



# Universidade Norte do Paraná

---

SISTEMA DE ENSINO PRESENCIAL CONECTADO  
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

DELAINE DE ASSIS ORLANDO

**ESTRATÉGIAS E SISTEMAS DE APOIO ÀS DECISÕES**

MARABÁ  
2012

DELAINE DE ASSIS ORLANDO

## **ESTRATÉGIAS E SISTEMAS DE APOIO ÀS DECISÕES**

Trabalho de Bacharelado em administração apresentado à Universidade Norte do Paraná - UNOPAR, como requisito parcial para a obtenção de média bimestral na disciplina de Administração Estratégica, Administração de Sistema de Informação, Pesquisa em Negócios e Teoria dos Jogos.

Orientador:

Profº. Ivan  
Profº. Luis Cláudio Perini  
Profº. Henry Nonaka  
Profº. Alexandre Cabral

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	3
2	ADMINISTRAÇÃO DO SISTEMA DE INFORMAÇÃO .....	4
2.1.1	Internet.....	5
2.1.2	Intranet.....	5
2.1.3	Extranet.....	6
2.1.4	Comércio Eletrônico (e-commerce).....	7
2.1.5	Negócio Eletrônico (e-negócio).....	9
2.1.6	Braspress e o Sistema de Informação .....	10
2.1.6.1	Sistema SOTER.....	12
2.1.6.2	Gerenciamento de Riscos.....	12
2.1.6.3	Frota.....	13
2.2	Pesquisa de satisfação.....	14
2.3	Administração estratégica .....	17
2.3.1.1	Vantagem competitiva Braspress – Visão futura .....	18
2.3.1.2	Pontos francos da Braspress diante da concorrência.....	18
2.4	Teoria dos jogos .....	19
2.4.1.1	Administrando empresa de transportes virtual (simulação) .....	19
2.4.1.2	Avaliando o desempenho da Administração virtual (simulação) .....	20
2.4.1.3	Identificando falhas e comparando situações .....	20
2.4.1.4	Pontos positivos da simulação.....	20
2.4.1.5	Proposta de melhorias .....	20
3	CONCLUSÃO .....	21
	REFERÊNCIAS.....	22

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho é baseado na Empresa que atua no ramo de transportes BRASPRESS, será apresentada uma análise de sua estrutura funcional e administrativa, bem como as estratégias administrativas que são utilizadas e as TI das quais investiu para prestar serviços de forma a atender a qualidade que a demanda exige.

Para melhor entendimento, será apresentado inicialmente algumas das TI que mais são utilizadas no mercado como a Internet, Intranet, Extranet, Comércio Eletrônico e o Negócio Eletrônico, já que a empresa BRASPRESS adotou uma postura de não integrar o mercado online como um dos seus nichos de mercado.

No mais, será apresentado através de gráfico os dados levantados em entrevista com alguns cidadãos sobre as Empresas que atuam no ramo de transporte de cargas e encomendas em Marabá e assim fazer um comparativo entre os serviços das que foram mais mencionadas.

## 2 ADMINISTRAÇÃO DO SISTEMA DE INFORMAÇÃO

A atual conjuntura nos revela um mundo globalizado e como tal, a informação é um fator determinante na gestão por ser um recurso indispensável nas Empresas (organizações) tanto no âmbito interno quanto o externo.

Veja como um Sistema de Informação pode movimentar e contribuir no desempenho da Organização:



Fonte: © 2012 Pearson Prentice Hall. Adaptado pelo Prof. Hélio Lemes Costa Júnior

Quem detém a informação, por conseguinte detém o conhecimento e poder transformar este em poderoso aliado como diferencial competitivo no mercado. É preciso buscar as informações precisas, porém é indispensável saber averiguar a sua veracidade, isto é, garantir que sejam decorridas de fontes seguras e que podem ser trabalhadas com menor risco de investimentos ou tomadas de decisões indevidas.

Baseando na necessidade de se implantar a tecnologia a serviço da administração da Empresa, vejamos a seguir algumas das tecnologias mais utilizadas, bem como seus conceitos e metodologia de aplicação.

### 2.1.1 Internet

A Internet é um sistema mundial de redes de computadores – é a rede das redes – na qual usuários de qualquer computador podem, se tiverem permissão, obter informações de qualquer outro computador. Hoje a Internet é uma entidade pública, cooperativa e autossustentável, que tem acesso de centenas de milhões de pessoas no mundo todo. Fisicamente, a Internet utiliza uma parte dos recursos totais da rede de telecomunicações pública já existente (operadores de telecomunicação que prestam serviços). Tecnicamente, o que distingue a Internet é o uso de um conjunto de protocolos chamados TCP/IP - Transmission Control Protocol/Internet Protocol. O TCP/IP é um conjunto de protocolos de rede de telecomunicações utilizado para Internet, intranet e extranet e que se tornou um padrão de fato definido pelo World Wide Web Consortium - W3C (Turban, McLean e Wetherbe, 2004).

