:005.57(0.067)

Elaborada por Ana Carine da Costa Gonçalves - CRB/15 - 676

FOLHA DE APROVAÇÃO



INSTITUTO FEDERAL
Paraíba

CST Gestão Comercial

ATA DA DEFESA DE TCC

Aos vinte e três dias de fevereiro de 2026, às 18h30min, reuniram-se os professores Msc. Ana Beatriz Bernardes Oliveira (orientadora), Msc. José Alberto Bezerra de Queiroz Júnior (avaliador) e Msc Aglaucibelly Maciel Barbosa (avaliadora), de forma remota, através da plataforma *google meet*, para avaliar a apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso do aluno **YAGO BELO DA SILVA**, intitulado: A IMPORTÂNCIA DO USO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO EM PEQUENOS COMÉRCIOS NA CIDADE DE SERTÃOZINHO-PB. Protocolado para defesa final de acordo com requisitos expostos no Manual de Trabalho de Conclusão do Curso de Gestão Comercial. Após a apresentação, a banca apresentou três pareceres a favor da aprovação do TCC. Desta forma, o TCC foi aprovado e definiu-se as seguintes notas: em relação ao texto básico: equivalente a 86,7; resultado científico: equivalente a 88; e defesa: equivalente a 80. A média final da defesa foi, portanto, **86**. Nada mais havendo a tratar, às 19h30min, encerraram-se os trabalhos, determinando a lavratura desta ata, que, após lida e considerada conforme, será assinada pelos presentes.

Documento assinado digitalmente
ANA BEATRIZ BERNARDES OLIVEIRA
Data: 23/02/2026 19:48:25-0300
Verifique em <https://validar.ifpb.gov.br>

Msc. Ana Beatriz Bernardes Oliveira (orientadora)

Documento assinado digitalmente
JOSE ALBERTO BEZERRA DE QUEIROZ JUNIOR
Data: 24/02/2026 18:36:19-0300
Verifique em <https://validar.ifpb.gov.br>

Msc. José Alberto Bezerra de Queiroz Júnior (avaliador)

Documento assinado digitalmente
AGLAUCIBELLY MACIEL BARBOSA
Data: 23/02/2026 20:41:52-0300
Verifique em <https://validar.ifpb.gov.br>

Msc Aglaucibelly Maciel Barbosa (avaliadora)

NOSSA MISSÃO: Ofertar a educação profissional, tecnológica e humanística em todos os seus níveis e modalidades por meio do Ensino, da Pesquisa e da Extensão, na perspectiva de contribuir na formação de cidadãos para atuarem no mundo do trabalho e na construção de uma sociedade inclusiva, justa, sustentável e democrática.

VALORES E PRINCÍPIOS: Ética, Desenvolvimento Humano, Inovação, Qualidade e Excelência, Transparência, Respeito, Compromisso Social e Ambiental.

www.ifpb.edu.br

YAGO BELO DA SILVA

**A IMPORTÂNCIA DO USO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO EM
PEQUENOS COMÉRCIOS NA CIDADE DE SERTÃOZINHO-PB.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso Superior de Tecnologia
em Gestão Comercial do Instituto Federal da
Paraíba – Campus Guarabira, como requisito
obrigatório para a obtenção do título de
Tecnólogo em Gestão Comercial.

Defendido em: 23/02/2026.

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 ANA BEATRIZ BERNARDES OLIVEIRA
Data: 05/03/2026 09:02:05-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Msc. Ana Beatriz Bernardes Oliveira (IFPB)
Orientadora

Documento assinado digitalmente
 JOSE ALBERTO BEZERRA DE QUEIROZ JUNIOR
Data: 05/03/2026 14:44:43-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Msc. José Alberto Bezerra de Queiroz Júnior
Membro Examinador

Documento assinado digitalmente
 AGLAUCIBELLY MACIEL BARBOSA
Data: 05/03/2026 19:59:28-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Msc. Aglaucibelly Maciel Barbosa
Membro Examinador

Dedico este trabalho a Deus e à minha família, por todo o apoio, incentivo e compreensão ao longo de toda a minha trajetória acadêmica no IFPB.

AGRADECIMENTOS

A Deus, primeiramente, por conceder força, sabedoria e perseverança ao longo de toda a trajetória acadêmica, tornando possível a superação dos desafios enfrentados durante a realização deste trabalho. À minha família, pelo apoio incondicional, incentivo constante e compreensão nos momentos de dificuldade, sendo essencial para a conclusão desta etapa tão importante da minha formação. À minha orientadora Ana Beatriz, pela dedicação, paciência, orientações e contribuições fundamentais para o desenvolvimento deste Trabalho de Conclusão de Curso, sempre demonstrando compromisso e profissionalismo ao longo do processo. À professora Renata, pelos ensinamentos transmitidos, pelas contribuições acadêmicas e pelo suporte oferecido, que foram de grande importância para a construção do conhecimento necessário à elaboração deste trabalho. A todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste estudo, meus sinceros agradecimentos.

“Ensinar não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades para a sua produção ou a sua construção. Quem ensina aprende ao ensinar e quem aprende ensina ao aprender.”

Paulo Freire

RESUMO

A Tecnologia da Informação (TI) tem se consolidado como um elemento estratégico para organizações de diferentes portes, inclusive para os pequenos comércios, contribuindo para a melhoria dos processos internos, do atendimento ao cliente e da competitividade no mercado. Nesse contexto, o presente Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo analisar a importância da Tecnologia da Informação no comércio do município de Sertãozinho-PB, identificando os principais desafios enfrentados pelos comerciantes, registrando as implementações tecnológicas recentemente adotadas e analisando os benefícios percebidos com a utilização desses recursos. A pesquisa caracteriza-se como exploratória, com abordagem qualitativa, sendo realizada por meio de entrevistas semiestruturadas aplicadas a sete estabelecimentos comerciais, entre mercadinhos, restaurantes e uma farmácia. A análise dos dados foi estruturada a partir de três eixos: desafios na adoção da TI, tecnologias utilizadas e benefícios percebidos. Os resultados evidenciam que, apesar das limitações financeiras, da falta de capacitação técnica e da resistência inicial por parte de funcionários, os comerciantes reconhecem a relevância da TI para a organização e modernização de seus negócios. As principais tecnologias adotadas incluem sistemas de ponto de venda (PDV), controle de estoque, meios de pagamento eletrônicos e o uso de aplicativos de mensagens e redes sociais. Conclui-se que a adoção da Tecnologia da Informação, mesmo de forma básica, contribui significativamente para a eficiência operacional, a satisfação dos clientes e a sustentabilidade dos pequenos comércios de Sertãozinho-PB.

Palavras-chave: Tecnologia da informação; Pequenos Comércios; Comércio Varejista; Inovação Tecnológica; Sertãozinho-PB.

