

SISTEMAS DE INFORMAÇÃO: UM ESTUDO DO USO NO SEGMENTO INDUSTRIAL TÊXTIL

Ana Célia Bohn*

Sidnei Grígolo**

Oscar Dalfovo***

Mauricio Capobianco Lopes****

Resumo

O presente estudo foi realizado em três indústrias do segmento têxtil, localizadas na região Norte de Santa Catarina. Os respondentes da pesquisa foram os gestores do Departamento de Tecnologia da Informação de cada uma das empresas e o princípio basilar do estudo permeou a análise do uso dos sistemas de informação em empresas têxteis. O delineamento metodológico utilizado para a obtenção do propósito da pesquisa foi do tipo “levantamento de dados”, em caráter quantitativo, que conforme Malhotra (2006), envolve um questionário estruturado que os entrevistados devem responder e que é utilizado para elucidar informações específicas. As respostas obtidas receberam análises descritivas. Na análise dos dados e resultados, verificou-se o uso, a aplicabilidade e as prioridades quanto ao uso dos sistemas de informação pelas empresas do segmento têxtil, no que se refere ao processo de gestão dessas informações em consonância com a dinâmica do mercado, a concorrência acirrada, as mudanças organizacionais e a adaptabilidade à evolução contínua das tecnologias. O resultado obtido após o término deste estudo permitiu o conhecimento acerca do uso dos sistemas de informação, em que a percepção sobre o tema é que as indústrias ainda não utilizam todas as disponibilidades oferecidas pelos sistemas para apoiar o seu gerenciamento de informações e da prospecção dos negócios.

Palavras-chave: Sistemas de informação. Tecnologia da informação e comunicação. Segmento industrial têxtil.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos um novo modelo organizacional emergiu: empresas que trabalham a partir do uso das tecnologias e dos sistemas de informação. As notáveis mudanças nas organizações, mais especificamente a partir das décadas de 1980 e 1990, trouxeram uma revolução nas empresas, com ou sem fins lucrativos, públicas ou privadas, grandes ou pequenas, dos segmen-

* Mestranda em Administração pela Universidade Regional de Blumenau; Professora na Sociedade Educacional Leonardo da Vinci; anaceliabido@gmail.com

** Mestrando em Administração pela Universidade Regional de Blumenau; Professor na Universidade do Oeste de Santa Catarina Campus de Videira; Coordenador adjunto de administração; sidnei.grigolo@unoesc.edu.br

*** Doutor em Ciências da Computação e Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina; coordenador do Programa de Pós-graduação Mestrado em Administração na Universidade Regional de Blumenau; pesquisador/consultor ad hoc CNPq/FAPESC/MEC-INEP (Avaliador); odalfovo@gmail.com.

**** Doutor em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina; Pró-reitor de Ensino e Graduação pela Universidade Regional de Blumenau; mclopes@furb.br

tos industrial, comercial ou prestação de serviços. Todas têm a necessidade de manter em sua estrutura um sistema capaz de gerir todas as informações que permeiam seu ensejo de sucesso e êxito nos negócios, contando com pessoas diferenciadas e sistemas altamente sofisticados, capazes de solucionar problemas e auxiliar na tomada de decisões. Os sistemas repetem, renovam e revigoram a organização em um processo próativo e nunca reativo, com o objetivo de lucro e atendimento às necessidades sociais (OLIVEIRA, 2000).

