



FACULDADE AMADEUS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

DÊNIO ALVES SANTOS
MARCELO SILVA MONTEIRO SOBRAL

**A IMPORTÂNCIA DAS FERRAMENTAS DE TI
PARA AS ORGANIZAÇÕES.**

ARACAJU – SE

2009/02

DÊNIO ALVES SANTOS
MARCELO SILVA MONTEIRO SOBRAL

**A IMPORTÂNCIA DAS FERRAMENTAS DE TI PARA AS
ORGANIZAÇÕES.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como exigência parcial para obtenção do diploma de graduação em Administração da Faculdade Amadeus.

Orientadora: Lidiane Brito Freitas

Aracaju – SE

2009/02

RESUMO

O presente artigo vem destacar os principais recursos que as ferramentas dos sistemas de informação podem proporcionar à gestão das organizações, uma vez que todas as partes trabalham interligadas em busca de um mesmo objetivo. Torna-se mais fácil e mais confiável esse tipo de fluxo de informação, utilizando-se dos avanços da tecnologia atrelados à era da informação, com o propósito básico de habilitar a empresa a alcançar seus objetivos pelo uso eficiente dos recursos disponíveis, pois as informações podem decidir o futuro da organização. Partindo dessa premissa é necessário para um bom desenvolvimento das atividades de qualquer empresa, a utilização de um sistema de informação que garanta maior acesso às informações, com agilidade, organização, redução de custos e segurança quanto à veracidade dos dados.

Palavras-chaves: Sistemas de Informação, tomada de decisão e modernização.

ABSTRACT

This article has highlighted the key features that the tools of information systems can provide the management of organizations, since all parties are working networks in search of a common goal. It is easier and more reliable this type of information flow, using advances in technology coupled with the information age, with the primary purpose of enabling the company to achieve its goals by the efficient use of available resources because the information may decide the future of the organization. From this assumption is necessary for the proper development of the activities of any company, the use of an information system that will provide greater access to information with speed, organization, cost savings and certainty as to the veracity of the data.

Keywords: Information systems, decision making and modernization

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2. DESENVOLVIMENTO	9
3. SISTEMAS DE INFORMAÇÕES	10
3.1 Enterprise Resource Planning – ERP	11
3.2 Customer Relationship Management – CRM	13
3.3 Supply Chain Management – SCM.....	14
3.4 Business Intelligence – BI.....	15
3.5 E-Business.....	16
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	19
5 - REFERÊNCIAS	21

1 INTRODUÇÃO

Há tempos atrás, antes mesmo que os computadores fossem popularizados, os sistemas de informação nas organizações eram baseados em técnicas de arquivamento e recuperação de informações de grandes arquivos de forma manual. Apesar de simples, essa atividade exigia além de tempo, um grande esforço para recuperar e manter todos os dados atualizados, pois todas as informações eram em papéis, o que não possibilitava o cruzamento e análise dos dados com facilidade, o que também não garantia segurança na precisão desses dados, pois a probabilidade de ocorrerem erros era alta.

Hoje, todos admitem que conhecer sistemas de informação é essencial para os administradores, porque a maioria das organizações precisa deles para sobreviver e prosperar. Esses sistemas podem auxiliar as empresas a estender seu alcance a locais distantes, oferecer novos produtos e serviços, reorganizar fluxos de tarefas e trabalho e, talvez, transformar radicalmente o modo como conduzem os negócios. (LAUDON e LAUDON, 2005, p. 04).

Atualmente, poucas são as empresas que conseguem sobreviver sem a utilização de um sistema de informação gerencial, já que a globalização obriga às empresas a fornecerem respostas rápidas as suas demandas. Neste sentido torna-se imperativo a utilização de sistemas de informações que possibilitem aos gestores uma visão ampla do seu negócio. Facilitando assim a tomada de decisão, para obter resultados satisfatórios e eficientes.

Esses sistemas dão suporte às funções como, planejamento, controle e organização, fornecendo informações seguras e em tempo hábil, contribuindo para a redução dos custos das operações, melhoria no acesso às informações, rapidez, menor esforço e maior produtividade e confiabilidade.

