



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE ENSINO SUPERIOR DO SERIDÓ
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

JOHNNATHAN FELLIPE MAIA DA SILVA

**OS BENEFÍCIOS DO SISTEMA DE INFORMAÇÃO PARA A GESTÃO: UM
ESTUDO DE CASO REALIZADO NA ACADEMIA NADARVIDA FITNESS EM
SANTA CRUZ/RN**

**CURRAIS NOVOS/RN
2019**

JOHNNATHAN FELLIPE MAIA DA SILVA

OS BENEFÍCIOS DO SISTEMA DE INFORMAÇÃO PARA A GESTÃO: UM ESTUDO DE CASO REALIZADO NA ACADEMIA NADARVIDA FITNESS EM SANTA CRUZ/RN

Artigo entregue a Universidade Federal do Rio Grande do Norte como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientador: Marcos Túlio de Lima Vianna

CURRAIS NOVOS/RN
2019

**OS BENEFÍCIOS DO SISTEMA DE INFORMAÇÃO PARA A GESTÃO
EMPRESARIAL
THE BENEFITS OF THE INFORMATION SYSTEM FOR BUSINESS
MANAGEMENT**

Johnnathan Fellipe Maia da Silva
E-mail: johnnathanfellipe@gmail.com
Marcos Túlio de Lima Vianna
E-mail: tuliocct@gmail.com

RESUMO:

O objetivo do presente estudo é analisar os benefícios da utilização do sistema de informação "SCA online" na gestão da empresa Nadarvida Fitness, localizada na cidade de Santa Cruz/RN. A metodologia utilizada é qualitativa, consistindo em um estudo de caso com o proprietário da empresa Valdery Paula Neto e seu colaborador Alisson Clayton da Silva. A coleta de dados deu-se por meio de uma entrevista realizada no dia 30 de Maio do ano de 2019. Como resultado o estudo evidencia que a utilização do sistema de informação proporcionou melhorias na gestão do negócio, pois a disponibilização de relatórios munidos de informações geradas pelo sistema possibilita ao gestor tomar decisões mais acertadas tendo como base a atual situação dos seus números. Por fim, pode-se concluir que o sistema de informação tornou-se fundamental para o bom funcionamento das atividades da Nadarvida Fitness, uma vez que, todas as ações criadas pela empresa são fundamentadas nos dados colhidos pelo "SCA online".

Palavras chaves: Benefícios, gestão, sistema.

ABSTRACT:

The objective of the present study is to analyze the benefits of using the "SCA online" information system in the management of Nadarvida Fitness, located in the city of Santa Cruz / RN. The methodology used is qualitative, consisting of a case study with the owner of Valdery Paula Neto and his collaborator Alisson Clayton da Silva. Data collection was done through an interview conducted on May 30, 2019. As a result, the study shows that the use of the information system provided improvements in business management, since the provision of reports with information generated by the system allows the manager to make better decisions based on the current situation of their numbers. Finally, it can be concluded that the information system has become fundamental for the proper functioning of Nadarvida Fitness, activities since all the actions created by the company are based on the data collected by the "online SCA".

Keywords: Benefits, management, system.

1 INTRODUÇÃO

No ambiente corporativo atual, tem-se percebido a urgente necessidade de possuir diferenciais estratégicos capazes de manterem a satisfação e a fidelidade dos potenciais clientes. Sabe-se que o mercado é composto por empresas competitivas e que buscam constantemente inovar em suas ações, tendo como principal objetivo atender de forma diferenciada o seu público. A mudança de comportamento dos *stakeholders* gera a necessidade de possuir mecanismos capazes de entender, analisar e mensurar os desejos e as necessidades, demonstrando a melhor estratégia a ser utilizada para atingir o nível máximo de satisfação do cliente.

Vale salientar que o consumidor está em primeiro plano nas organizações e a sua busca não está apenas no produto ou serviço em si, pois, o que realmente irá importar serão os benefícios gerados por meio do produto, a sensação de desejo atendido e a experiência proporcionada. Tais fatores preocupam as organizações, pois sabem que um cliente insatisfeito poderá não voltar a consumir seu produto e não dará boas referências da sua empresa.

Deste modo, as decisões estratégicas que envolvem diversas áreas de uma organização, necessitam de recursos para a obtenção do resultado, dentre eles: Recursos humanos, organizacionais, financeiros, físicos e entre outros. Mediante isso, surge um grande desafio quanto à adaptação de novos sistemas de informação utilizados como estratégia para alavancagem de resultados. Neste caso, a psicologia organizacional deverá ser utilizada como diferencial no acompanhamento dos colaboradores diante das dificuldades encontradas na adaptação.