Ainda para Oliveira (2000), este caráter sistêmico influencia na concepção de uma empresa sistêmica, que enfoca basicamente uma visão administrativa em que a administração da empresa não depende de indivíduos isolados e centralizadores. Da mesma forma que todas as empresas têm buscado sistemas eficientes para se destacar no mercado, como um diferencial competitivo e apresentando inovações tecnológicas, as indústrias do segmento têxtil também primam por essa propositura. Essa observação é bem pontual sob o aspecto do dinamismo que esse ramo do mercado se apresenta, a globalização dos mercados, a entrada dos produtos da China no país, os incentivos fiscais que abriram as portas para outros países. As indústrias têxteis são organizações complexas, compostas por diversos setores, entre eles, destaca-se o setor produtivo, que, frente a vários desafios, necessita do uso dos sistemas de informação, no intuito de permitir que o processo produtivo ocorra de forma eficiente e controlada, com a maximização dos recursos e o mínimo de erros para não impactar na competitividade e consequentemente na lucratividade. Entre os desafios, destaca-se a aplicação e o uso dos sistemas de informação que visam a apoiar o processo decisório da gestão. Conforme Stair e Reynolds (2002, p. 5), “[...] a transformação de dados em informação é um processo, ou seja, um conjunto de tarefas logicamente relacionadas e executadas para atingir um resultado definido.” A expansão do uso dos sistemas de informação permite o planejamento, o controle e a programação da produção de forma que, se realizados de maneira adequada, podem oferecer à empresa uma vantagem competitiva em produção, alcançando eficácia e eficiência do setor produtivo, cujo propósito é atender e até superar as expectativas dos clientes, utilizando da melhor forma possível seus recursos disponíveis. Para tanto, buscaram-se informações com os gestores do Departamento de Gestão de Tecnologia da Informação, gestores estes que fazem frente ao processo de otimização dos recursos como forma de tomada de decisão junto à cúpula diretiva das organizações.

Não obstante, este trabalho apresenta os resultados obtidos por meio da pesquisa realizada em três indústrias localizadas no Litoral Norte de Santa Catarina, para entender ao uso dos sistemas de informação. A pesquisa executada foi de caráter descritivo, quantitativa, do tipo levantamento de dados, que conforme Malhotra (2006), trata-se de um método de coleta de dados estruturado, em que se elabora um questionário formal e as perguntas são feitas em uma ordem predeterminada na qual o processo é direto. Como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário estruturado adaptado de Dalfovo (2006).

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

As organizações necessitam de um contexto organizacional composto por pessoas e tecnologias em interação com os ambientes interno e externo. Os sistemas de informação (SI) são qualquer sistema utilizado para fornecer informações, incluindo seu processamento, para qualquer uso que se possa fazer delas. De acordo com Landon (1999), é definido como um conjunto de componentes inter-relacionados, trabalhando junto para coletar, recuperar, processar, armazenar e distribuir informações com a finalidade de facilitar o planejamento, o controle, a coordenação, a análise e o processo decisório em empresas e outras organizações. Os sistemas de planejamento nas empresas estão em constante evolução, os primeiros desenvolvidos eram simples e sua operação limitada. Os novos avanços na produção fizeram emergir sistemas eficazes com a finalidade de atender à demanda de mercado.

Por volta das décadas de 1970 e 1980, com o avanço nas tendências de produção, surgiu o *Material Requirements Planning* (MRP), sistema de gestão industrial. Por meio deste sistema, as organizações de grande porte passaram a dispor da possibilidade de obter um planejamento futuro sobre estoque de matéria-prima e seus processos produtivos, podendo, assim, planejar a sua produção e tendo ótimos resultados (CARVALHO, 2009).

As propostas principais de um sistema MRP são controlar o nível de estoque, planejar as prioridades de operação para os itens e abastecer o sistema de produção, tendo como finalidade principal a disponibilidade de materiais empregados na hora certa. Com isso, propiciou-se a diminuição de estoques desnecessários em toda a cadeia produtiva, desde a implantação de pedidos de compra, passando pelo estoque de matéria-prima, produtos em processo e produtos acabados (HEIDRICH, 2005).

Contudo, o MRP foi aperfeiçoado para uma solução de escopo ampliado, atualizando-se para uma nova versão, o *Manufacturing Resources Plannnig* (MRP II), o qual consiste em um sistema hierárquico de administração da produção, no qual os planos de longo prazo de produção e os planos agregados (que contemplam níveis globais de produção e setores produtivos) são sucessivamente detalhados até o nível do planejamento de componentes e máquinas específicas (ALVES, 2001).