Para que as organizações possam usufruir dessas vantagens, é necessário que alguns aspectos sejam observados, como o envolvimento de todas as pessoas ligadas à gestão, a competência de cada uma delas, o uso planejado dos dados e a atenção voltada ao fator humano da empresa.

O propósito básico da informação é habilitar a empresa a alcançar seus objetivos pelo uso eficiente dos recursos disponíveis, portanto, as informações podem decidir o futuro da organização.

Segundo LAUDON e LAUDON (2005, p. 07), um sistema de informação pode ser definido como um conjunto de componentes inter-relacionados que coleta (ou recupera), processa, armazena e distribui informações destinadas a apoiar a tomada de decisões, a coordenação e o controle de uma organização. Além de dar suporte à tomada de decisões, à coordenação e ao controle, esses sistemas também auxiliam os gerentes e trabalhadores a analisar problemas, visualizar assuntos complexos e criar novos produtos.

Tais sistemas têm como finalidade colher os dados e transformá-los em informações úteis, auxiliando o fluxo de trabalho na empresa, facilitando o processo de gestão.

No mercado competitivo atual, as empresas buscam cada vez mais soluções que as diferencie das demais, buscando assim uma singularidade. Por esse motivo, decisões rápidas e corretas são fundamentais para a empresa alcançar bons resultados, sendo necessário otimizar o planejamento e execução das atividades, reduzindo custos operacionais e aumentando a satisfação dos seus clientes e a lucratividade do negócio.

Por isso, cada vez mais a utilização de tecnologias e softwares de última geração possibilitam a modernização das gestões administrativas, atendendo diferentes volumes de utilização, garantindo muitas vezes o sucesso dessas organizações pelos benefícios proporcionados.

Estando a empresa com uma estrutura organizacional sólida, uma meta bem planejada e fazendo o uso correto dos recursos oferecidos pela tecnologia da informação, o sistema de informação gerencial só tem a agregar valores à gestão empresarial no que diz respeito à tomada de decisões.

Para LAUDON e LAUDON (2005, p. 426), “uma infra-estrutura de tecnologia da informação consistentemente forte, pode, no longo prazo, desempenhar um importante papel estratégico na vida da empresa”.

As organizações precisam aproveitar ao máximo os benefícios gerados pelos sistemas de informação, para que possam cada vez mais crescer, facilitando o controle da organização, proporcionando maior produtividade e lucratividade, ao contrário disso, a empresa com um sistema razoável terá limitações nas tomadas de decisões, obtendo resultados insatisfatórios, não atingindo as expectativas e refletindo negativamente para a sua manutenção no mercado.

DESENVOLVIMENTO

BATISTA (2004, p. 22), define sistema como a "... disposição das partes de um todo que, de maneira coordenada, formam a estrutura organizada, com a finalidade de executar uma ou mais atividades ou, ainda, um conjunto de eventos que repetem ciclicamente na realização de tarefas predefinidas".

A busca pela solução de problemas leva os gestores, cada vez mais, a unir as partes que compõem a organização para formar um sistema que dará condições para administrar o todo.

Esse sistema deverá ser alimentado com dados, os quais não podem por si só sustentar a estruturação necessária para tomada de ação, devendo passar por análises e transformações para que assim possam tornar-se úteis, o que é chamado de informação.

PADOVEZE (2000, p. 43) apud NAKAGAWA, evidencia que: "informação é o dado que foi processado e armazenado de forma compreensível para seu receptor e que apresenta valor real percebido para suas decisões correntes ou prospectivas".

Da perspectiva de uma empresa, o sistema de informação é uma solução organizacional e administrativa baseada na tecnologia de informação para enfrentar um desafio proposto pelo ambiente. A análise dessa definição deixa clara a ênfase sobre a natureza organizacional e administrativa dos sistemas de informação: para entendê-los, o administrador precisa conhecer as dimensões mais amplas da organização, da administração e da tecnologia de informação dos sistemas, e seu poder de fornecer soluções para os desafios e problemas no ambiente empresarial (LAUDON e LAUDON ,2005, p. 09).