Assim, tomando como base a importância dos sistemas de informação para a gestão, os desafios da implementação e os relacionamentos entre cliente/empresa intermediados pelo sistema, o objetivo deste estudo é analisar os benefícios da utilização do sistema de informação “SCA online” na gestão da empresa Nadarvida Fitness, localizada na cidade de Santa Cruz/RN.

2 A IMPORTÂNCIA DO SISTEMA DE INFORMAÇÃO

Segundo Mañas (1999): “Sistemas de Informação são constituídos como uma série de componentes interdependentes e em constante interação, a fim de conseguir alcançar um ou mais objetivos”. Por esse motivo, os sistemas surgem como suporte ao processo de tomada de decisão permitindo com que sejam mais rápidas, eficientes e eficazes, ou seja, com um maior nível de qualidade mesmo que em menor espaço de tempo.

Visando melhorar o potencial e a competitividade das empresas no mercado, faz-se necessário pensar em estratégias voltadas à buscar um melhor relacionamento com o público-alvo, tornando importante a presença de um sistema de informação capaz de identificar aspectos fundamentais para atender as necessidades e satisfazer os clientes, analisando suas experiências e aumentando o grau de fidelização do consumidor para com a organização. (DEMO, GISELA et al. 2015)

Um sistema de informação bem projetado irá trazer diversos benefícios para a funcionalidade do negócio, seja ele qual for. O apoio às decisões torna-o fundamental para o atual cenário do comércio nacional e internacional e por esse motivo pequenas, médias e grandes empresas alcançam seus objetivos e o sucesso desejado (Caso utilizem o sistema de forma adequada). Outro fator relevante é a possibilidade da redução de custos, uma vez que, por incrível que pareça, ainda existam empresas que se utilizam de papéis e armários para registrarem suas movimentações, além de perderem tempo demais na elaboração de pesquisas e estratégias por não possuírem sistemas capazes de captar dados e gerar relatórios que colaborem para uma tomada de decisão de melhor qualidade. (WRIGHT; KROLL; PARNELL, 2000)

Neste contexto globalizado, é verídico pensarmos que se existem poucos dados sobre determinado assunto, logo teremos a possibilidade de analisarmos com mais detalhe, reduzindo os erros e como consequência obtermos informações com “alta qualidade”. Entretanto, sabe-se que nenhuma empresa possui o privilégio de obter poucas informações e ao mesmo tempo reais, do mercado, uma vez que as mutações comerciais são constantes e as tendências se modificam com o passar dos anos. Assim, o montante de informações torna impossível a tentativa de análise humana, abrindo espaço para a entrada de sistemas computadorizados capazes de

avaliar e interpretar milhares de informações em um curto espaço de tempo. (SCHONBERGER; CUKIER, 2013)

Além disso, os sistemas oportunizam um melhor conhecimento dos seus clientes, analisando informações para entregar junto ao produto ou serviço um valor agregado (atendimento diferenciado e personalizado), mostrando para o público um poder de conhecimento sobre os desejos e as necessidades que satisfazem seus consumidores, melhorando desta forma a interação empresa/cliente. (DEMO, GISELA et al. 2015)

3 SISTEMAS DE RELACIONAMENTO

Segundo Costa, Claro e Bortolluzo (2018), “O marketing de relacionamento pode ser conceituado como todas as atividades de marketing para se estabelecer, desenvolver e manter relacionamentos de troca de sucesso [...]”.

Sabe-se que adquirir novos clientes é mais caro do que reter os atuais, assim sendo, torna-se fundamental medir o poder de compra dos clientes para que a rentabilidade seja identificada e ações possam ser tomadas para alavancar o consumo dos produtos ou serviços oferecidos. Para que tais informações sejam conhecidas, a empresa deverá investir e utilizar indicadores de desempenho e recomendação, colaborando com a gestão e criação de estratégias baseadas na opinião dos clientes, tendo como consequência o aumento da rentabilidade da organização. (COSTA; CLARO; BORTOLLUZO, 2018)