Para Carneiro e Dias (2004) os sistemas integrados de gestão são desenvolvidos de forma padronizada, com o objetivo integrar totalmente as informações em um único banco de dados, compartilhado por todos os usuários. O *Enterprise Resource Planning* (ERP) é um sistema único que liga todas as operações da empresa, incluindo planejamento, manufatura, vendas, controle de estoques, recursos humanos, contabilidade e finanças.

Atualmente, existem diversas tecnologias disponíveis e aplicadas à geração de informações, tecnologias que contribuem para atender aos objetivos empresariais, uma vez que oferecem suporte aos diferentes níveis de gerentes, produzindo informações mais ágeis e precisas das operações, bem como o respectivo desempenho de cada setor ou departamento da empresa. Além disso, exercem um papel fundamental nas decisões estratégicas da empresa, auxiliando os gestores com informações de planejamento, investimento, prospecção de novos negócios, análise do mercado concorrente e necessidades dos clientes (OLIVEIRA, 2006).

O ERP controla a empresa, por meio da manipulação e processamento das informações. Depois de os processos serem documentados e contabilizados, são geradas análises de negócios definidas, as quais permitem maior controle nos pontos que apresentam maior vulnerabilidade do negócio. Dessa forma, possibilita a estrutura dos custos, o controle fiscal e de estoques. Este sistema de gestão integrada substitui os sistemas que funcionavam individualmente em cada setor dentro na empresa, com informações pouco confiáveis (MILTELLO, 1999).

Conforme Souza e Zwicker (2000), a definição para ERP são sistemas de informação integrados, adquiridos em pacotes comerciais, com o objetivo de suportar a maioria das operações de uma determinada empresa. Assim, atendem a condições genéricas de um maior número de empresas, agrupando modelos de processos de negócios adquiridos com a experiência acumulada de fornecedores, consultorias e pesquisa em processos de *benchmarking*. Também possibilitam a integração pelo compartilhamento de informações entre os módulos, sendo armazenadas em um único banco de dados central. O sistema ERP tem extrema importância dentro de uma empresa ou organização, pois gerencia todo o processo, desde o início até o término. Laudon e Laudon (2001) definem implementação como “[...] todas as atividades organizacionais realizadas em direção à adoção, gerenciamento e rotinização de uma inovação.” O ERP pode ser considerado, então, um sistema de informação inovador que afeta as dimensões tecnológicas e organizacionais ao longo do processo de implementação. Na pesquisa realizada por Souza e Zwicker (2000), as vantagens do ERP são: integralização dos departamentos, atualização da base tecnológica e redução de custos de informática decorrentes da implantação do sistema. Para a otimização completa do sistema de gestão integrada, é preciso evolução contínua, adotando medidas operacionais necessárias.

A informação, basicamente, tem duas finalidades: para o conhecimento dos ambientes interno e externo de uma organização e para a atuação nestes ambientes (CHAUMIER, 1986). Reconhecendo a importância da informação, muitas organizações não são sensíveis a alguns excessos na busca e na manutenção da informação. As tecnologias da informação e comunicação (TIC's) evoluíram em forma de *bottom up* nas organizações, pois primeiro automatizaram processos operacionais e depois apoiaram atividades gerenciais, passando a oferecer suporte estratégico e apoio a soluções de conhecimento mais recentemente. Essa evolução centra os projetos de Tecnologia da Informação (TI) em uma sequência de ciclo: dado, informação e conhecimento (PACHECO, 2006).

3 METODOLOGIA

O presente estudo tem uma abordagem de pesquisa quantitativa, do tipo “levantamento de dados”, descritivo, sendo utilizado como método de pesquisa um questionário estruturado adaptado de Dalfovo (2006). Na concepção de Malhotra (2006), quando da coleta de dados estruturada, elabora-se um questionário formal e as perguntas são feitas em uma ordem pre-determinada, de forma que o processo é direto. Gil (2009) complementa que as pesquisas descritivas são, juntamente com as exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores

sociais preocupados com a atuação prática; aplicáveis para o estudo em questão, no segmento industrial. Esse método também é relevante para quando as questões de pesquisa pretendem explicitar uma descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre as variáveis (GIL, 2009).