Tendo essa visão de empresa e de tecnologia, torna-se necessário um estudo aprofundado de qual sistema ou conjunto de sistemas melhor se adapta a realidade de cada estrutura organizacional. Portanto é necessário que se busque conhecer mais profundamente cada uma dessas estruturas.

3. SISTEMAS DE INFORMAÇÕES

Os sistemas de informações, também chamados de (SI) têm papel fundamental nas organizações, é através deles que um administrador consegue ter um acesso mais fácil às informações no que diz respeito aos aspectos de sua organização. A correta administração dessas informações é fundamental para seu sucesso, pois, com base nelas os executivos podem decidir o rumo da empresa.

Segundo O'Brien (2003) SI "é um conjunto organizado de pessoas, hardware, software, redes de comunicações e recursos de dados que coleta, transforma e dissemina informações em uma organização."

Já outros doutrinadores, a exemplo de Laudon e Laudon (2004) definem que um sistema de informação é tecnicamente como um conjunto de componentes inter-relacionados que coleta (ou recupera), processa, armazena e distribui informações destinadas a apoiar a tomada de decisões, a coordenação e o controle de uma organização. As características dos sistemas de informação já denotam sua principal vocação que é a de fornecer informações para o controle e para agilidade na tomada de decisão.

A necessidade de obter informações faz com que as organizações preocupem-se em absorver dados das mais diversas formas, maneiras e fontes. O grande problema é que, muitas vezes, isto acontece sem a preocupação com a coerência dos dados, o que pode ocasionar significativos problemas para as futuras análises. Até porque, a qualidade da decisão depende das informações que estão disponíveis no momento em que ela é tomada.

Para Chiavenato (2000) tomada de decisão é o "processo de análise e escolha, entre várias alternativas disponíveis, no curso de ação que a pessoa deverá seguir". Assim, informações desencontradas e desatualizadas irão afetar neste processo. Portanto, a organização deve ter extremo cuidado ao coletar dados, certificando-se de que não existam ruídos ou incoerências.

Opções incorretas podem prejudicar e até sacrificar uma organização. Devido a isso é necessário que a empresa planeje suas ações antecipadamente.

Rezende (2003) afirma que “o planejamento estratégico é fundamental para a sobrevivência das organizações que estão preocupadas com sua inteligência empresarial ou organizacional”. A tecnologia de informação é essencial para as empresas. Audy e Brodbeck (2003) afirmam: “atualmente não faz mais sentido discutir se a T.I. é estratégica ou não, sendo a questão deslocada para como utilizar a T.I de forma alinhada à estratégia organizacional”. É fundamental o planejamento da TI antes de sua utilização para evitar que a organização corra riscos desnecessários, pois o uso crescente da TI, ao mesmo tempo em que potencializa a capacidade das organizações em obter, manter ou combater vantagens competitivas, também eleva os riscos de gestão inerentes a qualquer tipo de decisão e ação. (Mc GAUGHEY, SYNDER e CARR, 1994 apud REZENDE, 2003).

É de extrema importância, o uso de ferramentas computacionais e métodos para gerenciar informações e para a integração entre os sistemas, fazendo com que numa mesma tela ou relatório possa se obter o conhecimento de todas as áreas da empresa. E essas informações podem reduzir o custo de produção, diminuir o tempo de resposta ao mercado ou agilizar e incrementar as vendas.

Nesta conjuntura veremos agora como cada sistema ou método pode se encaixar dentro das necessidades e desafios de uma organização.

3.1 Enterprise Resource Planning – ERP

O ERP é um sistema operacional de uma empresa, semelhante ao que é o sistema operacional Windows para as operações internas de um escritório. (KALOTA; ROBINSON, 2001 apud O'BRIEN; 2004).

O'Brien complementa dizendo que o ERP, é um sistema interfuncional que atua como uma estrutura para integrar e automatizar muitos dos processos de negócios. Mattos (2005) coloca que os sistemas integrados recebem o nome de ERP (enterprise resource planning), ou Planejamento de Recursos da Empresa, mas na realidade quem faz o planejamento dos recursos são as pessoas e não as máquinas.

