



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

A importância dos *softwares* de gestão no ambiente empresarial: Um estudo de caso com clientes da empresa Ascont, em Fernandópolis - SP

MASCHIO, Eduarda Carvalho¹
MORAES, Clayton Cardoso de²
OLIVEIRA, Mateus Scapin de¹

RESUMO

O estudo teve como objetivo analisar a importância da tecnologia e dos *softwares* de gestão como ferramentas estratégicas no ambiente empresarial, com ênfase no setor varejista. Para isso, foram realizadas pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo com clientes da empresa Ascont, localizada em Fernandópolis (SP), especializada no desenvolvimento de sistemas para empresas. A investigação abordou três eixos principais: o papel da tecnologia no ambiente empresarial, os *softwares* de gestão como instrumento de apoio à tomada de decisão e a utilização desses sistemas pelos comerciantes. Os resultados indicaram que a adoção de *softwares* de gestão contribui significativamente para a organização dos processos, a tomada de decisões e a competitividade das empresas. A análise dos dados, apresentada por meio de gráficos, evidenciou a percepção positiva dos usuários quanto à funcionalidade, utilidade e suporte técnico do sistema. Concluiu-se que o uso estratégico da tecnologia constitui um diferencial competitivo essencial para o comércio varejista contemporâneo.

Palavras-chave: tecnologia; *software* de gestão; comércio varejista; tomada de decisão; competitividade.

1 Introdução

As organizações estão inseridas em um contexto cada vez mais dinâmico e competitivo, impulsionado pelo avanço da tecnologia e pela constante evolução das demandas do mercado. Neste cenário, a adoção de ferramentas tecnológicas passou a ser essencial para garantir eficiência, agilidade e embasamento na tomada de decisão. A gestão empresarial, especialmente no comércio varejista, tem recorrido ao uso de *softwares* de gestão como uma forma de melhorar o controle operacional, financeiro e estratégico das empresas (Almeida, 2021).

A transformação digital impacta diretamente a forma como as organizações conduzem seus processos, tornando imprescindível o uso de soluções tecnológicas que otimizem a rotina e favoreçam a análise de dados. Nesse contexto, os *softwares* de gestão assumem um papel estratégico, pois auxiliam os gestores na obtenção de informações precisas e no planejamento de ações voltadas à competitividade (Costa; Medeiros, 2022).

O uso desses sistemas no comércio varejista é especialmente relevante, visto que esse setor lida com grande volume de dados, movimentação de estoques, controle de vendas e relacionamento com o cliente. A utilização de ferramentas adequadas contribui não apenas para



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

a organização interna, mas também para a experiência do consumidor e o fortalecimento da marca (Santos; Oliveira, 2020).

Diante desse cenário, este trabalho teve como objetivo geral analisar a importância do uso de *softwares* de gestão no comércio varejista, com base em um estudo de caso realizado com clientes da empresa Ascont, localizada em Fernandópolis (SP), especializada no desenvolvimento de sistemas. A partir da investigação bibliográfica e da pesquisa realizada com um grupo de clientes, buscou-se compreender como essas ferramentas influenciam na gestão e na tomada de decisão dos empresários varejistas, evidenciando sua relevância no ambiente corporativo atual.

2 O papel da tecnologia no ambiente empresarial

A tecnologia tem desempenhado um papel transformador nas organizações modernas, sendo um vetor fundamental para o aumento da produtividade, da eficiência operacional e da competitividade. De acordo com Freitas e Andrade (2021), as inovações tecnológicas não apenas sustentam processos administrativos, como também se consolidam como pilares estratégicos para a construção de modelos de negócios mais dinâmicos e adaptáveis.

A inserção da tecnologia da informação (TI) no contexto organizacional não se limita à automatização de tarefas, mas à reestruturação dos processos e à geração de valor em todas as esferas corporativas. Para Nascimento e Prado (2022), a TI promove a integração dos setores internos e facilita a coleta, o processamento e o compartilhamento de dados, o que favorece uma tomada de decisão mais fundamentada e tempestiva.

A Quarta Revolução Industrial, marcada pela fusão entre as esferas física, digital e biológica, impôs às empresas a necessidade de repensar suas práticas. Segundo Barros e Leite (2020), a transformação digital tornou-se um imperativo competitivo, em que tecnologias como internet das coisas (IoT), *big data* e inteligência artificial deixam de ser diferenciais e passam a ser elementos básicos de sobrevivência empresarial.

Essa nova realidade exige das empresas uma postura inovadora e proativa. Como afirmam Freitas e Andrade (2021, p. 33),

A tecnologia não pode mais ser vista apenas como suporte operacional. Ela se tornou um recurso estratégico indispensável, capaz de transformar modelos de negócio, gerar novas fontes de receita e promover vantagens competitivas sustentáveis. Empresas



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

que negligenciam essa transformação tendem a perder espaço rapidamente em mercados cada vez mais dinâmicos e exigentes.

Além disso, a tecnologia ampliou, significativamente, a capacidade de as empresas responderem a mudanças externas e internas com agilidade. Andrade e Teixeira (2023) destacam que organizações que investem em soluções tecnológicas conseguem oferecer experiências mais personalizadas ao consumidor, otimizar sua cadeia logística e desenvolver produtos inovadores com maior rapidez, fatores decisivos para se manterem competitivas.

Mendes e Oliveira (2021) afirmam que a adoção de tecnologias de automação e análise de dados reduz custos operacionais, elimina retrabalho e aprimora o uso dos recursos disponíveis. Essa eficiência operacional impulsiona o crescimento e sustenta estratégias de longo prazo, especialmente em ambientes de alta volatilidade.

A tecnologia também tem impactado a forma como as empresas utilizam e interpretam dados. Rocha e Santos (2022) defendem que a análise preditiva, com base em grandes volumes de dados, permite que organizações antecipem tendências e comportamentos de consumo. Isso torna possível uma atuação proativa diante de cenários instáveis, agregando valor à tomada de decisão estratégica.