Para a coleta de dados foi utilizado um questionário estruturado, aplicado junto aos respondentes, aqui descritos como “Gestores de TI”. As respectivas respostas foram tabuladas, analisadas e interpretadas de forma a tratar os dados, os quais perfazem o conteúdo da referida pesquisa. Os dados tornam-se conhecimento somente depois de a análise ter identificado um conjunto de descrição de relações (HAIR JUNIOR, et al., 2005). Quanto à escolha dos entrevistados, considerou-se que, segundo a abordagem à qual se propôs o estudo, a pessoa mais indicada como respondente ao propósito da pesquisa seria o Gestor de TI, ressaltando o seu conhecimento empírico e conceitual a respeito da abordagem. Ressalta-se o fato de que se manteve a preservação do nome das indústrias participantes por solicitação delas, considerando um procedimento de ordem interna, o qual não permite a divulgação do nome da organização, porém com a possibilidade de utilização dos dados obtidos por meio dos questionários, desde que descaracterizados, também, os seus respondentes.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A apresentação dos dados oriundos das pesquisas efetuadas estão dispostos em cinco partes, distribuídas em tabelas. A primeira parte refere-se às funções rotineiras utilizadas pelas empresas. A segunda diz respeito ao atendimento ao público. Na terceira tem-se as ameaças dos novos entrantes e o poder de negociação. Em relação à quarta parte, verifica-se os principais pontos-chaves de sucesso. Já a quinta e última parte se refere às estratégias quanto às forças organizacionais.

4.1 O PERFIL DAS ORGANIZAÇÕES E A UTILIZAÇÃO DOS SISTEMAS

Nesta sessão apresentam-se os dados de uso do sistema de informação na organização. Foi identificado que da amostra analisada, três indústrias, (100%) utilizam sistemas de informações computadorizados. Na Tabela 1 apresentam-se as funções rotineiras utilizadas pelas empresas.

Tabela 1 – Funções rotineiras utilizadas pelas empresas, tecnologias dos sistemas de informações e características dos sistemas destas empresas

Funções (dos sistemas) rotineiramente utilizadas			Tecnologia de SI utilizada na empresa		
	Sim	Não		Sim	Não
<i>DatawareHouse</i>	2	1	<i>DatawareHouse</i>	2	1
<i>Datamining</i>	2	1	<i>Datamining</i>	2	1
Redes neurais	0	3	Redes neurais	0	3
Raciocínio baseado em casos	0	3	Raciocínio baseado em casos	0	3
Aplicativos comerciais (CRM, etc.)	3	0	Aplicativos comerciais	3	0
Não possui sistemas	0	3	Não possui sistemas	0	3
<i>Software especial</i>	3	0	<i>Software especial</i>	3	0
Características do Sistema de Informações das empresas					
Informação de nível estratégico – indicadores de desempenho				3	0
Projeto para atender aos executivos				3	0
Facilidade de utilização com mínimo treinamento				2	1
Fazem uso intensivo de dados do macroambiente empresarial				2	1
Utilizam recursos gráficos				3	0
São usados principalmente para acompanhamento e controle				3	0
Programação da produção				3	0

Fonte: Dados da pesquisa.

A Tabela 1 apresenta as informações referentes às funções do sistema que são rotineiramente utilizadas e suas tecnologias, destacando-se os aplicativos comerciais por meio de *softwares* especiais. As principais características do sistema de informação apresentadas são: informações de nível estratégico (indicador de desempenho), projetos para atender aos executivos, programação da produção, controle e acompanhamento. Na Tabela 2 apresentam-se as informações referentes a que público utiliza o *software*, qual o tipo de informações disponibilizadas e quais as informações externas processadas.

