

VANTAGEM O USO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO NO COMÉRCIO VAREJISTA

ADVANTAGE OF THE USE OF INFORMATION SYSTEMS IN RETAIL TRADE

Carlos Augusto Teixeira Barros Guimarães¹

Kaique Pinha Miranda²

Rodolfo Rodrigues Louzada³

Maycon da Silva Delatorri⁴

RESUMO

Os Sistemas de Informações estão presentes cada vez mais em nosso cotidiano, desde pequenas a grandes organizações, o bom aproveitamento dos sistemas consegue proporcionar inúmeras vantagens no meio competitivo, dessa forma conseguindo transformar a produtividade e afetar diretamente no desenvolvimento de inúmeras empresas como principalmente no comércio e varejistas. Sistema de informações possibilitam as empresas em coordenar as informações para cada área dos seus negócios, integrando em todas as tarefas de negócios relacionadas a vendas, marketing, manufatura, logística, contabilidade e pessoal. Tendo em vista que os sistemas de informações são, hoje quase que inevitáveis dentro de uma organização, por proporcionarem melhorias no tráfego da informação e de que ela seja disponibilizada da melhor forma para os setores que a necessitam, temos como objetivo dessa pesquisa apontar como os sistemas de informação atuam e como geram vantagens para as empresas. Para tanto foi realizado uma pesquisa em referenciais teóricos científicos para apresentar as vantagens desse do sistema de informação.

Palavras-chave: Sistemas. Produtividade. Desenvolvimento.

¹ Graduando em Sistemas de Informação pela Faculdade Multivix Cachoeiro.

² Graduando em Administração de Empresas pela Faculdade Multivix Cachoeiro.

³ Graduando em Administração de Empresas pela Faculdade Multivix Cachoeiro.

⁴ Mestre em Administração pela FUCAPE. Administrador pela FACASTELO. Professor e Orientador do curso de Administração na Faculdade Multivix Cachoeiro. E-mail: mdelatorri@hotmail.com.

ABSTRACT

Information Systems are increasingly present in our daily lives, from small to large organizations, the good use of systems can provide numerous advantages in the competitive environment, thus managing to transform productivity and directly affect the development of numerous companies, especially in commerce and retailers. Information system enables companies to coordinate information for each area of their business, integrating in all business tasks related to sales, marketing, manufacturing, logistics, accounting and personnel. Bearing in mind that information systems are, today, almost inevitable within an organization, as they provide improvements in the traffic of information and that it is made available in the best way to the sectors that need it, we aim at this research to point out how the information systems work and how they generate benefits for companies. To this end, a research was carried out on scientific theoretical references to present the advantages of this information system.

Keywords: Systems.Productivity. Development.

1 INTRODUÇÃO

Os sistemas de informação nas empresas possuem alguns benefícios, pois a tecnologia moderna pode aumentar significativamente o desempenho e a produtividade de determinada empresa. Os sistemas de informação não são exceção. As organizações em todo o mundo confiam nelas para pesquisar e desenvolver novas maneiras de gerar receita, envolver clientes e otimizar tarefas demoradas. Com um sistema de informações, as empresas podem economizar tempo e dinheiro enquanto tomam decisões mais inteligentes. Os departamentos internos de uma empresa, como marketing e vendas, podem se comunicar melhor e compartilhar informações mais facilmente (LAUDON; TRAVER, 2017).

Graças aos modernos sistemas de informação, os membros da equipe podem acessar grandes quantidades de dados de uma plataforma. Por exemplo, eles podem coletar e processar informações de diferentes fontes, como fornecedores, clientes, armazéns e agentes de vendas, com apenas alguns cliques do mouse. Os sistemas de informação são projetados para melhorar a eficiência e a eficácia gerais de um processo. Os sistemas de informação aceleram o processo e reduzem o tempo

removendo etapas que não agregam valor na operação (PINHO; JEUNON; DUARTE, 2016).

A informação é vital para o funcionamento de qualquer empresa ou organização. Ajuda a ditar como as empresas formam estratégias e implementam processos com base nelas. É o cerne do crescimento dos negócios e é por isso que tanto esforço e recursos são investidos no desenvolvimento de sistemas eficientes de gerenciamento de informações e profissionais qualificados para ajudar a implementá-los. Para as empresas, melhorar a eficiência e obter uma vantagem competitiva significa aumentar os lucros (MACHADO, 2017).