Adicionalmente, a cultura organizacional passa a ser influenciada por essa nova lógica digital. Tavares e Cunha (2021) ressaltam que a inovação tecnológica requer um ambiente organizacional mais flexível, com ênfase em aprendizagem contínua, experimentação e cooperação interdepartamental. A resistência à mudança, comum em ambientes mais tradicionais, precisa ser superada por meio da capacitação dos colaboradores e da liderança engajada no processo de transformação.

Outro ponto de destaque é a democratização da tecnologia. Segundo Martins e Rezende (2023), com a popularização das soluções em nuvem e do modelo *Software* como Serviço (*Software as a Service* – SaaS), pequenos e médios negócios passaram a ter acesso a sistemas que, antes, eram viáveis apenas para grandes corporações. Essa ampliação do acesso tecnológico nivela o mercado e estimula a inovação em diferentes níveis.

Ainda assim, os desafios relacionados à segurança da informação permanecem significativos. Fernandes e Silva (2022) alertam para a necessidade de políticas robustas de proteção digital, capazes de mitigar riscos cibernéticos e garantir a continuidade dos negócios. Em um ambiente em que os dados são ativos valiosos, a proteção dessas informações deve ser tratada como uma prioridade estratégica.



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

Lima e Barreto (2020) complementam ao dizer que o uso eficiente da tecnologia está diretamente relacionado à capacidade das empresas em captar, processar e reagir rapidamente às mudanças ambientais. Assim, a tecnologia não é apenas uma ferramenta operacional, mas um fator decisivo para a construção de estratégias ágeis, inovadoras e sustentáveis.

Nesse cenário de intensificação do uso da tecnologia, surgem os *softwares* de gestão como instrumentos fundamentais para apoiar e ampliar a qualidade das decisões empresariais.

3 Softwares de gestão como ferramenta para a tomada de decisão

Com o avanço da digitalização nas organizações, os *softwares* de gestão tornaram-se elementos cruciais para a análise, o controle e a melhoria dos processos organizacionais. Segundo Lima e Oliveira (2022), esses sistemas proporcionam maior visibilidade e controle sobre as operações, permitindo uma administração mais eficaz e embasada em dados reais.

Os sistemas Enterprise Resource Planning (ERP) e Business Intelligence (BI) são exemplos de ferramentas que promovem a integração entre departamentos e facilitam a visualização de indicadores de desempenho em tempo real. Para Silva *et al.* (2024), essa capacidade de centralizar e interpretar informações contribui, significativamente, para a qualidade das decisões, além de minimizar riscos e desperdícios.

Lima (2024) ressalta que os ERPs são especialmente valiosos por integrarem áreas como finanças, produção, logística, vendas e recursos humanos em uma única plataforma, proporcionando uma base sólida de dados que elimina inconsistências e duplicidades. Isso favorece uma gestão mais precisa e estratégica e melhora a comunicação interna.

O uso de ferramentas de BI complementa essa estrutura ao oferecer relatórios analíticos e painéis dinâmicos que ajudam os gestores a identificarem gargalos, explorarem oportunidades e preverem cenários. Souza e Oliveira (2023) destacam que essas soluções transformam dados brutos em *insights*, promovendo uma atuação mais inteligente e orientada por evidências.

Cardoso (2021) observa que os *softwares* de gestão possibilitam a avaliação de Key Performance Indicators (KPIs), o que fortalece o acompanhamento dos resultados e a correção de rotas em tempo hábil. Isso é essencial em um mercado onde decisões tardias podem gerar prejuízos significativos.



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

Além da análise estratégica, esses sistemas também contribuem para a descentralização da tomada de decisão. Segundo Silva *et al.* (2024), ao disponibilizar dados para diferentes áreas e níveis da organização, os *softwares* capacitam colaboradores a tomarem decisões mais assertivas em seus respectivos setores, tornando a empresa mais ágil e responsiva.

Com o avanço da inteligência artificial (IA) e do *machine learning*, os *softwares* de gestão têm evoluído para realizar previsões com base em padrões históricos e fornecer recomendações automatizadas. Para Silva *et al.* (2024), essa capacidade preditiva eleva o nível de sofisticação da gestão empresarial, contribuindo para estratégias mais robustas e eficazes.

A mobilidade proporcionada pelos sistemas em nuvem também tem sido um diferencial. Cardoso (2021) afirma que a possibilidade de acessar os sistemas de qualquer lugar amplia a capacidade de resposta dos gestores e possibilita um acompanhamento contínuo das operações, mesmo a distância.

No entanto, a adoção dessas ferramentas deve considerar o grau de maturidade digital da empresa. Lima e Oliveira (2022) alertam que a escolha inadequada do sistema, a ausência de treinamento e a falta de alinhamento com os objetivos organizacionais podem comprometer os benefícios esperados.

Portanto, o uso de *softwares* de gestão não apenas melhora a eficiência interna, mas também fortalece a capacidade estratégica das empresas. Este cenário se torna ainda mais evidente quando se analisa o setor varejista, onde a concorrência e a exigência dos consumidores impõem novos padrões de gestão.

4 O uso dos *softwares* de gestão pelo comércio varejista

O comércio varejista é um dos setores que mais tem adotado tecnologias de gestão para se manter competitivo. Em um ambiente caracterizado por margens apertadas, alta rotatividade de produtos e mudanças no comportamento do consumidor, a digitalização tornou-se uma necessidade. Segundo Almeida e Castro (2022), os *softwares* de gestão têm proporcionado uma visão holística do negócio, permitindo decisões mais rápidas e precisas.