Todas as estratégias de marketing precisam ir ao encontro das necessidades sonhos e desejos do público-alvo, caso esse requisito não seja cumprido o sucesso do relacionamento entre cliente/empresa poderá falhar. A forma de se relacionar com o cliente tornou-se algo bastante cobrado no mercado, pois a oferta passou a ser superior a procura. Por exemplo, em alguns casos, o preço do produto não mais importa, mas o seu valor agregado tornará um produto ou serviço único para aquele determinado cliente. Sendo assim, é fundamental conhecer o seu público-alvo. (POSER, 2005)

Segundo Rust; Zeithaml; Lemon (2001): “Para todos os clientes a escolha é influenciada por percepções de valor, que são formadas principalmente por percepções de qualidade, preço e conveniência”. Desta forma, pode-se entender mais uma vez a importância de se possuir sistemas capazes de obterem

informações sobre os clientes e seus costumes, a fim de criar estratégias exclusivas para seu público-alvo.

4 GESTÃO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Segundo Rezende (2008), pode-se conceituar a tecnologia da informação como um conjunto de recursos tecnológicos e computacionais que geram e armazenam dados, onde hardwares e softwares interagem e necessitam dos recursos humanos para serem utilizados.

Os sistemas de informação e os sistemas de conhecimento são fatores essenciais para a sustentação do planejamento estratégico, traçado pela organização para atingir o seu objetivo. Tais informações coletadas serão úteis na elaboração e no controle das atividades, tornando a organização mais competitiva, diminuindo a distância entre cliente/empresa, mensurando benefícios gerados, auxiliando nos processos gerenciais e, acima de tudo, entendendo o consumo dos clientes. (REZENDE, 2008)

Segundo Oliveira (1998), “Sistema de informações gerenciais é um método organizado de prover informações [...] Serve de suporte para as funções de planejamento, controle e operação de uma empresa”, indo de acordo com o pensamento atual de Costa (2007), citando que “o objetivo da integração é fazer com que as aplicações trabalhem em conjunto, como uma unidade, para organizar, dirigir e transformar a informação, e assim, facilitar os processos”.

A Tecnologia da informação deve apoiar todas as atividades presentes na organização, tornando-se uma das matérias-primas mais importantes, pois trazem diversas informações colhidas por meios tecnológicos que proporcionam uma maior competitividade no mercado, aliando-se a estrutura administrativa na criação de estratégias (FRANCO, et al, 2018)

Segundo Peter Wright; Mark J. Kroll e John Parnell (2000):

Além de envolver mais de uma área da organização, as decisões estratégicas geralmente requerem a obtenção e alocação de recursos dimensionados (humanos, organizacionais e físicos). [...] envolvem um longo período de tempo, algo entre alguns anos.

Por esse motivo, a capacidade tecnológica torna-se um recurso necessário para agilizar o gerenciamento das atividades inovadoras na organização (algo de bastante relevância para o mercado), desde o processo de criação até a

entrega do produto ou serviço, visando à satisfação do público consumidor. (VARGAS, et al, 2017)

Os sistemas de informação são responsáveis por manterem com um bom funcionamento o tripé das ações diárias de uma organização: Qualidade dos produtos ou serviços, produtividade com eficiência e eficácia e por fim e não menos importante a participação efetiva no seu segmento de mercado, assim, os sistemas gerenciais trazem para a gestão do dia-a-dia um equilíbrio nas três áreas supracitadas, colaborando com informações fundamentais para a melhor criação de estratégias e tomada de decisões. (OLIVEIRA, 2002)

Destarte, mediante os fatos que comprovam a importância dos sistemas gerenciais para as organizações, chega-se à conclusão de que é urgente a necessidade de se adequar ao mercado e as tendências comportamentais do público alvo. Entretanto, durante o processo de implementação podem surgir aspectos que dificultam a adaptação dos principais usuários do sistema, por esse motivo, deverá ser estudada formas de facilitarem o processo de aprendizagem durante a utilização do sistema.

5 OS DESAFIOS DA ADAPTAÇÃO

Segundo Morin e Aubé (2009): “A palavra adaptação é procurar conhecer como o indivíduo se ajusta a uma situação e se torna apto a nele desenvolver-se”. Tal conceito se encaixa perfeitamente quando tratamos da implantação de sistemas de informação em diversas organizações, pois o processo de mudança em determinadas ações podem gerar dificuldades e desafios a serem superados, uma vez que a cultura organizacional e os hábitos cotidianos serão modificados.

