

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÕES

SUPPORTANDO A ESTRATÉGIA COMPETITIVA EMPRESARIAL

TURMA 2LOG

E02

Paula de Souza Costa, 25271*

NOTA 7,0/7,0

Andressa Moraes da Silva, 25272

Mayara Cristine Fernandes dos Santos, 25267

Silvana Alves Vieira, 25144

RESUMO

O objetivo deste estudo é mostrar o quão importante é a existência da Tecnologia da Informação e Comunicações na rotina das organizações, e o que as empresas são capazes de alcançar através da mesma. Nesta pesquisa é proporcionado um melhor entendimento sobre como as empresas funcionam e como estão organizadas diariamente.

Para melhor compreender-se sobre uma empresa, foi utilizado neste estudo exemplos do cotidiano, como funciona a gestão empresarial e quais são suas estratégias aplicadas perante ao mercado de trabalho. Além disso, ao decorrer deste trabalho será possível reconhecer quais são as funções dos setores empresariais, como estão organizados e de que maneira trabalham em conjunto.

Será possível compreender como se organiza um setor de TIC e entender que o mesmo passa a ser muito mais do que uma simples internet e manutenção de aparelhos, podendo assim reconhecer as missões dentro de uma empresa e seu principal objetivo. Além de dar o devido mérito a importância da área de TIC.

Palavras-chave

Empresarial. Estratégia. Logística. Tecnologia da Informação.

Campinas, SP

2018

1 INTRODUÇÃO

Desde a sua origem, a Tecnologia da Informação e Comunicações (TIC) é de grande importância no contexto histórico e econômico, pois proporcionou que o mundo se tornasse globalizado, trazendo uma aproximação entre as informações e o mercado empresarial. Porém, para chegar na proporção que se tem nos dias atuais a TIC percorreu um trajeto de algumas mudanças e inovações.

As empresas tinham uma visão estreita do modo no qual podiam utilizar a TIC, e somente ficavam em seu mercado, em sua rotina, com seus departamentos trabalhando sem um fluxo de informações eficientes. Tudo isso passou por uma transformação e com a chegada da globalização as empresas foram forçadas a implementar algo estratégico, que iria mudar seu processo e a manteria no mercado atual. (CRUZ, 2008).

A TIC começou a evoluir com a chegada das novas tecnologias e assim então surgiram os softwares de sistemas, que foi a alavanca para a evolução Logística em seus processos. Esse sistema diferenciava uma organização da outra e partir de então só continuou crescendo. As funções internas foram integradas e o foco principal agora era o cliente. (CRUZ, 2008).

O mercado expandiu-se, a competitividade iniciou-se, novos produtos foram criados e o que já existia foi melhorado e conseqüentemente os clientes começaram a ter outras opções com custo e benefícios melhores. Outro aspecto que é importante ressaltar, é as empresas estrangeiras que entrou no Brasil, aumentando ainda mais a rivalidade entre elas. Portanto, os donos de grandes empresas precisaram ter uma visão mais ampla do mercado como um todo. (CRUZ, 2008).

Dessa forma, para que a organização não sofra um impacto em suas operações, é de grande importância que se tenha um planejamento estratégico que as diferencie das demais. Uma delas é a implantação de um sistema logístico de acordo com o ramo de atuação da empresa com o objetivo de reduzir custos.

Ao longo do trabalho será visto também quão importante se faz a organização empresarial dentro de uma empresa, para que se tenha uma boa funcionalidade das operações e alcançando seus objetivos estratégicos. Portanto será apresentado uma estrutura padrão organizacional de uma empresa, com setores específicos e suas

ramificações com funções que cada uma exerce e a TIC com o seu departamento essencial e importante, dando suporte a outras áreas e sendo responsável por todo seu funcionamento sem estar junto a outro setor.

1.1 Tema Geral

Tecnologia da Informação | Estratégia Competitiva

1.2 Problematização

A Tecnologia da Informação e Comunicações (TIC) é uma área relativamente recente. Em especial, se for considerada sua contribuição às organizações empresariais. Na sua origem como suporte às operações na II Grande Guerra Mundial (1939 – 1945) e, posteriormente, como suporte às atividades financeiro-contábeis entre as décadas de 1950–1980 – quando era conhecida simplesmente como Processamento de Dados – atualmente a TIC vem se tornando cada vez mais estratégica para as grandes corporações em sua luta para manterem-se na liderança dos mercados extremamente competitivos e globalizados onde atuam.