A gestão de estoque é uma das áreas mais impactadas positivamente. Oliveira, Castro e Souza (2023) destacam que sistemas inteligentes de controle de inventário permitem o



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

acompanhamento em tempo real, alertas automáticos de reposição e análises sobre o giro dos produtos, reduzindo perdas e otimizando o capital de giro.

No aspecto financeiro, os *softwares* auxiliam na conciliação bancária, no planejamento orçamentário e na análise de fluxo de caixa. Mendes e Silva (2021) afirmam que o acesso facilitado a relatórios financeiros permite ao varejista corrigir desequilíbrios, planejar melhor seus gastos e investir com mais segurança.

Outro fator decisivo é a integração entre vendas, a Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM – do inglês, Customer Relationship Management) e marketing. Souza e Andrade (2022) explicam que a personalização das ações com base no histórico de compras dos clientes permite fidelização, aumento da receita e maior engajamento. Essa personalização, impulsionada por sistemas inteligentes, permite que o varejista compreenda melhor seu público e entregue valor de forma diferenciada.

A incorporação do Business Intelligence no varejo também é relevante. Vieira e Lopes (2023) afirmam que a análise em tempo real de dados de vendas, margem de lucro, desempenho por categoria e comportamento de clientes possibilitam respostas rápidas e decisões mais acertadas, essenciais para a sobrevivência em um mercado volátil.

A adequação às obrigações fiscais e legais também é facilitada com sistemas atualizados. Pereira e Costa (2020) salientam que a automatização na emissão de documentos fiscais e na geração de relatórios obrigatórios aumenta a conformidade legal e reduz o risco de penalidades.

A adoção da computação em nuvem democratizou o acesso a essas tecnologias. Silva e Mendes (2021) indicam que o custo reduzido, a escalabilidade e a mobilidade proporcionadas por soluções em nuvem são fatores que têm atraído especialmente pequenos e médios varejistas.

Ainda assim, para que os benefícios sejam efetivos, é fundamental que a escolha do sistema esteja alinhada ao porte do negócio e os colaboradores estejam preparados para utilizá-lo adequadamente. Almeida e Castro (2022) afirmam que a formação de uma equipe treinada e o planejamento de implantação são condições indispensáveis para o sucesso do processo.

Dessa forma, os *softwares* de gestão têm deixado de ser apenas uma vantagem competitiva para se tornarem verdadeiros aliados da sobrevivência e expansão do comércio varejista, contribuindo para uma gestão mais integrada, estratégica e centrada no cliente.



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

5 Metodologia

Esta pesquisa caracteriza-se como aplicada, com abordagem quali-quantitativa e finalidade exploratória. A pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o tema estudado, permitindo ao pesquisador tornar o problema mais claro e compreensível (Sampieri; Collado; Lúcio, 2021).

A amostragem foi do tipo não probabilística por conveniência, selecionando cinco empresas de ramos distintos que utilizam os *softwares* desenvolvidos pela empresa Ascont, localizada em Fernandópolis (SP) (Oliveira; Freitas; Costa, 2022). Os sujeitos da pesquisa foram funcionários e gestores dessas empresas.

A coleta de dados contou com dois instrumentos: questionário estruturado, aplicado via Google Forms, e entrevista semiestruturada com gestores ou responsáveis pelas decisões estratégicas. O questionário investigou frequência de uso, funcionalidades mais utilizadas, percepção de facilidade de uso e impacto na rotina administrativa. A entrevista buscou informações mais subjetivas, explorando percepções sobre benefícios, desafios e sugestões de melhoria.

A combinação de métodos quantitativo e qualitativo enriquece a compreensão do fenômeno estudado, permitindo captar tanto dados objetivos quanto percepções subjetivas dos participantes (Godoy; Souza, 2020).

Antes da aplicação definitiva do questionário, foi realizado um pré-teste com três usuários não participantes da amostra, com o objetivo de verificar a clareza, a compreensão e a funcionalidade do questionário eletrônico. Durante essa etapa, os participantes forneceram *feedback* sobre a redação das questões e inteligibilidade e sugeriram pequenas melhorias.

Foram realizadas adequações na estrutura e no conteúdo do formulário, tornando as perguntas mais objetivas e de fácil entendimento. Conforme Gil e Lima (2021), o pré-teste é essencial para garantir a validade e confiabilidade do instrumento. Após essas alterações, o questionário foi considerado apto para aplicação ao público-alvo definido.

Os dados quantitativos coletados foram organizados em planilhas e analisados por meio do *software* Microsoft Excel, permitindo a geração de gráficos, tabelas e análises descritivas. Já os dados qualitativos, oriundos das entrevistas, foram examinados por meio da análise de conteúdo e possibilitou identificar padrões e categorias nas respostas (Bardin, 2020).



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

A pesquisa respeitou os princípios éticos da pesquisa com seres humanos (Brasil, 2024). Todos os participantes foram informados sobre os objetivos do estudo, a forma de uso das informações e o direito de não responder à pesquisa total ou parcialmente. A participação foi voluntária, e o envio das respostas foi considerado como aceite tácito do termo de consentimento, garantindo sigilo e confidencialidade das identidades.

A partir dessa metodologia, buscou-se compreender, de forma aprofundada, o papel dos *softwares* de gestão empresarial no contexto de empresas varejistas, avaliando como essas ferramentas impactam a organização interna, a produtividade e a tomada de decisões gerenciais.

6 Estudo de caso na empresa Ascont e sua introdução no mercado

A Ascont é uma empresa localizada em Fernandópolis (SP), especializada no desenvolvimento de *softwares* de gestão empresarial, voltados especialmente para o comércio varejista. Fundada com o objetivo de atender às necessidades tecnológicas de micro, pequenas e médias empresas da região, a Ascont atua há mais de 20 anos no mercado, oferecendo soluções que abrangem áreas como controle de estoque, emissão de notas fiscais, fluxo de caixa, relatórios gerenciais, controle de vendas e suporte técnico especializado.

