



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS**  
**INSTITUTO DE COMPUTAÇÃO**  
**CURSO DE BACHARELADO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO**

José James dos Santos Barbosa

Thiago José dos Santos Barbosa

**FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO EM EMPRESAS DIGITAIS:  
ESTUDOS DE CASOS EM MUNICÍPIOS DO SERTÃO ALAGOANO**

Piranhas–AL

2019

**JOSÉ JAMES DOS SANTOS BARBOSA**  
**THIAGO JOSÉ DOS SANTOS BARBOSA**

**FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO EM EMPRESAS DIGITAIS:  
ESTUDOS DE CASOS EM MUNICÍPIOS DO SERTÃO ALAGOANO**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Curso de Sistemas de Informação do Instituto de Computação da Universidade Federal de Alagoas como requisito parcial para a obtenção do Grau de Bacharel em Sistemas de Informação.

**Orientador:** Prof. Dr. Olival de Gusmão Freitas Junior.

**Coorientador:** Prof. MBA. Wanderson Rubian Martins Rodrigues.

Piranhas– AL

2019



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS/UFAL**  
**Instituto de Computação - IC**



Campus A. C. Simões - Av. Lourival de Melo Mota, BL 12  
 Tabuleiro do Martins, Maceió/AL - CEP: 57.072-970  
 Telefone: (082) 3214-1401

**Trabalho de Conclusão de Curso - TCC**

Formulário de Avaliação

Curso: Bach. em Sistemas de Informação

Nome do Aluno 1

T	H	i	A	G	O	J	O	S	E'	D	O	S	S	A	N	T
O	S	B	A	R	B	O	S	A								

Nome do Aluno 2

J	O	S	E'	J	A	M	E	S	D	O	S	S	A	N	T	
O	S	B	A	R	B	O	S	A								

Nºs. de Matrículas

<u>13112689</u>	<u>14110028</u>
-----------------	-----------------

Título do TCC (Tema)

FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO EM EMPRESAS DIGITAIS:  
ESTUDO DE CASOS EM MUNICÍPIOS DO SERTÃO ALAGOANO

Banca Examinadora

<u>OLIVAL DE GUSMÃO FREITAS JUNIOR</u> Nome do Orientador	<u>Olival de Gusmão Freitas Júnior</u> Assinatura
<u>WANDERSON RUBIAN M. RODRIGUES</u> Nome do Orientador	<u>Wanderson Rubian M. Rodrigues</u> Assinatura
<u>Uzeirus de Melo Braga</u> Nome do Professor	<u>[Assinatura]</u> Assinatura
<u>PETRUCIO ANTONIO NEDEIROS BARROS</u> Nome do Professor	<u>[Assinatura]</u> Assinatura

Data da Defesa

19/09/2019

Nota Obtida

8.0 (oito)

Observações

---



---



---



---

Coordenador do Curso  
De Acordo

[Assinatura]  
Assinatura

JOSÉ JAMES DOS SANTOS BARBOSA  
THIAGO JOSÉ DOS SANTOS BARBOSA

**FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO EM EMPRESAS DIGITAIS: ESTUDOS DE  
CASOS EM MUNICÍPIOS DO SERTÃO ALAGOANO**

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Sistemas de Informação e aprovado em sua forma final pelo Instituto de Computação da Universidade Federal de Alagoas.

Maceió - AL, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ 2019.

---

Orientador: Prof. Olival de Gusmão Freitas Junior, Dr.

---

Coorientador: Prof. MBA Wanderson Rubian Martins Rodrigues

**Banca Examinadora:**

---

Prof. Petrucio Antônio Medeiros Barros  
Universidade Federal de Alagoas – UFAL

---

Prof. Marcus Braga  
Universidade Federal de Alagoas - UFAL

Dedicamos este trabalho a todos que acreditaram, e que ainda acreditam em nosso sucesso e na importância dos Sistemas de Informações na vida das pessoas.



## **AGRADECIMENTOS**

A Deus por ter nos dado a vida e a força para chegarmos a Universidade com coragem e fé.

As nossas famílias pelas motivações e apoio.

Aos colegas do curso de Sistema de Informação pelo compartilhar das alegrias e momentos de estudos.

Aos nossos orientadores prof. Dr. Olival de Gusmão Freitas Junior e prof. MBA. Wanderson Rubian, pelo empenho, atenção e orientações.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte de nossa formação.

Porque a diferença entre dado, informação e conhecimento é maior que a nossa capacidade de transformar um num outro de maneira rápida e precisa, principalmente para as massas de dados com grandes volumes, variedades e velocidades. (CASTRO E FERRARI, 2016).

## **RESUMO**

O crescimento da competitividade no mundo dos negócios exige das empresas estratégias como inovação e empreendedorismo, estratégia esta que pode levá-las a se destacar no mercado. O empreendedorismo busca a visualização de oportunidades de negócios, onde existe uma busca incessante por inovações, assumindo riscos calculados com a intenção de obter renda, reconhecimento e crescimento no mercado. Empreendedorismo digital é o tipo de empreendedorismo que aborda os meios e serviços digitais que possam gerar lucro. Este trabalho é uma pesquisa aplicada em três cidades do sertão alagoano (Delmiro Gouveia, Piranhas e Santana do Ipanema), visando identificar os fatores críticos de sucesso em empresas digitais. Essa pesquisa ajuda também a traçar o perfil do empreendedor digital do sertão alagoano, observando as características das empresas digitais.

Palavras-chaves: Empreendedorismo, Empreendedorismo digital, Fatores críticos de sucesso.

## **ABSTRACT**

Increasing competitiveness in the business world requires companies such as innovation and entrepreneurship, a strategy that can make them stand out in the marketplace. Entrepreneurship seeks the visualization of business opportunities, where there is an incessant search for innovations, taking calculated risks with the intention of earning income, recognition and growth in the market. Digital entrepreneurship is the type of entrepreneurship that addresses digital media and services that can generate profit. This work is a research applied in three cities of the Alagoas backlands (Delmiro Gouveia, Piranhas and Santana do Ipanema), aiming to identify the critical success factors in digital companies. This research also helps to profile the digital entrepreneur of the sertão of Alagoas, observing the characteristics of digital companies.

Keywords: Entrepreneurship, Digital Entrepreneurship, Critical Success Factors.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Empresas que possuem filiais.....	32
Figura 2: Localização das Filiais.....	32
Figura 3: Quantidade Geral de Funcionários.....	33
Figura 4: Profissionais que atuam nas Empresas.....	34
Figura 5: Tempo de Atuação no Mercado.....	34
Figura 6: Serviços Prestados de TI na área de Infraestrutura.....	35
Figura 7: Serviços de Sistemas Computacionais prestados.....	36
Figura 8: Serviços de Planejamento de TI Prestados.....	36
Figura 9: Serviços Genéricos mais prestados.....	37
Figura 10: Empresas que oferecem contratos como fornecedora de Serviços de TI.....	38
Figura 11: Tempo de Duração dos Contratos.....	38

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Organização da entrevista.....	29
Tabela 2: Aspectos que podem ser abordados em um contrato.....	39
Tabela 3: Relação de aspectos dos contratos por sua importância.....	39
Tabela 4: Anova fatores críticos de sucesso Piranhas.....	40
Tabela 5: Anova fatores críticos de sucesso Delmiro Gouveia.....	41
Tabela 6: Anova fatores críticos de sucesso Santana do Ipanema.....	41
Tabela 7: Anova fatores críticos de sucesso de todas as cidades.....	42

## **LISTA DE SIGLAS**

ANOVA – Análise de Variância

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

MBA – Master of buiness administration (Mestre em administração de negócios)

MEIS – Microempreendedores individuais

PIB – Produto Interno Bruto

SEBRAE – Serviço Brasileiro de apoio às Micro e pequenas empresas

TEA – Taxa de empreendedorismo inicial

TI – Tecnologia de Informação

TIC – Tecnologia de Informação e Comunicação

UFAL - Universidade Federal de Alagoas

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO .....</b>	<b>13</b>
1.1 Justificativa da escolha do tema .....	13
1.2 Problema de pesquisa .....	14
1.3 Objetivos.....	15
1.4 Metodologia de pesquisa .....	15
1.5 Estrutura do trabalho .....	15
<b>CAPÍTULO 2 – REVISÃO DA LITERATURA.....</b>	<b>17</b>
2.1 Introdução.....	17
2.2 O Perfil do Profissional Empreendedor.....	20
2.3 O empreendedorismo no Brasil.....	22
2.4 Empreendedorismo Digital.....	23
<b>CAPÍTULO 3 –ANÁLISE DA PESQUISA.....</b>	<b>27</b>
3.1 Os Municípios de Delmiro Gouveia, Piranhas e Santana do Ipanema.....	27
3.2 Material e metodologia.....	28
3.3 Transformação dos dados.....	28
3.4 Análise dos dados.....	31
3.4.1 Identificação e dados gerais da empresa fornecedora de serviços de TI.....	31
3.4.2 Serviços ofertados para terceirização.....	35
3.4.3 Aspectos dos contratos de terceirização.....	37
3.5 Fatores críticos de sucesso para os serviços prestados.....	40
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>43</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>44</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>46</b>

# I INTRODUÇÃO

## 1.1 Justificativa da escolha do tema

O crescimento da competitividade no mundo dos negócios exige das empresas estratégias como inovação e empreendedorismo, estratégia esta que pode levá-las a se destacar no mercado. O empreendedorismo busca a visualização de oportunidades de negócios, onde existe uma busca incessante por inovações, assumindo riscos calculados com a intenção de obter renda, reconhecimento e crescimento no mercado.

De acordo com Dornelas (2003), empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor.

As empresas pesquisadas são prestadoras de serviço na área de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), que se refere, de modo geral, à coleção de recursos de TIC de uma organização, seus usuários e a gerência desses recursos.

O empreendedorismo é hoje um fenômeno global que vem crescendo muito nos últimos anos, e está ganhando importância junto ao meio empresarial e acadêmico, por ser capaz de impulsionar a criação de empresas de caráter inovador, desencadeando o crescimento econômico, sendo responsável pela criação de novos empregos e pela geração de riqueza para a sociedade, (ANDREOLLI; BORGES, 2007).

O tema abordado será a pesquisa aplicada em três cidades do sertão alagoano visando identificar os fatores críticos de sucesso em empresas digitais. As empresas pesquisadas nas três cidades do sertão Alagoano são prestadoras de serviço na área de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), que hoje no mundo é uma grande força nas áreas de finanças, planejamento de transportes, design, produção de bens, assim como na imprensa, nas atividades editoriais, na produção musical e cinematográfica, no rádio e na televisão.

O desenvolvimento cada vez mais rápido de novas tecnologias da informação modificou as bibliotecas e os centros de documentação (principais locais de armazenamento de informação), introduzindo novas formas de organização e acesso aos dados e obras armazenadas; reduziu custos e acelerou a produção dos jornais e possibilitou a formação instantânea de redes televisivas de âmbito mundial. Além disso, tal desenvolvimento facilitou e intensificou a comunicação pessoal e institucional, através de programas de processamento de texto, de formação de bancos de dados, de editoração eletrônica, bem como de tecnologias

que permitem a transmissão de documentos, envio de mensagens e arquivos, assim como consultas a computadores remotos (via Internet).