Algumas questões fundamentais se colocam para a compreensão da importância da adoção das TIC:

P₀ Porque as empresas são criadas?

P₁ Como as empresas se mantêm competitivas nos atuais mercados globalizados?

P₂ Quais as principais funções empresariais?

P₃ Qual estrutura de TIC é necessária para suportar estas funções empresariais?

P₄ Quais aplicativos de software suportam as necessidades de informação destas funções?

P₅ Quais tecnologias de banco de dados podem ser usados como suporte e complemento ao software?

P₆ Quais recursos de infraestrutura são necessários para suportar a estrutura de TIC?

P₇ Qual é a importância da TIC para as organizações empresariais modernas?

P₈ Porque o Administrador deve conhecer os recursos e a aplicação da TIC nos negócios?

1.3 Justificativa

A pesquisa se justifica ao permitir que os alunos aprofundem-se nos conceitos da Tecnologia da Informação e Comunicações ao conhecer as tecnologias (de hardware e software) que contribuem e impactam as operações das organizações.

1.4 Objetivos

1.4.1 Gerais

1. Aprofundar o conhecimento sobre tecnologia da informação e comunicações.

1.4.2 Específicos

1. Clarificar o papel da TIC como parte fundamental na estratégia competitiva das organizações;
2. Entender a importância da TIC para a Administração das organizações empresariais;
3. Tomar contato com os conceitos fundamentais da TIC;
4. Conhecer as tecnologias da informação e comunicações disponíveis para suportar cada função empresarial moderna;
5. Compreender o impacto do uso adequado da TIC nos resultados empresariais.

1.5 Metodologia

Segundo a definição de Sampieri, Collado e Lucio, (2006, p. 99-100), este trabalho apresenta os resultados de um estudo exploratório e pesquisa qualitativa, realizados a partir de uma revisão de literatura técnica em fontes primárias e, esporadicamente, secundárias. Estas fontes são, em sua maioria, livros e alguns artigos sobre o tema tecnologia da informação e comunicações.

2 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÕES

Durante muito tempo as empresas não tinham uma ideia ampla sobre o uso da Tecnologia da Informação e Comunicações (TIC) e não era aplicada de forma centralizada e inteligente, o setor que as organizações menos investiam. Entre as décadas de 1960 e 1990 o modo de ver a TIC, era basicamente um método de custo muito alto, com computadores de grande porte que geravam um gasto elevado para poder manter nas condições necessárias que era preciso e não eram todos os usuários que tinham fácil acesso, por isso que existia um distanciamento muito grande entre a empresa e o cliente. (CRUZ, 2008).

Na Era da Informação a TIC não se chamava assim quando começou a ser utilizada, era conhecida simplesmente como o Centro de Processamento de Dados (CPD), como se chamava onde ficavam os computadores e trabalhavam os analistas, os que processavam as requisições, os controladores e programadores. Os arquivos e informações eram todas em papéis e processos com milhares de páginas e volumes, guardadas em caixas e enviadas ao arquivo morto depois de algum tempo, gerando uma dificuldade para transmitir e disponibilizar informações quando solicitada. (NOGUEIRA, 2012).

Esse era o cenário da TIC naqueles tempos, até invadir não só o meio empresarial, mas também, os seus clientes e fornecedores, tomando uma proporção maior. Foi então que a evolução surgiu e o processamento se tornou sistema, onde começou a ser mais conhecido e utilizado, contendo informações e dados necessários para os setores, auxiliando na rotina Administrativa até Operacional. (NOGUEIRA, 2012).

A TIC tem o papel fundamental nos dias de hoje para todas as empresas que tem como base o planejamento estratégico. Pensando nisso, as empresas que buscam estar dentro da tecnologia e se manterem no mercado, é necessário saber qual é o tipo de estratégia que irá adotar e se vai ou não usar os novos canais de comercialização, portanto a TIC precisa estar alinhada junto aos demais setores, pois estará contribuindo com toda a organização.