Com uma equipe composta por profissionais das áreas de tecnologia, atendimento e desenvolvimento, a empresa busca constante atualização para acompanhar as mudanças do mercado e as exigências legais que impactam diretamente seus clientes. A missão da Ascont é fornecer sistemas eficientes e de fácil usabilidade, que auxiliem os gestores na tomada de decisões estratégicas e na melhoria da performance organizacional.

O estudo de caso realizado com a Ascont teve como objetivo analisar o papel dos *softwares* de gestão empresarial no cotidiano das empresas varejistas que utilizam os sistemas desenvolvidos pela empresa. Para isso, foram selecionadas cinco empresas clientes, de ramos distintos, todas situadas na região de Fernandópolis (SP). O foco da pesquisa foi compreender como os usuários percebem a utilidade, eficiência e impacto dos sistemas em suas rotinas administrativas e gerenciais.

Participaram da pesquisa funcionários e gestores que utilizam os sistemas da Ascont no desempenho de suas atividades profissionais. A pesquisa foi realizada por meio de um questionário estruturado, aplicado *online* via Google Forms, com perguntas objetivas e abertas.



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

As perguntas abordaram aspectos como frequência de uso dos *softwares*, funcionalidades mais utilizadas, facilidade de operação, suporte oferecido pela empresa e percepção sobre o impacto dos sistemas na organização e produtividade.

Além de levantar informações sobre a utilização dos sistemas, o estudo buscou identificar possíveis pontos de melhoria, sugestões dos usuários e grau de satisfação com os serviços oferecidos pela Ascont. Os dados coletados foram analisados de forma qualitativa, com o apoio do Microsoft Excel para tabulação das respostas e geração de gráficos e tabelas.

Nos próximos tópicos, foram detalhados, separadamente, os principais resultados das entrevistas realizadas com os gestores e as respostas obtidas nos questionários aplicados aos usuários dos sistemas. Em seguida, foi apresentada uma análise integrando os dados coletados, com base nos objetivos do estudo e na literatura revisada.

Essa estrutura permitiu compreender de forma mais aprofundada como os *softwares* da Ascont têm impactado o cotidiano das empresas varejistas da região e quais são as oportunidades de aprimoramento identificadas a partir da experiência dos próprios usuários.

7 Resultado do questionário

Para compreender a experiência dos usuários com o sistema da Ascont, foi aplicado, inicialmente, um questionário estruturado com perguntas objetivas. O intuito foi coletar dados quantitativos sobre funcionalidade, utilidade prática e percepção geral do *software*, fornecendo base para a análise complementar realizada posteriormente por meio das entrevistas.

O questionário aplicado teve como principal objetivo avaliar o grau de satisfação dos clientes varejistas da empresa Ascont, em relação aos sistemas e *softwares* de gestão oferecidos. A proposta da pesquisa foi identificar os pontos fortes e fracos do sistema, compreender a percepção dos usuários sobre as funcionalidades disponíveis e levantar sugestões de melhoria para os serviços prestados.

A pesquisa foi direcionada exclusivamente a clientes do comércio varejista que utilizam os sistemas desenvolvidos pela Ascont em seu dia a dia empresarial. Participaram da pesquisa 5 clientes ativos, com atuação em diferentes segmentos do varejo local.

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

A coleta de dados ocorreu entre os dias 7 e 13 de julho de 2025, realizada por meio de um questionário *online*, elaborado na plataforma Google Forms. O *link* foi enviado diretamente aos respondentes por meio do WhatsApp. O questionário foi composto por perguntas fechadas, estruturadas em formato de múltipla escolha, além de uma pergunta aberta, permitindo aos clientes que dessem, livremente, sugestões, críticas ou elogios referentes ao sistema utilizado.

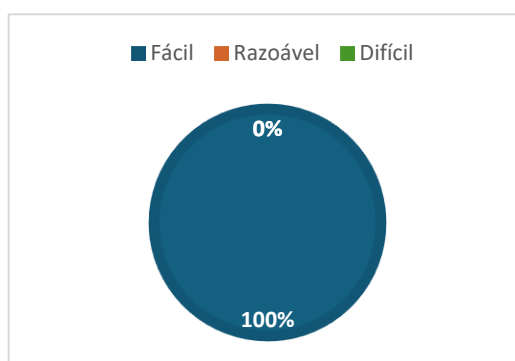
A opção pelo formato digital visou facilitar o acesso e garantir agilidade tanto na resposta quanto no processamento dos dados obtidos.

7.1 Análise dos resultados

Nesta seção, são apresentados os resultados obtidos a partir das perguntas fechadas do questionário, com o auxílio de gráficos para facilitar a visualização e compreensão. Os dados refletem a percepção dos clientes varejistas em relação aos principais aspectos do sistema de gestão utilizado, permitindo identificar tendências e avaliar o nível de satisfação dos usuários.

7.1.1 Facilidade de uso do sistema

Gráfico 1 – Como os clientes avaliaram a facilidade de uso do sistema Ascont



A unanimidade das respostas obtidas por meio do questionário aplicado às empresas e convertidas em gráfico pelos autores demonstra que os usuários consideram o sistema altamente intuitivo e simples de operar (Gráfico 1). Esse resultado evidencia um dos principais pontos fortes do *software*, que é a facilidade de uso. Sistemas com interfaces pouco amigáveis costumam gerar resistência interna nas empresas, especialmente entre funcionários com menor familiaridade com tecnologia. No entanto, no caso do sistema da Ascont, essa barreira não se



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

apresenta, o que favorece a sua aceitação e utilização contínua nas rotinas administrativas e operacionais.

A ausência de respostas nas opções intermediárias ou negativas reforça a percepção positiva e contribui para consolidar a reputação do sistema como uma ferramenta acessível, mesmo para pequenas empresas e equipes com pouca capacitação técnica.

