



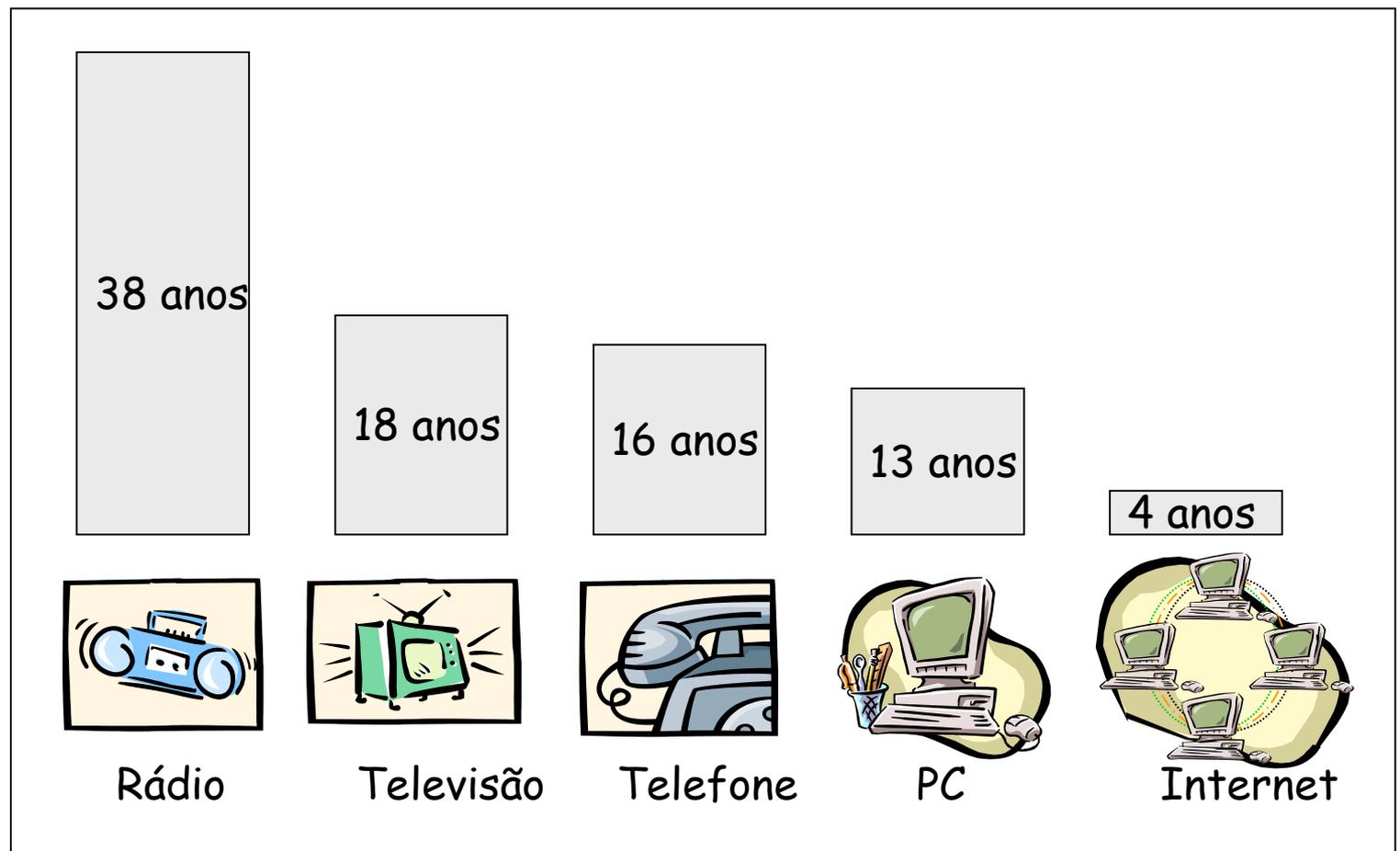
Principais Sistemas de Informação

Prof. Mauricio Pitangueira

INF 025 – SISTEMAS DE INFORMAÇÃO
amspitangueira@outlook.com

Novas TIs e as organizações

Tempo (em anos) para alcançar 50 milhões de usuários



A Internet como um negócio

- ◆ comércio eletrônico: uma nova forma de se fazer negócios
- ◆ desenvolvimento de novos mercados e canais de distribuição
- ◆ o mercado web não diferencia grandes e pequenos (!)
- ◆ possibilita transferir diferentes tipos de conteúdo todo o tempo e em longas distâncias

É preciso considerar não só a tecnologia, mas toda mudança que isto está gerando na forma de fazer negócios.

Internet → Nova economia

... ou seja, a reorganização das empresas, do consumidor, da economia, da própria sociedade, causada pelo novo ambiente criado com a globalização, a desregulamentação e a evolução tecnológica.

"O crescimento ininterrupto da economia nos EUA nos últimos anos tem sido sustentado, em boa parte, pela evolução da internet, que possibilitou maior produtividade, menores custos operacionais e mais empregos".