O World Wide Web Consortium (W3C) foi criado em 1994 com o objetivo de desenvolver tecnologias, denominadas Web Standards (ou Padrões Web) para a criação e a interpretação dos conteúdos para Web. Sites desenvolvidos segundo esses padrões podem ser acessados e visualizados por qualquer pessoa independentemente da plataforma ou dispositivo usado, de maneira rápida e compatível com os novos padrões e tecnologias que possam surgir com a evolução da internet usando programas chamados browsers ou navegadores.

### 2.1.2 Intranet

A intranet (Web Interna) é o uso das tecnologias e protocolos da Internet (WWW) para criar uma rede privada, geralmente dentro de uma empresa. São projetadas para serem redes abertas, seguras e internas, cujo software de navegação oferece acesso fácil para seus usuários acessarem informações de uma empresa, usando para isso conceitos e ferramentas da Web (Turban, McLean e Wetherbe, 2004). Vamos ver um exemplo do uso da intranet: o gerente de R.H. utilizando um navegador Web, consegue visualizar currículos de funcionários, acessar as normas e procedimentos da empresa, além de poder revisar qualquer documento desejado. As Intranets podem ser implantadas utilizando-se tipos diferentes de tecnologias de rede de área local (LAN). Estão, normalmente,

conectadas à Internet, para que a empresa tenha condições de conduzir ações de comércio eletrônico, trocar informações com clientes e fornecedores, entre outras. Essas atividades são proporcionadas pela Extranet.

É válido ressaltar que a Intranet facilita a comunicação dentro da empresa, e em todos os seus níveis hierárquicos, fornecendo acesso fácil e rápido a informações e dados corporativos, sem necessidade de papéis ou de envio de comunicados individuais. As principais diferenças entre Intranet e Internet são que a Intranet lida em sua maioria com informações próprias da empresa e seu público-alvo é reduzido aos funcionários enquanto que a Internet contém informações sobre diversos assuntos e segmentos, seu público-alvo está espalhado pelo mundo.

### 2.1.3 Extranet

A Extranet é uma infraestrutura que interliga diversas empresas, permitindo a comunicação segura entre parceiros empresariais via Internet, isto é, é uma extensão da intranet da empresa, onde os usuários remotos se conectem de forma segura, via Internet ou redes privadas, à intranet principal da empresa. Sua característica é usar software de acesso remoto para autenticar e criptografar (embaralhar os dados, de forma que não possam ser reconhecidos por usuários não autorizados), dados que trafegam entre o usuário remoto e a intranet.

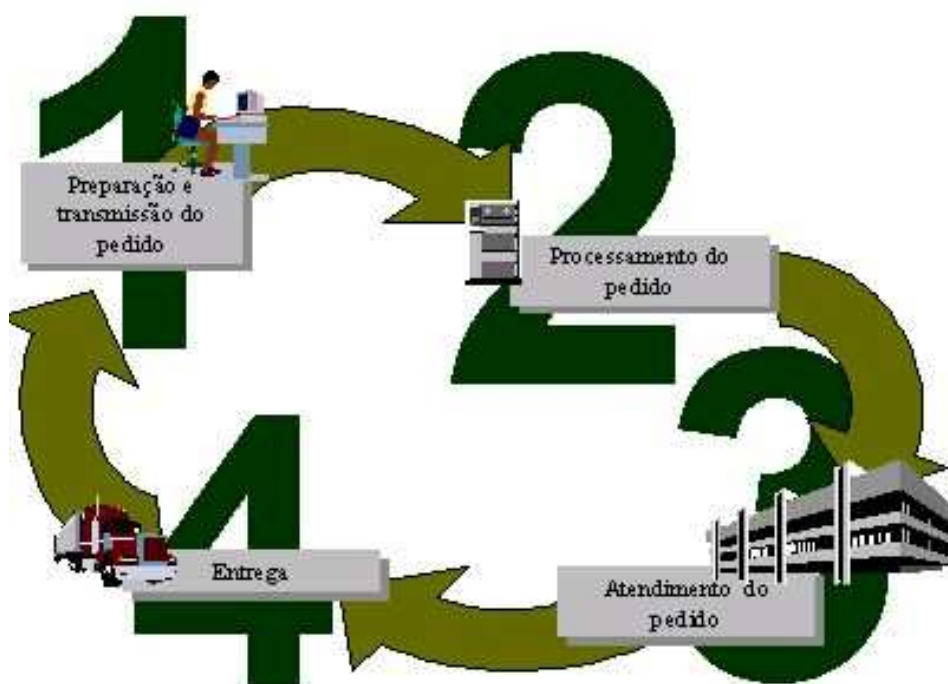
O objetivo central da Extranet é melhorar a comunicação entre os funcionários e parceiros além de acumular uma base de conhecimento que possa ajudar os funcionários a criar novas soluções, pode-se conectar por exemplo, o sistema de pedidos de compra de uma empresa, já existente na sua intranet e baseado em browsers, ao banco de dados de catálogo de produtos na intranet de seu fornecedor, criando um extranet, bem como viabilizar consulta de pedidos e estoque, matrícula e publicação de notas de estudantes, ou qualquer outra aplicação onde acesso à Internet, segurança, e privacidade são exigências da aplicação.