7.1.2 Atendimento e suporte técnico

A confiabilidade do sistema da Ascont foi avaliada pelos usuários a partir de duas questões principais: a percepção sobre instabilidade ou erros no sistema e a qualidade do suporte técnico prestado.

De acordo com os dados obtidos através do questionário, 60% dos respondentes relataram que o sistema apresenta erros ou instabilidades apenas raramente, enquanto 40% deles afirmaram que nunca enfrentaram esse tipo de problema. Nenhum dos entrevistados indicou que o sistema apresenta falhas com frequência, o que evidencia que a solução desenvolvida pela empresa é, em geral, estável e funcional para o uso diário no ambiente comercial.

A solidez dessa percepção positiva é reforçada pela avaliação do suporte técnico da Ascont, na qual 100% dos respondentes do questionário classificaram o atendimento como “bom”. Esse resultado indica um alto nível de satisfação com o suporte oferecido, o que contribui diretamente para a confiança dos usuários, especialmente quando há necessidade de resolver eventuais falhas ou dúvidas operacionais.

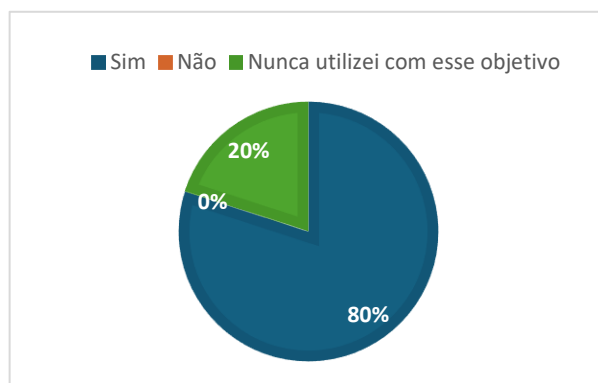
A relação entre esses dois aspectos – estabilidade do sistema e suporte técnico eficiente – é essencial para manter o bom desempenho da ferramenta no cotidiano dos usuários. Embora alguns erros eventuais aconteçam, o fato de o suporte ser bem avaliado demonstra que a empresa possui uma estrutura de atendimento ágil e eficaz, que minimiza os impactos desses problemas.

Esses dados reforçam a imagem da Ascont como uma fornecedora confiável, tanto em termos técnicos quanto no relacionamento com o cliente, o que se configura como importante diferencial competitivo no setor de *softwares* para o varejo.

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

7.1.3 Funcionalidade do sistema

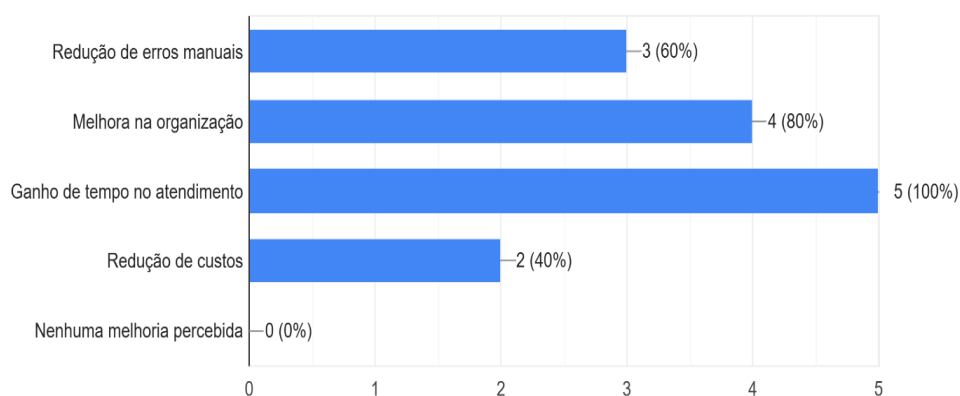
Gráfico 2 – Utilização do sistema para tomada de decisão dentro da empresa



Como é possível observar no Gráfico 2, a maioria dos respondentes (80%) afirmou que o sistema contribui para suas decisões, o que demonstra uma percepção positiva quanto à utilidade da ferramenta no processo decisório. Por outro lado, 20% dos participantes indicaram nunca terem utilizado o sistema com esse objetivo, e nenhum respondeu que o sistema não contribui para suas decisões. Esses dados indicam que o sistema tem um impacto relevante para a maioria dos usuários, embora ainda haja espaço para aumentar seu uso e potencializar seus benefícios.

Em relação aos benefícios proporcionados pelo sistema após sua implementação, o Gráfico 3 auxilia na compreensão dos principais pontos destacados pelos respondentes:

Gráfico 3 – Melhorias percebidas após a implementação do sistema



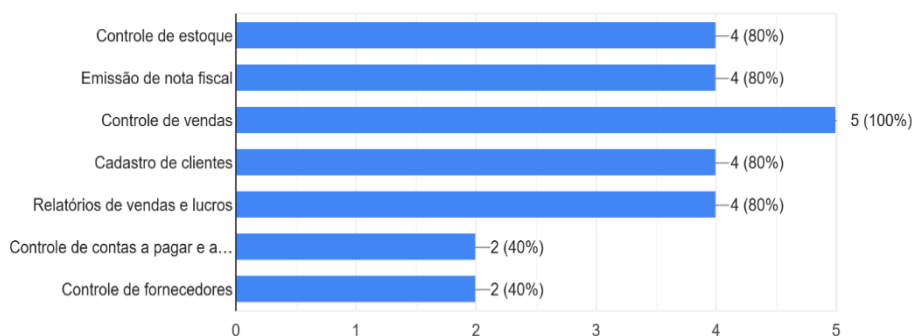
Os dados do Gráfico 3 mostram que todos os respondentes (100%) indicaram ter percebido ganho de tempo no atendimento, apontando este ganho como o benefício mais

FUNDÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

relevante do sistema. A melhora na organização foi assinalada por 80% dos participantes, evidenciando um impacto significativo na gestão das atividades. A redução de erros manuais também foi destacada por 60% dos usuários, indicando que o sistema contribui para maior precisão operacional. Por fim, 40% mencionaram a redução de custos, mostrando que parte dos respondentes identificou benefícios financeiros diretos com a utilização do *software*. Nenhum participante relatou não ter percebido melhorias, o que reforça a eficácia do sistema para os clientes avaliados.