Laudon e Laudon (2004) e Mattos (2005) citam alguns benefícios e desafios ou desvantagens dos sistemas integrados como os ERPs. Os benefícios mais visíveis são:

- Aumento da capacidade de tratamento das informações;
- Agrupamento da corporação mesmo através das distâncias geográficas;
- Rapidez na obtenção dos dados;
- Dados padronizados;
- Integração de processos internos;
- Confiabilidade nos relatórios;
- Maior controle sobre a organização;

As desvantagens ou desafios mais identificados são:

- Alto custo;
- Alteração no modo de operação das empresas;
- Tempo de implantação demorado;
- Funcionários terão de assumir novas funções ou responsabilidades;
- Insegurança dos funcionários
- Perda da flexibilidade;

Davenport (2002) afirma que o termo ERP (Enterprise Resource Planning), pelo fato de ter sua origem na área de produção, surgiu a partir de uma modificação do termo MRP (Manufacturing Resource Planning). Porém o autor acredita que este termo não é o mais apropriado, devido ao fato de estes sistemas não estarem focados apenas neste processo.

Os sistemas ERPs são sistemas que podem integrar todo o conjunto de atividades de uma organização, desde o chão de fábrica, passando pelo financeiro até o pós-venda. Com todas as áreas da empresa integradas é possível tornar ágil e eficiente o fluxo de informações da organização além de ser possível obter relatórios gerenciais de cada setor ou de diversos setores em conjunto com apenas um software.

3.2 Customer Relationship Management – CRM

Para Oliveira (2001) uma iniciativa CRM objetiva criar o melhor relacionamento possível com o cliente, não apenas na venda, mas em todo o ciclo de vida do cliente com a empresa. CRM (Customer Relationship Management) é o mais recente conceito na evolução de ferramentas capazes de fazer diferença na disputa implacável por mais competitividade nos negócios e no relacionamento com os clientes que as empresas podem implementar.

Segundo o Gartner Group, Customer Relationship Management, ou gestão do relacionamento com o cliente, é uma filosofia administrativa voltada a entender e antecipar as necessidades de clientes atuais e potenciais da empresa para que o relacionamento com o cliente seja mais duradouro e rentável para a empresa. (PEPPERS & ROGERS GROUP, 2004 apud SILVA E GARDESANI, 2005).

O CRM permite à empresa obter dados referentes a clientes que podem desencadear em novos serviços e produtos ou aperfeiçoamentos nos atuais serviços prestados ou produtos existentes, além de surpreender o cliente com um pós-venda mais eficaz e direcionado às necessidades de cada cliente em específico. Campanhas de publicidade podem surgir diante dos dados obtidos através de um CRM. Além disso, a organização pode direcionar seu foco à qualidade de atendimento ao cliente, atingindo e superando as expectativas dos mesmos.

A importância da utilização de CRM dentro das organizações ocorre devido ao grande poder de alcance da Internet e a globalização econômica. Hoje, a organização disputa mercado com empresas de todo o mundo e o cliente através da Internet, pesquisa por novos produtos e serviços que atendam ou superem suas expectativas com apenas alguns cliques. De modo que se a organização não dispuser de dados e informações sobre seus clientes, estará ameaçada de perdê-los para quem as obtiver.

O CRM trabalha de forma estratégica auxiliando o processo de tomada de decisão da empresa no tocante as relações entre essa e os seus clientes. Sendo assim, podemos concluir que através do gerenciamento das relações com o cliente realizado pelas organizações é possível estabelecer uma relação de confiança entre

eles. Além disso, com tal gerenciamento pode-se compreender e oferecer o que é mais conveniente através de novos produtos e serviços que satisfaçam os anseios e necessidades dos clientes.