A difusão das novas tecnologias de informação trouxe também impasse e problemas, relativos principalmente à privacidade dos indivíduos e ao seu direito à informação, pois os cidadãos geralmente não têm acesso a grande quantidade de informação sobre eles, coletadas por instituições particulares ou públicas.

## **1.2 Problema de pesquisa**

Esta pesquisa objetiva identificar quais são os fatores críticos de sucesso (FCS) de uma empresa digital no sertão alagoano?

Identificar os fatores críticos de sucesso das empresas digitais, nas cidades de Delmiro Gouveia, Piranhas e Santana do Ipanema que são prestadoras de serviço na área de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) pode contribuir para elaborar um planejamento a médio e longo prazo, visando um gerenciamento mais eficiente dos recursos destinados a TI. Com isso criam-se soluções melhores para a realidade das empresas digitais, obtendo ganhos, não somente financeiro, como a diminuição de custos e o aumento de produtividade, mas também na integração entre as pessoas, possibilitando um melhor desenvolvimento profissional e humano.

Na prática, os problemas são muito maiores, haja vista, que diversos fatores internos e externos influenciam no processo de desenvolvimento dessas empresas. A dificuldade de se internalizar metodologias generalistas, a resistência natural das pessoas a mudança, a dificuldade do envolvimento da alta direção, o desafio de desvendar as reais necessidades e propor soluções simples e eficientes, entre outros diversos motivos que fazem da gerência da tecnologia da informação o grande desafio da área de TI nesse início de século.

Mas esses problemas são agravados ao tentar adotar modelos de gestão da TI em ambientes não corporativos. As metodologias existentes são moldadas para as corporações, e ao tentar implantar os modelos atuais em ambientes atípicos, depara-se, em muitos casos, com processos complexos, que envolvem tarefas subutilizadas e aumentam o tempo de execução de trabalhos, refletindo na qualidade final.

### **1.3 Objetivos**

Este trabalho tem como objetivo geral identificar os fatores críticos de sucesso (FCS) de empresas prestadoras de serviço na área de Tecnologia da informação e Comunicação (TIC) na região do sertão alagoano.

Os objetivos específicos, para o alcance do objetivo geral, desta presente proposta de pesquisa são:

- Elaborar um questionário para ser aplicado nas empresas digitais do sertão alagoano;
- Aplicar o questionário, destacando os serviços ofertados pelas empresas;
- Analisar os dados coletados usando ANOVA. O método para a análise dos fatores críticos de sucesso da pesquisa utilizado foi Análise de variância ANOVA, que testa a hipótese de que as médias de duas ou mais populações são iguais. As ANOVA avaliam a importância de um ou mais fatores, comparando as médias de variáveis de resposta nos diferentes níveis de fator.

### **1.4 Metodologia de pesquisa**

Do ponto de vista da sua natureza, trata-se de uma pesquisa aplicada, pois objetiva gerar conhecimento para aplicação prática dirigida à solução de um problema específico. Do ponto de vista da forma de abordagem trata-se de uma pesquisa quantitativa o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Do ponto de vista de seus objetivos é um estudo de caso.

### **1.5 Estrutura do trabalho**

O trabalho está organizado em quatro capítulos, além das referências bibliográficas.

Capítulo 1 – Introdução. No primeiro capítulo inicia-se uma breve introdução do tema e apresentação do problema a ser estudado, bem como os objetivos a serem alcançados e a justificativa da temática pesquisada.

Capítulo 2 – Fundamentação teórica. O segundo capítulo apresenta o embasamento teórico desta pesquisa, sendo dividido em tópicos que abordam os conceitos de empreendedorismos, empreendedorismo profissional, digital e de negócios, novos empreendedores e negócios mais estáveis.

Capítulo 3 – Estudos de Casos. No terceiro o foco de atenção passa da parte teórica para a prática, inicia-se apresentado uma pesquisa com a intenção de conhecer as empresas prestadoras de serviço na área de Tecnologia da informação e Comunicação (TIC) e o perfil dos empreendedores das cidades de Delmiro Gouveia, Piranhas e Santana do Ipanema na região do sertão alagoano, incluindo uma Análise da pesquisa, Representatividade da amostra, Metodologia, Seleção e processamento de dados, Transformação dos dados, Técnicas utilizadas para elaboração do questionário e Avaliação dos resultados.

Capítulo 4 – Conclusão. Apresentação do comparativo entre objetivos e resultados da pesquisa, bem como as suas considerações finais.

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

### 2.1 Introdução

Costuma-se definir o empreendedor como alguém que sonha e busca transformar o sonho em realidade. É fato que o empreendedorismo vem se configurando como o grande combustível do desenvolvimento dos tempos atuais.

Observa-se que a decisão de se tornar empreendedor pode ocorrer aparentemente por acaso. Para Dornelas (2005), essa decisão ocorre devido a fatores externos, ambientais e sociais, a aptidões pessoais ou a um somatório de todos esses fatores, que são críticos para o surgimento e o crescimento de uma nova empresa.

Para Dornelas (2005), o processo empreendedor tem início quando um evento gerador desses fatores possibilita o início de um novo negócio. Compreende-se que o talento empreendedor resulta da percepção, direção, dedicação e muito trabalho.

Timmons (1990) afirma que “o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que foi a revolução industrial para o século XX”.

É importante ressaltar que a visão do empreendedorismo deve estar principalmente nas pessoas e não nas empresas, de modo que o comportamento e/ou ação do empreendedor poderá desta maneira determinar o sucesso de sua empresa.

Shumpeter (SEBRAE, 2007, p. 02), revela-nos que:

Os empreendedores são os agentes do processo criativo que impulsionam, mantendo em marcha o motor capitalista constantemente, criando novos produtos, serviços, mercados e implacavelmente, sobrepondo aos antigos métodos outros mais eficientes, porém de menor custo.

O empreendedor é o que está à frente, ou seja, faz acontecer, transformar ideias em algo concreto, o que para alguns pode ser visto como um problema, o mesmo vê como oportunidade para realizar algo novo que contribua de forma qualitativa para seu empreendimento.

O empreendedorismo é considerado e compreendido como um estudo feito pelo empreendedor, visando contemplar seu perfil, seu ramo de atividade, seu universo de atuação. Entende-se como empreendedor a pessoa que cria uma empresa e a faz crescer, podendo associar-se o empreendedor à inovação e como agente de desenvolvimento econômico.

De acordo com os dados do SEBRAE (2007) analisando historicamente a teoria do empreendedorismo, verificou-se que a palavra empreendedora (*entrepreneur*) tem origem francesa refere-se àquele que assume riscos para começar algo novo. É importante salientar que todas as informações contidas nesse item são baseadas na fonte citada acima.

Na Idade Média, o termo empreendedor foi utilizado para descrever o gerenciamento de grandes projetos, como obras arquitetônicas, castelos catedrais, prédios públicos e fortificações, estes não corriam grandes riscos, somente administravam recursos do governo e do país. No século XVII onde se identifica o empreendedor como a pessoa que ingressava um acordo contratual com o governo para desempenhar um serviço ou fornecer produtos estipulados. Como o valor de contrato era fixo qualquer lucro ou prejuízo eram do empreendedor.

Um empreendedor desse período foi John Law, francês que conseguiu a permissão para estabelecer um banco real. O banco evoluiu para uma franquia, porém o francês levou a ruína quanto tentou aumentar o valor das ações da empresa acima do valor do seu patrimônio levando a mesma ao colapso. Richard Cantillon, notável economista e escritor nos anos de 1700 desenvolveram uma das primeiras teorias do empreendedor, sendo considerado por alguns o criador do termo. Ele viu o empreendedor como alguém que corria riscos, observando os comerciantes, fazendeiros comprando por um preço certo e vendendo por um preço incerto.

No século XVIII onde a pessoa com capital foi diferenciada daquele que precisava do capital, uma das causas para tal diferenciação foi à industrialização. Muitas invenções desenvolvidas neste período eram reações as mudanças do novo mundo, como foi o caso as invenções de Eli Whitney e de Thomas Edison, ambos desenvolveram tecnologias e eram incapazes de financiar suas invenções. No final do século XIX e início do século XX, segundo analisou Dornelas (2008), os empreendedores foram frequentemente confundidos como gerentes ou administradores, sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, porém muitas vezes a serviço do sistema capitalista.

A definição de empreendedorismo é estudada, como podemos perceber desde a idade média, e a cada século seu significado vem evoluindo junto com o tempo, na idade média o termo empreendedor foi utilizado para definir aqueles que gerenciavam grandes projetos de produção, não assumia riscos, só administrava, é portanto, uma prática que vem ganhando mais espaço na economia nos dias atuais, relacionada ao crescimento econômico.

Atualmente o mundo dos negócios está cada vez mais competitivo e sofre mudanças constantemente. Para enfrentar estas mudanças e manter-se competitivo no mercado as empresas utilizam-se cada vez mais do empreendedorismo como estratégia de negócios que visa a exploração de oportunidades e a satisfação das necessidades dos clientes de uma forma criativa e inovadora, assumindo riscos de forma calculada, ou seja, ter coragem para enfrentar desafios e escolher novos caminhos de forma consciente.

Segundo Maximiano (2006), na visão dos economistas na qual, os estudos sobre o empreendedor têm duas correntes de autores, a primeira a dos economistas que associam a inovação e ao desenvolvimento econômico; a segunda, há os comportamentalistas, que consideram a criatividade, a intuição e a disposição para correr riscos. Segue abaixo alguns economistas conceituados que estudaram o empreendedorismo e suas teorias sobre o mesmo.

Os estudos sobre o empreendedorismo têm duas correntes principais de autores. Primeiro, há os economistas, que associam o empreendedor à inovação e ao desenvolvimento econômico. Segundo, há os comportamentalistas, que enfatizam as competências, como a criatividade, a proatividade, a persistência e a disposição para assumir riscos planejados.

O empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades, leva à criação de negócios de sucesso. (SCHUMPETER apud DORNELAS, 2008, p. 22).

Pode-se dizer que o empreendedorismo requer um conjunto de atitudes do empreendedor que pode e deve ter iniciativa, na busca por oportunidades, persistência, além de transmitir credibilidade, sinceridade, saber trabalhar em equipe, habilidade em negociar, desenvolver relações cordiais e boa reputação com sua equipe de trabalho, clientes e as outras pessoas, ter interesse sobre as informações do ramo da atividade, fornecedores, aceitação do produto, a utilização correta das ferramentas administrativas como fluxo de caixa, giro de estoque, balanço entre outros. Para a elaboração do planejamento que deve auxiliar, contribuir para que sejam tomadas decisões estratégicas corretas em relação ao negócio desejado, se preocupar em priorizar a alta qualidade de seus produtos e/ou serviços prestados na busca constante por melhorias no negócio.

## 2.2 O perfil do profissional empreendedor

Com o surgimento de constantes inovações, o mercado torna-se cada vez mais competitivo, devido a estas frequentes mudanças, o profissional sente cada vez mais necessidade de acompanhar tais avanços, ou seja, buscar capacitação, especialização e reciclagem de seus conhecimentos constantemente, seguindo as tendências para acompanhar a velocidade no avanço tecnológico do mercado.