A cultura é responsável por identificar a hierarquia organizacional, demarcar ações, impor formalidades nos processos e exigir aprendizagem dos colaboradores em suas funções para que por meio do cumprimento das atividades diárias o objetivo seja alcançado. Diante disso, pode ser considerada um sistema que molda as ações de seus membros e por assim ser, deverá ser capacitada para suportar mudanças (sejam elas diárias, semanais, mensais ou anuais) com o menor estresse possível. (SROUR, 2005)

Durante a “Mudança”, pode ocorrer, sem dúvidas, um aumento do estresse nos colaboradores, que segundo Chiavenato (2010): “é uma carga de

transtornos e aflições que certos eventos da organização e do entorno provocam nas pessoas”. Por esse motivo a psicologia organizacional deve estar presente de forma ativa no apoio da gestão, criando situações que tornem as transformações dos hábitos mais fáceis de serem adaptadas, pois as organizações são compostas por pessoas e elas são responsáveis por gerenciar os sistemas e por meio deles obterem informações que poderão alavancar ou afundar os resultados. (BANOV, 2009)

Para uma melhor adaptação dos colaboradores a utilização dos sistemas implantados, pode-se utilizar um treinamento prévio e um estudo direcionado à funcionalidade específica do sistema, assim, o exercício de cada função será executado com eficiência, tornando seus colaboradores capacitados e aptos a responderem nas ações diárias com um alto grau de produtividade. (CHIAVENATO, 1999)

6 METODOLOGIA

O presente artigo pode ser classificado como qualitativo. A pesquisa qualitativa segundo Markoni e Lakatos (2011) é:

A escolha de métodos e teorias convenientes; no reconhecimento e na análise de diferentes perspectivas; nas reflexões dos pesquisadores a respeito de suas pesquisas como parte do processo de produção de conhecimento; e na variedade de abordagens e métodos.

Quanto aos procedimentos, o trabalho pode ser classificado como um Estudo de Caso único. Segundo Markoni e Lakatos (2011),: “ O estudo de caso refere-se ao levantamento com mais profundidade de determinado caso ou grupo humano sob todos os seus aspectos”.

A finalidade deste estudo de caso é analisar se o sistema “SCA online” proporcionou melhorias na gestão da empresa Nadarvida Fitness, quais os benefícios da implementação e as dificuldades encontradas durante o processo inicial de utilização do sistema. Tais fatores foram avaliados mediante embasamento teórico e análise das falas dos entrevistados Valdery Paula Neto, proprietário da organização e Alisson Clayton da Silva, auxiliar administrativo. Ambos relataram a utilização do sistema de informação no cotidiano e descreveram com precisão os benefícios e as facilidades de análise mediante as informações disponibilizadas.

A técnica de coleta de dados foi feita por meio de uma entrevista, que segundo Vergana (2009): “é um método de coletar dados que se vale do encontro entre pessoas. Uma delas é a responsável por uma pesquisa [...] do outro lado, tem-se uma ou algumas pessoas que se dispõem a prestar informações necessárias à investigação em foco.”

A entrevista foi realizada no dia 30 de Maio do ano de 2019, no próprio empreendimento, contendo onze perguntas abertas, sete delas para o gestor (Valdery) e quatro delas para o colaborador (Alisson), todas visando a obtenção de informações sobre a usabilidade, benefícios, dificuldades e diferenciais pós utilização do sistema estudo.

A técnica de análise utilizada foi à análise do discurso que segundo Vergana (2006), significa:

Um método que visa não só aprender como uma mensagem é transmitida, como também explorar o seu sentido [...] Analisar o discurso implica considerar tanto o emissor quanto o destinatário da mensagem, bem como o contexto no qual o discurso está inserido.

Durante a realização das perguntas foi possível compreender a funcionalidade do sistema, que por sinal é exclusivo para academias. Mediante as respostas dos entrevistados foi possível identificar a satisfação pós a implementação do sistema SCA online.

7 RESULTADOS

A empresa Nadarvida Fitness, objeto de estudo deste trabalho, iniciou suas atividades apenas com a modalidade de natação, atualmente encontra-se no segmento de mercado de Academia. A organização tornou-se o destaque na região por possuir em seu plantel aproximadamente 10 modalidades diferentes, dentre elas a musculação, hidroginástica, muay thai, jiu-jitsu e entre outras. O grande leque de possibilidades atraiu uma boa quantidade de alunos ativos utilizando suas estruturas.