Tabela 2 – A empresa posicionada referente ao: atendido ao público, à informação disponibilizada e à informação externa processada

Público atendido	N. de citações	Informação é disponibilizada	N. de citações	Tipos de informações externas processadas	N. de citações
Diretoria	3	De origem exclusiva interna	0	Concorrentes	2
Gerente departamentos	3	De origem exclusiva externa	0	Fornecedores	3
Gerentes setoriais	2	De origem interna e externa	3	Dados econômicos	2
Outros	1		0	Clientes	0

Fonte: os autores.

Na Tabela 2 é possível observar que o público que utiliza esses sistemas são os níveis gerenciais e a cúpula diretiva. A informação disponibilizada é de origem interna e externa; as informações externas processadas são inerentes aos fornecedores. Na tabela 3 expõem-se as

ameaças dos novos entrantes e as considerações de fatores ambientais externos para a tomada de decisão com vistas ao poder de negociação com fornecedores e clientes. Ameaças de produtos e serviços substitutos, rivalidade entre os atuais concorrentes, barganha de clientes e práticas de planejamento financeiro.

Tabela 3 – A empresa posicionada referente à tomada de decisão estratégica

Decisão estratégica referente ao ambiente/externo	N. de citações	Poder de negociação com os fornecedores:	N. de citações
Ações tomadas pelos novos concorrentes	3	Negociação/fornecedores	2
Participação de novos concorrentes no mercado	3	Ações tomadas pelos novos concorrentes	3
Mercado oferece opções de novos concorrentes	1	Participação de novos concorrentes no mercado	2
Tendência de ter novos concorrentes	2	Mercado oferece opções de novos fornecedores	1
		Tendência de ter novos fornecedores	1
Negociação com os clientes		Ameaça de produtos e serviços substitutos	
Negociação/clientes	2	Produtos substitutos	2
Ações tomadas pelos novos concorrentes	3	Expectativa de participação de mercado de novos produtos	1
Participação de novos concorrentes no mercado	1	Participação de novos produtos no mercado	2
Situação do mercado oferece opções	2	Mercado pode oferecer opções a novos produtos	1
Tendência de mercado oferece opções	1	Tendência de mercado a produtos substitutos	3
Rivalidade entre os atuais concorrentes		Prática de planejar o financeiro	
Atuais concorrentes	2	Planejamento financeiro	1
A rivalidade é predatória	0	Planejamento formal	3
A rivalidade permite a entrada de novos concorrentes	0	Planejamento informal	1
A rivalidade é sadia	1	Não faz	0
Ações entre os concorrentes	3	Poder de barganha de clientes	
Existe muita rivalidade entre os concorrentes	1	Poder de barganha	1
Segmentos mercados oferecem opções	2	Classe de consumidor	3
		Forma de aquisição do consumidor	0
		Perfil do consumidor	3
		Preferência do consumidor	2

Fonte: os autores.

Na Tabela 3 apresentam-se as ameaças dos novos entrantes e as considerações de fatores ambientais externos para a tomada de decisão com vistas ao poder de negociação com fornecedores e clientes. Ameaças de produtos e serviços substitutos, rivalidade entre os atuais concorrentes, barganha de clientes e práticas de planejamento financeiro. Para tanto, foi solicitado que cada empresa, pesquisada identificasse como reage a cada tópico. Destes tópicos, os

mais relevantes, pontuados pelas empresas, são as ações tomadas pelos novos concorrentes, a participação dos novos concorrentes no mercado, as tendências do mercado a produtos substitutos, o poder de barganha da classe de consumidores, assim como o seu perfil. Outro aspecto acentuado se infere ao planejamento financeiro formal. Na Tabela 4 são explicitados os principais pontos-chaves que se referem ao sucesso do negócio e às avaliações.