Para dar início, é importante que tenha um estudo do perfil da empresa e principalmente como ela funciona, só então assim poderá traçar um planejamento estratégico para conseguir ser referência no mercado competitivo. É importante

ressaltar que para implementar um sistema de informações dentro de uma empresa é essencial que tenha um conhecimento de qual é o processo, enxergar onde ela quer chegar e o que irá diferenciá-la das demais. (NOGUEIRA, 2012).

Portanto, para que a TIC reduza os custos e consiga aplicar um planejamento estratégico, é fundamental que ela esteja estruturada e organizada, só então assim trará benefícios para empresa. Um dos seus benefícios é melhorar a informação entre os setores, aos seus clientes e fornecedores, com informações precisas, úteis, acessíveis e em tempo real, proporcionando um serviço de qualidade. (NOGUEIRA, 2012).

2.1 Fundamentação Teórica

2.1.1 Estratégia

Estratégia é estar antenado a concorrência para reagir rapidamente as mudanças no mercado, ou seja, adotar medidas e se comparar continuamente aos concorrentes para alcançar os melhores resultados e práticas, de modo a desenvolver novas técnicas para permanecer sempre à frente dos concorrentes. (PORTER, 1986).

GESTÃO ESTRATÉGICA: Aborda desde a motivação e conceituação da estratégica até suas tendências e formulação mais complexas.

PLANEJAMENTO: Há muito tempo as empresas utilizavam o processo de planejar para saber onde, quando e como elas alcançariam seus objetivos gerais e específicos, e desta forma com o passar dos anos, as organizações veem utilizando o planejamento como uma poderosa ferramenta de competitividade em elevado grau de escalas, proporcionando assim para ela status de “águia” da administração ou quando não utilizada de forma correta se posicionando como “tartarugas”.

Ferreira, (2002, p.538), determina que “Planejar é fazer o plano ou a planta de projetar, traçar, tencionar, projetar e ou elaborar plano”.

MISSÃO: “A missão é razão de ser da empresa. Neste ponto procura-se determinar qual o negócio da empresa, por que ela existe, ou, ainda, em que tipos de atividades a empresa deverá concentrar-se no futuro. Aqui se procura responder à pergunta básica: “Aonde se quer chegar com a empresa?” (OLIVEIRA, 2007).

VISÃO: A visão é a perspectiva da empresa a longo prazo, onde a empresa pretende chegar dentro de um prazo determinado objetivo se guiando conforme os seus valores e filosofias, visando melhoria e domínio em sua área de atuação e prestação de serviço. (OLIVEIRA, 2007).

2.1.2 Principais Funções Empresariais

Quando se observa uma empresa, se bem analisado, percebe-se que para todo o seu desenvolvimento crescente existe um organograma organizacional a se seguir. As áreas, por mais diferentes funções que tenham, necessitam trabalhar em certa sincronização e não ser dependentes de si próprias. Independentemente de sua posição em todo o modelo estratégico, cada uma mantém sua total importância funcional. (REGO, 1986).

CEO: Ao topo de um organograma empresarial encontra-se o *Chief Executive Officer* (CEO), o mesmo tem como responsabilidade ser o diretor executivo de uma empresa, podendo ocupar esse cargo o próprio dono da mesa ou uma pessoa devidamente contratada. Suas principais funções são supervisionar a empresa “da porta para fora”, ou seja, o objetivo de quem ocupa esse cargo é cuidar da situação em que a corporação se encontra em relação ao mercado; criar parcerias chave e aumentar o número de fornecedores para que a mesma continue em evolução; estudar quaisquer concorrentes e assim desenvolver um planejamento correlacionado aos mesmos; observar para onde o mercado está expandindo estudando as tendências. Sendo assim pode se concluir que um CEO é mais estratégico por olhar para fora da companhia buscando sempre o caminho certo para manter o crescimento empresarial. (REGO, 1986).