Segundo o SEBRAE (2007), o profissional deve contemplar algumas características citadas abaixo:

- a) **Iniciativa:** agir antes de ser esforçado pelas circunstâncias;
- b) **Buscar Oportunidades:** estar atento a tudo que acontece a sua volta, saber identificar e aproveitar as oportunidades no presente visando o futuro;
- c) **Persistência:** o empreendedor sabe que a sua sobrevivência depende exclusivamente de seu empenho e dedicação, e que enfrentará dificuldades e desafios. É importante ressaltar que sem esforço não há recompensa;
- d) **Busca de informações:** o empreendedor deve ter o interesse e buscar pessoalmente as informações do ramo da atividade proposta, fornecedores, produtos/prestação de serviços, o ambiente onde será ou está localizada a empresa, peculiaridades da atividade, público alvo, como conseguir recursos;
- e) **Exigência da qualidade:** o empreendedor deve ter o interesse de manter a alta qualidade do seu produto/prestação de serviço e também no atendimento ao cliente sempre visando à satisfação do mesmo;
- f) **Cumprimento de contratos de trabalho:** o empreendedor deve estar comprometido com a sua equipe de trabalho em atender os contratos no prazo combinado, justamente para transmitir confiança, segurança aos seus clientes, desta forma manter e cativar um bom relacionamento cordial e a boa reputação da empresa com sua equipe de trabalho, seus clientes, e o mercado em geral;
- g) **Orientação para eficiência:** o empreendedor deve estar comprometido com a redução de custos, desenvolvendo novos fornecedores parceiros ou matéria prima, mantendo a alta qualidade do produto ou prestação de serviço, reduzindo o tempo para a realização de tarefas implantando nova tecnologia, gerenciarem os recursos necessários, não se endividando e tendo os pés no chão sempre;

h) Planejamento Sistemático: o empreendedor deve fazer um plano de negócio, revisá-lo periodicamente para auxiliá-lo a tomar decisões com riscos calculados;

i) Resolução de problemas: o empreendedor deve ter humildade e conhecer as suas limitações, desta forma ser flexível e ter habilidade para mudar a estratégia quando necessário e identificar novas soluções e implantá-las com agilidade;

j) Assertividade: o empreendedor deve apresentar o problema às pessoas de forma direta e apresentar sugestões coerentes para o benefício do negócio mesmo quando estiver no papel de oposição;

k) Autoconfiança: o empreendedor deve acreditar na sua habilidade para negociar, na sua eficiência e critérios para resolver problemas do dia a dia, desta forma agir com velocidade sem prejudicar o andamento dos processos;

l) Perícia: o empreendedor deve ter ou buscar o conhecimento e capacitação da área relacionada ao negócio antes de começá-lo, pois a experiência conta de modo significativo podendo definir o sucesso do empreendimento;

m) Persuasão: o empreendedor deve ter habilidade de influenciar, convencer as pessoas, transmitindo transparência, sinceridade, honestidade e mostrar que a decisão é a correta;

n) Monitoramento: o empreendedor deve verificar se o trabalho está sendo executado conforme o previsto, desta forma estará garantindo a alta qualidade de todos os processos e a satisfação do cliente mantendo a boa reputação da empresa;

o) Reconhecimento das próprias limitações: o empreendedor deve ter humildade, quando errar, reconhecer e aprender com ele;

p) Preocupação com a gestão financeira: o empreendedor deve ter o controle financeiro da empresa, conhecer e manusear as ferramentas administrativas, como fluxo de caixa, giro do ativo, balanço entre outros. Desta forma, ter o maior número de informações possíveis para auxiliar na tomada de decisões estratégicas com os riscos calculados.

O empreendedor deve ter visão e percepção para identificar as oportunidades. Suas atitudes empreendedoras devem focar as pessoas e não somente as empresas, atitudes estas que são fundamentais para o sucesso ou o fracasso da empresa. Existem diversas características que são fundamentais em um empreendedor, dentre elas destaca-se:

autoconfiança, foco em oportunidade, conhecer muitas pessoas, saber calcular e minimizar riscos, poder de persuasão e principalmente paixão pelo que faz.

### **2.3 O empreendedorismo no Brasil**

O Brasil é aclamado como o país do empreendedorismo, não só por razões socioeconômicas, mas também pelo fato de boa parte da população não ter acesso ao chamado emprego formal.

Segundo Dornelas (2008), o movimento do empreendedorismo no Brasil, passou a ter força na década de 1990, quando a entidade conhecida como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. Os setores político e econômico do país não eram propícios naquele momento, o empreendedor praticamente não encontrava informações que o auxiliasse na jornada empreendedora.

O SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro que busca junto a essa entidade todo o suporte que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias disponibilizadas para contribuir na resolução de pequenos problemas e obstáculos, postos para a implantação do negócio escolhido, podendo analisar todos os fatores que estão por vir. O histórico da Soflex pode ser confundido com o histórico do empreendedorismo no Brasil, foi criado na década de 1990 com objetivo de levar empresas de software do país ao mercado externo, e proporcionava ao empresário de informática a capacitação em gestão e tecnologia. (DORNELAS, 2008)

Segundo Dornelas (2008) as principais ações voltadas ao empreendedorismo foram:

- a) Os programas Softex e Genesis (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços), que até pouco tempo apoiavam atividades de empreendedorismo em software, estimulando o ensino da disciplina em universidades e geração de novas empresas de software;
- b) O programa Brasil Empreendedor, do governo federal, que foi dirigido à capacitação de mais de seis milhões de empreendedores em todo o país, destinando recursos, totalizando um investimento de oito bilhões de reais;

c) Ações voltadas à capacitação do empreendedor, como os programas Empretec e Jovem Empreendedor do SEBRAE, que são líderes em procura, por parte dos empreendedores e com ótima avaliação;

d) Diversos cursos e programas sendo criados nas universidades brasileiras para o ensino do empreendedorismo. É o caso de Santa Catarina, com o programa Engenheiro Empreendedor, que tinha como objetivo capacitar alunos de graduação em engenharia de todo o país. Destaca-se também o programa Ensino Universitário de Empreendedorismo, da CNI (Confederação Nacional das Indústrias) e IEL (Instituto Euvaldo Lodi), de difusão do empreendedorismo nas escolas de ensino superior do país, presentes em mais de duzentas instituições brasileiras;

e) Houve ainda um evento pontual que depois se dissipou, mas que também contribuiu para a disseminação do empreendedorismo. Trata-se da exploração do movimento de criação de empresas ponto com no país nos anos de 1990 a 2000, motivando o surgimento de várias empresas de internet, desenvolvidas por jovens empreendedores;

f) Mais recentemente, várias escolas estão criando programas não só de criação de novos negócios, mas também focados em empreendedorismo social e corporativo. Existem ainda programas específicos sendo criados por escolas de administração de empresas e de tecnologia para a formação de empreendedores, incluindo cursos de MBA (*Master of Business Administration*) e também cursos de curta e média duração, e ainda programas a distância (EAD);

g) O crescente movimento das franquias no Brasil também pode ser considerado um exemplo de desenvolvimento do empreendedorismo nacional, segundo a Associação Brasileira de Franchising, em 2007 havia mais de 1.200 redes de franquias constituídas no país, com cerca de 65.000 unidades franqueadas, o que correspondeu a R\$ 46 bilhões de faturamento consolidado do setor.

O empreendedorismo no Brasil, só começou a se desenvolver nos anos 90, com a abertura do mercado interno para as importações; na qual as empresas nacionais tiveram que se adaptar à modernização.

## **2.4 Empreendedorismo Digital**

Empreendedorismo digital é o desenvolvimento de um modelo de negócios para oferecer um produto ou serviço diferenciado através de um meio digital e obter lucros.

Empreendedorismo digital pode ser definido como a adaptação do empreendedorismo tradicional aos meios digitais, começou suas primeiras vertentes nos anos de 1990 com a popularização da internet. Foi neste momento que o modelo tradicional de empreendedorismo começou a adaptação ao novo mundo, criando formas inovadoras de relação entre consumidores e vendedores. O empreendedorismo sempre esteve relacionado com a inovação e o empreendedorismo digital não é diferente, conforme Deitel, Deitel e Steinbuhler (2004, p.7).

O e-business e o e-commerce têm aumentado a velocidade e a facilidade das transações comerciais e, como resultado, a competição tem sido intensa. As empresas precisam ajustar-se constantemente às novas tecnologias, integrar sistemas mais modernos e mais rápidos e atender às necessidades das pessoas em todo mundo.

Os mesmos autores fazem uma importante observação sobre o sucesso em empreender, que é o motor para a inovação digital, “o sucesso está com aqueles que reconhecem as necessidades de seu público-alvo e as preenchem com conteúdo relevante” (DEITEL, DEITEL, STEINBUHLER, 2004, p. 5). Ou seja, o empreendedorismo digital nada mais é do que a essência do empreendedorismo, que é a constante adaptação e sobrevivência a mudanças.

Com a popularização da internet banda larga e o aumento expressivo de seus usuários nos últimos tempos, o espaço virtual passou a não representar apenas um campo informacional, de diversão ou entretenimento, mas também uma possibilidade para negócios. Dentro desse novo cenário surge, então, o empreendedorismo digital. A realidade de empreender na internet, muitas vezes fazendo o próprio horário e trabalhando para si mesmo, com a possibilidade real de um bom retorno financeiro, é o presente e o futuro dos negócios, à medida que o mundo se torna mais tecnologicamente dependente e globalmente conectado.

Ter uma boa noção do mercado em que você pretende atuar, além de referências de outros empreendedores digitais é um bom começo. Entender também que a realidade virtual funciona de forma diferente da física e que isso interfere no modo como as pessoas empreendem, pode ajudar. Portanto, Empreendedorismo digital é o ato de criar um negócio que funcione de forma digital, principalmente na internet, e que tenha a maior parte de seus processos realizados nesse espaço. Um empreendimento digital tem a tecnologia e inovação como fundamentais ao negócio e podem ser de vários tipos.

Assim como nos empreendimentos offline, quando se trata de empreendedorismo digital, o objetivo da maioria das pessoas é obter lucro e trabalhar com condições de trabalho mais flexíveis e simples. Diferente dos empreendimentos offline, o empreendedorismo digital normalmente pede um investimento inicial menor e não exige uma estrutura física complexa para seu funcionamento. Um negócio digital pode ser um e-commerce, um portal de cursos, um serviço oferecido online, um blog com conteúdos e muitos outros. O conceito de empreendedorismo digital tem se popularizado cada vez mais no país e existem fortes motivos que podem levar uma pessoa a se aventurar por esse tipo de negócio. Separamos quatro que são bem convincentes:

- Crescimento do ambiente virtual e facilidade de acesso a Internet

Segundo dados do IBGE apresentados no primeiro semestre de 2016, 54% dos brasileiros já têm acesso a internet e a tendência é que esse número continue subindo cada vez mais a medida que a internet se torna mais popular entre pessoas de diferentes faixas etárias e é acessível independente de condições financeiras. Além do mais, de acordo com uma pesquisa do E-bit, apenas nos primeiros 6 meses de 2016 houve um crescimento de 5,2% no comércio eletrônico e os consumidores virtuais ativos também cresceram em 31%, atingindo a marca de 23,1 milhões.