Vale salientar que ao mesmo tempo em que gera benefícios para a empresa, o destaque trás consigo grandes desafios, dentre eles podemos citar o controle de informações obtidas no cotidiano da empresa, como informações pessoais de alunos, número de matrículas, cadastro de pagamento, controle de

materiais e demais atividades. Não há dúvidas de que apenas no papel não seria possível controlar informações e prestar um atendimento de qualidade para o público alvo da academia, tornando-se impossível ter o controle manual das informações geradas pelos 504 alunos que freqüentam a academia de forma regular, assim, a implantação de um sistema de informação para o gerenciamento da organização foi necessária.

O sistema SCA implantado na Nadarvida é exclusivo para o segmento de academias e tem como ferramentas o controle financeiro, a disponibilidade de acesso aos pacotes mensais e por aula, controle de caixa e recebimentos em espécie, cartões ou cheques, utilização do reconhecimento facial e digital do aluno, opções de montagem de treino, vendas de produtos e vitrine online e por último e não menos importante a oportunidade de estreitar o relacionamento com os clientes, automatizando e facilitando o contato com empresa. Essas funções descritas já fazem parte da nova versão do sistema que passou a ser online, e está em processo de mudança na empresa Nadarvida.

Sem dúvidas, o sistema utilizado proporcionou um avanço e uma melhor organização na gestão da empresa, pois possibilita um acesso mais eficiente das informações e facilita a tomada de decisão do gestor. Foi possível visualizar a grande quantidade de ícones disponibilizados, como por exemplo, o controle de materiais para venda, demonstrando quais os mais vendidos, quantidade de alunos ativos, qual o maior público (Feminino ou masculino), qual o período de maior adesão dos planos criados pela empresa e diversas outras funções que compensam o investimento mensal no sistema, pois se tornou essencial para a gestão do negócio e isso fica evidente mediante a fala do proprietário durante a entrevista realizada no dia 31 de maio do ano de 2019, na própria academia.

Ao ser perguntado se a empresa utiliza algum sistema de informação, o gestor informou: “O nosso sistema hoje é o SCA fit, ele é voltado justamente só para academias. Estou na versão mais nova dele que é online e tinha a versão desktop dele que não era online, mas davam todo auxílio sem precisarem ser online, quando a gente precisava, eles davam todo o suporte”. (Valdery)

Durante a entrevista, no texto supracitado, pode-se perceber que o gestor buscou um sistema específico para o seu ramo de atuação, assim, as informações por ele geradas serão ainda melhores e mais eficientes para a criação de ações para o seu segmento de mercado. Ainda é possível visualizar que a busca pelo

aperfeiçoamento continua, pois, o sistema tornou-se ainda melhor quando disponibilizou a sua versão *online*.

Embora o investimento seja maior, as possibilidades de acesso às informações e o contato entre clientes e empresa passaram a serem feitas de forma mais eficiente, sem necessariamente estar presente na academia, podendo acessar informações, dados e números em tempo real (para o gestor), e o acesso aos treinos criados e disponibilizados no sistema pelos professores (para os clientes). Vale salientar que em ambos os casos (sistema *off-line* e *online*), o suporte é fundamental para que os usuários do sistema utilizem todas as opções disponibilizadas a fim de melhorarem a experiência dos clientes na academia e, como consequência, satisfazer o público-alvo.

Em relação ao que o levou a implementar o sistema em sua academia, o proprietário discorreu sobre os principais motivos: “Precisava do sistema para organizar o dia-a-dia, realmente ver como um negócio, antes disso não tinha como levantar números, parâmetros, ver quantidade de alunos, ainda eram as antigas fichas de inscrição, não tinha fotos”. (Valdery)

Analisando a afirmação acima, pode-se entender a importância do sistema de informação para a organização e controle da gestão de uma empresa. O gestor não utilizava nenhum tipo de sistema que o auxiliasse no processo de tomada de decisão, conseqüentemente suas conclusões eram baseadas apenas no conhecimento empírico, sem nenhum embasamento de informações.

Tal fato evidencia-se no momento em que o próprio empresário relata que não tinha a possibilidade de fazer um levantamento dos números de seu negócio, desde quantidade de alunos, valores a receber, entrada e saída de materiais, meses de baixas e altas e muitos outros acontecimentos que para a gestão são extremamente importantes de se conhecer. Hoje o sistema SCA proporciona diversas ferramentas capazes de colaborar com o crescimento da academia, disponibilizando relatórios específicos sobre cada acontecimento dentro da organização, desde o fluxo de caixa ao controle de alunos por hora que freqüentam a academia.