ADMINISTRAÇÃO: Cuidando também da parte estratégica da empresa está a Administração que tem como função principal cuidar da parte interior de uma empresa. Enquanto o CEO cuida da parte de estratégica de mercado a Administração traça objetivos, conseqüentemente metas e planos, cria planejamentos estratégicos, táticos e operacionais, definindo como alcança-los interiormente. Tem também como encargo a organização estrutural dentro da empresa, distribuindo autoridades em departamentos dividindo suas responsabilidades. Além dos Recursos Humanos, a Administração também tem como atribuição a gestão de pessoas, onde se compromete com o saber em lidar com cada um, além de tratar também dos

desligamentos da organização. Cria uma certa conexão entre todos os departamentos para que sejam bem coordenados e não trabalhem independentemente. Por último avalia e controla todas as ações concluídas para analisar se os objetivos estão alcançados. (REGO, 1986).

COMÉRCIO EXTERIOR: Ligado, indiretamente, a Administração está o setor de Comércio Exterior que tem por papel a compra e vendas de produtos entre a empresa e governos de outros países, acompanhando cada acontecimento internacional, tanto políticos quanto econômicos, para definir mercados consumidores e empresas fornecedoras. Assim como o CEO também se preocupa com tendências de consumo, porém de diferentes partes do globo. Seu campo de trabalho inclui empresas que fazem importação e exportação, companhias financeiras, agências de desenvolvimento econômico e operadoras de câmbio. Além de tais funções, identifica as necessidades de seus clientes e fornecedores, descobrindo oportunidades de compras e vendas. (REGO, 1986).

MARKETING/ VENDAS: Cuidando ainda da área vendas esta do setor de Marketing e Vendas. Ambos, juntamente, cuidam do interesse dos clientes no produto vendido pela empresa, criando estratégias para tornar esse serviço mais atraente a seu público alvo. Além disso analisam o mercado e sua situação socioeconômica, estudam os clientes e seus comportamentos relacionados ao consumismo. (REGO, 1986).

OPERAÇÕES: No meio de toda a parte teórica e estratégica está a área de produção dos bens físicos da organização, sendo responsável por esta o departamento de Operações. O mesmo é encarregado de cuidar da fabricação do produto, controlando o tempo necessário para o processo assim como a programação devida para o mesmo. Tudo o que se relacionar ao bem físico, assim como qualidade de produto e manutenção, está ligado a este setor. (REGO, 1986).

LOGÍSTICA: Também na parte de produção se encontra o ramo da Logística, que se encarrega de tudo o que envolve o material físico. A mesma supervisiona almoxarifados, estoques, transporte, qualidade do produto, satisfação do cliente, e, de uma forma indireta, do aumento de lucro. Ou seja, toda parte estratégica relacionada a como e quanto tempo para a produção material, o transporte adequado a custo e qualidade, ao contentamento do cliente correlacionado a tempo de entrega e aptidão da empresa se relaciona a responsabilidade de um profissional da Empresa. Poucos conhecidos, tem uma grande importância dentro de uma corporação, esta área se

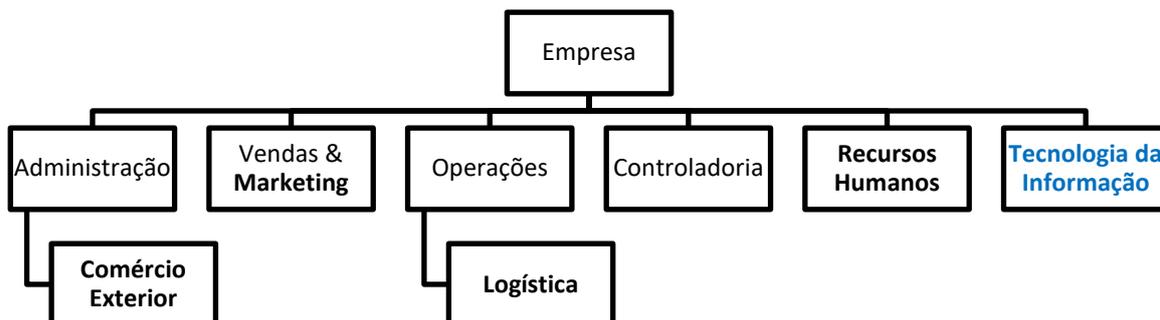
trata de todo o planejamento interno para saber lidar com clientes, mercado e concorrência. Este setor encarrega-se de estudar e definir como a corporativa deve agir para produzir mais em menos tempo, e assim conseqüentemente, aumentar os lucros empresariais. (REGO, 1986).