3.3 Supply Chain Management – SCM

Um estudo da Dextron Management Consulting (2003) define SCM como metodologia que alinha todas as atividades da cadeia de fornecimento de forma concomitante e sincronizada. Dessa forma, conceituam-se também os principais termos:

- **Cadeia de valor (value chain):** Conceito criado por Michael Porter para definir o conjunto de atividades desenvolvidas dentro de uma empresa, do início do processo de planejamento de produção até o produto chegar ao consumidor final. O conjunto de cadeias de valor de diferentes empresas, que já foi chamado por Porter de “sistema de valor”, hoje recebe o nome de “rede de valor”.

- **Cadeia de fornecimento ou suprimento (supply chain):** Envolve atividades mais ligadas à produção física e movimentação, do fornecedor até o cliente, ultrapassando, portanto, as fronteiras de uma empresa.

- **Cadeia de demanda (demand chain):** Envolve atividades ligadas à demanda dos clientes, tais como comercialização, gestão de canais, atendimento e assistência, garantindo que a oferta de valor esteja alinhada com as necessidades dos clientes.

Souza (2004) coloca que SCM ou Gestão da Cadeia de Suprimentos representa uma promissora visão expandida, atualizada e, sobretudo, holística da administração de materiais tradicionais, abrangendo a gestão de toda a cadeia produtiva de uma forma estratégica e integrada. Coloca também que o SCM introduz uma importante mudança no paradigma competitivo, na medida em que a competição no mercado ocorre, de fato, ao nível das cadeias produtivas e não apenas ao nível das unidades de negócio.

A utilização do SCM pode representar um ganho em relação ao estoque físico de matéria prima na organização, a agilidade na compra de insumos e na seleção de fornecedores, ampliação na capacidade produtiva, eficácia no sistema de

encomendas e rapidez na tomada de decisões em caso de imprevistos. Dessa forma ganha a empresa com a redução de custos e ampliação da produção e ganha o cliente com produtos entregues com maior qualidade e rapidez.

3.4 Business Intelligence – BI

O uso de ferramentas como ERPs e CRMs para geração de dados não terá utilidade se não houver a geração de conhecimento e informações úteis à tomada de decisões da organização. Esse é o papel principal do Business Intelligence ou Inteligência de Negócios, agrupar os dados gerados em outros sistemas para viabilizar ao gestor decidir os rumos de sua empresa. Essa característica remonta a antiguidade aonde exércitos e trabalhadores rurais já se baseavam em informações anteriormente colhidas para decidir a melhor forma de ataque ou os melhores dias para efetuar a plantação ou colheita.

BI é a utilização de variadas fontes de informação para se definir estratégias de competitividade nos negócios da empresa, com a definição de regras e técnicas para a formatação adequada de grandes volumes de dados, visando transformá-los em depósitos estruturados de informações. Esses dados poderão ser originados das técnicas de “garimpo” de informações via Inteligência Competitiva, ou de fontes conceituais como Gestão do Conhecimento (BARBIERI, 2001, apud RAUTER, VANTI, 2005).

O conceito de Inteligência de Negócios (Business Intelligence – BI), de forma mais ampla, pode ser entendido como a utilização de várias fontes de informação para definir estratégias de competitividade nos negócios. O grande problema empresarial é a grande quantidade de dados disponível, provocando dificuldades na extração de informações, dificultado dessa forma o processo de tomada de decisão.

As informações vitais para tomadas de decisões estratégicas estão escondidas em milhares de tabelas e arquivos, ligadas por relacionamentos de correlações transacionais, em uma organização inadequada para o estabelecimento de decisões. O objetivo maior das técnicas de BI, neste contexto, está exatamente na definição de regras e técnicas para a formatação adequada destes volumes de

dados, com a finalidade de transformá-los em depósitos estruturados de informações, independentemente da sua origem. (REZENDE, 2005).

Os maiores benefícios do ambiente de BI, além da razão técnica representada pela simplificação, visão global dos dados consolidados em um DataWarehouse, se relacionam com a possibilidade de se pensar sobre as questões estratégicas da organização e projetar o seu futuro através de cenários fundamentados em dados precisos do presente e do passado. Uma outra visão do conceito de Business Intelligence, aplicada aos negócios é a que se refere ao tipo de informação “granular” que o administrador de um ramo de negócios procura.