Por se tratar de uma evolução da aplicação dos conceitos de Internet e intranet, uma boa maneira de entender extranets é fazendo-se a seguinte comparação: Uma Extranet requer segurança e privacidade. E isso pressupõe administração de servidores de firewall, a emissão e uso de certificados digitais ou meios semelhantes de autenticação de usuário, encriptação de mensagens, e o uso de redes privadas virtuais (VPNs).

A Extranet oferece acesso limitado às intranets das empresas participantes, bem como a indispensável intercomunicação, utilizando as mesmas tecnologias da Internet. As Extranets viabilizam aplicações inovadoras de comércio eletrônico, com menor custo de comunicação (O'Brien, 2001; Turban, McLean e Wetherbe, 2004).

#### 2.1.4 Comércio Eletrônico (e-commerce)

O comércio eletrônico através da Internet é o ramo de atividade econômica que mais cresce no mundo. As jovens empresas que ingressam no comércio on-line têm atraído o maior número de investidores do mercado de ações, aumentando o valor de mercado de forma alucinante. Podemos classificar os negócios on-line em duas áreas: o Business-to-Business (B2B) e o Business-to-Consumer (B2C). Para se trabalhar e executar o comércio eletrônico é preciso um computador para armazenar e processar os dados, conexão com a Internet e uma central de atendimento especializado.. Veja o exemplo abaixo:



Fonte: <http://mundodomarketing.com.br/>

O CE inicialmente era processado em transações comerciais eletrônicas usando tecnologias Eletronic Data Interchange (EDI) e Eletronic Funds Transfer (EFT), tais sistemas foram desenvolvidos de forma a permitir que empresas



transmitissem documentos comerciais como ordem de compras e contas eletronicamente, alguns dos serviços oferecidos por este tipo de tecnologia eram cartões de créditos, caixas eletrônicos, serviços de atendimento ao cliente (SAC), dentre outros, no entanto apenas anos mais tarde com o surgimento e implantação dos protocolos de segurança e a tecnologia DSL que possibilitou uma conexão contínua com a Internet e a expansão do comércio eletrônico.

Com o advento da Internet várias empresas americanas e europeias ofereceram seus serviços através da World Wide Web, conseqüentemente, o 'comércio eletrônico' mudou o comportamento do cliente inovando e implantando definitivamente as lojas virtuais que revelaram uma capacidade de oferecer facilidades através da Internet usando protocolos de segurança e serviços de pagamento eletrônico, outro diferencial foi alcançar de forma ampla os clientes e ofertar produtos e serviços com comodidade, rapidez e segurança até então ignoradas.

O comércio eletrônico B2C (Business-to-Consumer) foi implantado no Brasil em meados de 1995 como uma consequência da internet comercial, inclusive as empresas pioneiras em adotar e integrar o mercado de vendas online são Livraria Cultura, Grupo Pão de Açúcar, Lojas Americanas, Magazine Luiza e Booknet (intitulada hoje como Submarino).

O Comércio Eletrônico possui um modelo integrado que enfatiza os aspectos tais como, valor, benefícios estratégicos e contribuições para o sucesso das organizações, aspectos como:

- a) **Políticas e regras públicas:** Estão relacionadas com os aspectos legais de regulamentação dos setores e mercados e das normas oficiais;
- b) **Políticas e padrões técnicos:** Estão relacionados com os aspectos de padronização para a compatibilização dos componentes do ambiente técnico, políticas de tratamento e comunicação de informações;
- c) **Infovia Pública:** É a rede formada tanto pela rede mundial Internet como pelos serviços on-line que tenham ligações com esta, sendo que a ênfase é no acesso livre e de baixo custo, e na integração entre os vários ambientes sem nenhuma restrição, incluindo desde os terminais mais simples de acesso até meios de

comunicação mais sofisticados para grandes volumes de informações.

- d) **Aplicações e Serviços Genéricos:** são aqueles oferecidos pelo ambiente, através dos seus provedores, serviços on-line e fornecedores, disponíveis a todos, tais como correio eletrônico, transferência de arquivos, salas virtuais, algoritmos e softwares de criptografia;
- e) **Aplicações de Comércio Eletrônico:** São aquelas desenvolvidas com base nas camadas anteriores e que atendam as necessidades de uma organização ou grupo delas.

É válido ressaltar que neste universo digital o que inibe alguns consumidores de utilizar mais intensivamente o comércio eletrônico é o receio das fraudes eletrônicas. Para superar esse receio as empresas estão investindo em mecanismos seguros de transferência de informações eletrônicas. Entre essas iniciativas está o protocolo de transação segura SET, desenvolvido em conjunto pelas operadoras de cartões de crédito VISA e MASTERCARD.

#### 2.1.5 Negócio Eletrônico (e-negócio)

O negócio eletrônico, também identificado como e-negócio é determinado como um processo de negócios que depende de um sistema de informação automatizado e é em sua maioria, unido com tecnologias baseadas na web, tal processo possibilita a integração e interação entre as companhias associando seus dados internos e externos que processam mais competentemente, flexivelmente e efetivamente.