ABSTRACT

Information Technology (IT) has become established as a strategic element for organizations of different sizes, including small businesses, contributing to the improvement of internal processes, customer service, and market competitiveness. In this context, the present Undergraduate Final Project aims to analyze the importance of Information Technology in the commerce sector of the municipality of Sertãozinho-PB, identifying the main challenges faced by merchants, recording the technological implementations recently adopted, and analyzing the perceived benefits resulting from the use of these resources. The research is characterized as exploratory, with a qualitative approach, and was conducted through semi-structured interviews applied to seven commercial establishments, including grocery stores, restaurants, and a pharmacy. Data analysis was structured around three main axes: challenges in IT adoption, technologies used, and perceived benefits. The results show that, despite financial limitations, lack of technical training, and initial resistance from employees, merchants recognize the relevance of IT for the organization and modernization of their businesses. The main technologies adopted include point-of-sale (POS) systems, inventory control, electronic payment methods, and the use of messaging applications and social networks. It is concluded that the adoption of Information Technology, even in a basic form, contributes significantly to operational efficiency, customer satisfaction, and the sustainability of small businesses in Sertãozinho-PB.

Keywords: Information Technology; Small Businesses; Retail Commerce; Technological Innovation; Sertãozinho-PB.

LISTA DE SIGLAS

ABDI - Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial

CRM - *Customer Relationship Management*

EPP - Empresa de Pequeno Porte

FGV - Fundação Getulio Vargas

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IFPB – Instituto Federal da Paraíba

LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais

ME - Microempresa

MPE - Micro e Pequenas Empresas

PDV - Ponto de Venda

PIB – Produto Interno Bruto

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SINDPD-PR - Sindicato dos Trabalhadores em Informática e Tecnologia da Informação do Paraná

TI - Tecnologia da Informação

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

UNISA - Universidade Sant

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	15
2.2 A RELAÇÃO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COM O COMÉRCIO	16
2.2.1 Desafios Enfrentados no Uso de TI	16
2.2.2 Benefícios do Uso da TI	18
2.2.3 TI Utilizada por Pequenos Comerciantes	18
3 METODOLOGIA	20
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	22
4.1 DADOS DEMOGRÁFICOS DOS ENTREVISTADOS E DADOS DO ESTABELECIMENTO	22
4.2 USO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	23
4.3 DESAFIOS DE USO DAS TIS	24
4.4 BENEFÍCIOS DO USO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	25
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
REFERÊNCIAS	29
APÊNDICE A – ENTREVISTA SOBRE A IMPORTÂNCIA DO USO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO EM PEQUENOS COMÉRCIOS DE SERTÃOZINHO-PB	32

1 INTRODUÇÃO

A Tecnologia da Informação (TI) pode ser compreendida como o conjunto de recursos tecnológicos e computacionais utilizados para geração, armazenamento, processamento e disseminação de informações nas organizações. Segundo Kenneth C. Laudon e Jane P. Laudon (2016), os sistemas de informação são compostos por pessoas, processos e tecnologia, sendo fundamentais para apoiar operações, tomada de decisão e estratégias organizacionais.

No contexto empresarial, especialmente em pequenos negócios, a TI não se restringe a computadores, mas envolve softwares de gestão, sistemas de ponto de venda, plataformas digitais, internet e ferramentas de comunicação que contribuem para maior controle organizacional e competitividade. Hoje, ela não apenas sustenta a infraestrutura operacional das empresas, como também desempenha um papel estratégico na tomada de decisões e no desenvolvimento de soluções inovadoras. Mais do que um setor técnico, a TI tornou-se um parceiro essencial na construção de negócios mais eficientes, conectados e preparados para os desafios do mercado contemporâneo. A TI realiza um papel fundamental no setor supermercadista e também no varejo em um contexto geral, contribuindo para a eficiência operacional, a melhoria da experiência do cliente e a tomada de decisões estratégicas, garantindo assim um melhor funcionamento do estabelecimento. Segundo Carvalho e Galegale (2006), desde o começo do século XXI o uso da TI no setor de supermercados e varejo em geral já vinha apresentando crescimento de maneira significativa, tornando-se cada vez mais relevante para a administração dos negócios de forma inovadora.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2023), são mencionados alguns exemplos de como a busca por inovação pode acontecer, sendo um deles a adoção de novas tecnologias da informação. Para que a inovação se torne realidade no contexto organizacional, é imprescindível o desenvolvimento de uma mentalidade inovadora por parte do empreendedor. Antes da implementação de estratégias inovadoras, é necessário que o indivíduo adote uma postura voltada à criatividade, à busca por soluções não convencionais e à disposição para a experimentação. Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), pensar de forma inovadora é um exercício que exige romper com padrões estabelecidos e estar aberto ao desconhecido, permitindo a identificação de oportunidades inéditas e a criação de soluções que agreguem valor ao negócio (SEBRAE, 2023).

Neste estudo, é analisada a importância de tais tecnologias para o comércio em uma pequena cidade que fica localizada no interior do estado da Paraíba, como sistemas para o cadastro de produtos e novas formas de recebimento dos pagamentos, destacando como elas podem alavancar as vendas do negócio, assim como verificar possíveis melhorias de forma significativa na qualidade dos produtos e serviços ofertados, consequentemente podendo elevar o índice de satisfação dos clientes e assim promover um possível fortalecimento da economia local. De acordo com Moraes, Terence e Escrivão Filho (2004), a TI pode atuar como suporte à gestão estratégica da informação nas pequenas empresas, desde que integrada aos processos decisórios e não utilizada apenas de forma operacional.

Sertãozinho-PB, localizada no agreste paraibano, está inserida na região imediata de Guarabira e na região intermediária de João Pessoa, capital do estado da Paraíba (IBGE, 2021). Possui uma área de 32,455 km², por onde se distribuem 5.054 habitantes (IBGE - Censo 2022), onde o PIB per capita é de R\$10.612,14 (IBGE, 2021).

Existem poucos registros sobre a evolução histórica do município de Sertãozinho-PB. Até então, sabe-se que a vinda dos primeiros habitantes se deu por volta do ano de 1884, com a povoação tendo como a primeira casa construída a do Sr. João de Freitas Mouzinho, que dá nome a uma das principais ruas da cidade, assim como também foi nomeada uma das escolas estaduais presentes no município (IBGE, 2022).

De acordo com Caravela (2025), o município de Sertãozinho-PB contabiliza atualmente 584 empregos formais. Dentre as ocupações com maior número de vínculos empregatícios, destaca-se a de assistente administrativo, com 140 trabalhadores. Em seguida, figuram os trabalhadores da avicultura de postura (100 vínculos) e os professores de nível superior do ensino fundamental, atuando do primeiro ao quarto ano (54 vínculos). A remuneração média dos trabalhadores formais é de aproximadamente R\$2.000,00, valor inferior à média registrada no estado, que é de R\$2.600,00.

Ainda segundo Caravela (2025), quanto à distribuição de renda entre as classes econômicas, Sertãozinho-PB apresenta um dos índices de concentração mais baixos do estado. As faixas de menor poder aquisitivo, classificadas como classes D e E, são responsáveis por 65,6% do total das remunerações no município, enquanto as classes mais altas concentram apenas 2,3% dessa massa salarial. Em termos comparativos, observa-se que a participação das classes mais baixas na renda local é 16,4 pontos percentuais superior à média estadual, ao passo que as faixas de maior renda apresentam participação 20,4 pontos percentuais inferior. O autor também afirma, no que diz respeito às atividades econômicas, três setores concentram a maior parte dos empregos formais: a administração pública em

geral, com 287 postos de trabalho; a criação de frangos para corte, com 255 vínculos; e o comércio varejista de minimercados, com 17 vínculos. A estrutura produtiva do município evidencia forte dependência da administração pública e da avicultura, setores que se consolidam como os principais eixos da economia local.