Exemplifica-se com a análise da tendência das vendas, hábitos de compras e outras chaves de performance métricas de uma organização (MCGEEVER, 2000 apud RAUTER, VANTI, 2005).

A implantação e utilização do BI é um tanto onerosa, mas também vantajosa se utilizada corretamente. Em uma organização pequena ou média a avaliação do custo benefício deve ser levada em conta antes de sua utilização. Os benefícios que seu uso pode trazer vão principalmente ao encontro da agilidade na tomada de decisões e principalmente na segurança da tomada de decisão.

3.5 E-Business

Para Elias e Fabre (2002) o conceito de e-Business representa o Comércio Eletrônico e todas as novas metodologias que foram incorporadas a ele. O e-Business é considerado mais amplo do que o e-Commerce. Ele representa um conjunto de sistemas de uma empresa interligados aos sistemas de diversas outras empresas via Internet, interagindo para que o e-Commerce aconteça. Utiliza tecnologia para redefinir velhos modelos de negócios de forma a maximizar o valor do serviço ou produto oferecido para o cliente. O e-Commerce hoje é considerado como a parte visível do e-Business.

Exemplo de e-Commerce: Uma loja virtual com diversos produtos e serviços onde pode-se atender um número muito grande de clientes em pouco tempo e todas as suas tecnologias de Hardware e Software, questões legais, processos de encriptação e proteção de privacidade;

Exemplo de e-Business: Metodologias, organização, cenário e processos de negócios em que esta loja virtual atua, como por exemplo : e-CRM, e-Learning, e-Procurement, BI, Data Warehouse, Data Mining, Sistemas de Suporte a Decisão, Supply Chain, B2B, B2C, C2C, e-Marketing, e-Auctioning, e-Banking, e-Directories, e-Engineering, e-Franchising, e-Gambling, e-Mailing, e-Operational Resources Management, e-Trading e outros.

Em síntese, Saab et al (2000) defende que a terminologia utilizada na “nova economia” vem sendo, aos poucos, consolidada, como é o caso do termo “EBusiness”.

Tendo em vista a amplitude das atividades empresariais que estão sendo desenvolvidas por meio da Internet, essa expressão tem sido utilizada, no sentido de englobar os termos “E-Commerce” e “E-Services”.

O termo E-Commerce, por sua vez, tem sido referido tanto às vendas das empresas para os consumidores finais, quanto às transações entre empresas. Desta forma, tem-se o Business-to-Consumer (B2C), ou seja, realização de negócios pela Internet, entre a empresa e o consumidor final, e o Business-to-Business (B2B), que se refere à realização de negócios entre as empresas, pela Internet. Outros termos, como “E-Procurement”, referindo-se às aquisições realizadas pelas empresas, através da Internet, e “E-Strategy”, referindo-se às estratégias de atuação das empresas na Internet, vêm sendo incorporados.

A agilidade e facilidade de realizar transações à distância têm feito com que essa nova forma de negócio venha cada vez mais conquistar novos adeptos. Um caso típico do uso desta técnica seria alinhado com um SCM, aonde durante o processo de produção, o sistema utilizado pela organização detectar que o estoque mínimo de uma determinada matéria-prima foi atingido e automaticamente disparar um pedido de orçamento aos fornecedores previamente cadastrados e selecionados pelos administradores. Ganha-se tempo e economia com seu uso, pois em nosso exemplo não será necessário o deslocamento ou ligações telefônicas do empresário para o fornecedor, o deixando livre para preocupar-se com sua empresa.