O negócio eletrônico está fortemente relacionado com fornecedores e parceiros de uma determinada Organização e desde a sua criação que sua aplicação tem gerado e proporcionado resultados mais significativos em resposta aos consumidores, é um serviços similar ao e-comércio, porém possui características próprias e também vantagens que se tornam indispensáveis para o sucesso do investimento. Ele incorpora processos de negócios, gerência de cadeia de provisão e compra eletrônica, processamento de ordens eletronicamente, manejo de serviço de cliente, e cooperação com parceiros de negócios.

Os princípios técnicos únicos do e-negócio ajudam a troca de dados entre companhias. Esta solução de software deixa a integração de intra e enterra processos de negócios firmes. O E-negócio pode ser executado usando a Web, a Internet, intranets, extranets, ou alguma combinação de esses.

#### 2.1.6 Braspress e o Sistema de Informação

Poderia aqui apontar melhorias em relação ao sistema de informação da Braspress, todavia, o referente trabalho é baseado em dados de 2009 e de acordo com dados recente a Braspress, tradicional empresa de Encomendas Urgentes com atuação em todo o Brasil, está realizando investimentos de R\$ 43 milhões em Tecnologia da Informação (T.I.) para modernizar a infraestrutura nessa área.

O projeto prevê a revisão dos processos; instalação do sistema de gestão empresarial da Oracle E-Business Suite e mais o Datapress II software mais moderno na gestão de Transportes baseado em arquitetura SOA, BPM, Java e outras ferramentas de desenvolvimento além de uma reestruturação no parque de hardware no Datacenter da Braspress.

A primeira etapa já foi concluída em 2010 com a revisão dos processos, realizada pela Consultoria Ernst & Young. Já o projeto Oracle E-Business Suite (OEBS) terá soluções que permeiam todos os processos da Organização, desde o mais simples controle até a mais complexa integração de todos os módulos que compõem o sistema administrativo-financeiro, comercial e operacional.

Ao mesmo tempo, outra equipe foi capacitada com todas essas modernas ferramentas e já iniciou os trabalhos de desenvolvimento do Datapress II, que será integrado ao próprio OEBS e aos módulos atuais, ou seja, ao Datapress I.

“ (...) a modernização tecnológica é fundamental para a conquista de novas posições de destaque no setor de Encomendas e ter um fornecedor de classe mundial como a Oracle é crucial para dar suporte à evolução na área de T.I.” (Urubatan Helou, Diretor-Presidente, da Braspress, 07/02/2011)

Com as soluções a serem implementadas e a reestruturação necessária haverá condições de suportar o crescimento projetado da Organização para os próximos anos.

A Braspress tem atualmente grandes projetos em andamento para criar uma sólida base tecnológica e cada vez mais ampliar o poder da T.I. nos negócios, como exige o mundo globalizado, o referido projeto de modernização da infraestrutura de TI da empresa inclui revisão dos processos, instalação de softwares mais modernos e reestruturação do parque de hardware, aliás a transportadora está realizando investimentos da ordem de R\$ 33 milhões em Tecnologia da Informação (TI).

O programa inclui revisão dos processos; instalação do E-Business Suite – um sistema de gestão empresarial da Oracle -, e do Datapress II – um software mais moderno na gestão de transportes, baseado em arquitetura SOA, BPM, Java e outras ferramentas de desenvolvimento -; além de uma reestruturação no parque de hardware em seu Datacenter.

A primeira etapa do processo de modernização já foi concluída em 2010 com a revisão dos processos. Para este ano, a empresa pretende concluir o projeto Oracle E-Business Suite (OEBS), com soluções que permeiam todos os processos da transportadora. Os benefícios do software Datapress II também poderão ser sentidos ainda em 2011, pois ele será integrado ao OEBS e aos módulos atuais do Datapress I.

, , “(...) Em 2009, a Braspress percebeu que a tecnologia já não estava acompanhando seu crescimento. Foi quando começou a se pensar num planejamento estratégico para poder implementar tecnologias mais modernas e dar continuidade ao avanço da empresa. Hoje, já é possível perceber alguns resultados. A empresa já consegue fazer coisas que antes não eram possíveis”. (Anírio Neto - Diretor de TI da Braspress)

Como foi mencionado anteriormente, a modernização é fundamental para a conquista de novas posições de destaque no setor, e ter um fornecedor de classe mundial como a Oracle é crucial para dar suporte a esta evolução é sem dúvida um fator determinante na hora da decisão de qual sistema utilizar e qual fornecedor (marca de renome) efetivar aquisição dos mesmos, só assim as soluções serão implementadas e a reestruturação necessária alcançada disponibilizará condições de suportar o crescimento projetado da Organização para os próximos anos.