Tabela 4 – Principais pontos-chaves de sucesso e a avaliação para o sucesso no negócio

Fatores-chave de sucesso da empresa	N. de citações	Itens para o sucesso da empresa	N. de citações
Fatores-chave	0	Sucesso do negócio	0
A qualidade dos produtos/serviços	3	Investimento na qualidade do produto	3
A adoção de estratégias	2	Investimento em nome ou prestígio dos empresários	0
O projeto organizacional	0	Investimento na marca da empresa	3
A aprendizagem organizacional da empresa	0	Cumprimento das propostas de negociação dos fornecedores/ clientes	3
Preço do produto	3		

Fonte: Dados da pesquisa

A Tabela 4 demonstra que o fator de destaque no quesito “sucesso” identificado na pesquisa é a qualidade dos produtos e serviços e os preços dos produtos. Na avaliação dos gestores o investimento na qualidade do produto, na marca da empresa e no cumprimento das propostas de negociação dos fornecedores e clientes é entendido como sucesso nos negócios. Na Tabela 5 abordam-se as estratégias adotadas na empresa em relação às estratégias de forças competitivas, cadeia de valores e diversificação de empreendimento. Também é demonstrado como a empresa efetua o monitoramento dos clientes e concorrentes.

Tabela 5 – A empresa possui estratégias adotadas referente a:

Forças competitivas:	Sim	Não	Cadeia de valor	Sim	Não
Liderança pelo custo	3	0	Atualização tecnológica	2	1
Parceria formal entre fornecedores e clientes	3	0	<i>Marketing</i> e vendas	3	0
Nicho pela diferenciação de produto	2	1	Estratégia financeira – Custo/ investimento	2	1
Foco em nicho	1	2	Pós-venda e atendimento	3	0
Diversificação de empreendimento			Estratégias corporativas		
Diversificação	3	0	empreendimento único	0	3
Integração	1	2	Diversificação do Empreendimento	3	0
Aquisição	1	2			
Parcerias/alianças estratégicas	0	2			
Monitoramento dos seus clientes	Sim	Não	Monitoramento dos seus concorrentes	Sim	Não
Automação da força de vendas	3	0	<i>Benchmarking</i>	3	0
<i>E-mail</i>	3	0	Feiras	3	0
CRM	3	0	Informativos	3	0
<i>Call center</i>	3	0	Material de divulgação: <i>folders</i> , panfletos	3	0
<i>Sites Internet</i>	2	1	Associações de classe	2	1
Resposta eficiente de cliente	3	0			
<i>Telemarketing</i>	2	1			
Mala-direta	2	1			
Base de conhecimento	2	1			
<i>Data-base marketing</i>	2	1			
SAC	3	0			
<i>Help desk</i>	0	3			

Fonte: os autores.

Na Tabela 5 verificam-se os dados referentes às estratégias adotadas pela empresa em relação às forças competitivas que compreendem liderança pelo custo e parceria formal entre fornecedores e clientes. A estratégia da cadeia de valores está focada em *marketing* e vendas, pós-venda e atendimento. Ressalta-se inclusive que, quanto à estratégia corporativa, o foco é a diversificação do empreendimento, por unanimidade. Quando a abordagem refere-se ao monitoramento de sua carteira de clientes, esta é realizada por meio de automação da força de vendas, *e-mail*, gerência de relacionamento de clientes, *call center*, resposta eficiente de cliente e Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC). O monitoramento dos concorrentes ocorre por meio de *benchmarking*, feiras, informativos, material de divulgação, *folder*, panfletos.

5 CONCLUSÃO

Observa-se que na atualidade, o crescimento e a expansão da informação, bem como a necessidade de prospectar o conhecimento no intuito de se atingir bons resultados empresariais, emergem de maneira dinâmica nas organizações. Algumas facilidades nesse contexto da era do conhecimento apoiaram as organizações, entre elas, os sistemas de informação.