O presente trabalho de conclusão de curso (TCC) busca analisar a importância da TI no comércio de Sertãozinho - PB, destacando os principais desafios enfrentados pelos comerciantes, assim como registrar as implementações tecnológicas recentemente adotadas e também analisar quais foram os benefícios percebidos por esses comerciantes ao adotarem implementações tecnológicas em seus estabelecimentos.

Portanto, levantou-se o seguinte questionamento de acordo com os fatores citados: como a adoção da TI impacta a eficiência operacional e a competitividade dos pequenos comércio de Sertãozinho?

Segundo o IBGE (2022), Sertãozinho-PB é uma pequena cidade do agreste paraibano e que, assim como em todo o país, há alguns anos enfrentou muitas dificuldades em decorrência da pandemia a partir do ano de 2020.

Com o passar do tempo, o comércio local apresentou uma aparente evolução ao diversificar a variedade de produtos oferecidos, com a chegada de novos estabelecimentos e segmentos que antes não existiam na cidade, onde muitas vezes fazia com que boa parte da população buscasse tais produtos e serviços em outras cidades da região em que o comércio é visivelmente mais desenvolvido. No contexto brasileiro, o pequeno comércio pode ser delimitado a partir de critérios legais e gerenciais. Juridicamente, o enquadramento ocorre conforme a Lei Complementar nº 123 (2006), que institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Segundo a legislação, são classificadas como Microempresa (ME): receita bruta anual igual ou inferior a R\$360.000,00; Empresa de Pequeno Porte (EPP): receita bruta anual superior a R\$360.000,00 e igual ou inferior a R\$4.800.000,00. Assim, sob o critério legal, o pequeno comércio corresponde às atividades comerciais desenvolvidas por empresas enquadradas como ME ou EPP.

Sob a perspectiva da Gestão Comercial, entretanto, o pequeno comércio também se caracteriza por aspectos estruturais e estratégicos específicos. Conforme destaca Michael Porter (2004), a competitividade das organizações está diretamente relacionada à forma como elas constroem vantagens competitivas, seja por diferenciação, foco ou liderança em custos. No caso do pequeno comércio, a estratégia de foco e proximidade com o cliente tende a ser predominante, uma vez que essas empresas atuam em mercados locais e dependem fortemente do relacionamento, da personalização do atendimento e da adaptação rápida às demandas do

consumidor. Além disso, segundo Philip Kotler (2012), organizações de menor porte possuem maior flexibilidade para ajustar estratégias de marketing, preços e relacionamento com clientes, o que pode representar vantagem competitiva frente a grandes redes varejistas.

Tendo em vista esse cenário do comércio em visível e constante crescimento, a pesquisa se mostra importante ao analisarmos quais foram as implementações tecnológicas adotadas pelos comerciantes de Sertãozinho-PB, onde os habitantes notam uma significativa evolução no setor comercial da cidade.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

De acordo com Unisa (2023), desde o surgimento dos primeiros computadores, na metade do século XX, ficou evidente o interesse das organizações em coletar dados, transformá-los em informações e utilizá-las para tomar decisões estratégicas. Nas décadas de 70 e 80, houve um grande progresso nas inovações tecnológicas, e a TI começou a se expandir para atender às necessidades da época, mantendo um crescimento contínuo desde então. Embora a TI não tenha surgido exatamente durante a Terceira Revolução Industrial, é possível relacionar o seu desenvolvimento acelerado com as mudanças transformadoras que marcaram o mundo moderno.

Outro ponto importante a destacar é que, de acordo com Araujo, Farina e Florian (2023), a globalização, o dinamismo e os avanços tecnológicos que impactam o mundo, integrando-se ao dia a dia de pessoas e organizações, criam um ambiente favorável à criação, distribuição e disseminação em larga escala de informações por diferentes canais e de diversas maneiras. Nesse contexto, a TI se torna uma área essencial, em constante desenvolvimento, sendo aplicada na sociedade tanto por indivíduos quanto por organizações dos mais variados setores.

A TI é fundamental para o sucesso de uma empresa no mundo atual. Segundo FindUP (2023), durante muito tempo, a TI nas empresas foi considerada apenas uma área de suporte e manutenção. No entanto, com as diversas transformações do mercado, a tecnologia também avançou, gerando a necessidade de estratégias que contribuíssem para o impacto da expansão digital das empresas.

Segundo Na Prática (2024), o conceito de TI pode ser entendido como o conjunto de processos, ferramentas, sistemas e infraestrutura utilizados para coletar, processar, armazenar, distribuir e gerenciar informações. O autor também destaca como a TI engloba tanto o uso de hardware (computadores, servidores, redes) quanto de software (programas, aplicativos, sistemas operacionais) e também os processos organizacionais envolvidos no tratamento da informação.

De acordo com o SINDPD-PR (2023), com a pandemia de Covid-19, o papel da tecnologia tornou-se ainda mais relevante. Isso é evidenciado pelo crescimento no uso de aplicativos de delivery, plataformas de comunicação remota e a criação de novas atividades no ambiente digital. Todos esses serviços têm a TI como aliado essencial para seu funcionamento.

2.2. A RELAÇÃO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COM O COMÉRCIO

Para Caetano (2024), quando se relaciona a TI com o comércio, tem-se em vista que há um processo de transformação daquela empresa, onde se pode falar sobre o processo de transformação digital. Há empresas muito conhecidas no mercado que passaram por todo um processo de transformação digital, como destaca Brasiline (2022), algumas dessas empresas são a Netflix, Magazine Luiza, Nubank, Amazon e Spotify, onde há um ponto em comum em que essas empresas precisaram se adequar a um novo padrão de comportamento e novas tendências por parte dos consumidores. A transformação digital no varejo tem se tornado uma necessidade estratégica para as empresas brasileiras.

Entre essas necessidades, FindUP (2023) menciona que a TI (TI) é essencial para automatizar e otimizar processos internos, o que resulta em uma maior eficiência nas operações e também na redução de custos. Por meio de softwares de gestão, sistemas de logística e outras ferramentas, a TI contribui para aumentar o nível de produtividade dos colaboradores e aprimorar a qualidade dos produtos e serviços oferecidos. Além disso, ela possui uma função essencial na coleta, armazenamento e análise de dados. Com a capacidade de acessar e processar informações consideradas relevantes, as empresas podem tomar decisões mais confiáveis e estratégicas. A análise de dados também ajuda a identificar padrões no comportamento dos consumidores, permitindo uma personalização das ofertas e, consequentemente, um maior índice de satisfação dos clientes.