CONTROLADORIA: A parte financeira, conhecida como Controladoria, tem como função principal preocupar-se com qualquer capital que entra ou sai da empresa. A mesma se toma conta de pagamentos internos, pagamentos de fornecedores, assim como, recebimentos e fluxos de caixas. Realiza orçamentos, analisa o mercado de capitais; cuida também de qualquer empréstimo necessário e títulos da corporação. Efetua a contratação de apólices e administra as mesmas. Ou seja, pode-se concluir que este setor atua na parte geral contábil, mantendo sempre o crescimento do lucro, aumentando a receita e diminuindo as despesas. (REGO, 1986).

RECURSOS HUMANOS: O departamento de Recursos Humanos atua na área de gestão de pessoas, realizando planejamentos de programação de necessidades de pessoal, analisa o mercado de trabalho. Realiza funções mais conhecidas como recrutamento de pessoas, é responsável por treinar as mesmas; cuida do quadro de funcionários; realiza seleções, registros e cadastramentos, além de responsabilizar-se pela contratação de mão de obra de terceiros. Um profissional de RH e se encarrega de definir cargos e salários além de fazer o acompanhamento pessoal e a avaliação de desempenho. (REGO, 1986).

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO: Por fim tem-se o departamento de Tecnologia da Informação que contribui no cumprimento dos objetivos estratégicos, dando suporte para todos os setores. Ou seja, sem esta área não existiria um plano estratégico adequado e organizado na empresa. O suporte, seja técnico ou não, dado as outras repartições fazem com que a empresa se mantenha alinhada estruturalmente. Além disso, é responsável por toda a parte técnica e suas soluções, bem como, hardware, software, bancos de dados, e redes, que disponibiliza o fácil acesso, a análise e gerenciamento de quaisquer informações. (REGO, 1986).

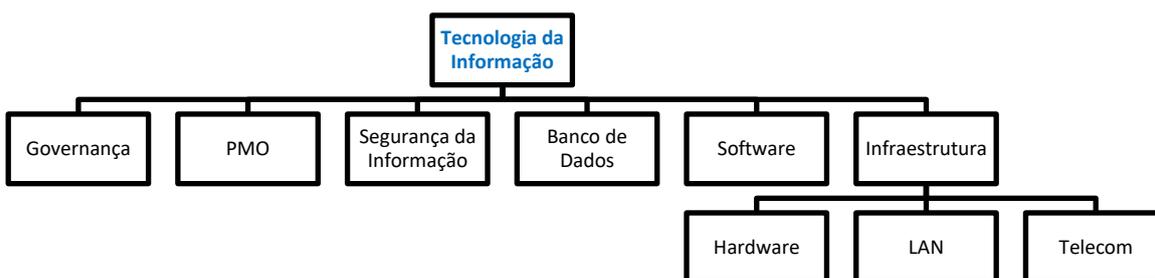
Figura 1 – Organização Empresarial | Estrutura Padrão



Fonte Elaborado pelos autores (2018)

2.1.3 Tecnologia da Informação e Comunicações

Figura 2 – Tecnologia da Informação e Comunicações | Estrutura Padrão



Fonte Elaborado pelos autores (2018)

2.1.3.1 Governança

Governança de TI é o sistema, que administra e controla o uso atual e futuro da TI para ajudar as organizações, dar apoio aos negócios e garantir a continuidade dos serviços. (TURBAN; RAINER e POTTER, 2005).

2.1.3.2 PMO

Unidade organizacional dentro da empresa com o objetivo de conduzir, planejar, organizar, controlar e finalizar as atividades do projeto dentro do prazo, definido como Escritório de Gerenciamento de Projetos. O seu principal objetivo é guiar as equipes pelo caminho do sucesso nos projetos e fazer com que a organização esteja integrada no planejamento estratégico.

2.1.3.3 Segurança da Informação

É a análise de todo possível risco que as informações da empresa podem ser acessadas por pessoas não autorizadas como *Crackers*, a proteção dos dados da empresa é muito importante pois informações contém dados e dados valem dinheiro. (TURBAN; RAINER e POTTER, 2005).

2.1.3.4 Banco de Dados

É onde ficam guardados todos os dados da empresa. Ele faz parte do sistema de informação da empresa, o banco de dados guarda os dados processados e organizados. (TURBAN; RAINER e POTTER, 2005).