Por outro lado, com o acesso a grandes quantidades de informações, vem uma grande responsabilidade. As informações são compartilhadas voluntariamente e involuntariamente com as organizações todos os dias. As organizações estão sob crescente pressão para lidar com as informações de maneira responsável e ética e para cumprir com os regulamentos legais em evolução (NAKAMURA, 2011).

Com a crescente globalização do varejo, tanto em termos de pontos de venda quanto de pontos de suprimento; os gastos com tecnologia da informação (TI) no setor de varejo aumentaram significativamente. A TI desempenha um papel cada vez mais importante no gerenciamento de operações complexas de varejo. O conhecimento do mercado, bem como o controle de dados e informações, é essencial para obter um bom desempenho no manuseio de dados e informações (MACHADO, 2017).

Os sistemas de informações no setor de varejo oferecem muitas funções para as empresas que os utilizam. Normalmente, um programa de computador ou outro processo automatizado, coleta dados sobre os clientes, rastreia o inventário, fornece serviços de ponto de vendas eletrônicos e realiza pesquisas de mercado (SERRENTINO, 2015).

Juntamente aos avanços tecnológicos já alcançados, os diversos setores da sociedade, caminham no mesmo sentido, e isso não exclui o setor do comércio. É muito importante que as tecnologias sejam inseridas para que o setor continue crescendo e acompanhe seu público, proporcionando benefício para si. No caso do

setor varejista, talvez, muitas pessoas pensem não existir a necessidade dessa integração, uma vez que as vendas são realizadas em menores quantidades em cada uma delas, ou pela possibilidade de muitas movimentações de um comércio varejista ainda ser realizada manualmente.

Visto todo o avanço tecnológico citado, o trabalho no comércio varejista pode ser simplificado e realizado de forma ágil e hábil através dos sistemas de informação, onde, procedimentos que antes levavam horas para conclusão, podem ser realizados automaticamente. Além disso, essa agilidade no processamento de dados permite melhor gerenciamento, uma vez que a informação pode ser disponibilizada em tempo real. Neste contexto, o artigo apresenta as vantagens e aplicabilidade de sistemas de informação no comércio varejista.

2 SISTEMA DE INFORMAÇÃO

Sistema de informação é um conjunto integrado de instrumentos para coletar, guardar e processar dados e para possibilitar informação, conhecimento e produtos digitais. As empresas e outras organizações dependem de sistemas de informação para realizar e gerenciar as operações, interagir com seus clientes e fornecedores e competir no mercado. Os sistemas de informação são usados para administrar cadeias de suprimentos Inter organizacionais e mercados eletrônicos. Por exemplo, as empresas usam sistemas de informação para processar contas financeiras, gerenciar seus recursos humanos e alcançar seus clientes em potencial com promoções online (LAUDON; TRAVER, 2017).

Muitas grandes empresas são construídas inteiramente em torno de sistemas de informação. Isso inclui o eBay, um mercado amplamente de leilão; Amazon, um shopping eletrônico em expansão e provedor de serviços de computação em nuvem; Alibaba, um mercado eletrônico business-to-business; e o Google, uma empresa de mecanismos de pesquisa que obtém a maior parte de sua receita com publicidade de palavras-chave em pesquisas na Internet (BRODBECK; BRODBECK, 2010).

Atualmente a integridade dos sistemas de informação estão tendo foco principal quando são desenvolvidos. O foco de muitos estudiosos na área dos sistemas de

informação é a integridade, sendo a prioridade a segurança dos dados de seus usuários, dessa forma conseguindo tranquilizar e atrair cada vez mais novos clientes para inúmeros tipos de sistemas que estão se tornando mais comum no mercado de trabalho dessa geração (TANENBAUM; WOODHULL, 2008).