- Negociações dinâmicas

No ambiente virtual é muito mais simples realizar negociações e manter um empreendimento dinâmico. Isso porque se elimina a necessidade de encontros presenciais, todas as transações são feitas de forma instantânea e na maioria das vezes não existem questões como horário de funcionamento, disponibilidade de vendedores e etc. É tudo mais rápido, simples e essa flexibilidade e dinamicidade beneficiam tanto o empreendedor quanto os clientes, que atualmente prezam por simplicidade e rapidez nas negociações.

- Facilidade de atingir muitas pessoas

Com cada vez mais gente conectada, é muito mais fácil fazer com que seu negócio consiga impactar diferentes pessoas e que ele ganhe visibilidade a nível nacional e até mundial. As notícias na internet correm rápido. Enquanto em um negócio tradicional você teria sua atuação bastante limitada por questões como barreiras geográficas e dificuldade de acesso, por exemplo, na internet, com o empreendedorismo digital aliado a boas práticas de

marketing e publicidade, você consegue fazer com que pessoas de diferentes partes conheçam seu negócio e comprem dele.

- Investimento inicial e custos de operação reduzidos

Estrutura física complexa, muitos funcionários, investimento em equipamentos, mobília e etc. Para começar a se aventurar no empreendedorismo digital, algumas vezes você só vai precisar de você mesmo e de um computador. É claro que isso varia de acordo com o tipo de negócio que você pretende criar e com a verba inicial disponível. Porém, em algumas situações é totalmente possível e mais do que suficiente. Além do mais, com um empreendimento digital, grande parte dos custos que você teria com algo físico passam a não existir, como aqueles referentes a manutenção da equipe, do espaço, deslocamento para realização de reuniões e outros.

De acordo com Anastácio; Vieira (2013), com o advento da sociedade da informação, as novas práticas informacionais de busca e recuperação marcam um novo modelo na geração de conhecimento, que interfere nos mecanismos de buscas e divulgação da produção intelectual, principalmente na plataforma *web*. Perin (2015) lista algumas redes sociais usadas pelas *startups*, pelo seu poder de disseminação e relacionamento: *Facebook*, *Instagram*, *LinkedIn*, *Twitter*, *YouTube* e *Slide Share*. Segundo o autor, as redes sociais são as vozes e os ouvidos mais rápidos que uma *startup* pode ter.

Para Perin (2015), muitos empreendedores possuem a “*síndrome da genialidade*”, acompanhada de pensamentos como: 'minha ideia vai revolucionar o mundo', 'vai dar muito dinheiro' e 'é diferente de tudo que já se viu'.

O investimento financeiro inicial pode até ser menor, mas é importante que se esteja atento ao mercado que você pretende atuar, que se trace estratégias comerciais, de marketing, e que cada passo seja dado de forma inteligente e voltada para gerar lucros ao negócio.

### 3 ANÁLISE DA PESQUISA

#### 3.1 Os Municípios do Sertão Alagoano

O município de Delmiro Gouveia está situado na Microrregião Alagoana do Sertão do São Francisco no Nordeste do Brasil onde possui uma área de 626,69 km<sup>2</sup> e está a 298,0 km de distância da capital Maceió. É o município mais populoso do sertão de Alagoas e sua população em 2015 foi estimada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em aproximadamente 51.349 habitantes. A cidade foi instalada no ano de 1952 com uma altitude de 256m com média de temperatura entre 25 a 37 graus, faz divisa com as cidades de Água Branca, Olho D'água do Casado, Pariconha, Rio São Francisco (Glória - BA, Paulo Afonso - BA, Jatobá - PE e Canindé de São Francisco - SE). Atualmente a economia do município, além do setor têxtil, é voltada para a agricultura, pecuária e comércio onde tem o PIB per capita de R\$ 9.330,46 /hab.

O município Histórico de Piranhas está situado no Sertão, mais precisamente no oeste do estado de Alagoas, microrregião do São Francisco, possui uma área de 410,11 km<sup>2</sup> e está a 278,0 km de distância da capital Maceió. É tombado pelo IPHAN e sua população em 2015, foi estimada pelo IBGE em aproximadamente 23.045 habitantes. A cidade foi emancipada no ano de 1887 com uma altitude de 88m e com média de temperatura entre 20 a 39 graus. Faz divisa com as cidades de Inhapi, Olho D'água do Casado, Pão de Açúcar, Rio São Francisco (Canindé de São Francisco – SE), São José da Tapera e Poço Redondo - SE. Piranhas tem o clima quente, semiárido, tipo estepe, estação chuvosa no outono/inverno. Atualmente a economia do município é baseada no turismo, nas verbas federais oriundas do tombamento pelo Patrimônio Histórico Nacional e no recebimento de royalties, provenientes da Chesf onde tem o PIB per capita de R\$ 7.205,20 /hab.

O município de Santana do Ipanema está situado no Sertão Alagoano, possui uma área de 437,88 km<sup>2</sup> e está a 207,0 km de distância da capital Maceió. Não é o município mais populoso do sertão de Alagoas, porém é o mais importante, principalmente em termos de comércio e economia. Sua população em 2015, foi estimada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em aproximadamente 44.932 habitantes. A cidade foi instalada no ano de 1875 com uma altitude de 250m com média de temperatura entre 20 a 39 graus. Faz divisa com as cidades de Águas Belas – PE, Carneiros, Dois Riachos, Olivença, Poço das Trincheiras e Senador Rui Palmeira. Santana do Ipanema tem em seu relevo muitas ruas em declive e tem clima predominante semiárido. Atualmente a economia do município é

voltada para a agricultura, pecuária e comércio onde tem o PIB per capita de R\$ 9.986,65 /hab.

### **3.2 Material e Metodologia**

A pesquisa tem como objetivo identificar os fatores críticos de sucesso de empresas do ramo de empreendedorismo digital que ficam localizadas em três cidades do sertão de Alagoas. Para conseguir alcançar o objetivo foi necessária a aplicação de um questionário, destacando, principalmente, o grupo de perguntas de fatores críticos, pesquisas, uso de ferramentas e método de análise (ANOVA).

Para poder relacionar os fatores críticos de sucesso foi levantada uma pesquisa de campo nas três maiores cidades do sertão Alagoano (Delmiro Gouveia, Piranhas e Santana do Ipanema). Os critérios para essas cidades terem sido escolhidas para fazer a pesquisa em forma de entrevista foram a distância das cidades e dos autores entrevistadores, o tamanho das cidades, a capacidade empreendedora se comparada as outras cidades do sertão e ao desenvolvimento econômico. Primeiro foi elaborado um questionário que foi dividido em quatro partes:

- SEÇÃO A: Identificação e dados gerais da empresa fornecedora de serviços de TI;
- SEÇÃO B: Serviços ofertados para terceirização;
- SEÇÃO C: Aspectos dos contratos de terceirização;
- SEÇÃO D: Fatores críticos de sucesso para os serviços prestados.

Cinco empresas de cada cidade se comprometeram e responderam o questionário, sendo obtido um número necessário para serem feitas as análises tendo em conta que o sertão do estado de Alagoas ainda é uma região carente para empresas de Tecnologia de Informação, onde justamente essa pesquisa busca quais foram os fatores críticos que essas empresas tiveram para obter sucesso.

### **3.3 Transformação dos dados**

Após a fase de coleta dos dados foi feita a organização desses dados. Primeiro foi tabelada cada cidade por com todas as suas entrevistas, abaixo segue um exemplo da tabela de

respostas da cidade de Delmiro Gouveia.

Seção A: Identificação e Dados Gerais da Empresa Fornecedora de Serviços de TI					
Cidade: <b>Delmiro Gouveia</b>					
Nome da Empresa					
	<u>D1</u>	<u>D2</u>	<u>D3</u>	<u>D4</u>	<u>D5</u>
Possui Filiais					
Sim	X	X			
Não			X	X	X
Quantidade de filiais sertão alagoano					
	7	0	0	0	0
Quantidade de filiais região nordeste					
	9	1	0	0	0
Quantidade geral de funcionários					
Até 9		X	X	X	X
10 a 49	X				
50 a 99					
Fora os profissionais de TI, quais outros profissionais atuam na empresa?					
Administradores	X	X	X		X
Contadores	X	X	X	X	X
Engenheiro					
Auxiliares/Assistentes					
Administrativos	X	X	X	X	
Advogados	X				
Consultores contratados	X			X	
Outros					
9. Tempo de atuação no mercado					
De 1 a 3 anos		X			
De 4 a 6 anos	X		X		
De 8 a 10 anos					
Mais de 10 anos				X	X
Seção B: Serviços Ofertados para Terceirização					
1. Infraestrutura					
Selecione os serviços prestados na Área de Infraestrutura de TI:					
Manutenção de Hardware				X	X
Suporte a Telecomunicações	X	X			
Instalação e Datacenter	X	X	X		
Outros			X		
2. Sistemas Computacionais					
Selecione os serviços de Sistemas Computacionais prestados:					
Engenharia de Software/Análise de Desenvolvimento de Sistemas					
Gerenciamento de Banco de Dados				X	
Servidores para Hospedagem de Sites e Sistemas Web	X	X			
Desenvolvimento de Websites/Portais	X				

	Outros			X		X
<b>3. Planejamento de Ti</b>						
Selecione os Serviços de Planejamento de TI prestados:						
	Planejamento de Tecnologias da Informação e Comunicação	X	X			
	Auditoria e Segurança de Sistemas				X	
	Plano de Continuidade de Negócios/Planos de Contingência				X	X
	Outros			X		
<b>4. Miscelânea (serviços mais genéricos)</b>						
Selecione os Serviços caracterizados como Miscelânea prestados:						
	Treinamentos em Sistemas de Informação/Tecnologia da Informação				X	
	Documentação				X	
	Consultorias				X	
	Serviços Operacionais Básicos					X
	Serviços de Editoração Eletrônica	X				X
	Outros		X	X		
<b>Seção C: Aspectos dos Contratos de Terceirização</b>						
<b>1. A empresa oferece contrato como fornecedora de serviços de TI</b>						
	Sim	X	X		X	X
	Não			X		
<b>2. Qual o tempo de duração dos contratos?</b>						
	Até 1 ano					X
	De 2 a 5 anos	X	X		X	
	De 6 a 10 anos					
<b>3. Relação de aspectos dos contratos por sua importância</b>						
<b>1 - Pouco Importante; 5 - Muito importante</b>						
	Definição do Nível de Serviço	5	5	5	5	5
	Definição do Contrato de Prestação de Serviços	4	4	4	4	5
	Incorporar procedimentos visando flexibilidade	3	4	4	4	3
	Definição da penalização por baixo desempenho, violação da informação e outros fatores por parte da prestadora de serviço	5	4	4	2	5
	Duração do Contrato	2	5	4	5	3
	Custos Envolvidos	3	5	5	3	4
<b>Seção D: Fatores Críticos de Sucesso para os Serviços Prestados</b>						
<b>1 - Pouco Importante; 5 - Muito importante</b>						
	Comprometimento por parte dos gestores das empresas clientes	5	5	5	5	5
	Planejamento bem estruturado para os serviços a serem prestados	5	5	5	5	5
	Flexibilidade da equipe para desenvolver as atividades relacionadas aos serviços	5	5	5	4	5
	Capacidade de adaptação a possíveis mudanças no pedido	5	5	5	4	5
	Nível de treinamento pessoal	5	4	5	5	5
	Documentação de todas as atividades desenvolvidas e serviços prestados (Memória Organizacional)	5	5	5	5	4
	Gestão de relacionamento com os clientes	5	3	4	3	5

Uso do Sistema de Informação (ou módulo de sistema) para a Gestão de Relacionamento com os Clientes	5	5	5	4	4
Avaliação da Satisfação dos Clientes	5	5	5	3	5
Relacionamento como os Fornecedores	5	5	5	4	5
Uso do Sistema de Informação (ou módulo de sistema) para a Gestão dos Fornecedores (ou cadeia de suprimentos)	5	5	5	5	4
Contrato da prestação de serviços adequado e estruturado	5	5	5	5	5
Publicidade e Propaganda	5	5	3	2	5

**Tabela 1: Organização da entrevista, cidade Delmiro Gouveia**

Fonte: os autores

Das quinze empresas que foram entrevistadas no total, todas elas responderam todas as perguntas e das perguntas que pedem justificativa de respostas nenhuma delas justificou. O questionário da entrevista encontra-se na seção apêndice deste trabalho.