Allan Greenspan, FED - Federal Reserve

Conceitos básicos

E-business é visto hoje como um termo mais amplo do que o e-commerce: é um 'conjunto de sistemas de uma empresa interligados aos sistemas de diversas outras empresas, interagindo para que o e-commerce aconteça'.

O e-commerce é a parte visível do e-business, a 'ponta do iceberg'; a loja virtual, onde:
pode-se atender um número ilimitado (teoricamente) de clientes;
não há limites no volume de produtos que uma loja pode oferecer (ex. Amazon).

Perspectiva do CE

- Perspectiva de comunicação: CE é distribuição de informação, produtos/serviços ou pagamentos, via linhas telefônicas, redes de computadores ou outros meios.
- Perspectiva do processo de negócio: CE é aplicação de tecnologia na direção da automação das transações e dos fluxos de trabalhos dos negócios.
- Perspectiva de serviços: CE é uma ferramenta que concilia os desejos de empresas, consumidores e gestores para reduzir custos de serviços e ao mesmo tempo melhorar a qualidade dos bens e aumentar a velocidade da distribuição dos serviços.
- Perspectiva online: provê a capacidade de comprar e vender produtos e informação na Internet e outros serviços online.

B2C, B2B, C2C e B2G

- B2C (Business-to-costumer)
 - venda direta para os consumidores finais
- B2B (Business-to-business)
 - negócios entre empresas
 - Usa predominantemente Extranet
- C2C (Costumer-to-costumer) entre consumidores
- B2G (Business-to-government)

Razões para estar online (1)

- ◆ **Expandir o alcance do mercado**
 - Elimina barreiras geográficas - mercado global
 - Facilita a concorrência para as pequenas empresas
 - O cliente tem maiores facilidades de comparar produtos e preços
- ◆ **Gerar visibilidade**
 - Mídia de custo baixo
 - Estar na Internet não é mais algo inovador, já é uma necessidade

Razões para estar online (2)

- ◆ **Fortalecer o Relacionamento nos Negócios**
 - B2B pode simplificar processos e reduzir os custos entre os parceiros de negócios
 - A Internet é mais barata do que a EDI
- ◆ **Poder de resposta**
 - Ex: Trans-O-Flex (sistema de rastreamento das cargas)
- ◆ **Oferecer novos serviços para clientes, parceiros e funcionários**
 - Ex: FAQ, mecanismos de busca na Intranet

Razões para estar online (3)

- ◆ Reduzir custos de propriedade, suporte a serviços e produção
 - Ex: drivers de impressoras (Canon, Epson, HP...)
 - Ex2: show-room da ExhiBit Gallery
 - Reduz gastos com centrais de atendimento
 - Distribuição de informação (economia de papel, impressão e distribuição)

Razões para estar online (4)

◆ Estoque just-in-time

- Através da integração com fornecedores (certos pedidos dos clientes podem gerar automaticamente uma solicitação aos fornecedores)
- Ex: GM Connect integra suas 440 concessionárias e já consumiu investimentos de US\$ 5 milhões. Além de comunicação, o serviço viabiliza o sistema de gerenciamento de estoques chamado 'Auto-giro', que automatiza a reposição de peças com bases em volumes pré-fixados por média histórica de consumo. Começou a funcionar no início do ano e 25% das concessionárias já aderiram e espera-se gerar uma economia de 20% em estoques.

Questões chaves para os gestores

Como interpretar as mudanças no negócio atual ?
Quão rápido isso acontece ?

Pressão dos Competidores

Quais são os competidores-chave nas indústrias ou novos entrantes?

Ameaças Externas

Quais são as opções e prioridades ?

Reengenharia

Como incorporar as mudanças no negócio atual ?

Eficiência e performance

Como planejar as novas estruturas organizacionais ?

Fatores de sucesso

- ◆ Fornecer soluções customizadas com serviços agregados
 - ◆ <http://www.dell.com>
- ◆ Conectar-se a cada cliente
 - ◆ <http://www.amazon.com>
- ◆ Concentrar-se no que conta
 - ◆ <http://www.levi.com.br>
- ◆ Gerir relacionamentos confiáveis
 - ◆ <http://www.cisco.com>
- ◆ Compartilhar conhecimentos desenvolvendo confiança e eficácia
 - ◆ <http://www.boeing.com>

Estratégia de implementação

Etapas:

- ◆ A gerência deve estar envolvida e explicar os benefícios
- ◆ Planejar mudanças, considerar a cultura da empresa
- ◆ Fazer um projeto-piloto
- ◆ Estimar os custos
- ◆ Medir a produtividade
- ◆ Repensar os processos
- ◆ Aprender conforme avança
- ◆ Preparar-se para as resistências

Referências bibliográficas

LAUDON, J. P.; LAUDON, K. C. **Sistemas de Informação Gerenciais**. Ed. Pearson, 2015.

O´BRIEN, J. A. **Administração de Sistemas de Informação**. Ed. MacGraw-Hill, 2012.

Gordon, Steve R; Gordon, Judith R. **Sistemas de Informação: uma abordagem gerencial**. Rio de Janeiro: LTC, 2015

STAIR, R. M. **Princípios de Sistemas de Informação: uma abordagem gerencial**. Rio de Janeiro: LTC, 1998.