2.1 Sistemas de Suporte Profissional

Os sistemas de suporte profissional possibilitam as facilidades essenciais para efetuar tarefas determinadas de uma profissão específica. Por exemplo, engenheiros automotivos usam software de engenharia auxiliada por computador (EAC), em conjunto com sistemas de realidade virtual para projetar e testar modelos novos como protótipos eletrônicos para eficiência de combustível, manuseio e a precaução de passageiros antecedente à produção de protótipos físicos, e posteriormente eles usam o CAE no projeto e na análise de testes físicos (NAKAMURA, 2011).

Os bioquímicos utilizam software de modelagem tridimensional especificado para observar a estrutura molecular e o impacto provável de novos medicamentos antes de investir em testes clínicos longos. Os profissionais de investimento geralmente utilizam software financeiro para calcular as recompensas e os riscos potenciais de diversas estratégias de investimento. De fato, para a maioria das profissões, existem sistemas de suporte especializados (MELLO, GELAIM e SILVEIRA, 2019).

2.2 Sistemas de Colaboração

Os objetivos fundamentais dos sistemas de colaboração são o auxílio a comunicação e o trabalho em grupo entre os membros de uma indústria e entre organizações. Um tipo de sistema de colaboração é conhecido como sistema de fluxo de trabalho, é utilizado para transferir documentos relevantes automaticamente a todos os indivíduos apropriados para suas contribuições (BRODBECK e BRODBECK, 2010).

O sistema de Colaboração é projetado para uma finalidade básica, ajudar a unir funcionários ou pessoas que estão trabalhando em uma tarefa semelhante, ou pode ser exatamente a mesma tarefa, e o sistema ajuda a uni-los para concluir sua tarefa e alcançar qualquer objetivo que a tarefa definir fora para fazer. É basicamente um

programa multiusuário, o que significa que mais de uma pessoa poderia usá-lo (NAKAMURA, 2011).

Graças as plataformas de colaboração usada nas empresas, permitiu compartilhar recursos em diferentes setores, tanto no atendimento ao cliente como no meio empresarial, usando ferramentas de videoconferência, redes sociais corporativas, sistemas de armazenamento em nuvem entre outras ferramentas. As empresas que adotam esse recurso, acaba tendo um avanço na comunicação entre funcionários e clientes, como acaba reduzindo custos operacionais de TI (NAKAMURA, 2011).

2.3 Suporte de Gestão

O suporte de gestão está relacionado ao gerenciamento do fluxo de trabalho da equipe e da carga de trabalho associada ao escopo de um projeto. Significa aplicar os princípios básicos do gerenciamento de projetos para que as equipes trabalhem em um ambiente de trabalho rentável. O suporte de gestão é feito em um nível individual para gerenciar os e-mails e anotar as listas de tarefas relacionadas ao projeto (REDMAN; REDMAN, 2017).

O suporte a gestão está em uso desde muito tempo, com foco principal na segunda guerra, quando a informação bem gerenciada e com um suporte devido conseguia dominar terrenos e salvar muitas vidas, quando o suporte tem a devida atenção ele consegue melhorar tarefas simples, quanto bem-feitas aproveitam melhor o tempo de todos os colaboradores. Outro ponto importante de um bom suporte é conseguir gerenciar a quantidade de informação que cada colaborador deve receber, dessa forma evitando a sobrecarga de informações sobre indivíduos que não necessitam de tal informação, focando nas informações produtivas para a organização (BORGES; RANITO, 2004).

2.3.1 Sistemas de relatórios gerenciais

Um sistema de relatório de gerenciamento faz parte de um sistema de controle de gerenciamento que fornece informações comerciais. Esta informação pode estar na forma de relatórios e / ou declarações. O sistema foi projetado para ajudar os membros

da administração, fornecendo informações oportunas e pertinentes. Os sistemas de relatórios gerenciais ajudam nos dados necessários aos gerentes para administrar um negócio eficaz. Os dados podem variar de dados financeiros, número de funcionários, cliente, contas, produtos, ativos do cliente em custódia, desempenho do investimento, etc. O escopo de um sistema de relatórios gerenciais é amplo (LAUDON; TRAVER, 2017).

Dessa forma os relatórios gerenciais vem tomando um papel muito importante nas empresas, possibilitando analisar as informações de cada processo dentro da empresa rapidamente, ajudando na tomada de decisões e permitindo a redução de desperdícios, reduzindo riscos, desse modo evita dividas e aumenta o lucro da empresa (LAUDON; TRAVER, 2017).