Depois de tabelado o questionário foi feita a separação dos dados por seção para depois prosseguirmos para etapa de análise.

### 3.4 Análise dos dados

Para uma empresa essa etapa é uma das mais importantes onde após a coleta dos dados vão ser analisadas as amostras, mas mesmo assim muitas têm dificuldade de como e quais amostras utilizarem. Através do resultado estatístico pode-se intervir e verificar o porquê deste resultado podendo melhorar não só seu bem-estar no serviço, mas também de todos na empresa (ULRICH, 2013).

#### 3.4.1 Identificação e dados gerais da empresa fornecedora de serviços de TI

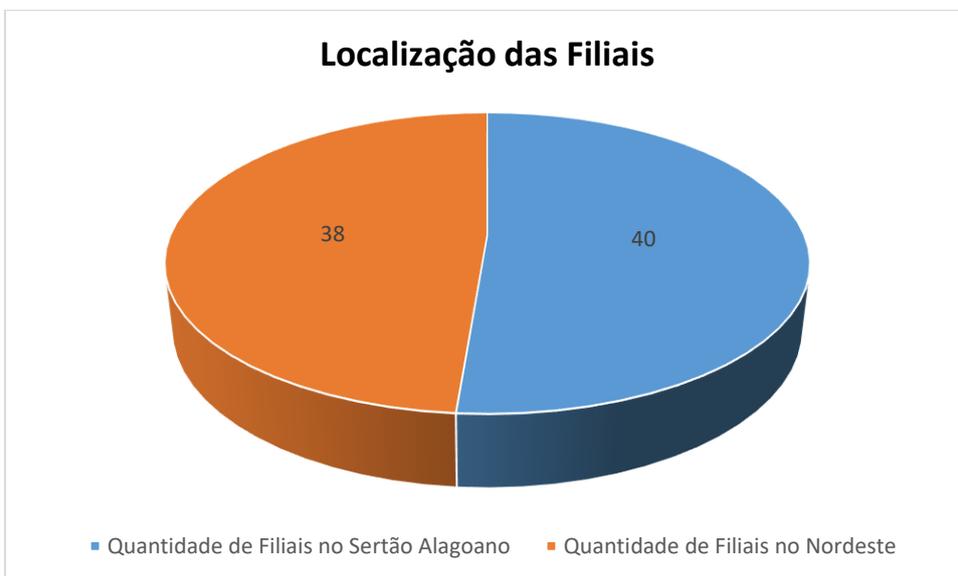
Das empresas entrevistadas nota-se que pouco mais da metade (53%) possuem filiais e esse fator mostra que existe um equilíbrio já que uma filial é um fator para a expansão dos negócios (**Figura 1**).



**Figura 1: Empresas que possuem filiais**

Fonte: os autores

Em termos de localização das filiais no total das 15 empresas entrevistadas nas três cidades elas têm 78 filiais espalhadas, sendo que 38 delas estão localizadas no sertão alagoano e 40 dessas filiais estão espalhadas por toda a região nordeste (**Figura 2**).

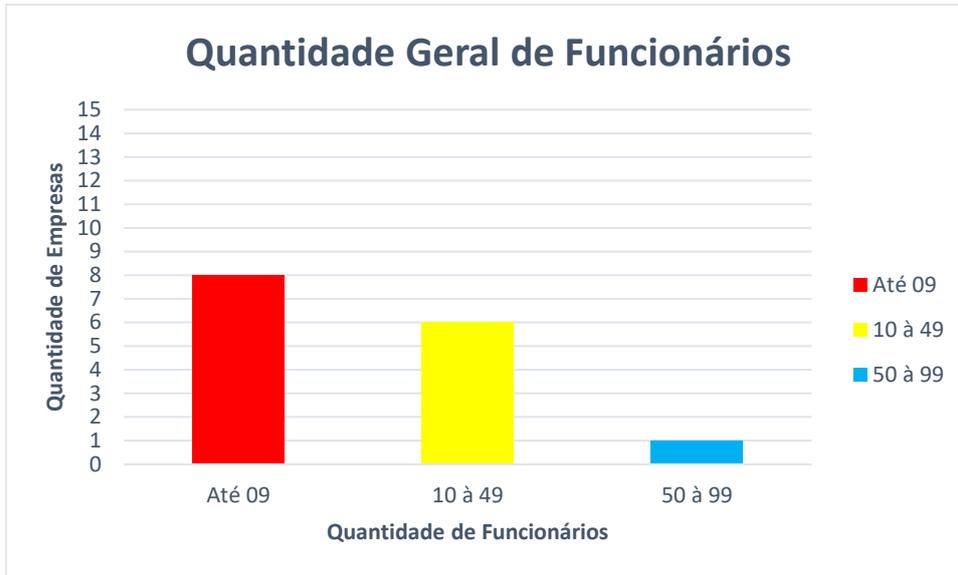


**Figura 2: Localização das Filiais**

Fonte: Dos autores

Foi perguntado na entrevista qual seria a quantidade geral de funcionários de cada empresa, no total somando as três cidades entrevistadas temos quinze empresas onde oito

delas tem a até oito funcionários, seis delas tem entre dez e 49 e apenas uma empresa tem entre cinquenta à noventa e nove funcionários. Então pela pesquisa observamos que a maioria dessas empresas do sertão alagoano é de pequeno porte tendo até nove funcionários (**Figura 3**).



**Figura 3: Quantidade Geral de Funcionários**

Fonte: Dos autores

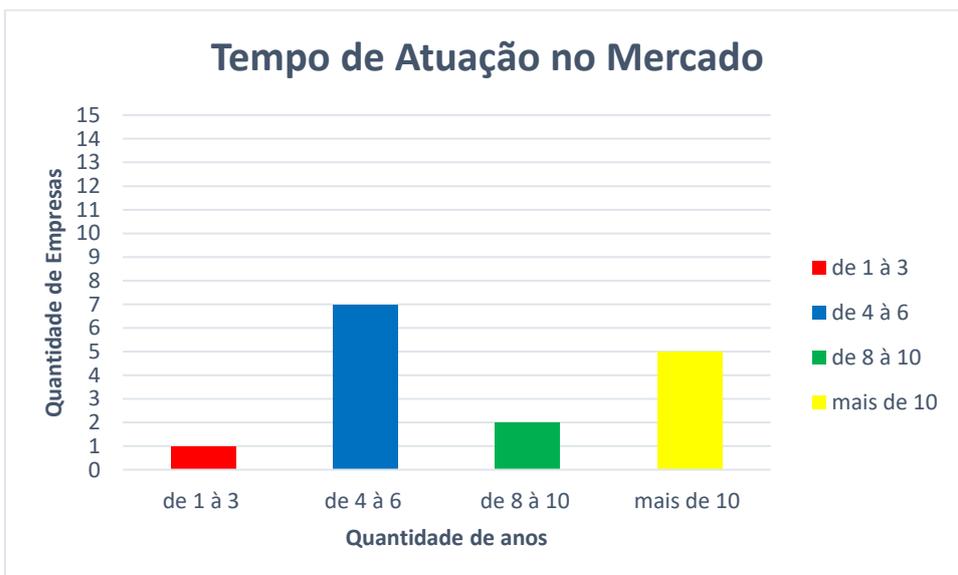
Fora os profissionais de TI, também foi perguntado quais outros profissionais atuam nas empresas. Entre as quinze empresas entrevistadas a maioria delas possuem assistentes administrativos, totalizando 13 empresas que possuem esses funcionários. Já na minoria nenhuma empresa possui engenheiro, onze empresas possuem administradores, nove possuem contadores, três possuem advogados e oito delas possuem consultores (**Figura 4**).



**Figura 4: Profissionais que atuam nas empresas**

Fonte: Dos autores

Quanto ao tempo de atuação no Mercado do total de empresas entrevistadas apenas uma empresa tem entre um a três anos de atuação. Duas empresas possuem de oito a dez anos de atuação, cinco possuem mais de dez anos e a maioria (sete empresas) possui de quatro a seis anos de atuação no mercado, sendo observado que a maioria dessas empresas já se consolidou ou está se consolidando no mercado (**Figura 5**).