O segmento têxtil apresenta-se como um ícone representativo da economia brasileira e mundial, e, mais ainda, no ambiente estudado que foi a região do Litoral Norte de Santa Catarina, onde grandes indústrias têxteis estão instaladas e consolidadas no mercado. Indústrias estas que foram o objeto de estudos e análises. Estas análises, por sua vez, trouxeram consenso de que um sistema de informação deve ser estratégico, tático e operacional para que a organização possa atingir seus objetivos.

Os sistemas de informação para essas empresas representam, de acordo com a pesquisa efetuada e com a literatura consultada, uma vantagem competitiva, agregando valor ao processo e ao produto final. Considerando essa propositura, observou-se na pesquisa que, em resumo, os fatores fundamentais na percepção de valor da informação e de um sistema de informação foram: análise de classe e perfil de clientes, gestão formal da organização, investimento na qualidade, nos produtos e nos serviços, e, também, na marca.

Nesse sentido, os sistemas de informação foram desenvolvidos no intento de melhorar o fluxo de informações dentro das organizações. Permeando o contexto, vislumbra-se um braço apoiador na tomada de decisão, quanto ao desempenho perante o mercado, clientes, fornecedores, novos entrantes e os demais componentes dos *stakeholders*.

Ainda enquanto considerações, percebe-se o quanto esse segmento necessita de implementação do uso das ferramentas às quais se dispõe por meio dos sistemas de informação, e mais que isso, torná-los operacionáveis, buscando treinar as pessoas, capacitar os líderes, e, efetivamente, utilizar os sistemas como o ERP, para as tomadas de decisão e planejamentos futuros e na gestão organizacional.

Abstract

This study was conducted in three industries in the textile industry, located in the northern region of Santa Catarina. The survey respondents were managers of the department of information technology for each company and the founding principle of the study permeated the analysis of the use of information systems in textile companies. The methodology used to achieve the purpose of the research was of type "data collection" in a quantitative, based on Malhotra (2006) this type of survey involve the use of questionnaires which are usually structured questions, To elicit meaningful information from a survey all respondents must answer. The responses were descriptive analysis. In the data analysis and results showed the use, applicability and priorities for the use of information systems for companies in the textile industry, in relation to the management of this information in line with market dynamics, fierce competition, organizational change and adaptability to

the continuous evolution of technologies. The result obtained after the completion of this study allowed us to know about the use of information systems, in which the perception of the matter is that industries are still not used all the cash offered by the systems to support their information management and the exploration business.

Keywords: Information Systems. Information and communications technology. Segments textile industry.

REFERÊNCIAS

- ALVES, J. M. MRP II e manufatura enxuta: vantagens, limitações e integração. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 21., 2001, Salvador. **Anais...** Salvador, 2001.
- BARKER, T.; FROLICK, M. N. ERP Implementation Failure: a Case Study. **Information Systems Management**, Fall, p. 43-49, 2003.
- BUCKHOUT, S.; FREY, E.; NEMEC JUNIOR., J. Por um ERP eficaz. **HSM Management**. p. 30-36, set./out. 1999.
- CARNEIRO, T. C. J, DIAS, D. S. Mudanças percebidas após a implantação de um sistema ERP. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 24., 2004, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis, 2004.
- CARVALHO, R. B. et al. Fatores-chave na implantação de ERPs: estudo de um caso problemático em uma média indústria. **Revista Eletrônica de Sistemas de Informações**, v. 2, n. 8, p. 1-19, 2009.
- CORRÊA, H. L. ERPs: por que as implantações são tão caras e raramente dão certo? In: SIMPÓSIO DE ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO, LOGÍSTICA E OPERAÇÕES INDUSTRIAIS, 1. 1998, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FGV-SP, 1998.
- DALFOVO, Oscar; PINTO, Maria Inês. Delinear a tecnologia da informação e comunicação no impacto do uso do RFID no ramo têxtil de Blumenau. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v. 2, n. 2, p. 1-29, 2008.
- DALFOVO, Oscar. **Sistemas de informação: Estudos e Casos: o uso da informação pelos administradores e executivos que obtêm vantagem competitiva**. Blumenau: Acadêmica, 2006.
- GAMBÔA, F. A. R.; CAPUTO, M. S; BRESCIANI FILHO, E. T. Método para gestão de riscos em implementações de sistemas ERP baseado em fatores críticos de sucesso. **Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação**, v. 1, n. 1, p. 46-63, 2004.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- GOMES, C.; VANALLE, R. Aspectos Críticos para a Implantação de Sistemas ERP. In: ENCONTRO NACIONAL DA ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 1., 2001, Salvador. **Anais...** Salvador, 2001.
- HAIR JUNIOR, J. F. et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