Já em relação aos benefícios do sistema para a gestão, Valdery demonstra por meio da sua fala as facilidades trazidas pelo “SCA *online*”: “O sistema me auxiliou na questão do caixa, ver realmente o que sai, o que entra, quanto eu posso receber mais a frente, quanto deixei de ganhar, também em relação à gestão

da quantidade de alunos ativos, tomada de medidas em relação a meses de promoção, o que a gente pode fazer, se programar em relação a meses de queda, meses de alta, o que a gente pode fazer”. (Valdery)

Observa-se na fala do proprietário a relevância de se possuir um sistema completo capaz de colaborar no processo de tomada de decisão. Assim, chega-se a um ponto comum com o pensamento de Rezende (2008), que relata que o sistema proporciona um planejamento mais elaborado e por conseqüência as ações criadas terão uma maior chance de alcançar os objetivos traçados por meio de estratégias baseadas nas informações colhidas pelo sistema e entregue de forma simples e objetiva nas mãos da equipe gestora do negócio.

Sobre as dificuldades encontradas durante o processo de implantação do sistema, o gestor relatou o seguinte: “As dificuldades foram cadastrar todos os alunos e repassar para eles a importância de ter o sistema, a gente tinha uns inadimplentes que na fichinha a gente não tinha como cobrar, quando o sistema começou a cobrar eles viram que estava ficando mais organizado, hoje eles sabem que é fundamental (estar com o pagamento em dia). A maior dificuldade foi aprender a usar ele realmente, eles deram um pequeno suporte, mas você tem que mexer realmente. Um dia recente a gente precisou saber dos bairros dos alunos, onde eles estão situados e o sistema me forneceu isso. Se a gente fosse buscar um por um seria uma dificuldade gigante”. (Valdery)

Mediante a análise da resposta supracitada, pode-se compreender e comprovar que durante o processo de mudança cultural dentro de uma organização surgirão dificuldades que podem afetar o rendimento da equipe, tais dificuldades não se restringem apenas aos gestores e colaboradores, mas podem causar insegurança nos clientes, por esse motivo faz-se necessário um maior suporte dos administradores do sistema para com a Nadarvida e, por conseguinte da academia para os seus clientes, pois uma parcela dos usuários do seu negócio possui idade avançada e em muitos casos haverá pouca intimidade com a tecnologia e as vantagens proporcionadas pela academia por meio do sistema “SCA *online*”.

Tal fato pode ser comprovado tendo como base as idéias de Srour (2005), que diz que a cultura organizacional molda as ações dos membros de uma determinada empresa (sejam eles gestores, colaboradores ou clientes), portanto devem ter uma maior atenção para que possam suportar as mudanças feitas no cotidiano organizacional.

Logo após a entrevista com o gestor foram feitas algumas perguntas para o seu colaborador Alisson Clayton da Silva, o mesmo tornou a falar sobre a importância do sistema para as ações realizadas pela Nadarvida Fitness e como utilizava as informações para tirar conclusões sobre as atividades desempenhadas pela academia.

“Minha função hoje é como auxiliar administrativo. O sistema eu utilizo para fazer análise de dados, já que ele me oferece um leque de informações, então eu analiso esses dados e vejo a necessidade de fazermos alguma campanha para a atração de novos alunos. Ele me dá informação de valores de entradas por modalidade, então a gente consegue analisar qual modalidade é mais rentável na academia. Especificamente, a parte de caixa sou eu que cuido, então vejo os valores que entraram no dia, no mês... Enfim, ele vai auxiliar em todas as questões de tomada de decisão dentro da empresa”. (Alisson)

Têm-se, mais uma vez, a confirmação de que o sistema traz consigo benefícios importantíssimos para auxiliar a gestão da academia. As informações disponíveis possibilitam ao gestor e colaboradores terem ciência da atual situação da organização, podendo ser visualizada por meio de números e gráficos.

Algo que chama a atenção é a possibilidade de entender a situação financeira da empresa separadamente por modalidade, desta forma, entende-se qual é a mais e menos rentável de todo o plantel, portanto a criação de ações para atração de clientes torna-se mais fácil, uma vez que é sabido qual o público que mais usufrui da atividade (feminino ou masculino), qual o mês de maior adesão, o que os levaram a escolher a modalidade e qual o motivo da desistência no caso de afastamento das atividades.