Esses resultados demonstram que o sistema tem cumprido seu papel de otimizar processos e trazer vantagens palpáveis para os usuários, especialmente no que diz respeito à eficiência e organização.

Gráfico 4 – Funções do sistema Ascont utilizadas pelos clientes e nível de engajamento



Dentre algumas funções que o sistema oferece, conforme gráfico 4, a mais utilizada pelos clientes do sistema da Ascont é o Controle de vendas, com 100% das respostas indicando seu uso. Isso mostra que a principal demanda dos usuários está diretamente ligada à gestão e acompanhamento das vendas, o que é esperado para um *software* voltado ao comércio varejista.

Outras funções como Controle de estoque, Emissão de nota fiscal, Cadastro de clientes e Relatórios de vendas e lucros também apresentam alta utilização, sendo mencionada por 80% dos respondentes. Esses dados indicam que os clientes valorizam funcionalidades que facilitam o controle operacional e financeiro, proporcionando uma visão integrada do negócio.

Funções relacionadas a Controle de contas a pagar e a receber e a Controle de fornecedores foram menos citadas, com 40% das respostas cada. Essa menor utilização pode indicar que os clientes têm menos necessidade dessas funcionalidades, ou que o sistema poderia oferecer melhorias para atender melhor essas demandas.



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

Esses resultados reforçam a importância das funções que suportam diretamente a gestão das vendas e o controle de estoque para os comerciantes varejistas, além de apontar oportunidades para aprimorar as funcionalidades menos utilizadas, alinhando o sistema às necessidades reais dos usuários.

8 Entrevistas

Foram realizadas entrevistas com gestores e usuários do sistema da Ascont em cinco empresas de diferentes segmentos de Fernandópolis, incluindo comércio de alimentos, papelaria, acessórios, locação de materiais para eventos e serviços automotivos. Essa diversidade permitiu avaliar a adaptação do sistema a distintos contextos empresariais.

De forma geral, as entrevistas indicaram que o sistema é prático, funcional e confiável, com destaque para o suporte técnico eficiente, considerado um diferencial importante para a fidelização dos clientes. Os participantes ressaltaram a facilidade de uso, a agilidade na gestão das operações e a recomendação do sistema a outros empresários, evidenciando a reputação positiva da Ascont no mercado local.

Logo, é possível avaliar que o sistema se apresenta como um aliado estratégico para a modernização da gestão empresarial, oferecendo maior controle, agilidade e precisão na tomada de decisões, independentemente do segmento de atuação.

9 Análise dos resultados

A análise conjunta dos dados obtidos por meio do questionário e das entrevistas com usuários do sistema da Ascont possibilitou compreender o impacto dos *softwares* de gestão na realidade do comércio varejista de Fernandópolis.

Os resultados indicaram uma percepção positiva geral quanto à eficiência, funcionalidade e utilidade do sistema. Os empresários destacaram a praticidade no uso, a contribuição para a organização das rotinas administrativas e a agilidade na tomada de decisões, evidenciando o papel estratégico da tecnologia no ambiente corporativo.

O suporte técnico foi apontado como diferencial competitivo, com atenção e prontidão no atendimento que fortalecem a confiança dos usuários, promovendo fidelização e recomendação espontânea do sistema.



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

Além disso, foram identificados benefícios concretos na rotina das empresas, como redução de erros manuais, melhoria no controle financeiro e de estoque e otimização do tempo de atendimento ao cliente. Esses fatores aumentam a eficiência interna, impactam positivamente a experiência do consumidor final e favorecem a competitividade do negócio.

A convergência entre os resultados qualitativos e quantitativos reforça que os sistemas da Ascont atendem às necessidades do comércio varejista local, sendo ferramentas essenciais para a modernização da gestão empresarial. Assim, investir em tecnologia deixa de ser apenas uma opção e torna-se uma necessidade estratégica para empresas que buscam crescimento sustentável em um mercado cada vez mais dinâmico.

10 Proposta de melhoria e plano de ação

Com base na análise dos resultados obtidos por meio das entrevistas e questionários aplicados aos usuários do sistema da Ascont, identificou-se que o atendimento e o suporte técnico da empresa já se destacam como diferencial competitivo. Os clientes demonstram elevado nível de satisfação com a eficiência, a funcionalidade e a utilidade do sistema, ressaltando, ainda, a importância da atenção e prontidão no suporte prestado.

Diante desse cenário, propõe-se uma estratégia voltada à inovação no atendimento, com o objetivo de consolidar a fidelização e ampliar o valor percebido pelos clientes.

10.1 Programa de Atendimento Inteligente (PAI)

A proposta central consiste na implementação do Programa de Atendimento Inteligente (PAI), cujo objetivo é transformar o suporte técnico em um processo não apenas reativo, mas também proativo, antecipando as necessidades dos usuários e oferecendo soluções personalizadas.

Segundo Oliveira e Mendes (2021), estratégias de atendimento proativo aumentam significativamente a retenção de clientes, pois transmitem segurança e demonstram comprometimento contínuo. Dessa forma, a adoção do PAI permitirá que a Ascont fortaleça sua relação com os clientes, eleve os índices de satisfação e estimule recomendações espontâneas.