2.3.2 Sistemas de suporte à decisão e inteligência de negócios

Um sistema de suporte à decisão é um sistema de informações baseado em computador que suporta atividades de tomada de decisão de negócios ou organizacionais; normalmente, isso resulta na classificação, classificação ou escolha entre alternativas. Os sistemas de suporte atendem aos níveis de gerenciamento, operações e planejamento de uma organização (geralmente gerenciamento médio e superior) e ajudam as pessoas a tomar decisões sobre problemas que podem estar mudando rapidamente e não são facilmente especificados com antecedência (MELLO; GELAIM; SILVEIRA, 2019).

Atualmente existem vários sistemas que ajudam na tomada de decisões, muitas opções que ajudam grandes organizações em vários aspectos de vários setores, os SAD. Conseguem ser de suma importância pelo tempo que ganham com a agilidade dos processos e com isso a vantagem competitiva que define o quão grande sua empresa consegue se destacar no meio de várias outras organizações que estão lutando cada vez mais para se destacar com a ajuda da tecnologia (JOREJ, 2010).

2.3.3 Sistemas de informação executiva

Um sistema de informação executiva é um sistema de suporte à decisão usado para auxiliar os executivos seniores no processo de tomada de decisão. Isso é feito fornecendo acesso fácil a dados importantes necessários para alcançar objetivos estratégicos em uma organização. Um sistema de informação executiva normalmente apresenta exibições gráficas em uma interface fácil de usar (NAKAMURA, 2011).

Desse modo, os sistemas de informações executivas podem ser usados em muitos tipos diferentes de organizações para monitorar o desempenho da empresa e para identificar oportunidades e problemas. Neste contexto, os sistemas de informação desempenham três papéis vitais nas empresas comerciais. Os aplicativos de negócios de sistema de informação suportam os processos e operações de negócios de uma organização, a tomada de decisões de negócios e a vantagem competitiva estratégica (BRODBECK; BRODBECK, 2010).

As principais categorias de aplicativos de sistemas de informação incluem sistemas de suporte a operações, como sistemas de processamento de transações, sistemas de controle de processos e sistemas de colaboração corporativa e sistemas de suporte de gerenciamento, como sistemas de informações de gerenciamento, sistemas de suporte a decisões e sistemas de informações executivas (LAUDON; TRAYER, 2017).

Outras grandes categorias são sistemas especialistas, sistemas de gerenciamento de conhecimento, sistemas estratégicos de informação e sistemas funcionais de negócios. Contudo, um sistema de informação (SI) pode ser qualquer combinação organizada de pessoas, hardware, software, redes de comunicação e recursos de dados que coletam, transformam e disseminam informações em uma organização. Tecnologias de informação: os profissionais de negócios confiam em muitos tipos de sistemas de informação que usam uma variedade de tecnologias de informação (REDMAN; REDMAN, 2017).

3 COMÉRCIO VAREJISTA

O varejo, por definição, é a venda de bens ou serviços de uma empresa a um consumidor para uso próprio. Uma transação de varejo lida com pequenas quantidades de mercadorias, enquanto o atacado lida com a compra de mercadorias em larga escala. As transações de varejo não devem ser confundidas com transações

on-line; os bens devem ser vendidos a partir de um único ponto diretamente ao consumidor para seus usuários finais (SERRENTINO, 2015).

Um varejista é uma pessoa ou empresa da qual qualquer pessoa compra mercadorias. Os varejistas normalmente não fabricam seus próprios itens. Eles compram produtos de um fabricante ou atacadista e os vendem para consumidores em pequenas quantidades. Varejo é o processo de distribuição de um varejista que obtém bens ou serviços e os vende aos clientes para uso. Esse processo é explicado através da cadeia de suprimentos (MACHADO, 2017).

Os varejistas são o elo final na cadeia de suprimentos entre fabricantes e consumidores. O varejo é importante porque permite que os fabricantes se concentrem na produção de mercadorias sem precisar se distrair com o enorme esforço necessário para interagir com os clientes usuários finais que desejam comprar esses produtos (MATTAR, 2011).