2.1.3.5 Desenvolvimento de Software

Todo programa que pode auxiliar a empresa fornecendo funções, importantes para os sistemas do computador. O computador não faz nenhuma tarefa sem ser instruído pelo software. (TURBAN; RAINER e POTTER, 2005).

2.1.3.6 Infraestrutura

2.1.3.6.1 Hardware

O conceito de recursos Hardware, inclui todos dispositivos e matérias físicos usado no processamento das informações. (TURBAN; RAINER e POTTER, 2005).

2.1.3.6.2 Rede Local (LAN)

Conjunto de hardware e Software que permite aos computadores estabelecerem comunicação entre si em um pequeno espaço geográfico. (TURBAN; RAINER e POTTER, 2005).

2.1.3.6.3 Telecomunicações

Combinação de hardware e software que transmite informações de texto, dados, gráficos e voz de um local para o outro. Existem os sinais analógicos, que são por ondas contínuas que transmitem informações transformando a amplitude e a frequência das ondas, e o sinal digital, que é através de um pulso discreto, ligado ou desligado, que transmite informações em uma forma binária. Os principais componentes do sistema de telecomunicações são: Hardware; Software; Redes, Provedores de comunicação de dados por meio das empresas privadas que fornecem

esses serviços; Protocolos de comunicação que consiste em normas para transmitir informações por meio do sistema; O meio de comunicação dada pela transmissão de sinal eletrônico. (TURBAN; RAINER e POTTER, 2005).

2.1.3.7 Aplicação da Tecnologia da Informação para a Logística

2.1.3.7.1 Bar Code

Bar Code em português significa código de barras, surgiu a 40 anos nos EUA sendo utilizado no Brasil, a partir da década de 1980, hoje em dia existem vários modelos de código de barras. Eles utilizam números e letras representados por barras brancas e pretas. Na Logística o código de barras é algo fundamental para os produtos serem organizados em estoques para facilitar o despacho para seus clientes. O código de barras pode ser usado no abastecimento dos inventários, notas fiscais entre outros. As vantagens são: a rapidez, menos índice de erro nos dados, menos custo no eco sistema. (TURBAN; RAINER e POTTER, 2005).

2.1.3.7.2 Drone

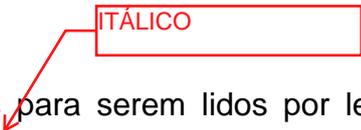
O *Drone* é um veículo aéreo que não precisa ser tripulado, e nem pilotados , os drones na Logística causa algo revolucionário, pode fazer entregas de pequenos produtos com menor tempo e pouco custo e não precisa passar pelo trânsito, então o tempo de entrega é mais rápido e eficaz as empresas estão investindo bastante nos drones por serem mais econômicos. (TURBAN; RAINER e POTTER, 2005).

2.1.3.7.3 GPS

O *Global Positioning System* (GPS) é um sistema de posicionamento global, que funciona por uma rede de satélite que trocam sinais com o dispositivo. É mais utilizado na área Logística do transporte para saber onde seus veículos estão, saber qual veículo está mais próximo do local da coleta da mercadoria, saber o porquê da mercadoria estar atrasada. Com o GPS as pessoas responsáveis pela frota podem usar sistema e com o GPS vão saber onde cada veículo está. O GPS auxilia também os motoristas, pois ele fornece informações de caminhos mais rápidos e sem trânsitos. (TURBAN; RAINER e POTTER, 2005).

2.1.3.7.4 QR Code

O *QR Code* é um código de barras bidimensional composto por pontos escuros dispostos em um quadrado com o fundo branco. Trata-se de dados baseados em texto

ITÁLICO

que foram codificados, para serem lidos por leitores de imagens software ou por aplicativos de **smartphones**, que permitem que a gente possa ver sites, jogos, aplicativos entre outros, esse código se tornou popular por sua grande capacidade de armazenamento em comparação com o código de barras com capacidade de até 4396 caracteres com finalidade ao marketing do produto. O QR Code pode ser utilizado na área logística do transporte na expedição que recebe os volumes das mercadorias ou da linha de produção e utiliza o QR Code para a etiquetagem dos volumes e encaminha os matérias para o transporte ou localidade no armazém no QR Code tem toda informação da mercadoria e pra onde ela precisa ser levada. (TURBAN; RAINER e POTTER, 2005).

