



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

FEPEG

F Ó R U M
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

O PROCESSO DECISÓRIO DE COMPRAS DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO E O PAPEL DESSES SISTEMAS PARA TOMADA DE DECISÃO: UM ESTUDO MULTICASOS DAS EMPRESAS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE DE MONTES CLAROS

Autores: DIANE PEREIRA MENDES;

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo mapear o processo de decisão de compra de Sistema de Informação (SI) em empresas de pequeno e médio porte no ramo varejista de calçados em Montes Claros. A metodologia utilizada foi pesquisa bibliográfica, análise documental, avaliação dos sistemas de informação de cada empresa e análise de processos utilizados pelas mesmas. O estudo se desenvolveu por meio de uma pesquisa qualitativa com aplicação de questionários. Como resultado da pesquisa, ficou claro que as empresas consideram que a compra de SI, é fundamental para administrar uma empresa. Foi possível perceber que 99% das empresas pesquisadas não utilizam a metodologia de gestão de processos. Os fatores ambientais afetaram as empresas pesquisadas quanto aos valores, preferências, escolhas e ações dos decisores. Os fatores organizacionais influenciaram a compra de SI, porque através do tamanho da empresa e do grau de formalização das mesmas percebemos que as empresas pesquisadas não possuem centro de compras, apenas em uma empresa o processo de compra aconteceu de modo formal, com pesquisa sobre o produto a ser adquirido. Por serem empresas de pequeno e médio porte a influência do fator organizacional relacionado à compra, mostrou que poucas pessoas estão envolvidas neste tipo de aquisição. Por ser um produto que tem o intuito de trazer ganhos para o negócio, esta aquisição exerce grande importância, este fato é mostrado através da participação em todos os casos dos donos das empresas entrevistadas. Os fatores interpessoais se mostram influentes através da indicação de terceiros. As empresas por não terem conhecimento anterior em relação ao produto entraram em contato com parceiros de negócio para pedir indicação sobre o sistema. Apenas os fatores individuais se mostraram pouco influentes. Concluímos que o comprador de sistemas é um tomador de decisões, que age sob limitações. Embora as compras sejam influenciadas por diversos fatores, a estrutura de preferência e o modelo de decisão escolhidos pelo comprador são afetados pelo contexto de influências ambientais, organizacionais e interpessoais, por sua vez esses fatores irão interagir o tempo todo em compras complexas ou não, de modo que irão determinar os objetivos pelos quais o comprador organizacional busca os resultados por uma compra ideal, acertada, assim ele conseguirá através dessas influências utilizar critérios que serão utilizados para avaliar e atuar nos oito processos de uma compra organizacional.