Assim, os atuantes desse setor devem facilitar a compra de mercadorias para o consumidor. É por isso que as lojas de varejo têm vendedores, porque sites de compras na Internet têm pop-ups instantâneos de atendimento ao cliente e por que catálogos têm descrições, fotos e números de telefone gratuitos (MELLO; GELAIM; SILVEIRA, 2019).

O Brasil é considerado como um dos principais mercados do mundo. Há um enorme crescimento das vendas no setor de varejo. Espera-se que cresça continuamente nos próximos anos devido a uma taxa de inflação em constante declínio, o que permite uma expansão contínua das condições de crédito; ou seja, demanda substancial por bens duráveis e rendas reais e crescente demanda por bens de consumo não duráveis (PARENTE, 2014).

O processo de regeneração da indústria de varejo no Brasil está a caminho, mas o mercado permanece relativamente dividido, criando uma grande margem para grandes mercados para aumentar sua participação no mercado no futuro. Os supermercados são responsáveis pela maioria do setor varejista brasileiro. A combinação de níveis mais altos de renda, estabilidade econômica, crédito estendido

e criação de novos empregos permitiu que milhões de consumidores subissem de segmentos de baixa renda, que são chamados de 'a nova classe média'. Essa classe média emergente aumentou os recordes de varejo (MELLO; GELAIM; SILVEIRA, 2019).

Os supermercados, eletrônicos, pet shops, especialistas em eletrodomésticos, centros de jardinagem e varejistas de eletrodomésticos apresentaram um aumento nas vendas a uma taxa alta. A nova onda de compradores na Internet representa oportunidades para pequenos e grandes players avançarem para o varejo na Internet, que tenta obter sucesso crescente no mercado. O fortalecimento da base da classe média e o aumento do poder de compra, resultado de fatores macroeconômicos estáveis, estão alimentando o crescimento do setor varejista brasileiro (PINHO; JEUNON; DUARTE, 2016).

O setor de varejo no Brasil é tão inovador em comparação com qualquer setor de varejo no mundo desenvolvido. O mercado de varejo está crescendo cada vez mais internacionalmente porque as cadeias globais despertam oportunidades em um país que emerge dos desafios econômicos a longo prazo. O canal de suprimento de varejo no Brasil combina um mix criativo de varejo e financiadores da cadeia de suprimentos, como bancos que operam diretamente as redes de varejo. Até grandes varejistas oferecem suas próprias linhas de crédito. Crédito, consumismo e escalas são a ordem do dia para o mercado de varejo brasileiro (SERRENTINO, 2015).

O cenário para o Brasil é desafiador: o crescimento do produto interno bruto (PIB) está em um nível histórico baixo, os preços das commodities diminuíram e a demanda da China, um dos maiores parceiros comerciais do país, está afetando significativamente as exportações. Com a queda das taxas de câmbio, a inflação subiu para 9,6% em meados de agosto de 2015, as vendas no varejo estão recuando, os passos nos shopping centers caíram e o desemprego está se aproximando de 8%, levando a uma perspectiva pessimista (MACHADO, 2017)

4. O USO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO NO COMÉRCIO VAREJISTA

Os sistemas de informações de varejo evoluíram de maneira semelhante à computação comercial em geral. Mais dados criaram a necessidade de armazenamento maior e processadores mais rápidos. A necessidade de fornecer acesso mais amplo aos dados para mais funcionários, a chamada “democratização dos dados”, exigiu a descentralização das plataformas de informações e o aumento da facilidade de uso. É notório a evolução da plataforma, dos sistemas de mainframe para o cliente / servidor, para a nuvem e agora para as plataformas móveis nos sistemas de informações de varejo (BRODBECK e BRODBECK, 2010), além disso nunca foi tão importante a integração das informações entre toda uma organização. Monk e Wagner (2009, p.18), apontam que

"[...] sistemas não integrados podem funcionar bem em áreas funcionais individuais, mas para atingir seus objetivos, a empresa deve compartilhar dados entre todas as áreas funcionais. Quando os sistemas de informação de uma empresa não estão integrados, podem resultar ineficiências dispendiosas" (MONK; WAGNER, 2009, p. 18).