2.1.3.7.5 RFID

RFID é a identificação por rádio frequência é um método de identificação automática através de sinal de rádio recuperando e armazenando rapidamente através de dispositivos denominados etiquetas RFID. O RFID utiliza transpondes que podem ser lidos e escritos apenas nos produtos, como uma alternativa ao códigos de barras de modo que permitir a identificação do produto de alguma distância do scanner, fora de posicionamento e ele visibiliza a comunicação de dados de etiquetas com chips ou transponde que transmite informações a partir de uma passagem de um campo de indução. Pode ser utilizado no controle de estoque com etiquetas RFID em todos produtos seria possível ter um relato completo preciso de tudo que está no estoque evitando erros e dispensando a necessidade de fazer balanços mensais. (TURBAN; RAINER e POTTER, 2005).

2.1.3.7.6 Scanner

O *Scanner* é fundamental na área Logística para evitar qualquer anormalidade que aja no produto, na onde esse produto pode ser armazenado, quantos volumes existe dentro das caixas de o mesmo estiver em um inventario. O *Scanner* também pode ser utilizado na Logística do transporte onde a mercadoria precisa ser retirada do estoque ou do armazém para ser entregue ao cliente, facilita a contagem das mercadorias que vão ser entregues, já na entrada do volume na carreta ou do veículo que vai transporta essa mercadoria, com o *Scanner* é possível ver se ouve danos a mercadorias, se ela se movimentou durante o carregamento da mercadoria. (TURBAN; RAINER e POTTER, 2005).

2.1.3.7.7 *Smartphone/ Tablet*

O *Smartphone* e o *Tablet* hoje em dia são pequenos computadores remotos que tem uma facilidade enorme de exercer funções extremamente importante na Logística, com o *smartphone* e *tablet* tem como baixar aplicativos de *Scanner* de leitor de código de barra, *QR Code*, *GPS* e existe a possibilidade de ver imagens de drones também. (TURBAN; RAINER e POTTER, 2005).

3 CONCLUSÃO

É fácil compreender ao longo do trabalho que a área de TIC está ganhando cada vez mais importância nas empresas e organizações, e se faz necessária independente do ramo de atuação, desde uma pequena loja que está se iniciando até em uma grande empresa que já ganhou espaço no mercado, tanto uma quanto a outra precisam de uma estratégia que as mantenham atualizadas, com informações precisas e se dialogando com toda a sua cadeia de suprimentos, desde o seu primeiro fornecedor até o momento que o produto for entregue ao cliente, e é importante ressaltar que toda essa operação precisa ser estabelecida e organizada sabendo a necessidade de ambas as partes.

Uma empresa é criada para atender as necessidades da sociedade, desde algo simples até o mais complexo, porém, ela só cresce e começa ser reconhecida no mercado, a partir do momento que as expectativas do cliente são atendidas.

O foco principal das organizações é diminuir suas despesas e aumentar a sua receita para assim então gerar lucros, e para que isso aconteça é preciso estar engajada a melhorar constantemente seus processos, fazendo com que os serviços sejam mais práticos, tendo uma visão holística de todas as áreas e entendendo que um setor depende de informações das demais áreas, e isso só é possível através dos softwares e suas interfaces.

Em uma empresa de logística por exemplo, geralmente as pessoas e alguns gestores só conseguem pensar na parte da movimentação do material e o transporte, sem saber que para chegar nesse processo, tem a área de TIC, que irá dar um suporte essencial a empresa, enxergando toda a necessidade dentro daquela organização desenvolvendo projetos, que alguma área está precisando, e são eles que vão garantir que esse projeto tenha um começo, meio e fim, para que o foco principal seja alcançado.

A área de TIC precisa estar alinhada na estrutura organizacional da empresa, como as principais funções empresariais, esse setor também faz parte. E dentro dessa especialidade tem também suas ramificações que irão suportar as funções empresariais, como a Governança, a área de Gerenciamento de Projetos, Segurança da Informação, Banco de Dados, Desenvolvimento de Software e Infraestrutura.