Vejamos a seguir alguns dados concretos sobre a infraestrutura que

a Empresa oferece atualmente:

#### 2.1.6.1 Sistema SOTER

Com extensão de 4.700 metros de esteiras e capacidade para 8.400 volumes por hora (140 volumes por minuto) o SORTER reduziu o tempo das operações; aumentou a segurança/rastreabilidade das Encomendas, proporcionando maior precisão e interface IHM (Interface Homem Máquina) e redução das perdas com extravios.

Com o SORTER, a Braspress realiza operações de triagem tanto para abastecimento do Rio de Janeiro, como também dos produtos destinados a outros estados”, para tanto realizou investimentos de R\$ 35 milhões no empreendimento.

Os principais objetivos do projeto estão a implementação do controle automático de classificação das Encomendas em 11 rampas de alimentação e 61 rampas de saída e a integração com o sistema proprietário – Braspress Sorter Controller e Datapress (software de Gestão Braspress) 100% on-line e integrar novas tecnologias, que somadas às operações realizadas estão proporcionando resultados mais eficientes e eficazes nas 88 filiais espalhadas pelo Brasil.

#### 2.1.6.2 Gerenciamento de Riscos

O gerenciamento de risco é marca da Braspress, que oferece monitoramento feito 100% dentro da empresa, o sistema conta com rastreadores e atuadores em toda a frota da transportadora, além de sistemas de cerca eletrônica, circuito interno de **CFTV**, seguranças altamente treinados e rastreamento 24 horas por dia por meio de sistemas via satélite e por radiocomunicação. Na Braspress, a segurança das cargas e de todas as pessoas envolvidas nas operações são primordiais.

O lema da Empresa é que **com segurança não se negocia**, há investimentos todos os anos cerca de 6% do faturamento em segurança e gerenciamento de risco e consequentemente reduziu a zero o número de ocorrências de roubo de cargas na empresa. A alta tecnologia aliada a um corpo especializado de profissionais é a receita de sucesso da Braspress contra o roubo

de cargas e os crimes contra o patrimônio de nossos clientes.



Fonte: <http://www.braspress.com.br/content/gerenciarisco>

#### 2.1.6.3 Frota

Veja abaixo os modelos que transporta que são utilizados e que compõem a frota da Empresa:

MODELO	REFERÊNCIAS
	<p><b>Fabricante:</b> Hyundai  <b>Modelo:</b> HR (caminhão leve)  <b>Potência:</b> 100 CV  <b>Capacidade de Carga:</b> 1.8 TON  <b>Utilização:</b> Entregas e Coletas  <b>Finalidade/ Aplicação:</b> Centros Urbanos e aéreas restritas</p>
	<p><b>Fabricante:</b> Mercedes-Benz  <b>Modelo:</b> SETCESP 712 E (caminhão leve)  <b>Potência:</b> 110 CV  <b>Capacidade de Carga:</b> 2.650 Kg  <b>Utilização:</b> Entregas e Coletas  <b>Finalidade/ Aplicação:</b> Centros Urbanos e interurbanos</p>
	<p><b>Fabricante:</b> Mercedes-Benz  <b>Modelo:</b> 710 (caminhão leve)  <b>Potência:</b> 109 CV  <b>Capacidade de Carga:</b> 3.840 Kg  <b>Utilização:</b> Entregas e Coletas  <b>Finalidade/ Aplicação:</b> Centros Urbanos e interurbanos</p>



<b>Fabricante:</b>	Mercedes-Benz
<b>Modelo:</b>	Axor 1033 (carreta)
<b>Potência:</b>	326 CV
<b>Capacidade de Carga:</b>	33 TON
<b>Utilização:</b>	Transferência entre filiais
<b>Finalidade/ Aplicação:</b>	Rodoviária



<b>Fabricante:</b>	Mercedes-Benz
<b>Modelo:</b>	Axor 1933 BITREM
<b>Potência:</b>	326 CV
<b>Capacidade de Carga:</b>	24.6 TON (cada vagão)
<b>Utilização:</b>	Transferência entre filiais
<b>Finalidade/ Aplicação:</b>	Rodoviária

Fonte: <http://www.braspress.com.br/internas/frota>

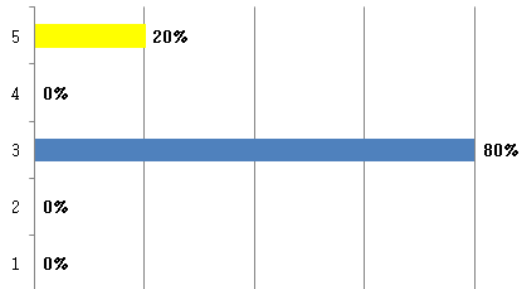
## 2.2 PESQUISA DE SATISFAÇÃO

A seguir uma pesquisa de satisfação referente as Empresas que fornecem ou prestam serviços de transportes de cargas e encomendas, de acordo com os dados levantados as Empresas das quais foram mencionadas são:

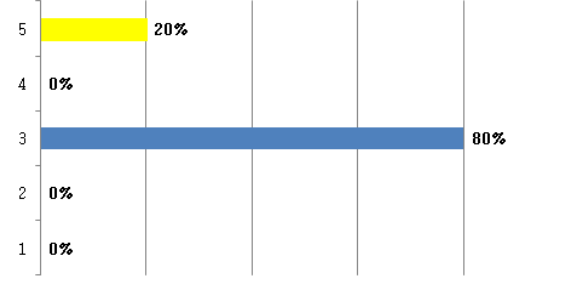
- a) **Jadlog** – Empresa de transporte de encomendas e cargas, oferece serviços de transporte de encomendas via aérea e rodoviária.
- b) **Transporte Bertolini** – Empresa de transporte encomendas e cargas via rodoviária.
- c) **Transseis** – Empresa de transporte de encomendas e cargas via rodoviária.