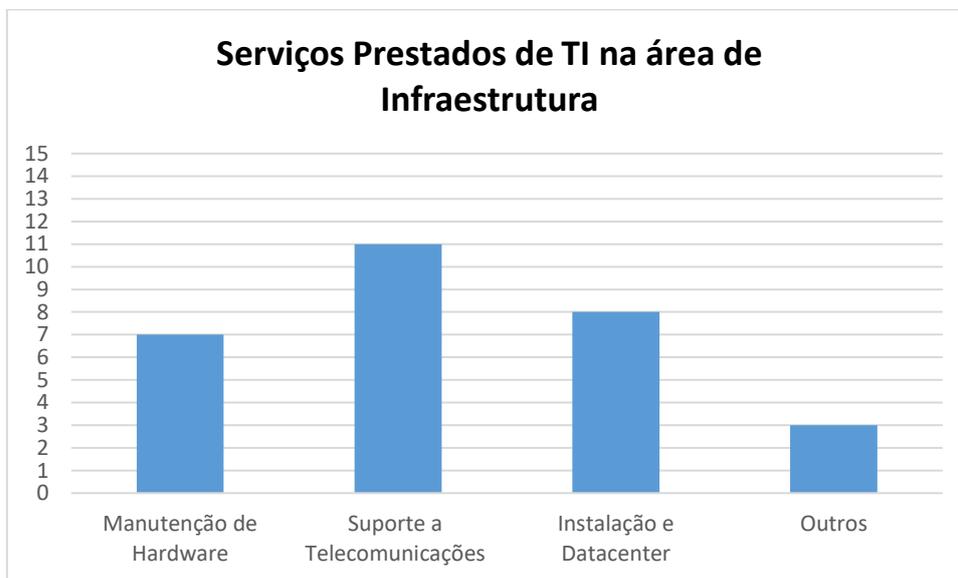


**Figura 5: Tempo de Atuação no Mercado**

Fonte: Dos autores

### 3.4.2 Serviços ofertados para terceirização

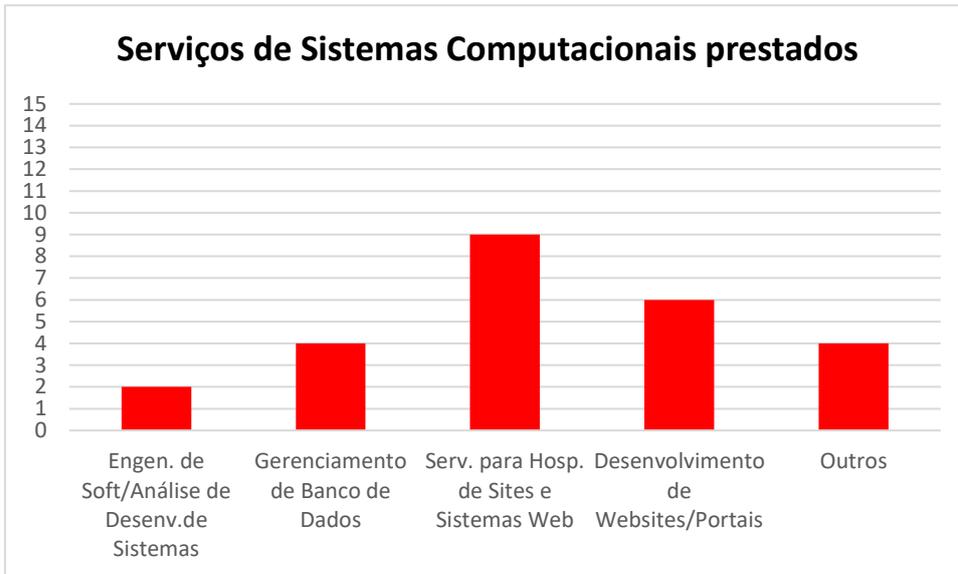
No quesito Infraestrutura, entre os serviços prestados de TI na área de Infraestrutura a maioria das empresas entrevistadas (onze) prestam serviços na área de telecomunicações. Dessas quinze empresas sete prestam serviços de manutenção de hardware, oito prestam serviços da área de instalação e datacenter e três prestam serviços em outras áreas onde não informaram qual seriam. Mas algumas dessas empresas não se atentam a apenas um serviço e variaram na quantidade desses serviços prestados (**Figura 6**).



**Figura 6: Serviços Prestados de TI na área de Infraestrutura**

Fonte: Dos autores

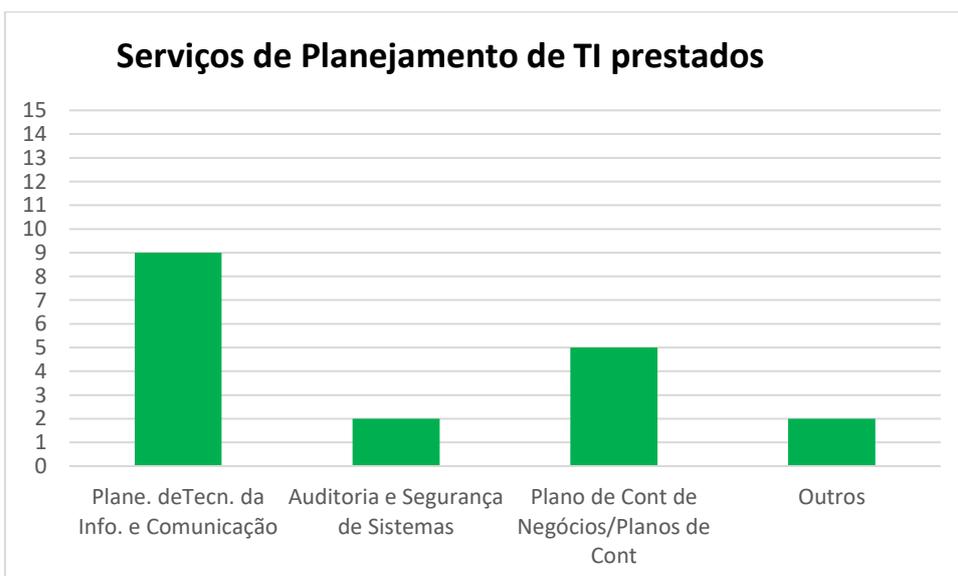
Entre os serviços computacionais os prestados e analisados na pesquisa foram Engenharia de Software /Análise de Desenvolvimento de Sistemas que apenas duas empresas apontaram que realizam esse tipo de serviço, quatro informaram que prestam serviço com Gerenciamento de Bancos de Dados, a maioria delas (nove) prestam serviço de Servidores para Hospedagem de Sites e Sistemas Web, seis oferecem serviços de Desenvolvimento de Websites/Portais e quatro das quinze empresas falaram que prestam outros tipos de serviços que não quiseram especificar (**Figura 7**).



**Figura 7: Serviços de Sistemas Computacionais Prestados**

Fonte: Dos autores

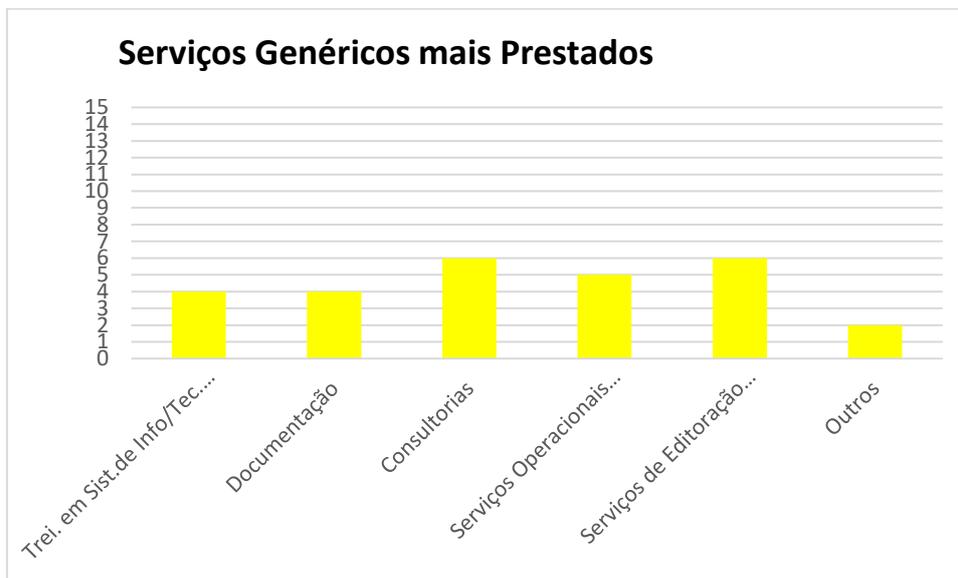
Nos Serviços de Planejamento de TI prestados nove das empresas prestam serviços de Planejamento de Tecnologias da Informação e Comunicação sendo esse serviço o mais prestado comparado aos outros. Já o menos prestado foi a Auditoria e Segurança de Sistemas onde apenas duas empresas prestam esse serviço. Já os serviços de Plano de Continuidade de Negócios / Planos de Contingência são prestados por 5 empresas. Duas empresas prestam outro tipo de serviço, mas não quiseram exemplificar (**Figura 8**).



**Figura 8: Serviços de Planejamento de TI prestados**

Fonte: Dos autores

Entre os serviços mais genéricos prestados (miscelânea) temos um empate entre consultorias e Serviços de Editoração Eletrônica onde seis empresas responderam que prestam esses serviços. Logo abaixo cinco empresas disseram que prestam Serviços Operacionais Básicos (p. ex. utilização operacional de suítes de escritório, digitalização de documentos, etc.), três empresas fazem Treinamentos em Sistemas de Informação/Tecnologia da Informação e também três empresas fazem serviços de documentação. Duas empresas prestam outro tipo de serviço, mas não quiseram informar quais (**Figura 9**).

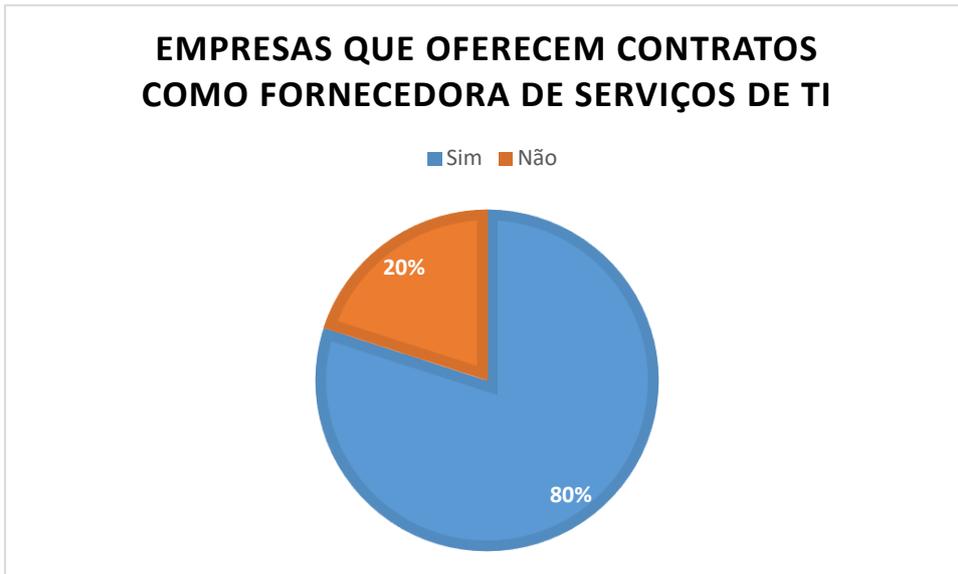


**Figura 9: Serviços Genéricos mais prestados**

Fonte: Dos autores

### 3.4.3 Aspectos dos contratos de terceirização

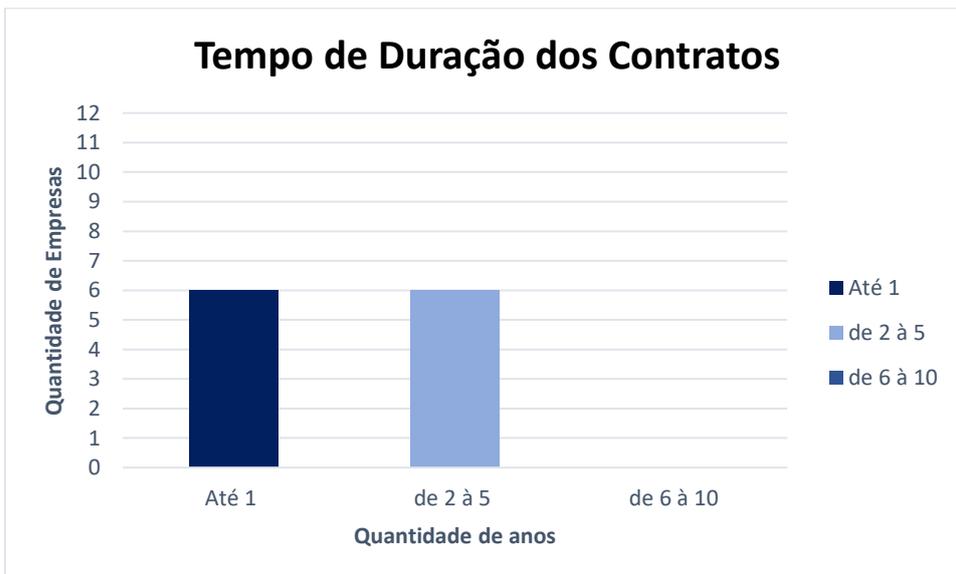
Foi perguntado também às essas empresas um fator muito importante que é se elas oferecem contratos como fornecedora de serviços de TI e 80% das empresas responderam que oferecem contratos como fornecedora e 20% não oferecem (**Figura 10**).