No entanto, segundo Cunha et al. (2020), a TI, por si só, não é suficiente para se atingir os resultados esperados pelas organizações. Para alcançar resultados eficazes e satisfatórios, é importante que sua gestão seja realizada de forma adequada, levando em consideração a preocupação de alinhar o uso da TI com os objetivos estratégicos da empresa.

2.2.1 Desafios Enfrentados no Uso de TI

Sabe-se que as inovações digitais não apenas tornam os negócios mais conectados, mas também aumentam sua mobilidade e a possibilidade de oferecer produtos e/ou serviços de maior valor aos clientes. Porém, segundo Tecnoset (s.d), para a gestão de TI, um dos maiores desafios da atualidade é a criação de ambientes digitais que sejam altamente confiáveis e seguros. Para o autor, destacam-se como sendo os principais desafios o acompanhamento das tendências, a garantia de segurança da informação e o alinhamento com as necessidades do negócio. No entanto, outro ponto destacado pelo autor é a busca por

soluções para superar esses desafios encontrados. Além de procurar soluções para transmissão, acesso, armazenamento e produção de informações, a gestão de TI também deve focar na pesquisa de novas abordagens para a utilização e análise da imensa quantidade de dados gerados diariamente, com o intuito de se tornar um importante recurso estratégico para o crescimento da empresa.

Entre os principais desafios enfrentados no uso da TI estão aqueles de natureza organizacional. A falta de planejamento estratégico, a ausência de alinhamento entre tecnologia e objetivos comerciais e o investimento inadequado podem comprometer o desempenho empresarial. Turban, Pollard e Wood (2018) ressaltam que a tecnologia deve estar alinhada ao modelo de negócios da empresa para gerar valor. Quando esse alinhamento não ocorre, a TI passa a ser vista apenas como custo operacional, e não como ferramenta estratégica. Além disso, Serrano et al. (2021) apontam que a falta de apoio da alta administração é um dos maiores obstáculos à implementação bem-sucedida de práticas de gestão tecnológica, impactando diretamente a eficiência dos processos comerciais.

De acordo com TOPdesk (2024), a TI tem papel essencial nas organizações, mas enfrenta outros diversos desafios em sua aplicação prática. Entre os principais, destaca-se a redução de custos, que exige investimentos estratégicos em ferramentas de automação, como plataformas de *service desk*, para manter a qualidade sem comprometer o orçamento. Outro ponto crítico é a integração entre sistemas e processos. A ausência de integração compromete a comunicação interna e aumenta o tempo de resolução de problemas. Soluções centralizadas contribuem para a eficiência operacional.

O autor também destaca que a segurança da informação e a conformidade com leis, como a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), também são preocupações constantes. A adoção de sistemas de monitoramento e auditoria é fundamental para prevenir falhas e evitar sanções legais. Além disso, a escalabilidade da infraestrutura de TI é necessária para acompanhar o crescimento da empresa. Tecnologias como *machine learning* e automação de processos facilitam essa adaptação. Por fim, destacam-se os desafios relacionados à eficiência no suporte técnico, ao monitoramento de indicadores de desempenho e à abertura à inovação, fundamentais para manter a competitividade e promover melhorias contínuas nos serviços de TI. Dessa forma, torna-se evidente que superar os desafios no uso da TI é fundamental para o sucesso da gestão comercial.

2.2.2 Benefícios do Uso da TI

Segundo o artigo desenvolvido por Albertin e Albertin (2008), os benefícios proporcionados pela TI às organizações têm sido comprovados em várias áreas de aplicação, enquanto em outras ainda há discussões sobre se esses benefícios realmente foram alcançados ou se possuem alguma relação positiva em comparação aos investimentos exigidos.

Alguns desses principais benefícios que podem ser mencionados, de acordo com Inventti (2017), são a otimização de processos, o aumento da produtividade, redução de custos, segurança e o pós-venda. Em relação ao pós-venda, por exemplo, o autor destaca que empresas de grande porte e maior abrangência no mercado, como Apple e Volkswagen, são reconhecidas pela excelência no relacionamento com os clientes, um aspecto essencial para o sucesso nos negócios. As ferramentas de CRM (Customer Relationship Management) auxiliam na gestão do relacionamento com clientes, organizando histórico de compras e preferências de consumo. Segundo Laudon e Laudon (2016), sistemas de relacionamento com clientes permitem maior fidelização e personalização do atendimento, elementos fundamentais no comércio de pequeno porte, onde o contato direto é um diferencial competitivo.

Segundo Stoque (2020), o setor varejista tem acompanhado de perto os avanços da tecnologia e colhido bons frutos, especialmente quando se trata de cortar custos. Muitas tarefas que antes exigiam esforço manual hoje são realizadas com mais agilidade graças a soluções de automação. Com o uso de softwares e outras ferramentas tecnológicas, as empresas conseguem automatizar diversas rotinas do dia a dia. A TI também tem sido uma grande aliada na organização da gestão, na divulgação de produtos e serviços, e no fortalecimento do vínculo com os clientes. De acordo com Lunardi, Dolci e Dolci (2017) demonstra-se que a informatização está associada a melhores práticas de gestão, especialmente no controle de caixa e planejamento.

2.2.3 TI Utilizada por Pequenos Comerciantes

Assim como nas grandes empresas, a utilização da TI também pode contribuir para a diminuição de despesas e a melhoria da eficiência nos pequenos comércios. De acordo com a ASN (2023), uma pesquisa realizada por SEBRAE e IBGE revela que a digitalização das micro e pequenas empresas atingiu seu melhor nível desde o começo da pandemia de Covid-19, onde três em cada quatro empresas adotam ferramentas digitais para realizar

negócios. Sendo esse o melhor desempenho de toda a série histórica da pesquisa, iniciada logo após o início da pandemia de Covid-19 no Brasil. Em maio de 2020, 59% das micro e pequenas empresas já haviam aderido ao processo de digitalização em seus comércios.

Outro fator importante e que pode beneficiar o uso da TI em pequenos comércios são a Inteligência Artificial (IA) e os *chatbots*. Segundo o SEBRAE (2024), muitas inovações tecnológicas são desenvolvidas para tornar os processos mais eficientes, e com a inteligência artificial não é diferente. Esse avanço tem alcançado as pequenas empresas, proporcionando maior agilidade nas operações. Além disso, permite a possibilidade de oferecer uma experiência mais personalizada aos clientes. Entre as tendências em crescimento, destaca-se o uso de *chatbots*, que filtram o atendimento ao consumidor e contribuem para a obtenção de resultados mais precisos.

3 METODOLOGIA

O principal objetivo dessa pesquisa é analisar a importância da tecnologia da informação para os pequenos comércios da cidade de Sertãozinho-PB, identificando os principais desafios vivenciados por esses comerciantes na implementação de TI em seus estabelecimentos, registrar quais foram essas implementações tecnológicas e assim, analisar os benefícios percebidos ao se adotar tais recursos e inovações tecnológicas no atendimento ao cliente, com base na perspectiva dos comerciantes locais que farão parte da pesquisa.