Perguntado sobre qual a função que mais lhe agradou no sistema, o colaborador disse o seguinte: “A função do sistema que eu mais gostei, principalmente na parte financeira, ele faz com que eu não precise utilizar algumas planilhas de Excel, a gente tinha um sistema antigo, ele nos ajudava muito na parte financeira, mas a gente ainda tinha que ter algumas planilhas de controle e esse novo sistema online ele vai oferecer pra gente, então ele vai meio que fazer essas planilhas pra gente e isso é uma função que para mim especificamente vai ser muito útil”. (Alisson)

Nessa oportunidade, o colaborador deixa claro em sua fala que a parte financeira chamou a sua atenção, uma vez que anteriormente a implementação do

sistema, utilizava planilhas de Excel para controlar determinados números da organização. Após usar a função financeira, já disponibilizada na primeira versão, sentiu uma maior facilidade de analisar dados. Já na atual versão online, terá ainda mais rapidez na tomada de decisão junto ao gestor, uma vez que o próprio sistema gera em tempo real planilhas prontas para serem analisadas, ou seja, há um ganho de eficiência no tempo empregado para analisar a situação financeira.

Ao ser indagado sobre a decisão de implantação do sistema e sobre a eficiência na gestão após a utilização dos mecanismos tecnológicos, o colaborador deixou a sua opinião, afirmando com total certeza os benefícios da escolha:

“Bom... como eu sou auxiliar, nessa decisão de utilizar esse sistema na empresa, eu acabei participando diretamente em conjunto com o proprietário da empresa (Valdery), e a decisão foi justamente para melhorar a gestão do negócio. Vai trazer muito mais informações do que o antigo (sistema SCA *offline*), que vão auxiliar nas tomadas de decisões da empresa e vai nos oferecer uma maior visualização do que está acontecendo na empresa, porque além de nos trazer informação de todos os alunos faz avaliações dos profissionais da empresa também, então ele nos dá de uma forma geral o que está ocorrendo dentro da organização, então com certeza vai melhorar a gestão, sem dúvida.” (Alisson)

Observa-se no decorrer da fala do colaborador a importância do sistema para o acompanhamento das atividades diárias realizadas pela academia, assim como se pode perceber que todas as decisões tomadas na empresa são em conjunto, tal fato, evidencia a preocupação da gestão em envolver todas as áreas da organização, visando um crescimento uniforme e acelerado dos processos mediante utilização do sistema e das suas informações como embasamento para ações estratégicas.

8 CONCLUSÃO

Ao final do estudo, evidencia-se que a percepção do gestor e do colaborador entrevistados demonstra a importância de uma organização manter-se atualizada às novas tecnologias disponíveis no mercado, pois é por meio delas que se consegue criar diferenciais competitivos que tornem o seu trabalho difícil de ser copiado, desta forma, a organização será referência em seu segmento.

Possuir um sistema de informação deixou de ser um diferencial (embora as conseqüências da sua utilização possam criar diferenciais competitivos) e passaram a ser requisitos para toda organização que deseja atingir o sucesso, uma vez que a quantidade de clientes aumenta a cada dia, as exigências para a perfeição do serviço ou produto são constantes e a concorrência tornou-se mundial devido à globalização. Então não há como entender e interpretar milhares de informações em um curto espaço de tempo sem possuir um sistema de auxílio. Para uma gestão saudável, criativa e eficaz, esse é o segredo.

Dentre as limitações para a realização desse estudo estão as dificuldades de encontrar empresas em Santa Cruz/RN que utilizem ou programem o *Customer Relationship Management* (CRM), sistema de informação voltado para a construção de relacionamento de longo prazo com os clientes, personalizando e agregando valor aos atendimentos (BRAMBILL; SAMPAIO; PERIN, 2008). Por esse motivo, o trabalho foi realizado com base no em um *software Enterprise Resource Planning* (ERP), Sistema de Gestão Empresarial que integra todos os departamentos de uma organização em um único local, possibilitando a visualização de informações que colaborem na tomada de decisão. Tal sistema de informação é utilizado atualmente pela Nadarvida Fitness. (LUDMER; FALK, 2007)

Como sugestão, indicamos a realização de um estudo de satisfação dos gestores, colaboradores e clientes da Nadarvida após um ano de utilização do sistema SCA online, deixando claro se as funções disponibilizadas supriram as necessidades demandadas por cada parte envolvida em todo processo.