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

10.2 Treinamentos periódicos

Outra medida inovadora envolve a oferta de treinamentos *on-line* periódicos, como *webinars* mensais e a disponibilização de uma base de conhecimento com vídeos e tutoriais. Souza e Rocha (2022) admitem que a capacitação constante dos usuários maximiza o aproveitamento das funcionalidades do sistema, reduz a necessidade de suporte emergencial e potencializa a satisfação geral.

A disponibilização desse conteúdo permitirá que os clientes explorem plenamente os recursos da solução, resultando em melhor performance operacional e tomada de decisão mais assertiva.

10.3 Programa de fidelização

Complementando a estratégia, recomenda-se a criação de um programa de fidelização no qual os clientes acumulem pontos por tempo de uso, participação em treinamentos e indicação de novos usuários. Esses pontos poderão ser trocados por descontos, módulos adicionais ou consultorias personalizadas.

Para Carvalho e Pinto (2023), programas de fidelização eficazes devem alinhar recompensas relevantes às necessidades do cliente, criando um vínculo emocional com a marca e incentivando a permanência a longo prazo.

10.4 Monitoramento contínuo da satisfação

Para assegurar a melhoria contínua, será mantida uma pesquisa de satisfação pós-atendimento e uma avaliação trimestral mais abrangente utilizando indicadores como o Net Promoter Score (NPS), métrica amplamente utilizada para mensurar o grau de recomendação dos clientes (Reichheld, 2020).

A análise sistemática desses indicadores permitirá identificar padrões de insatisfação, corrigir falhas, direcionar esforços para melhorias pontuais e assegurar que o atendimento permaneça como um diferencial competitivo da Ascont.



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

11 Considerações finais

Este trabalho teve como objetivo analisar o papel da tecnologia no ambiente empresarial, com ênfase no uso de *softwares* de gestão como ferramenta de apoio à tomada de decisão, especialmente no contexto do comércio varejista. A pesquisa foi conduzida por meio da revisão bibliográfica e da aplicação de um questionário com clientes da empresa Ascont, sediada em Fernandópolis, especializada no desenvolvimento de sistemas para comerciantes locais.

A revisão teórica evidenciou que os sistemas de gestão empresarial são cada vez mais essenciais para a organização das empresas, oferecendo recursos que promovem automação, controle de processos, redução de falhas e suporte às decisões estratégicas. Os benefícios da tecnologia incluem a modernização da gestão e o aumento da competitividade, especialmente no setor varejista.

A pesquisa de campo confirmou muitas dessas contribuições na prática. Os clientes da Ascont demonstraram elevado grau de satisfação com o sistema, destacando como principais benefícios o ganho de tempo no atendimento ao cliente, a melhoria na organização das operações e a redução de erros manuais. O suporte técnico eficiente foi apontado como um diferencial estratégico, reforçando a confiança e a fidelização dos usuários.

Os resultados obtidos indicaram que o uso dos sistemas da Ascont contribuiu significativamente para a eficiência operacional, o controle de processos internos e a redução de falhas. A facilidade de uso, a adequação às necessidades do pequeno e médio varejo e o suporte técnico foram assentados como pontos altamente positivos, embora as percepções dos usuários tenham variado de acordo com o perfil da empresa e o nível de familiaridade com a tecnologia, o que evidenciou a importância de uma análise segmentada.

Com base nos resultados obtidos, foram propostas ações estratégicas concretas de melhoria e incluem o Programa de Atendimento Inteligente (PAI), treinamentos periódicos, programa de fidelização e monitoramento contínuo da satisfação. Essas iniciativas têm o objetivo de potencializar o valor percebido pelos clientes, consolidando o atendimento como um diferencial competitivo e garantindo a evolução contínua do sistema.



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

Dessa forma, a integração entre tecnologia, suporte técnico e ações estratégicas permite que os sistemas de gestão da Ascont se tornem ferramentas ainda mais eficazes e contribuam para a modernização das empresas, o maior controle das operações e uma tomada de decisões mais ágil e precisa.

Conclui-se, portanto, que os sistemas de gestão, quando bem implementados e alinhados às necessidades do usuário, tornam-se ferramentas indispensáveis para o bom desempenho empresarial. A experiência dos clientes da Ascont demonstra como a tecnologia pode contribuir de maneira significativa para o fortalecimento do comércio varejista local.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João. **Gestão estratégica no varejo**: o papel dos *softwares* de gestão. São Paulo: Editora Atlas, 2021.

ALMEIDA, João; CASTRO, Fernanda. **Inovação tecnológica no varejo brasileiro**. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2022.

ANDRADE, Felipe; TEIXEIRA, Lucas. A transformação digital nas organizações: desafios e oportunidades. **Revista Brasileira de Administração**, São Paulo, v. 59, n. 3, p. 22-36, 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 4. ed. rev. atual. São Paulo: Edições 70, 2020. 288 p.

BARROS, Carla; LEITE, Vinícius. A Quarta Revolução Industrial e os novos paradigmas da gestão empresarial. **Cadernos de Tecnologia e Sociedade**, Inhumas, GO, v. 8, n. 2, p. 40-55, 2020.

BRASIL. Lei nº 14.874, de 28 de maio de 2024. Dispõe sobre a pesquisa com seres humanos e institui o Sistema Nacional de Ética em Pesquisa com Seres Humanos. **Diário Oficial da União**, de 2.7.2025. Brasília, DF, Presidência da República, 2024.

CARDOSO, Marcos. Mobilidade e gestão em tempo real: o impacto dos *softwares* em nuvem. **Revista de Tecnologia Aplicada**, Campo Limpo Paulista, SP, v. 15, n. 1, p. 77-89, 2021.

CARVALHO, P. R.; PINTO, L. M. Programas de fidelização e retenção de clientes: estratégias e resultados no ambiente digital. **Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 22, n. 1, p. 45-62, 2023.

COSTA, Ana; MEDEIROS, Paulo. Soluções digitais e competitividade empresarial. **Revista Gestão e Tecnologia**, Pedro Leopoldo, MG, v. 19, n. 4, p. 55-70, 2022.