O presente trabalho abrangeu a aplicação de uma pesquisa de natureza qualitativa e abordagem exploratória. Segundo Serasa (2023), a pesquisa exploratória é uma abordagem metodológica utilizada para complementar lacunas de informações em um estudo. Esse método fornece dados que ajudam a compreender melhor o problema ou objetivo em questão, permitindo a formulação de hipóteses iniciais e o desenvolvimento de um planejamento estratégico posterior. O método escolhido para aplicação dessa pesquisa é qualitativo, que segundo Malhotra (2012), a pesquisa qualitativa utiliza uma abordagem exploratória e flexível, com amostras pequenas, permitindo uma melhor compreensão e análise do contexto do problema.

O instrumento de pesquisa utilizado foi um formulário aplicado em entrevistas com os comerciantes dos estabelecimentos na cidade de Sertãozinho-PB. O estudo foi realizado no município de Sertãozinho, situado na região do Agreste Paraibano, no estado da Paraíba, Brasil. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2024), o município possui uma área territorial de 32,455 km² e, segundo o último censo, uma população de 5.054 habitantes, com densidade demográfica de aproximadamente 155,72 hab/km². Sertãozinho-PB caracteriza-se como um município de pequeno porte populacional e com economia local fortemente sustentada por micro e pequenos estabelecimentos comerciais e de serviços, que desempenham papel central na oferta de bens de consumo e geração de renda no município.

O formulário aplicado é do tipo semiestruturado, totalizando sete perguntas, sendo três para o primeiro objetivo específico e as outras quatro divididas entre o segundo e terceiro objetivo. As entrevistas foram gravadas e posteriormente transformadas em texto com o auxílio do site *TurboScribe*. A análise dos resultados foi desenvolvida extraindo dos textos conteúdo relacionado aos objetivos específicos elaborados para a pesquisa.

A presente pesquisa apresenta algumas limitações que devem ser consideradas na interpretação dos resultados. Inicialmente, destaca-se o caráter qualitativo e exploratório do

estudo, que, embora permita uma análise aprofundada das percepções dos participantes, não possibilita a generalização dos resultados para outros municípios ou contextos econômicos distintos. Outra limitação refere-se ao tamanho da amostra, composta por um número reduzido de comerciantes, característica inerente à abordagem qualitativa, tendo em vista que foram procurados um total de 13 estabelecimentos, mas somente 7 concordaram em participar da pesquisa. Ainda que as entrevistas tenham proporcionado riqueza de detalhes e profundidade analítica, os dados refletem a realidade específica dos estabelecimentos participantes.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta pesquisa analisa qualitativamente as respostas obtidas de entrevistas realizadas em 7 estabelecimentos comerciais do município de Sertãozinho-PB (4 mercadinhos, 2 restaurantes e 1 farmácia), tendo como foco três eixos: desafios de adoção de TI, tecnologias recentemente implementadas e benefícios percebidos. O termo “mercadinho” entende-se como um estabelecimento de pequeno porte com foco na venda de produtos alimentícios essenciais, assim como produtos de limpeza e itens de higiene pessoal, ou seja, produtos necessários do dia a dia. Segundo a Associação Brasileira de Supermercados - ABRAS (2023) os supermercados são classificados de acordo com o seu porte e área de vendas, incluindo estabelecimentos de pequeno porte, que popularmente são chamados de “mercadinhos”.

4.1 DADOS DEMOGRÁFICOS DOS ENTREVISTADOS E DADOS DO ESTABELECIMENTO

O quadro 01 apresenta as informações demográficas dos entrevistados, assim como as informações de seus respectivos estabelecimentos. Por questões de confidencialidade acadêmica, os nomes dos sujeitos desta pesquisa e de suas empresas não serão revelados, utilizando assim pseudônimos.

QUADRO 01 - DADOS DEMOGRÁFICOS DOS ENTREVISTADOS E DOS ESTABELECIMENTOS

PSEUDÔNIMO	GÊNERO	IDADE	NÍVEL DE ESCOLARIDADE	TIPO DE COMÉRCIO	FATURAMENTO MENSAL (\$)
X1	M	45	Ensino Médio Completo	Mercadinho	de 10 a 20 mil
X2	M	49	Ensino Médio Incompleto	Mercadinho	de 20 a 30 mil
X3	M	52	Ensino Médio Completo	Mercadinho	de 30 a 40 mil
X4	M	55	Ensino Médio Completo	Mercadinho	de 30 a 40 mil
X5	M	42	Ensino Médio Completo	Restaurante	de 10 a 20 mil
X6	M	32	Ensino Médio Completo	Restaurante	de 20 a 30 mil
X7	M	39	Ensino Superior Completo	Farmácia	de 40 a 50 mil

Fonte: Autor (2026)

Os sete entrevistados são todos do gênero masculino, com idades que variam de 30 a 55 anos, e a maioria possui ensino médio completo. Apenas um entrevistado possui ensino superior, com formação no curso de farmácia. Em relação ao segmento dos estabelecimentos, três são pequenos mercados de varejo, onde são comercializados produtos alimentícios, de higiene, dentre outros; dois são restaurantes, mais especificamente, petiscaria e pizzaria; e uma farmácia popular.

4.2 USO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Os empresários dos mercadinhos implementaram sistemas de PDV/gestão integrados, passando de registros manuais e *softwares* de frente de caixa. Além disso, houve adoção bem difundida de pagamentos eletrônicos (maquininhas e PIX), ampliando as formas de recebimento. Três dos quatro mercadinhos passaram a usar WhatsApp ou redes sociais para se comunicar com os clientes e divulgar promoções.

Nenhum dos entrevistados optou por site próprio ou e-commerce, dada a natureza local do negócio. Esses dados acompanham pesquisas nacionais que apontam uso crescente de software de gestão e de aplicativos de mensagem nas microempresas, de acordo com SEBRAE (2023).

Os empresários dos restaurantes até tentaram implementar sistemas de gestão de restaurante (PDV integrado à cozinha), que emitem comandas e notas fiscais automaticamente, porém, sem muito sucesso.

Um dos restaurantes usou aplicativo próprio do sistema para controle de pedidos online, mas foi apenas um curto período de testes em 2024. Desde então passaram a usar WhatsApp para reservas e pedidos rápidos. Também ampliaram formas de pagamento eletrônicas.

Em síntese, a tecnologia foi adotada para ampliar canais de venda (especialmente delivery) e automatizar processos internos, conforme esperado para o setor, onde futuramente podem optar por algum tipo de sistema próprio com o intuito de modernizar os negócios.

Na farmácia, foram adotados sistemas completos de gestão farmacêutica (controle de estoque, receita e vendas), substituindo cadernos manuais. Adquiriram também máquinas de cartão e passaram a aceitar PIX, melhorando formas de pagamento. Além disso, a farmácia adotou presença em WhatsApp Business, para tirar dúvidas rápidas de clientes.

A farmácia não faz *e-commerce* (devido à complexidade regulatória do setor), apenas fornece *delivery* de medicamentos e outros produtos disponíveis. Em geral, as tecnologias

escolhidas visam automatizar o inventário e facilitar o faturamento, conforme tendência de MPEs investirem em *softwares* de gestão.