Foram entrevistadas 10 (dez) pessoas sobre itens que avaliam a prestação de serviço no ramo de transporte em diversas modalidades como pontualidade, rapidez, atendimento, cuidado, competência, entre outros. Veja abaixo os gráficos que revelam quais os itens que tiveram maior ou menor índice de aprovação em notas de 1 a 5 para cada item e o comparativo entre as Empresas citadas na pesquisa pelos entrevistados.

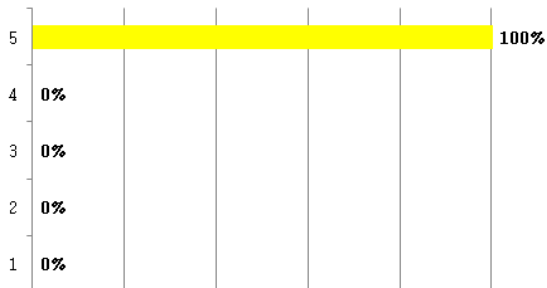
## RAPIDEZ



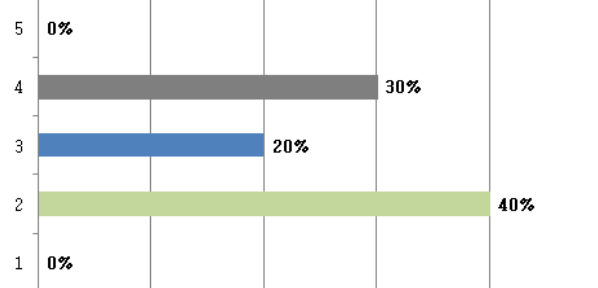
## PONTUALIDADE



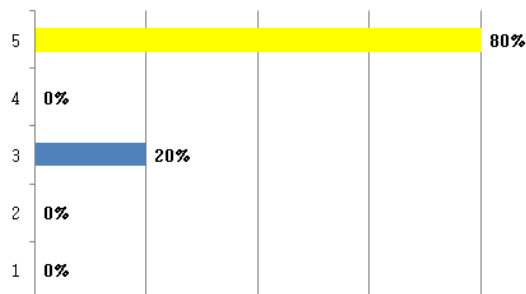
## FACILIDADE DE ACESSO



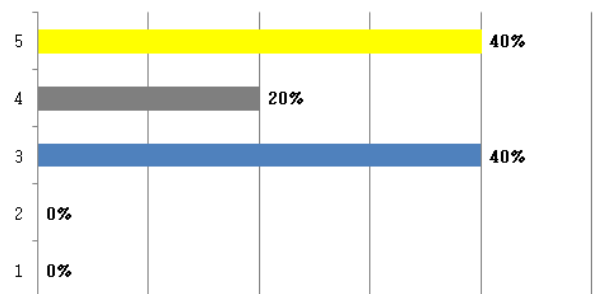
## PREÇO



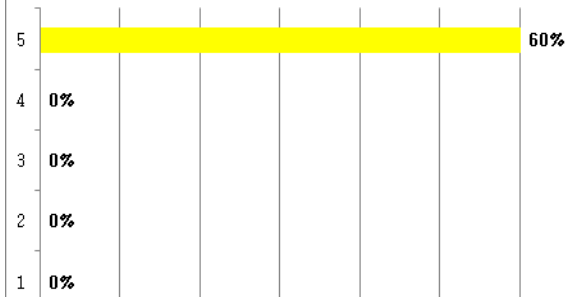
## CAPACIDADE DE CARGA



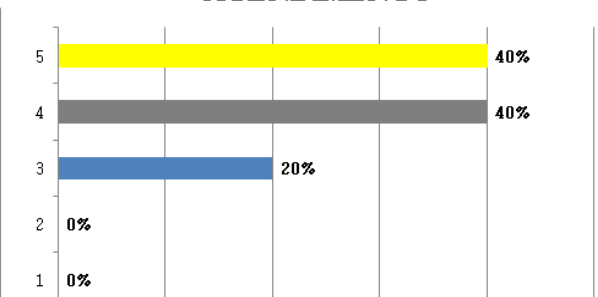
## CUIDADO



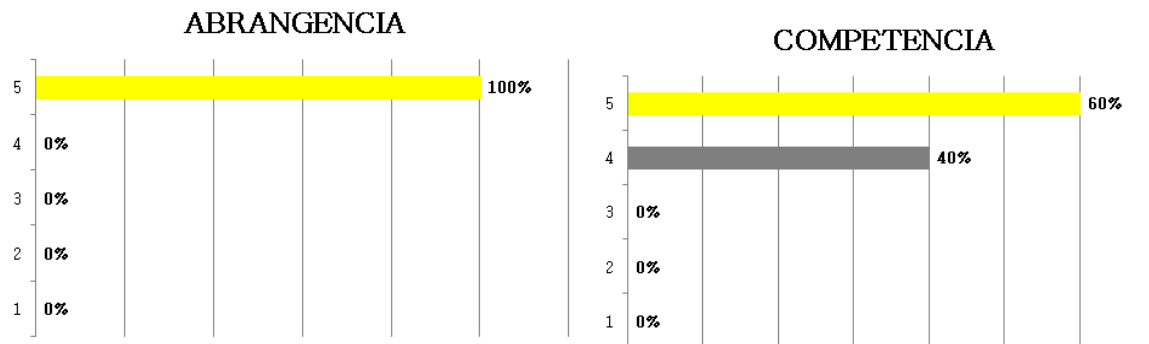