**Figura 10: Empresas que oferecem contratos como fornecedora de Serviços de TI**

Fonte: os autores

Das empresas que prestam oferecem contratos seis delas tem duração de até um ano e seis delas tem duração de dois a cinco anos. De seis a dez anos não tem nenhuma empresa que tenha esse tempo de duração (**Figura 11**).



**Figura 11: Tempo de Duração dos Contratos**

Fonte: Dos autores

Em relação aos aspectos que podem ser abordados em um contrato de prestação de serviços fizemos uma breve entrevista por importância do tema relacionado e antes de fazer as três cidades juntas foram feita a análise individualmente.

Na cidade de Piranhas o aspecto mais valorizado nos contratos é a de penalização por baixo desempenho. Já nas cidades de Delmiro Gouveia e Santana do Ipanema eles valoram mais a definição do nível de serviço. Quanto cruzamos os dados e obtemos a média para averiguar quais os principais aspectos são mais e os que são menos importantes, podemos constatar que a (Definição do Nível de Serviço) obteve a maior média 92% entre as cidades e os aspectos menos importantes dos contratos entre as cidades foi o de (Duração do Contrato) que obteve a média de 56% (**Tabela 2**).

Total das Cidades	PIRANHAS	DELMIRO	SANTANA	TOTAL
Definição do Nível de Serviço	80%	100%	96%	92%
Definição do Contrato de Prestação de Serviços	76%	84%	72%	77%
Incorporar procedimentos visando flexibilidade	84%	72%	76%	77%
Definição da penalização por baixo desempenho, violação da informação e outros fatores por parte da prestadora de serviço	88%	80%	84%	84%
Duração do Contrato	44%	76%	48%	56%
Custos Envolvidos	68%	80%	64%	71%

**Tabela 2: Aspectos que podem ser abordados em um contrato de prestação de serviços**

Fonte: os autores

Abordaremos a seguir os resultados dos testes das análises de variância da seção C: Aspectos dos Contratos de Terceirização (Relação de aspectos dos contratos por sua importância). Cruzando os resultados obtidos na pesquisa entre os itens abordados chegamos ao resultado mostrado na **Tabela 3**.

3. Relação de aspectos dos contratos por sua importância							
Anova: fator único							
RESUMO							
	Grupo	Contagem	Soma	Média	Variancia		
Piranhas		6	110	18,33333	15,86667		
Santana		6	110	18,33333	17,06667		
Delmiro		6	123	20,5	5,9		
ANOVA							
	Fonte da variação	SQ	gl	MQ	F	valor-P	F crítico
Entre grupos		18,77778	2	9,38889	0,725322	0,500394706	3,682320344
Dentro dos grupos		194,1667	15	12,94444			
Total		212,9444	17				

**Tabela 3: Relação de aspectos dos contratos por sua importância**

Fonte: os autores

O **F crítico** (*F estatístico tabelado*) de 3,68 maior que a base estatística *F* de 0,72 com valor-P igual a  $\alpha$  nos mostra que o resultado das amostras pode conter uma hipótese nula  $H_0$ . As médias entre a cidade de Piranhas e Santana do Ipanema foram iguais, mas com uma

pequena diferença na variância de cada uma delas. Podemos concluir que com significância  $\alpha = 0,05$  e  $F$  crítico de 3,68 e  $F$  0,72 então as diferenças entre os grupos não são estatisticamente significativas. Isso significa que mesmo outros fatores se adicionados não vão alterar os resultados obtidos.

### 3.5 Fatores críticos de sucesso para os serviços prestados

A Anova (*Analysis of Variance*), análise de variância foi utilizada para analisar os fatores críticos de sucesso para os serviços prestados referentes às empresas entrevistadas por cidade e logo após foi feito entre as três juntas. Iniciando pela cidade de Piranhas, podemos notar que existe uma variância notável nos fatores abordados. Dois fatores não existiram variância entre as empresas entrevistadas (Comprometimento por parte dos gestores das empresas clientes e Gestão de relacionamento com os clientes), assim todas as empresas entrevistadas na cidade de Piranhas dão ênfase a esses fatores. Entretanto nos fatores (Uso do Sistema de Informação (ou módulo de sistema) para a Gestão de Relacionamento com os Clientes e Relacionamento como os Fornecedores) obtivemos uma variância alta de 2,8 ficando evidente que são os fatores que a maior parte das empresas entrevistadas dá pouco destaque.

Como resultado geral temos o valor  $F = 1,909091$ , isso nos dá o resultado menor que o  $F$  crítico = 1,943617, mostrando que a hipótese poderá ser nula  $H_0$ , pois o valor-P é igual a 0,05473 que está na média de significância (**Tabela 4**).

Cidade: Piranhas  
Anova: fator único

#### RESUMO

Grupo	Contagem	Soma	Média	Variância
Comprometimento por parte dos gestores das empresas clientes	5	25	5	0
Planejamento bem estruturado para os serviços a serem prestados	5	24	4,8	0,2
Flexibilidade da equipe para desenvolver as atividades relacionadas aos serviços	5	23	4,6	0,8
Capacidade de adaptação a possíveis mudanças no pedido	5	22	4,4	0,8
Nível de treinamento pessoal	5	22	4,4	0,8
Documentação de todas as atividades desenvolvidas e serviços prestados (Memória Organizacional)	5	20	4	2
Gestão de relacionamento com os clientes	5	25	5	0
Uso do Sistema de Informação (ou módulo de sistema) para a Gestão de Relacionamento com os Clientes	5	12	2,4	2,8
Avaliação da Satisfação dos Clientes	5	22	4,4	0,8
Relacionamento como os Fornecedores	5	18	3,6	2,8
Uso do Sistema de Informação (ou módulo de sistema) para a Gestão dos Fornecedores (ou cadeia de suprimentos)	5	16	3,2	2,7
Contrato da prestação de serviços adequado e estruturado	5	20	4	3
Publicidade e Propaganda	5	20	4	2

#### ANOVA

Fonte da variação	SQ	gl	MQ	F	valor-P	F crítico
Entre grupos	32,95385	12	2,746154	1,909091	0,05473	1,943617
Dentro dos grupos	74,8	52	1,438462			
Total	107,7538	64				

#### Tabela 4: Anova fatores críticos de sucesso Piranhas

Fonte: os autores

Já nas empresas entrevistadas na cidade de Delmiro Gouveia observamos um nível descritivo ou valor-P maior que a média de significância  $\alpha$ , demonstrando que os itens descritos nas entrevistas têm 21% do peso dos fatores críticos para o sucesso dos serviços prestados (**Tabela 5**).

Cidade: Delmiro Gouveia  
Anova: fator único

## RESUMO

Grupo	Contagem	Soma	Média	Variância
Comprometimento por parte dos gestores das empresas clientes	5	25	5	0
Planejamento bem estruturado para os serviços a serem prestados	5	25	5	0
Flexibilidade da equipe para desenvolver as atividades relacionadas aos serviços	5	24	4,8	0,2
Capacidade de adaptação a possíveis mudanças no pedido	5	24	4,8	0,2
Nível de treinamento pessoal	5	24	4,8	0,2
Documentação de todas as atividades desenvolvidas e serviços prestados (Memória Organizacional)	5	24	4,8	0,2
Gestão de relacionamento com os clientes	5	20	4	1
Uso do Sistema de Informação (ou módulo de sistema) para a Gestão de Relacionamento com os Clientes	5	23	4,6	0,3
Avaliação da Satisfação dos Clientes	5	23	4,6	0,8
Relacionamento como os Fornecedores	5	24	4,8	0,2
Uso do Sistema de Informação (ou módulo de sistema) para a Gestão dos Fornecedores (ou cadeia de suprimentos)	5	24	4,8	0,2
Contrato da prestação de serviços adequado e estruturado	5	25	5	0
Publicidade e Propaganda	5	20	4	2

## ANOVA

Fonte da variação	SQ	gl	MQ	F	valor-P	F crítico
Entre grupos	6,646154	12	0,553846	1,358491	0,215998	1,943617
Dentro dos grupos	21,2	52	0,407692			
Total	27,84615	64				

**Tabela 5: Anova fatores críticos de sucesso Delmiro Gouveia**

Fonte: os autores

Observando a análise de variância da cidade de Santana do Ipanema, percebemos que das 3 cidades pesquisadas ela foi a que obteve o menor valor  $F = 0,746439$  em relação ao  $F$  crítico, isso demonstra que dentre os itens selecionados para a pesquisa ela foi a que mais oscilou entre as escolhas dos fatores críticos entre as empresas entrevistadas (**Tabela 6**).

Cidade: Santana do Ipanema  
Anova: fator único

## RESUMO

Grupo	Contagem	Soma	Média	Variância
Comprometimento por parte dos gestores das empresas clientes	5	24	4,8	0,2
Planejamento bem estruturado para os serviços a serem prestados	5	23	4,6	0,8
Flexibilidade da equipe para desenvolver as atividades relacionadas aos serviços	5	23	4,6	0,8
Capacidade de adaptação a possíveis mudanças no pedido	5	21	4,2	0,7
Nível de treinamento pessoal	5	24	4,8	0,2
Documentação de todas as atividades desenvolvidas e serviços prestados (Memória Organizacional)	5	21	4,2	1,7
Gestão de relacionamento com os clientes	5	23	4,6	0,8
Uso do Sistema de Informação (ou módulo de sistema) para a Gestão de Relacionamento com os Clientes	5	19	3,8	1,7
Avaliação da Satisfação dos Clientes	5	23	4,6	0,8
Relacionamento como os Fornecedores	5	20	4	1
Uso do Sistema de Informação (ou módulo de sistema) para a Gestão dos Fornecedores (ou cadeia de suprimentos)	5	19	3,8	1,2
Contrato da prestação de serviços adequado e estruturado	5	23	4,6	0,8
Publicidade e Propaganda	5	20	4	1

## ANOVA

Fonte da variação	SQ	gl	MQ	F	valor-P	F crítico
Entre grupos	8,061538	12	0,671795	0,746439	0,700182	1,943617
Dentro dos grupos	46,8	52	0,9			
Total	54,86154	64				

**Tabela 6: Anova fatores críticos de sucesso Santana do Ipanema**

Fonte: os autores

Concluimos que das 3 cidades do sertão alagoano, a cidade de Piranhas foi a que teve a maior oscilação nos itens selecionados descritos para analisar os fatores críticos de sucesso.