REFERÊNCIAS:

BANOV, Márcia Regina. **Psicologia no gerenciamento de pessoas**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BRAMBILLA, Flávio Régio; SAMPAIO, Cláudio Hoffmann; PERIN, Marcelo Gattermann. **Indicadores tecnológicos e organizacionais do Customer Relationship Management (CRM)**: relação entre firma desenvolvedora, firma usuária e preceitos teóricos. *Perspect. ciênc. inf.*, Belo Horizonte , v. 13, n. 2, p. 107-129, Agosto, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento organizacional**: A dinâmica do sucesso das organizações. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Treinamento e desenvolvimento de recursos humanos**: Como incrementar talentos na empresa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

COSTA, Gilberto César Gutierrez. **Negócios eletrônicos**: uma abordagem estratégica e gerencial. Curitiba: Ibpex, 2007.

COSTA, Sandro Bonfim da; CLARO, Danny Pimentel; BORTOLUZZO, Adriana Bruscato. **A influência do valor do cliente na recomendação**: um estudo empírico no mercado brasileiro de previdência privada. *Rev. bras. gest. neg.*, São Paulo , v. 20, n. 2, p. 210-231, Abril. 2018 .

DEMO, GISELA et al . **Marketing de Relacionamento (crm)**: Estado da arte, revisão bibliométrica da produção nacional de primeira linha, institucionalização da pesquisa no Brasil e agenda de pesquisa. *Ram, Rev. Adm. Mackenzie*, São Paulo , v. 16, n. 5, p. 127-160, Outubro, 2015.

DEMO, Gisela; PESSOA, Renata. **CRM na administração pública**: desenvolvimento e validação de uma Escala de Relacionamento com o Cidadão (ERCi). *Rev. Adm. Pública*, Rio de Janeiro , v. 49, n. 3, p. 677-697, Junho, 2015 .

FRANCO, Matheus Eloy et al . **Cenário da tecnologia de informação na gestão da produção de café no sul de Minas Gerais**. Interações (Campo Grande), Campo Grande , v. 19, n. 2, p. 373-385, Junho, 2018 .

LUKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **Metodologia Científica**-6.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

LUKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**: Procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto de relatório, publicações e trabalhos científicos. 7.ed.- 5.reimpr. São Paulo: Atlas, 2010.

LUDMER, Gilson; FALK, James Anthony. **Dinâmica das interações entre ERP e conhecimento organizacional na pós-implementação**: um estudo de caso interpretativo. JISTEM J.Inf.Syst. Technol. Manag. (Online), São Paulo, v. 4, n. 2, p. 151-174, 2007 .

MAÑAS, Antonio Vico. **Administração de Sistemas de Informação**: Como otimizar a empresa por meio dos sistemas de informação. P. 10 e 249. São Paulo: Érica, 1999.

MORIN, Estelle M.; AUBÉ, Caroline. **Psicologia e gestão**. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Sistemas de informações gerenciais: Estratégias, táticas, operacionais**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1998.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Sistemas de informações gerenciais: Estratégias, táticas e operacionais**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

PETER, Wright; KROLL, Mark; PARNELL, John. **Administração Estratégica: Conceitos**. P. 24. São Paulo: Atlas, 2000.

POSER, Denise Van. **Marketing de relacionamento**: Maior lucratividade para empresas vencedoras

REZENDE, Denis Alcides. Tecnologia **da informação e planejamento estratégico**: Alinhamento e integração com a inteligência organizacional privada ou pública. Rio de Janeiro: Brasport, 2008.

RUST, Roland T.; ZEITHAML, Valarie; LEMON, Katherine N. Trad. Nivaldo Montingelli Jr. **O valor do cliente**: o modelo que está reformulando a estratégia corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2001.

SCHONBERGER, Viktor Mayer; CUKIER, Kenneth. **Big Data**: Como extrair volume, variedade, velocidade e valor da avalanche de informação cotidiana. 1.ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

SROUR, Robert Henry. **Poder, Cultura e ética nas organizações**: Os desafios das formas de gestão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 4º reimpressão.

VARGAS, Sandra Martins Lohn et al . **Práticas organizacionais requeridas para inovação**: um estudo em empresa de tecnologia da informação. Gest. Prod., São Carlos , v. 24, n. 2, p. 221-235, Junho, 2017.

VERGANA, Sylvia Constant. **Método de coleta de dados no campo**. São Paulo: Atlas, 2009.

VERGANA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em Administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.