Dessa forma, a empresa estará se mantendo competitiva no mercado globalizado, pelo fato de dar importância a TIC, coisa que outras empresas estão acomodadas e não iniciaram ainda, por falta de planejamento estratégico e organização.

É interessante dizer o quão ampla é esse ramo de atuação, e quantas ferramentas são importantes para que se tenha uma segurança dos dados que são obtidos, a capacidade de ficar funcionando corretamente, para que não haja a perda dos mesmos.

Principalmente na área da Logística, essas ferramentas contribuem para que se tenha uma redução dos custos e aumento do lucro, por aperfeiçoar os processos e agregar tecnologia, tornando muito mais rápido no momento que for reconhecer um palete de material, pois através das etiquetas inteligentes, é fácil saber todas as informações daquele produto que foram armazenadas, e otimizando esse processo, consequentemente toda a parte logística irá se tornar mais ágil.

Não só a **logística**, mas qualquer outra área já depende de alguma forma das ferramentas que TIC oferece, como os Hardwares e Softwares, isso é algo que todos os colaboradores utilizam e é extremamente necessário.

Portanto, é importante que as empresas estejam conectadas nas mudanças do mercado, para que rapidamente sejam tomadas medidas uteis e rápidas com projetos de melhoria para permanecer sempre a frente.

REFERÊNCIAS

- CHAVES, Marcos D. M. **Tecnologia da Informação e Comunicações**. Tecnologia da Informação, 2018. Disponível em: <<https://sites.google.com/view/mmctic>>. Acesso em: 15 ago. 2018. Material para a disciplina de Tecnologia da Informação e Comunicações (TIC).
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 7ª Ed. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2003.
- CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações**. 3ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.
- COSTA, Gilberto C. G. **Negócios eletrônicos: uma abordagem estratégica e gerencial**. Curitiba: Ibpex, 2007. (Administração Estratégica).
- CRUZ, Tadeu. **Sistemas de Informações Gerenciais: Tecnologias da Informação e a Empresa do Século XXI**. 3ª Ed. São Paulo: Atlas S.A., 2008.
- DATE, Christopher J. **Introdução a sistemas de bancos de dados**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- DAY, George S.; REIBSTEIN, David J. **A dinâmica da estratégia competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1999. Wharton School.
- ELMASRI, R.; NAVATHE, S. B. **Sistemas de banco de dados: fundamentos e aplicações**. 6ª Ed. São Paulo: Pearson Education, 2011.
- FERREIRA, Aurélio B. **Século XXI: o dicionário da Língua Portuguesa**. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2002.
- FERNANDES, Aginaldo A.; ABREU, Vladimir F. **Implantando a Governança de TI: da estratégia à gestão dos processos e serviços**. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2014.
- LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. **Sistemas de informação gerenciais**. 7ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- MAXIMIANO, Antonio C. A. **Introdução à Administração**. 7ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

NOGUEIRA, Amarildo. **Logística Empresarial: Uma visão com pensamento globalizado.** São Paulo: Atlas S.A., 2012.

O'BRIEN, James A. **Sistemas de informação: e as decisões gerenciais na era da Internet.** 3ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

OLIVEIRA, Djalma P. **Planejamento Estratégico: conceitos, metodologia e práticas.** 23ª Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência.** 7ª Ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Um guia para o conjunto do conhecimento em gerenciamento de projetos: Guia PMBOK.** 5ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

REGO, Francisco. **Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional: Conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas.** 6ª Ed. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

SAMPIERI, Roberto H.; COLLADO, Carlos F.; LUCIO, Pilar B. **Metodologia de Pesquisa.** 3ª Ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

STAIR, Ralph M.; REYNOLDS, George W. **Princípios de sistemas de informação.** 11ª Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

TAVARES, Mauro C. **Gestão estratégica.** 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TURBAN, Efraim; KING, David. **Comércio Eletrônico: estratégia e gestão.** São Paulo: Prentice Hall, 2004.

TURBAN, Efraim; RAINER R. Kelly; POTTER, Richard. **Administração de Tecnologia da Informação: Teoria e prática.** 3ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora LTDA, 2005.

VELLOSO, Fernando C. **Informática: conceitos básicos.** 8ª Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2011.

WEILL, Peter; ROSS, Jeanne W. **Governança de Tecnologia da Informação.** São Paulo: M.Books, 2006.