Atualmente, os sistemas de informações de varejo variam em plataforma, custo e funcionalidade - e variam de simples a complexos. Sistemas simples podem suportar transações de ponto de venda e acompanhar a atividade de vendas. Sistemas complexos, projetados para grandes empresas, podem gerenciar todos os aspectos do negócio: ponto de venda, cadeia de suprimentos, finanças, recursos humanos, gestão de relacionamento com o cliente e muito mais. Sejam aplicativos simples ou sistemas complexos, os modernos sistemas de informações de varejo utilizam bancos de dados e fornecem acesso aos dados armazenados por meio de interfaces gráficas de usuário (SERRENTINO, 2015).

O ponto de venda informa aos varejistas os detalhes das transações de vendas: qual item foi vendido, onde a transação ocorreu, a que preço, qual funcionário realizou a venda e informações sobre o cliente que efetuou a compra. Os sistemas de gerenciamento da cadeia de suprimentos acompanham a origem do produto antes mesmo de chegar à loja ou armazém. Os sistemas de dados financeiros fornecem à gerência dados referentes aos fatores de lucro e perda das organizações. Os sistemas de recursos humanos acompanham os funcionários: status, cargo, tipo de emprego, salário, endereço etc. (PARENTE, 2014).

4.1 Sistemas de informação e suas vantagens no comércio varejista

A automação de um processo oferece muitas vantagens para os varejistas, pois reduz custos, aumenta a precisão, reduz o tempo de processamento, permite decisões rápidas e acelera o atendimento ao cliente. Por exemplo, o ponto de venda eletrônico usa sistemas de digitalização. Ele garante preços precisos, permite que a equipe de checkout trabalhe mais rapidamente e elimina a necessidade de fixar a etiqueta de preço nas mercadorias. Todos esses fatores reduzem o custo consideravelmente (PINHO; JEUNON; DUARTE, 2016).

Os detalhes da compra de compradores individuais são coletados e analisados. As extensões e promoções de produtos são baseadas na análise de padrões de compra de diferentes tipos de compradores. Informações demográficas sobre os clientes são conhecidas em um banco de dados de cartões de fidelidade. As entradas no cartão de fidelidade estão relacionadas aos dados de transações fornecidos pelo ponto de venda eletrônico. Esses dados podem ser usados ainda mais para o perfil de uma base de clientes, por isso facilita ofertas específicas a serem feitas a certos tipos de clientes (MATTAR, 2011).

Além do mais, um varejista pode enviar um catálogo de pedidos por correio a todos os titulares de cartão de fidelidade que compraram no ano anterior. Além disso, os sites de Internet e comércio eletrônico usam informações de transações anteriores para personalizar seus sites para cada comprador, oferecendo a eles itens de produtos que foram relacionados às últimas transações. Eles os cumprimentam automaticamente pelo nome quando entram no site (PARENTE, 2014).

De certa forma, a análise dos dados do ponto de venda eletrônico de ajuda o varejista a conhecer o efeito da promoção, preços, novos produtos e alterações na embalagem. Os varejistas podem avaliar o impacto de alterações no layout ou merchandising das lojas em termos de vendas por categoria, marcas concorrentes, lucro bruto e vendas na loja. Ideias inovadoras de produtos podem ser testadas contra as realidades prevalentes no mercado (SERRENTINO, 2015). Em resumo, a análise de dados do ponto de venda eletrônico ajuda a empresa a:

- Avaliar suas promoções;
- Calcular da capacidade de resposta do preço do cliente para produtos principais e sazonais;
- Prever o resultado de suas políticas recém-adotadas;
- Planejar suas medidas promocionais.

Outra vantagem, ocorre quando o gerente de lojas se entrega a uma comunicação eficaz com seus fornecedores. Ele envia documentos como pedidos de compra, estoque e informações de vendas através de redes de comunicação de terceiros. Isso é comércio eletrônico. Este método funciona rápido e custa menos. É suficiente que as lojas façam seus pedidos um ou dois dias antes dos sete dias anteriores no método tradicional em papel (REDMAN e REDMAN, 2017).