FERNANDES, Ricardo; SILVA, Patrícia. Segurança da informação no ambiente digital: riscos e estratégias de mitigação. **Revista de Tecnologia da Informação**, Campinas, SP, v. 11, n. 2, p. 100-112, 2022.



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

FREITAS, Daniela; ANDRADE, Thiago. O papel estratégico da tecnologia nas organizações contemporâneas. **Revista de Administração Estratégica**, São Paulo (FGV), v. 14, n. 1, p. 30-45, 2021.

GIL, Antônio; LIMA, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2021.

GODOY, Arilda; SOUZA, Célia. A complementaridade dos métodos qualitativos e quantitativos na pesquisa organizacional. **Revista de Estudos Organizacionais**, Curitiba, PR, v. 10, n. 2, p. 15-28, 2020.

LIMA, Roberta. Sistemas ERP e a integração da informação nas empresas. **Revista de Gestão e Negócios**, São Paulo, v. 22, n. 1, p. 70-84, 2024.

LIMA, Roberta; OLIVEIRA, Carlos. Benefícios e desafios dos *softwares* de gestão empresarial. **Revista Brasileira de Sistemas de Informação**, São Carlos, SP, v. 17, n. 3, p. 120-138, 2022.

LIMA, Roberta; BARRETO, Juliano. A tecnologia como diferencial competitivo nas empresas do século XXI. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo (FGV), v. 16, n. 4, p. 102-118, 2020.

MARTINS, Bruno; REZENDE, Cláudia. A democratização do acesso tecnológico nas pequenas empresas. **Revista de Empreendedorismo e Inovação**, Paranaguá (UNESPAR), v. 13, n. 3, p. 55-67, 2023.

MENDES, Fábio; OLIVEIRA, Juliana. Automação e eficiência operacional: estudo em empresas do setor varejista. **Revista de Administração Contemporânea**, Maringá, PR, v. 25, n. 2, p. 89-101, 2021.

MENDES, Fábio; SILVA, Priscila. Gestão financeira no varejo: benefícios dos sistemas integrados. **Caderno de Finanças Empresariais**, Curitiba, PR, v. 9, n. 1, p. 30-43, 2021.

NASCIMENTO, Laura; PRADO, Henrique. A evolução da tecnologia da informação na gestão organizacional. **Revista de Administração e Tecnologia**, Curitiba (PUCPR) v. 18, n. 3, p. 75-88, 2022.

OLIVEIRA, Carlos; FREITAS, Adriana; COSTA, Beatriz. Amostragem não probabilística na pesquisa organizacional. **Revista de Pesquisa em Administração**, São Paulo (FGV), v. 16, n. 1, p. 33-47, 2022.

OLIVEIRA, Fernanda; CASTRO, Marina; SOUZA, João. Estoque inteligente e controle de inventário no varejo. **Revista de Logística e Distribuição**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 60-75, 2023.

OLIVEIRA, M. F.; MENDES, R. L. Atendimento proativo como estratégia de fidelização. **Revista de Administração e Negócios Digitais**, São Paulo (FGV), v. 5, n. 2, p. 88-104, 2021.

PEREIRA, Marcelo; COSTA, Rafael. Obrigações fiscais no varejo: como os *softwares* contribuem para a conformidade legal. **Revista de Gestão Tributária**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 99-110, 2020.



FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS – FEF
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS – FIFE
PROGRAMA DE INCENTIVO A PESQUISA – PIP

REICHHELD, F. **The net promoter system**: implementing the ultimate question. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press, 2020. 306 p.

ROCHA, Gabriela; SANTOS, Eliane. Análise preditiva e inteligência de dados nas organizações. **Revista Brasileira de Inteligência Empresarial**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 3, p. 25-39, 2022.

SAMPIERI, Roberto; COLLADO, Carlos; LÚCIO, Pilar. **Metodologia de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Editora Penso, 2021.

SANTOS, Eduardo; OLIVEIRA, Tatiane. Sistemas de gestão no varejo: desafios e perspectivas. **Revista Gestão & Competitividade**, São Leopoldo (USININOS), RS, v. 12, n. 1, p. 58-70, 2020.

SILVA, Felipe; MENDES, Cláudia. Soluções em nuvem no varejo: uma análise da escalabilidade e mobilidade. **Revista de Tecnologia Aplicada ao Comércio**, Campo Limpo Paulista, SP, v. 8, n. 1, p. 15-27, 2021.

SILVA, Marcelo *et al.* Inteligência artificial em sistemas de gestão empresarial. **Revista de Sistemas Inteligentes**, [s.l.], v. 9, n. 2, p. 88-101, 2024.

SOUZA, J. P.; ROCHA, T. S. Capacitação de usuários de sistemas de gestão: impactos na eficiência organizacional. **Revista Gestão e Tecnologia**, Pedro Leopoldo, MG, v. 22, n. 4, p. 110-126, 2022.

SOUZA, Mariana; ANDRADE, Felipe. CRM e personalização no varejo: o papel dos *softwares* de gestão. **Revista de Marketing Aplicado**, Uberlândia (UFU), MG, v. 10, n. 3, p. 55-68, 2022.

SOUZA, Mariana; OLIVEIRA, Letícia. BI como ferramenta para gestão estratégica. **Revista Gestão e Tecnologia da Informação**, Brasília, DF, v. 13, n. 2, p. 33-47, 2023.

TAVARES, Bianca; CUNHA, Rodrigo. Cultura organizacional e transformação digital. **Revista de Psicologia Organizacional e do Trabalho**, Madri (Espanha), v. 21, n. 1, p. 40-52, 2021.

VIEIRA, João; LOPES, André. A inteligência de dados no varejo: estratégias baseadas em BI. **Revista de Varejo e Consumo**, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 20-35, 2023.