De acordo com SEBRAE digital (2024), observa-se que a maioria das micro e pequenas empresas (MPEs) brasileiras ainda está em fases iniciais de digitalização. Pesquisa do Sebrae/ABDI/FGV realizada em 2024 indica que 66% das MPEs estão no estágio inicial de transformação digital, e apenas 3% atingiram nível de liderança. O autor também destaca que nesse contexto, identificam-se barreiras comuns à adoção de tecnologia, tais como falta de conhecimento interno e restrições orçamentárias, motivadores para implementação de soluções digitais e ganhos resultantes, tanto operacionais quanto comerciais.

4.3 DESAFIOS DE USO DAS TIS

Os proprietários dos mercadinhos citaram custos financeiros elevados como principal obstáculo à adoção de TI, incluindo preço de equipamentos e serviços. Alguns mencionaram também uma certa resistência da equipe (especialmente funcionários com mais dificuldade) e limitações técnicas/treinamento, como falta de capacitação em informática. Alguns relataram problemas de infraestrutura (internet instável ou energia), embora menos frequentes. Esses desafios confirmam achados da literatura, que atribui a adoção de TI em MPEs a barreiras internas como orçamento restrito e desconhecimento técnico.

Os proprietários dos restaurantes relataram que o principal entrave foi o custo dos sistemas integrados, além da necessidade de treinamento de garçons e cozinheiros em novos processos (por exemplo, uso de tablets no salão), porém a ideia foi descartada e optaram pelo uso de comandas para anotação dos pedidos em papel. Ambos citaram limitação de internet rápida como dificuldade inicial, essencial para pedidos online. Houve também receio inicial da equipe de que o sistema substituísse tarefas manuais. Esses pontos estão em linha com relatos de demais MPEs, em que a falta de conhecimento e suporte técnico e as restrições financeiras são barreiras cruciais.

O proprietário da farmácia relatou altos custos iniciais (software especializado e manutenção) e complexidade técnica para integrar sistemas de gestão de estoque farmacêutico. Houve também resistência de parte da equipe (falta de familiaridade com computadores), demandando treinamento adicional. O mesmo mencionou-se dificuldade em ajustar rotinas de controle de medicamentos. Esses obstáculos alinham-se às barreiras gerais de TI em MPEs: restrição de recursos financeiros e carência de conhecimento técnico interno.

4.4 BENEFÍCIOS DO USO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Os entrevistados donos dos mercadinhos destacaram ganhos de eficiência operacional (agilidade no caixa e rapidez no atendimento), além de melhor controle de estoque e diminuição de erros de contagem, conforme esperado quando sistemas informatizados controlam entradas/saídas, segundo Lunardi, Dolci e Dolci (2017) .

Além disso, os proprietários dos mercadinhos citaram melhoria na satisfação do cliente, pela rapidez no atendimento e possibilidade de novos meios de pagamento, além de redução das filas que se formavam no caixa. No geral, observaram um aumento discreto nas vendas (via promoções online e vendas por atacado com maior agilidade). Em resumo, a adoção de TI nos mercadinhos tornou os processos internos mais confiáveis e ágeis, como atestado pela literatura sobre ganhos de produtividade e controle de estoques em MPEs informatizadas.

Os proprietários dos restaurantes enfatizaram melhorias na eficiência do atendimento e no fluxo de pedidos. A integração com *Whatsapp* e *Instagram* foi apontada como crucial para aumentar vendas e manter a competitividade. Em ambos os casos houve aceleração no tempo de entrega ao cliente e redução no tempo de espera dos pedidos para delivery. Adicionalmente, perceberam melhor controle de custo de mercadorias com o uso do Excel, já que o sistema controla estoques de ingredientes, materiais e também o faturamento e lucros do estabelecimento. Em síntese, a adoção de TI nos restaurantes trouxe maior agilidade operacional e contribuiu para o crescimento dos negócios, confirmando estudos que vinculam TI à eficiência e expansão de mercado.

O proprietário da farmácia notou um maior controle de estoque de medicamentos, evitando falta de produtos e perdas por vencimento, como também agilidade no atendimento, pois os sistemas aceleram a emissão de notas e a conferência de receitas. A digitalização do cadastro de clientes permitiu reter o histórico de compras (possível via *software*) e gerar relatórios gerenciais. Embora não tenha indicado aumento imediato de faturamento, avaliou positivamente a redução de erros operacionais e a economia de tempo administrativo, refletindo os benefícios gerais de TI em MPE.

O fator humano representa um dos principais entraves ao uso eficaz da TI. A resistência à mudança, o medo da substituição por tecnologias automatizadas e a falta de capacitação dificultam a adoção de novos sistemas. Oliveira e Alves (2020) destacam que a ausência de treinamento adequado compromete a utilização plena das ferramentas tecnológicas, reduzindo sua efetividade. Laudon e Laudon (2021) reforçam que mudanças tecnológicas exigem transformação cultural, sendo necessário preparar colaboradores para

novas rotinas e processos digitais. No contexto da gestão comercial, onde equipes de vendas e atendimento lidam diretamente com os clientes, a baixa adaptação tecnológica pode impactar negativamente a experiência do consumidor e a produtividade da equipe.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como foco analisar a importância da TI para os pequenos comércios da cidade de Sertãozinho-PB, considerando o contexto de crescente competitividade e transformação digital no setor varejista. Em um cenário econômico marcado pela ampliação do uso de ferramentas digitais, sistemas de gestão, meios eletrônicos de pagamento e estratégias de marketing online, os pequenos empreendimentos enfrentam o desafio de adaptar seus modelos tradicionais de gestão às novas exigências do mercado. A análise qualitativa das entrevistas revela que, apesar dos desafios (custos e barreiras internas) comuns a todos os segmentos, a adoção de TI é percebida como importante para a melhoria dos processos. Todos os segmentos investiram em algum tipo de tecnologia de vendas e gestão (PDV, gestão de estoque, mídias de contato), motivados pela necessidade de agilizar operações e ampliar o alcance comercial.

O objetivo geral desta pesquisa foi analisar a importância da TI para os pequenos comércios de Sertãozinho-PB, identificando os principais desafios vivenciados por esses empreendimentos na implementação e utilização dessas ferramentas. Como objetivos específicos, buscou-se compreender o nível de utilização de recursos tecnológicos, identificar barreiras relacionadas à capacitação, investimento e infraestrutura, bem como avaliar a percepção dos gestores sobre os impactos da TI na organização do negócio e na competitividade. Para atingir tais objetivos, adotou-se uma abordagem metodológica de natureza aplicada, com caráter descritivo e exploratório. A pesquisa foi desenvolvida por meio de levantamento de dados junto a pequenos comerciantes do município, utilizando instrumentos estruturados para coleta de informações. A análise dos dados permitiu identificar padrões de uso da tecnologia, dificuldades enfrentadas e benefícios percebidos pelos comerciantes locais.