Os computadores da loja transmitem dados do ponto de venda eletrônico para a matriz diariamente. Portanto, o gerente sênior pode avaliar o desempenho de todas as lojas e grupos de produtos. A reposição de estoque é feita automaticamente. O sistema de computador recebe dados diários de cada loja e os requisitos de estoque do dia seguinte são conhecidos. O sistema envia automaticamente o requisito eletronicamente durante a noite para o centro de distribuição. Assim, a entrega da mercadoria é possível no dia seguinte. Neste caso, a comunicação eficaz reduz o tempo de entrega. É o tempo decorrido entre o envio de um pedido e o recebimento da mercadoria (MELLO, GELAIM e SILVEIRA, 2019).

O Brasil é assume liderança no mercado brasileiro de alimentos, com marcas fortes e presença global. É considerado um dos maiores produtores de alimentos proteicos frescos e congelados do mundo, com tamanho e escala que permitem a competição no Brasil e no exterior. O país possui marcas próprias e licenciadas e são altamente reconhecidas em vários países como a Argentina, Arábia Saudita, entre outros (PARENTE, 2014).

Além do mais, o país também possui uma ampla rede de distribuição nacional e em mercados internacionais. Existe uma rede de distribuição estabelecida capaz de distribuir produtos congelados e resfriados em quase qualquer região do Brasil. Além disso, os produtos são exportados para mais de 140 países e desenvolvido nas

próprias redes de distribuição do país, a partir do qual é vendido diretamente para empresas e distribuidores locais de processamento de alimentos (PINHO, JEUNON e DUARTE, 2016).

Neste contexto, os produtos são de baixo custo em um crescente mercado global. O Brasil tem uma vantagem competitiva sobre os produtores localizados em alguns dos mercados internacionais devido aos próprios custos de produção que são mais baixos e ganhos de eficiência na produção animal no Brasil (MATTAR, 2011).

Também existe uma escala e qualidade de produção que permite a competição efetiva com os principais produtores no Brasil e em outros países. Além disso, é implementado uma série de programas projetados para manter e melhorar a eficiência de custos, incluindo programas para otimizar a cadeia de suprimentos, integrando demanda, produção, gerenciamento de estoque e atendimento ao cliente (MELLO; GELAIM; SILVEIRA, 2019).

5. METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do artigo, foi utilizado uma metodologia que se nota alinhada ao que foi proposto alcançar pelos objetivos deste estudo. Aponta-se que a pesquisa deste tema é fundamental para apoiar a evolução dos conhecimentos em no campo de estudo abordados, ou seja, através dos resultados aqui apresentados, será possível ampliar os horizontes sobre este tema.

A metodologia utilizada no desenvolvimento desta pesquisa tem como base a realização de pesquisas bibliográfica, utilizando veículos como artigos publicados em revistas e na internet, livros, periódicos e outras fontes. A pesquisa bibliográfica possui como foco explicar e levantar uma discussão sobre o tema abordado, sendo sempre embasada por referências teóricas que tenham sido publicadas nos veículos citados. Ela também objetiva apontar o conhecimento e análise sobre os conteúdos científicos pertinentes ao tema. (GIL, 2008).

Também foi adotado o modelo de leitura conhecido como leitura seletiva. Modelo esse que em que a leitura será realizada com profundidade, a fim de levantar material

consistente para o estudo. Momento esse em que se separa efetivamente o que é essencial e o que pode ser desconsiderado. Para que haja uma seleção correta do material coletado é importante estabelecer alguns critérios vinculados aos propósitos do trabalho: problema, questões investigativas, enfim os objetivos do estudo que se propõe realizar (CERVO; BERVIAN,2002).

Assim como também foi realizado o registro de cada fonte de acordo com a informações utilizadas, todas elas foram devidamente apontadas, utilizando o nome e ano da publicação.

O tipo de estudo Revisão de Literatura, é entendido como processo de pesquisa, análise e descrição de conceitos a fim de responder uma pergunta, ou atender um objetivo. A busca na literatura foi realizada em diferentes meios, como: livros, artigos de periódicos, artigos de jornais, registros históricos, relatórios governamentais, teses, dissertações e outros tipos (NORONHA; FERREIRA, 2000).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos entender por meio desse artigo que as consequências de se ter algum sistema de informação integrada a sua organização, vantagens, lucro, agilidade, são alguns dos “efeitos colaterais” de uma boa implementação de algum sistema. Quando bem planejado e bem estruturado pode fazer a diferença no meio competitivo.