## APRESENTAÇÃO



## ATENDIMENTO

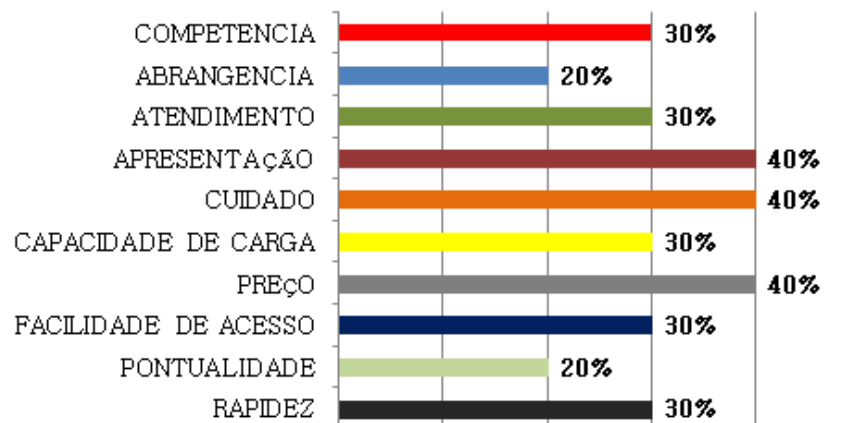




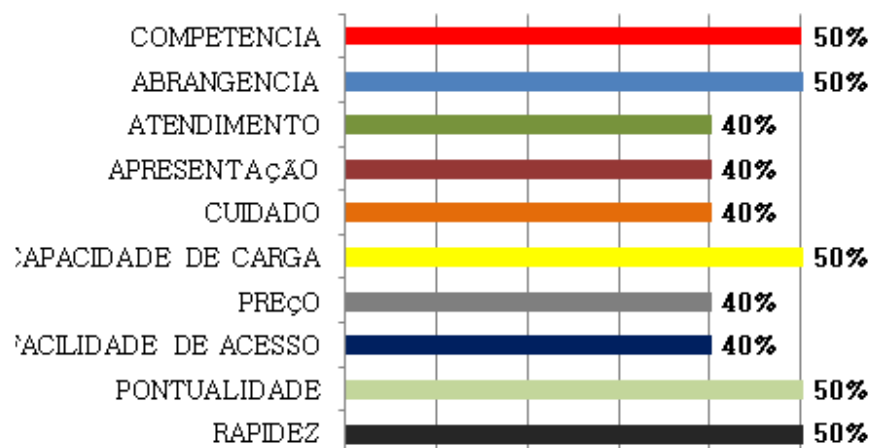


Comparativo entre as Empresas citadas pelos entrevistados de acordo com cada item apontado para avaliação:

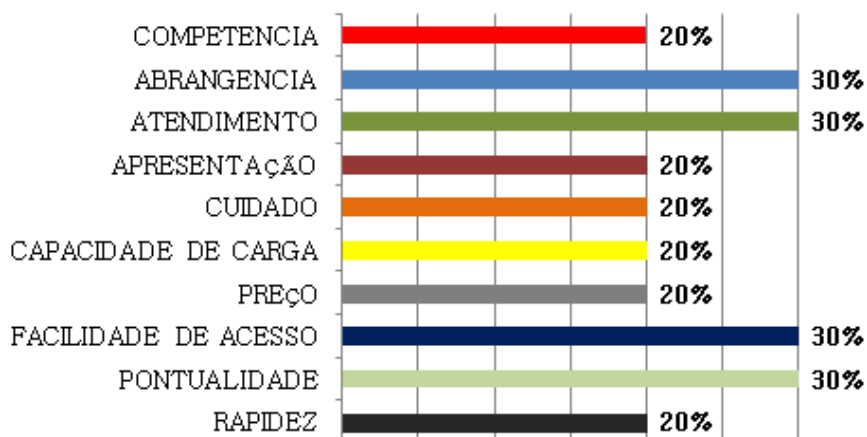
### BERTOLINI



### JADLOG



## TRANSSEIS



Os gráficos anteriormente apresentados foram baseados na coleta de dados das entrevistas realizadas, de acordo com os referidos dados a Empresa que obteve maior aprovação na maioria de seus itens foi a JADLOG, isto porque além de oferecer um serviço que utiliza vários modais também utiliza a TI a serviço da Empresa, emprega todos os recursos necessários para atender e satisfazer a demanda, bem como buscar novos clientes e fidelizar os já existentes.