Os benefícios mais citados – maior eficiência operacional, melhor controle de estoque e maior satisfação do cliente – alinham-se com os principais ganhos descritos na literatura sobre transformação digital nas microempresas. Em suma, conclui-se que, mesmo em contextos distintos (varejo de alimentos, saúde e alimentação), os estabelecimentos entrevistados compartilham percepções semelhantes: a implementação de soluções de TI (mesmo que básicas) traz resultados positivos bastante perceptíveis. Esses resultados incluem processos mais organizados internamente e clientes melhor atendidos, reforçando a importância estratégica da adoção tecnológica para manter a competitividade e sustentação dos pequenos comércios. Os resultados indicam que, embora haja reconhecimento da

importância da TI para a melhoria da gestão comercial, muitos empreendimentos ainda utilizam ferramentas tecnológicas de forma limitada e operacional, concentrando-se principalmente em funções básicas, como controle de caixa e meios de pagamento eletrônico. Observou-se que fatores como falta de capacitação técnica, restrições financeiras, resistência à mudança e ausência de planejamento estratégico dificultam uma adoção mais ampla e integrada da TI nos processos de gestão.

Além disso, verificou-se que os comerciantes que utilizam sistemas de gestão, controle de estoque informatizado e estratégias de divulgação digital tendem a apresentar maior organização administrativa, melhor controle financeiro e maior capacidade de tomada de decisão baseada em dados, reforçando o papel estratégico da TI na Gestão Comercial.

Entretanto, esta pesquisa apresenta limitações. O estudo foi restrito somente aos comércios do município de Sertãozinho-PB, o que limita a generalização dos resultados para outras realidades da região. Além disso, o número de participantes e o recorte temporal da coleta de dados podem não contemplar todas as variações existentes no universo dos pequenos comércios locais. Outro fator limitante refere-se à dependência das respostas autodeclaradas pelos gestores, podendo haver vieses de percepção. Diante disso, sugere-se que pesquisas futuras ampliem o escopo geográfico, incluindo municípios de diferentes portes e regiões, a fim de comparar níveis de adoção tecnológica e identificar padrões regionais. Recomenda-se também a realização de estudos quantitativos com amostras maiores, bem como pesquisas longitudinais que acompanhem a evolução do uso da TI ao longo do tempo.

Outra possibilidade relevante consiste na investigação do impacto direto da adoção de sistemas de gestão e ferramentas digitais nos indicadores de desempenho financeiro dos pequenos comércios, como faturamento, margem de lucro e rotatividade de estoque. Ademais, estudos voltados à análise da capacitação digital dos gestores e à eficácia de políticas públicas de incentivo à transformação digital no comércio local podem contribuir significativamente para o avanço do conhecimento na área de Gestão Comercial.

Por fim, conclui-se que a TI não deve ser compreendida apenas como ferramenta operacional, mas como elemento estratégico fundamental para a modernização, organização e competitividade dos pequenos comércios. Sua adoção consciente, planejada e alinhada aos objetivos do negócio pode representar diferencial competitivo relevante, especialmente em mercados locais cada vez mais dinâmicos e exigentes.

REFERÊNCIAS

ALBERTIN, Alberto Luiz; ALBERTIN, Rosa Maria de Moura. Benefícios do uso de tecnologia de informação para o desempenho empresarial. **Rap**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 42, p. 275-302, mar. 2008.

ARAÚJO, Reginaldo Cesar Caldeira de; FARINA, Renata Mirella; FLORIAN, Fabiana. O PAPEL DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NA GESTÃO EMPRESARIAL. **Recima21 - Revista Científica Multidisciplinar - Issn 2675-6218**, [S.L.], v. 4, n. 6, p. 2-14, 28 jun. 2023. Mensal. RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar. <http://dx.doi.org/10.47820/recima21.v4i6.3463>.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS (ABRAS). **Ranking ABRAS**. São Paulo: ABRAS, 2023. Disponível em: <https://www.abras.com.br>. Acesso em: 28 fev. 2026.

ASN - Agência Sebrae de Notícias. **3 em cada 4 pequenas empresas usam ferramentas digitais para fazer negócios**. 2023. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/3-em-cada-4-pequenas-empresas-usam-ferramentas-digitais-para-fazer-negocios/>. Acesso em: 07 mar. 2025

BRASIL. **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 14 dez. 2006.

BRASILINE TECNOLOGIA. **Empresas que passaram pela transformação digital**. 2022. Disponível em: <https://brasiline.com.br/blog/empresas-que-passaram-pela-transformacao-digital/>. Acesso em: 02 fev. 2025.

CAETANO, Gustavo. **Guia Completo da Transformação Digital: Implementação e Estratégias para Empresas**. 2024. Disponível em: <https://gustavocaetano.com.br/guia-completo-da-transformacao-digital-implementacao-e-estrategias-para-empresas/>. Acesso em: 01 fev. 2025.

CARAVELA. **Sertãozinho-PB**. 2025. Disponível em: <https://www.caravela.info/regional/sert%C3%A3ozinho---pb>. Acesso em: 24 abr. 2025.

CARVALHO, Alexey; GALEGALE, Napoleão Verardi. **Tecnologia da informação no setor supermercadista: Um estudo exploratório no interior de São Paulo**. 2006. Disponível em: https://www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais_13/artigos/52.pdf. Acesso em: 07 dez. 2024.

CUNHA, Norival Carvalho; MAFRA, João da Silva; CUNHA, Nathália Barcelos; CUNHA, Thais Naiane Barcelos. Utilização de Tecnologia da Informação no desempenho Organizacional. **Getec**, [S.L.], v. 23, n. 9, p. 44-57, 17 jun. 2020.

FINDUP. **A importância da TI para o sucesso da sua empresa**. 2023. Disponível em: <https://www.findup.com.br/2023/07/12/qual-a-importancia-da-ti-para-o-sucesso-da-sua-empresa/>. Acesso em: 01 fev. 2025.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2022**. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em 05 ago. 2024.

INOVAÇÃO SEBRAE. **7 novas tecnologias que podem ajudar pequenas empresas**. 2024. Disponível em:
<https://inovacaosebraeaminas.com.br/artigo/7-novas-tecnologias-que-podem-ajudar-pequenas-empresas>. Acesso em: 09 mar. 2025.

INVENTTI. **5 benefícios do uso de TI na gestão de empresas**. 2017. Disponível em:
<https://inventti.com.br/5-beneficios-uso-de-ti-na-gestao-de-empresas/>. Acesso em: 04 fev. 2025.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. **Sistemas de informação gerenciais**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2016.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. **Management information systems: managing the digital firm**. 16. ed. Harlow: Pearson, 2021.

LUNARDI, Guilherme Lerch; DOLCI, Décio Bittencourt; DOLCI, Pietro Cunha. Adoção de tecnologia da informação e sua relação com a gestão de negócios em Micro e Pequenas Empresas (MPES). **Revista de Administração da Ufsm**, [S.L.], v. 10, n. 5, p. 929-948, 16 dez. 2017. Universidade Federal de Santa Maria. <http://dx.doi.org/10.5902/1983465913012>.

MALHOTRA, Naresh K.. **Pesquisa de Marketing: uma aplicação orientada**. 6. ed. Porto Alegre: Artmed Editora, 2012.