- HEIDRICH P, H. L. Contribuição do MRP na gestão estratégica da manufatura. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA., 2, 2005. **Anais...** 2005.
- HYPOLITO, C. M.; PAMPLONA, E. O. de. Sistemas de gestão integrada: conceitos e considerações em uma implantação. ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 19., 1999, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 1999.
- JESUS R. G, OLIVEIRA M. O. F. Implantação de sistemas ERP: tecnologia e pessoas na implantação do sap r/3. **Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação**, v. 3, n. 3, p. 315-330, 2007.
- JUNGES, T. M. R. **Análise de implantação de um sistema ERP através de um estudo de caso**. 2007. 88 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação Ciências Contábeis) – Centro Universitário Feevale, Novo Hamburgo, 2007.
- LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Gerenciamento de Sistemas de Informação**. Rio de Janeiro: LTC, 2001.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- MENDES, J. V.; ESCRIVÃO FILHO, E. O sistema integrado de gestão é fator de competitividade para as pequenas e médias empresas? **Revista Uniara**, n. 8, p. 13-21, 2000.
- MILTELLO, K. Quem precisa de um ERP? **Revista Info Exame**, v. 140, 1999.
- NASCIMENTO, F. P. **Uma proposta metodológica para implantação de um ERP orientada à gestão de mudanças**. 2007. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.
- NOGUEIRA, M. PESSOA, M. S. de P. ABE, J. M. Riscos na adoção do ERP. In: XI SIMPEP, 11., 2004, São Paulo. **Anais...** São Paulo, 2004.
- OLIVEIRA, L. S. **Um estudo sobre os principais fatores na implantação de sistemas ERP**. 2006. 154 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Ponta Grossa, 2006.
- OLIVEIRA, M. A. de, RAMOS, A. S. M. Fatores de sucesso na implementação de sistemas integrados de gestão empresarial (ERP): estudo de caso em uma média empresa. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 22., 2002, Curitiba. **Anais...** Curitiba, 2002.
- PACHECO, R. C. S. **Material didático do nivelamento para a avaliação de conhecimentos 1**. Florianópolis: UFSC, 2006.
- PINHEIRO, A. L. S. **O sistema ERP e as organizações**. Escola Superior de Gestão e Tecnologia – Universidade Castelo Branco (UCB). Curso Superior de Sistemas de Informação – Campus Realengo, 2009.
- ROCHA, S. A.; BROCHADO, M. R. **Sistema integrado de gestão baseado em ERP: a inserção em empresas brasileiras**. Departamento de Pesquisa e Pós-Graduação – DEPPG, CEFET/RJ, 2004.

SOUZA, C. A. **Analisando a gestão de sistemas ERP**: Estudos de casos comparados, v. 46, p. 216.

SOUZA, C. A.; ZWICKER, R. **Big-Bang, Small-Bangs ou Fases**: Estudo dos Aspectos Relacionados ao Modo de Início de Operação de Sistemas ERP, v. 7. n. 4, p. 9-31, 2003.

WOOD JUNIOR. T. **Modas e modismos gerenciais**: o caso dos sistemas integrados de gestão. Série de Relatórios de Pesquisa, Núcleo de Pesquisas e Publicações. São Paulo: Escola de Administração de Empresas: FGV, p. 1-77. 1999.