Está cada vez mais concreto da importância da utilização dos sistemas de informação, com a globalização as informações estão cada vez mais “valiosas” e muitos estão conseguindo aproveitar dessa fortuna que estão sendo trabalhadas por poucos.

A intenção da utilização de sistema de informação é qualificar a empresa a alcançar seus objetivos, demonstrando a melhor forma de utilizar os recursos disponíveis, tanto para gerenciar suas operações, interagir com seus clientes e fornecedores, podendo estabelecer o futuro da organização.

Dessa forma para que as empresas consigam atender a demanda do mercado, é necessário ir traz de recurso que os diferenciem das demais empresas. Buscando a forma mais oportuna de desempenho como, Decisões mais elaboradas e aplicações

de recursos coordenados, assim a empresa consegue reduzir custos e melhorar a satisfação com o cliente.

7. REFERÊNCIAS

BORGES, B. L.; RANITO, J. **Sistemas de informação de apoio à gestão: SPI**, Principia. 2004. ISBN 972 8589 43 3.

BRODBECK, H. J.; BRODBECK, A. **Configuração de um processo de seleção, aquisição e implementação de ERP considerando os grupos sociais envolvidos**. 2010.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. Metodologia científica. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

GIL, Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JOREJ, Faustho, **Implementação de um sistema de business intelligence para uma empresa do ramo metalúrgico**. Unidade Federal do Rio Grande do Sul. 2010.

LAUDON, K.; TRAVER. C. **E-commerce 2017**. Business, Technology e Society. 13th Global Edition. Pearson, 2017.

MACHADO, A. **Serviços Empresariais e Inovação: uma abordagem para o caso brasileiro**. Dissertação de Mestrado em Economia, UnB, 2017.

MATTAR, F.N. **Administração de Varejo**. 7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MELLO, R. R. P. de; GELAIM, T. Â.; SILVEIRA, R. A. **Negotiating agents: A model based on bdi architecture and multi-context systems using aspiration adaptation theory as a negotiation strategy**. In: BAROLLI, L. et al. (Ed.). Complex, Intelligent, and Software Intensive Systems. Cham: Springer International Publishing, 2019. p. 351– 362.

MONK, Ellen; WAGNER, Bret. **Concepts in enterprise resource planning**. Course Technology Cengage Learning, 3ª ed., 2009.

NAKAMURA, André Massami. **Comércio eletrônico riscos nas compras pela internet**. 2011. 56 p. Conclusão de curso (Tecnólogo em processamento dos dados) - Faculdade de Tecnologia de São Paulo, -, São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.fatecsp.br/dti/tcc/tcc0027.pdf>>. Acesso em: 14 de jun. 2020.

NORONHA, D. P.; FERREIRA, S. M, **Revisão de Leitura e Desenvolvimento Científico**. Conceitos e estratégias para confecção. Belo Horizonte: Ed UFMG, 2000.

PARENTE, J. **Varejo no Brasil: gestão e Estratégia**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2014.

PINHO, L. S.; JEUNON, E. E.; DUARTE, L. C. **Turnover no varejo: estudo em uma rede supermercadista em Belo Horizonte**. Future studies research journal, São

Paulo, v.8, n.2, p. 237-257, abr./ago. 2016. Disponível em:
<https://revistafuture.org/FSRJ/article/view/272/382>. Acesso em: 14 de jun. 2020.

REDMAN, A.; REDMAN, E. **Is Subjective Knowledge the Key to Fostering Sustainable Behavior?** Mixed Evidence from an Education Intervention in Mexico. *Education Science*, v. 7, n. 4, 2017.

SERRENTINO, Alberto. **Varejo e Brasil: reflexões estratégicas**. São Paulo: Varese Retail Strategy, 2015.

TENENBAUM, A.; WOODHULL, A. **Sistemas Operacionais**. Projeto e implementação. Terceira edição. Porto Alegre: Bookman, 2008.