Cruzando e realizando a análise dos fatores críticos para o sucesso entre as empresas das 3 cidades do sertão alagoano podemos notar que o fator que mais sofreu variância foi o de Uso do Sistema de Informação (ou módulo de sistema) para a Gestão de Relacionamento com os Clientes.

O valor F de 3,82 e valor-P de 0,03 menor que  $\alpha (0,05)$  comprova que existe uma significância na variância dos fatores críticos selecionados para a pesquisa. Podemos concluir que poderá haver outros fatores que possam alterar os resultados obtidos na pesquisa (**Tabela 7**).

**Todas as cidades**

Anova: fator único

RESUMO

	<i>Grupo</i>	<i>Contagem</i>	<i>Soma</i>	<i>Média</i>	<i>Variância</i>
Piranhas		13	269	20,69231	13,73077
Santana do Ipanema		13	283	21,76923	3,358974
Delmiro Gouveia		13	305	23,46154	2,769231

ANOVA

	<i>Fonte da variação</i>	<i>SQ</i>	<i>gl</i>	<i>MQ</i>	<i>F</i>	<i>valor-P</i>	<i>F crítico</i>
Entre grupos		50,66667	2	25,33333	3,826985	0,031118	3,259446
Dentro dos grupos		238,3077	36	6,619658			
Total		288,9744	38				

**Tabela 7: Anova fatores críticos de sucesso todas as cidades**

Fonte: Dos autores

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O empreendedorismo digital está cada vez mais se expandindo e como podemos notar, até as áreas que antes não eram muito exploradas agora contam com várias empresas de Tecnologia de Informação. Quando a pesquisa é analisada é possível notar que entre as três cidades do sertão alagoano pesquisadas a que tem maior potencial de empreendedorismo digital é Santana do Ipanema, de acordo com os seus fatores críticos de sucesso.

A pesquisa identificou que Santana do Ipanema tem um panorama mais atrativo para esse tipo de empreendedorismo quando comparamos as três cidades. Mas como a pesquisa busca uma análise geral sobre o sertão alagoano (analisando somente as três cidades) é notável que as empresas estão no caminho certo e que já se estabeleceram e conseguem apresentar um bom negócio, sustentável e rentável.

As empresas do sertão empreendem digitalmente, porém, elas empreendem mais na área de comunicação, como prestadoras de fornecimento de Internet por exemplo. Mas as três cidades já possuem também um bom arsenal de empresas de outros ramos de TI, quando comparado isso a capital do estado (Maceió), chega até a ser um ótimo resultado levando em consideração as condições das cidades do interior, principalmente do sertão.

Então, depois de avaliar as empresas com a técnica ANOVA foi obtido o resultado da variância em números dos fatores críticos de sucesso no sertão de Alagoas, podendo assim ter chegado nessas conclusões.

## REFERÊNCIAS

ANDREOLI, T. P.; BORGES, W. A. **Empreendedorismo feminino: uma análise do perfil empreendedor e das dificuldades enfrentadas por mulheres detentoras de um pequeno negócio.** XI Encontro Paranaense dos Estudantes de Administração, Maringá, 2007.

**Anuário Estatístico do Estado de Alagoas**, 2015, v.22, 2017.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas.** 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2007.

DEITEL, H.M.; DEITEL P.J.; STEINBUHLER K. **E-bussines e E-commerce para administradores.** Editora Pearson Education do Brasil, 2004.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas.** Rio de Janeiro. Elsevier, 2003.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo, Transformando Idéias em Negócios.** São Paulo: Elsevier, 2005.

DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócios.** 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FRANCO, J. O. B.; GOUVÊA, J. B. **A cronologia dos estudos sobre o empreendedorismo.** *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v.5, n.3, 2016. 166

Frankfort-Nachmias, C. e Nachmias, D. (1996) **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais.** St. Martin's Press, Nova Iorque.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Editora Atlas, 1992. 4a ed.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo. Manual do aluno**. São Paulo: Sebrae SP, 2007.

TIMMONS, J.A. **New Venture Creation: Entrepreneurship for 21st Century**. Chicago, IL: Irvin, 4th ed. 1994.

ULRICH, D., YOUNGER, J., BROCKBANK, W., & ULRICH, M. **RH de Dentro para Fora: Seis Competências para o Futuro da Área de Recursos Humanos**. Bookman Editora, 2013.

## APÊNDICE



### QUESTIONÁRIO – AVALIAÇÃO DE EMPRESAS FORNECEDORAS DE SERVIÇOS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Este questionário foi desenvolvido com o intuito de ser aplicado como ferramenta de coleta de dados sobre empresas prestadoras de serviços na área de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) para o desenvolvimento de uma pesquisa sobre o PERFIL DOS EMPREENDEDORES das cidades de Delmiro Gouveia, Piranhas e Santana do Ipanema na região do sertão alagoano. Estipula-se que o respondente leve no máximo 10 minutos para completá-lo.

A pesquisa está sendo desenvolvida com a participação de JOSÉ JAMES DOS SANTOS BARBOSA E THIAGO JOSÉ DOS SANTOS BARBOSA, estando envolvidos um professor do Departamento de SISTEMAS DE INFORMAÇÃO, um aluno do mestrado acadêmico de PÓS GRADUAÇÃO.

Contamos com o apoio do senhor respondente para obter as informações necessárias.

Qualquer dúvida contatar WANDERSON RUBIAN, aluno do mestrado responsável pela condução da pesquisa, através do *e-mail* [wrmr@ic.ufal.br](mailto:wrmr@ic.ufal.br).

#### **SEÇÃO A: IDENTIFICAÇÃO E DADOS GERAIS DA EMPRESA FORNECEDORA DE SERVIÇOS DE TI**

1. Razão Social da Empresa: \_\_\_\_\_

2. Nome do Respondente: \_\_\_\_\_

3. Cargo do Respondente: \_\_\_\_\_

4. Telefone para contato: \_\_\_\_\_

5. E-mail para contato: \_\_\_\_\_

5. Cidade de localização da sede da empresa: \_\_\_\_\_

6. Possui filiais?

( ) Sim.

( ) Não.

6.1. Caso tenha respondido Sim, informar:

a) Quantidade de filiais no sertão alagoano:

b) Quantidade de filiais na Região Nordeste (Não considerar aquelas informadas para o sertão alagoano):

7. Quantidade Geral de Funcionários:

- Até 9
- De 10 a 49
- De 50 a 99

8. Fora os profissionais de TI, quais outros profissionais atuam na empresa?

- Administradores
- Contadores
- Engenheiro
- Auxiliares/Assistentes Administrativos
- Advogados
- Consultores contratados
- Outros. Mencionar quais: \_\_\_\_\_

9. Tempo de Atuação no Mercado:

- De 1 a 3 anos
- De 4 a 6 anos
- De 8 a 10 anos
- Mais de 10 anos

## **SEÇÃO B: SERVIÇOS OFERTADOS PARA TERCEIRIZAÇÃO**

Esta seção será dividida em 4 áreas temáticas básicas, de acordo com o tipo de serviço de TI ofertado. Para cada tipo de serviço, deve-se selecionar aqueles os quais a empresa oferece.

### **1. Infraestrutura:**

Selecione os serviços Prestados na Área de Infraestrutura de TI:

- Manutenção de Hardware
- Suporte a Telecomunicações
- Instalações e Datacenter
- Outros. Mencionar quais: \_\_\_\_\_

### **2. Sistemas Computacionais**

Selecione os serviços de Sistemas Computacionais prestados:

- Engenharia de Software /Análise de Desenvolvimento de Sistemas
- Gerenciamento de Bancos de Dados
- Servidores para Hospedagem de Sites e Sistemas Web
- Desenvolvimento de Websites/Portais
- Outros. Mencionar quais: \_\_\_\_\_

### **3. Planejamento de TI**

Selecione os Serviços de Planejamento de TI prestados:

- Planejamento de Tecnologias da Informação e Comunicação
- Auditoria e Segurança de Sistemas
- Plano de Continuidade de Negócios / Planos de Contingência
- Outros. Mencionar quais: \_\_\_\_\_

#### 4. Miscelânea (serviços mais genéricos)

Selecione os Serviços caracterizados como Miscelânea prestados:

- ( ) Treinamentos em Sistemas de Informação/Tecnologia da Informação  
 ( ) Documentação  
 ( ) Consultorias  
 ( ) Serviços Operacionais Básicos (p. ex. utilização operacional de suítes de escritório, digitalização de documentos, etc.)  
 ( ) Serviços de Editoração Eletrônica  
 ( ) Outros. Mencionar quais: \_\_\_\_\_

#### SEÇÃO C: ASPECTOS DOS CONTRATOS DE TERCEIRIZAÇÃO

1. A empresa oferece contrato como fornecedora de serviços de Tecnologia da Informação?  
 ( ) Sim  
 ( ) Não
2. Qual o tempo de duração dos contratos?  
 ( ) Até 1 ano  
 ( ) De 2 a 5 anos  
 ( ) De 6 a 10 anos
3. Em relação aos aspectos que podem ser abordados em um contrato de prestação de serviços, julgue-os quanto a sua importância. **1 – Pouco Importante; 5 – Muito Importante.**

Elementos Contratuais	1	2	3	4	5
Definição do Nível de Serviço	( )	( )	( )	( )	( )
Definição do Contrato de Prestação de Serviços	( )	( )	( )	( )	( )
Incorporar procedimentos visando flexibilidade	( )	( )	( )	( )	( )
Definição de penalização por baixo desempenho, violação da informação e outros fatores por parte da prestadora de serviços	( )	( )	( )	( )	( )
Duração do contrato	( )	( )	( )	( )	( )
Custos envolvidos	( )	( )	( )	( )	( )

#### SEÇÃO D: FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO PARA OS SERVIÇOS PRESTADOS

1. A seguir serão apresentados alguns fatores relacionados ao sucesso na prestação de serviços. Identifique quais deles são importantes para a sua empresa. **1 – Pouco Importante; 5 – Muito Importante.**

Fatores	1	2	3	4	5
Comprometimento por parte dos gestores das	( )	( )	( )	( )	( )

empresas clientes					
Planejamento bem estruturado para os serviços a serem prestados	( )	( )	( )	( )	( )
Flexibilidade da equipe para desenvolver as atividades relacionadas aos serviços	( )	( )	( )	( )	( )
Capacidade de adaptação a possíveis mudanças no pedido	( )	( )	( )	( )	( )
Nível de treinamento do pessoal	( )	( )	( )	( )	( )
Documentação de todas as atividades desenvolvidas e serviços prestados (Memória Organizacional)	( )	( )	( )	( )	( )
Gestão de Relacionamento com os clientes	( )	( )	( )	( )	( )
Uso de Sistema de Informação (ou módulo de sistema) para a Gestão do Relacionamento com os Clientes	( )	( )	( )	( )	( )
Avaliação da Satisfação dos Clientes	( )	( )	( )	( )	( )
Relacionamento com os Fornecedores	( )	( )	( )	( )	( )
Uso de Sistema de Informação (ou módulo de sistema) para a Gestão dos Fornecedores (ou cadeia de suprimentos)	( )	( )	( )	( )	( )
Contrato de prestação de serviços adequado e estruturado	( )	( )	( )	( )	( )
Publicidade e Propaganda	( )	( )	( )	( )	( )