MORAES, Giseli Diniz de Almeida; TERENCE, Ana Cláudia Fernandes; ESCRIVÃO FILHO, Edmundo. **A tecnologia da informação como suporte à gestão estratégica da informação na pequena empresa**. *Journal of Information Systems and Technology Management (JISTEM)*, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 27-43, 2004.
 DOI: <https://doi.org/10.4301/S1807-17752004000100003>
 Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jistm/a/xqSpx59SPsNH7PFTDs6JvJc/>
 Acesso em: 28 fev. 2026.

NA PRÁTICA. **TI: Entenda de uma vez o que é a Tecnologia da Informação**. 2024. Disponível em:
<https://www.napratica.org.br/ti-entenda-de-uma-vez-o-que-e-a-tecnologia-da-informacao/>. Acesso em: 03 fev. 2025.

OLIVEIRA, Rafaela Tavares Rodrigues de; ALVES, Anderson Gomes. **Desafios e barreiras ao aplicar as TICs no processo de ensino e aprendizagem**. *Interritórios*, Recife, v. 6, n. 10, 2020. DOI: 10.33052/inter.v6i10.244911. Disponível em:
<https://doi.org/10.33052/inter.v6i10.244911>. Acesso em: 27 fev. 2026.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SEBRAE. **Transformação Digital nos Pequenos Negócios – 2023**. 2023. Disponível em:
<https://sebraepr.com.br/impulsiona/transformacao-digital-nos-pequenos-negocios-2023/?srsltid=AfmBOoo9EfXLRmrw8fgGsRSiWnbASTaOiBz9LmXKnvRUIFieshV5ztyi#:~:text=47>. Acesso em: 01 jun, 2025.

SEBRAE DIGITAL. **Transformação Digital na Reconstrução dos Pequenos Negócios.**

2024. Disponível em:

<https://digital.sebraers.com.br/blog/inovacao/transformacao-digital-na-reconstrucao-dos-pequenos-negocios/#:~:text=De%20acordo%20com%20o%20Mapa,considerados%20l%C3%ADderes%20nas%20suas%20C3%A1reas>. Acesso em: 02 jun. 2025.

SEBRAE-SC - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina.

Como inovar em micro e pequenas empresas. 2023. Disponível em:

<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/como-inovar-em-micro-e-pequenas-empresas>. Acesso em 05 ago. 2024.

SERASA EXPERIAN - **Quais os tipos e como fazer uma pesquisa exploratória para estratégia de marketing.** 2023. Disponível em:

<https://www.serasaexperian.com.br/conteudos/marketing/pesquisa-exploratoria-para-que-serv-e-e-como-fazer/#:~:text=A%20pesquisa%20explorat%C3%B3ria%20%C3%A9%20uma,realizar%20um%20planejamento%20estrat%C3%A9gico%20depois>. Acesso em 19 fev. 2025.

SERRANO, J.; FAUSTINO, J.; ADRIANO, D.; PEREIRA, R.; DA SILVA, M. M. **An IT service management literature review: challenges, benefits, opportunities and implementation practices.** *Information*, Basel, v. 12, n. 3, p. 111, 2021. DOI:

10.3390/info12030111. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/info12030111>. Acesso em: 28 fev. 2026.

SINDPD-PR - Sindicato dos Trabalhadores em Informática e Tecnologia da Informação do Paraná. **O conceito de Tecnologia da Informação.** 2023. Disponível em:

<http://www.sindpdpr.org.br/noticia/conceito-tecnologia-da-informa#:~:text=Ainda%20que%20possa%20ser%20compreendida,utiliza%C3%A7%C3%A3o%20e%20transmiss%C3%A3o%20da%20informa%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 02 fev. 2025.

STOQUE. **Tecnologia da informação no setor varejista: saiba como pôr em prática.** 2020.

Disponível em: <https://stoque.com.br/abaris/tecnologia-da-informacao/>. Acesso em 01 jun. 2025.

TECNOSET. **Desafios de gestão de TI: saiba aqui os principais e como planejar ações durante o ano.** [s.d.] Disponível em:

<https://www.tecnoset.com.br/desafios-de-gestao-de-ti-saiba-aqui-os-principais-e-como-planejar-acoes-durante-o-ano/>. Acesso em: 04 mar. 2025.

TOPDESK. **Principais desafios de TI nas empresas e como resolvê-los.** 2024. Disponível

em: <https://www.topdesk.com/pt/blog/principais-desafios-na-ti-e-como-resolver/>. Acesso em: 02 jun. 2025.

TURBAN, E.; POLLARD, C.; WOOD, G. *Information technology for management:*

on-demand strategies for performance, growth and sustainability. 11. ed. Hoboken: Wiley, 2018.

UNISA - Universidade Santo Amaro. **O que é a Tecnologia da Informação.** 2023.

Disponível em: <https://unisa.blog/como-surgiu-a-tecnologia-da-informacao/>. Acesso em: 04 mar. 2025.

APÊNDICE A – ENTREVISTA SOBRE A IMPORTÂNCIA DO USO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO EM PEQUENOS COMÉRCIOS DE SERTÃOZINHO-PB

Esta entrevista faz parte de um trabalho de conclusão de curso cujo objetivo é analisar a importância do uso da Tecnologia da Informação (TI) em pequenos comércios, especificamente os presentes em Sertãozinho-PB. As informações coletadas serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos e tratadas com total confidencialidade.

Agradecemos sua participação e contribuição para esta pesquisa.

DADOS DEMOGRÁFICOS DO ENTREVISTADO:

Nome: _____

Idade: _____

Gênero: () Masculino () Feminino () Outros

Nível de Escolaridade: () Sem instrução ou ensino fundamental incompleto () Ensino Fundamental Completo () Ensino Médio Incompleto () Ensino Médio Completo () Ensino Superior Incompleto () Ensino Superior Completo () Pós Graduação

Se possuir Ensino Superior Completo, qual é o curso? _____

DADOS DO ESTABELECIMENTO

Nome do estabelecimento: _____

Tipo de comércio: _____

Faturamento Mensal: () de 5 à 10 mil () de 10 à 20 mil () de 20 à 30 mil () de 30 à 40 mil () de 40 à 50 mil () mais de 50 mil

DADOS SOBRE O USO DE TI

1. Implementações tecnológicas recentes

1.1 O(a) senhor(a) tem algum conhecimento sobre o que é tecnologia de informação?

1.2 Em seu estabelecimento há o uso de tecnologias que auxiliam na gestão? Se sim, quais são?

1.3 Qual foi a principal motivação para a adoção dessas tecnologias e como foi o processo de implementação?

2. Desafios na implementação da tecnologia da informação

2.1 Quais são os principais desafios que seu estabelecimento enfrenta na adoção de novas tecnologias da informação?

2.2 Quais fatores (exemplo: custos, falta de conhecimento técnico, resistência da equipe) dificultam a implementação de soluções tecnológicas no seu negócio?

3. Benefícios percebidos na adoção da tecnologia

3.1 De que maneira a adoção de novas tecnologias impactou o atendimento ao cliente e a gestão do seu comércio?

3.2 Após a implementação dessas soluções tecnológicas, quais melhorias foram percebidas no desempenho do seu estabelecimento?