Além de agilidade nas compras seu uso pode incrementar vendas através de uma loja on-line, melhorar o pós-venda com atendimento virtual e disponibilização de manuais técnicos. Até

mesmo o governo aderiu ao negócio eletrônico através da realização dos leilões on-line, reduzindo assim os custos da máquina pública. Estes são apenas alguns exemplos do uso do e-business, mas suas capacidades ainda não estão inteiramente exploradas e cabe aos administradores e gestores de TI buscarem todo o seu potencial.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A dependência das informações torna o uso dos sistemas de informação algo essencial para a sobrevivência das organizações, seu correto uso deve trazer benefícios a curto, médio e longo prazo para os empresários. Porém a aplicação da Tecnologia de Informação precisa ser moldada de acordo com as necessidades de cada organização. Empresas que pretendem investir em TI precisam estar cientes de que qualquer projeto deve estar alinhado com os objetivos do negócio. A forma de uso e os benefícios dos sistemas de informação estiveram presentes neste artigo. Vimos que a utilização de sistemas de gestão de clientes visa adquirir maior conhecimento sobre o cliente, podendo com isso alterar a forma de atendimento e efetuar mudanças nas estratégias de publicidade e marketing voltadas às necessidades de cada cliente. Podemos ver que as adoções de métodos SCM podem diminuir o custo da produção diminuindo a necessidade de estoque de produtos e matéria prima, além de permitir um atendimento ao consumidor final com maior eficiência.

As novas tecnologias de e-business e sistemas de gestão integrada (ERP) podem aumentar a lucratividade de uma organização, e seu uso correto converte-se em vantagem competitiva frente aos concorrentes. Atingir mercados antes inexplorados, efetuar parcerias e reuniões com fornecedores de outros estados e países sem custo de deslocamento são possíveis com o advento da Internet e do e-business.

Ter em um único sistema, os dados e as informações sobre a realidade da empresa, reduzindo custos e tempo na tomada de decisão é possível com a adoção de um ERP coligado com as tecnologias e metodologias de Business Intelligence.

Tempo é dinheiro e para as organizações o lucro é a finalidade principal de sua existência. Tendo isso como base, é essencial que as empresas adotem sistemas de informação ajustados com suas metas e objetivos.

O desafio para os gestores é identificar as melhores práticas no contexto de negócios em cada empresa, diferenciando modismos de realidade. Na maioria das vezes, infelizmente, o orçamento é reduzido, enquanto a alta gerência exige resultados concretos. Optar por ficar fora da revolução nos negócios pode ter conseqüências ainda piores. A empresa ideal será aquela que entre todas as variáveis conseguir integrar o melhor dos negócios real e eletronicamente.

5 REFERÊNCIAS

- ALBERTIN, Alberto L. **Comércio Eletrônico**: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- AUDY, Jorge Luis Nicolas; BRODBECK, Ângela Freitas. Sistemas de Informações, Planejamento e Alinhamento Estratégico nas Organizações. São Paulo: STS, 1998.
- BATISTA, Emerson de Oliveira. Sistema de Informação: O Uso Consciente da Tecnologia para o Gerenciamento. Ed. Saraiva. São Paulo, 2004.
- CHIAVENATO, Idalberto. Administração nos novos tempos. São Paulo: Campus, 2000.
- DAVENPORT, Tomas H. Missão Crítica – Obtendo Vantagem Competitiva com Sistema de Gestão. Ed. Bookman, Porto Alegre, 2002.
- GATES, Bill. A Empresa na Velocidade do Pensamento. Ed. Schwarcz Ltda. São Paulo, 1999.
- LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. Sistemas de Informação Gerencial: administrando a empresa digital. 5 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- MARTINS, Edson Gonzalez. A Gestão da Informática nas Empresas. Ed. CenaUn. São Paulo, 1998.
- MATTOS, Antonio Carlos M. Sistemas de Informação: uma visão executiva. São Paulo: Saraiva, 2005.
- O'BRIEN, James A. Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da Internet. Tradução Célio Knipel Moreira e Cid Knipel Moreira. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
- OLIVEIRA, Wilson. CRM e E-business. Rio de Janeiro: Edições Centro Atlântico, 2001.
- ELIAS, Guilherme Steinberger; FABRE, Recímero César Fabre. O Desdobramento do e-Business. Mestrado Profissional - IC – UNICAMP, 2002.
- Estudo Brasil – Dextron Consulting. Os 7 fatores de sucesso do SCM. 2003. Disponível em: <http://www.hsm.com.br>.
- Sistema de Informação Gerencial. Disponível em www.administradores.com.br/artigos. Acessado em 07 de agosto de 2009.