De acordo com os dados levantados, caso a Empresa BRASPRESS tivesse uma filial em Marabá, certamente seria um grande diferencial no mercado e suas vantagens competitivas a faria em curto espaço de tempo um destaque empresarial no ramo de transportes na cidade, porém, apesar de a Empresa possuir filiais distribuídas em pontos estratégicos no país, contudo a região de Marabá não foi incluída no rol de investimentos da organização.

### 2.3 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A BRASPRESS tem revelado que investiu e inovou em se tratando da TI, contudo mesmo oferecendo serviço diferenciado e com vantagens competitivas que mereceu e merece destaque no ramo em que atua alguns itens precisam ser revistos e seus planos modificados para poder se manter no mercado e garantir que as vantagens competitivas que ora utilizam se inovem e renovem cada vez mais como será exposto a seguir.

### 2.3.1.1 Vantagem competitiva Braspress – Visão futura

Ao analisar a BRASPRESS e os serviços dos quais ela oferece, bem como seus investimentos realizados para garantir a excelência na qualidade do atendimento, percebemos que o grande diferencial de mercado que a Empresa dispõe e supera a concorrência é a alta tecnologia, porém caso a organização não amplie sua área de atuação no ramo, como por exemplo, aderindo também ao mercado online, com certeza sua vantagem será superada porque num mundo globalizado onde a informação é tudo e a velocidade com que se movimentam é intensa e assim, quem não interage e se integra com o mercado online realizando operações comerciais, vendendo produtos ou serviços é indiscutivelmente obsoleto no mercado.

Como o próprio diretor frisou e fez questão de declarar” Temos 0% de clientes no comércio eletrônico”, ora isto é vantagem e tão pouco um fator que mereça destaque ao contrário, partindo do princípio que cada vez mais o mercado online movimenta milhões e milhões de negócios, que os hábitos mudaram e que muitos clientes preferem comprar o que precisa na comodidade do lar ou do próprio escritório (trabalho) sem precisar necessariamente sair as ruas e ficar sujeito as violência gratuita que os grandes centros oferecem, pois tem a segurança e a facilidade de comprar um determinado produto ou serviço de qualquer lugar e receber em casa.

As empresas que trabalham com o transporte deste tipo de produtos estará mais suscetível a barganhar uma grande fatia do mercado e assim garantir um resultado mais eficiente e eficaz.

### 2.3.1.2 Pontos francos da Braspress diante da concorrência

A Braspress como foi mencionado anteriormente possui alguns pontos deficientes em sua administração ou visão distorcida de sua gestão que podem afetar direta ou indiretamente sua estabilidade no ramo que atua, sendo eles:

- ✓ Falta de adesão ao mercado online;
- ✓ Falta de investimento em tecnologia para segurança dos transportes (monitoramento online);
- ✓ Utilizar apenas um modal pra transporte de cargas;

✓ Custo (preço).

O diretor presidente foi taxativo quando disse que a empresa tem 0% de clientes no mercado online, a descrença num segmento que revela a cada dia que cresce de forma veloz e em grande volume é o mesmo que ignorar as possibilidades de crescimento que o mercado oferece. Assim como a falta de investimento maior no rastreamento online dos transportes, pois acreditar que o roubo de cargas é isonômico, um mal que todo mundo tem e que as estratégias empresariais que fazem a diferença é equivocado, há uma processo que identifica a mercadoria e conseguiu detectar sua localização mas há até então nada específico que possa garantir um acompanhamento dos veículos via monitoramento direto e que assegure um melhor resultado.

Utilizar apenas um modal, no caso, rodoviário é limitar um mercado que tem várias opções de ampliação e investimento, oferecer serviços apenas via terrestre, pelas rodovias é reduzir as possibilidade de maior rapidez, segurança e pontualidade.

Os custos pesam na balança, investir em TI, em equipamentos sofisticados, com alta tecnologia valoriza os serviços prestados mas não garanti ser auto suficiente, é preciso haver equilíbrio entres custos x despesas x lucros , o preço elevado devido os serviços serem igualmente elevados ao mesmo tempo que fideliza alguns clientes, por outro lado limita o acesso um numero de clientes por se torna um nicho adquirir os serviços oferecidos dado os seus custos que porem serem altos exigem igualmente valores altos na hora precificação.

## 2.4 TEORIA DOS JOGOS

### 2.4.1.1 Administrando empresa de transportes virtual (simulação)

A experiência não foi positiva, pois faltou conhecimento técnico para administrar a Empresa e progredir com seu desempenho. A Empresa foi obrigada a declarar falência devido falta de investimentos pois, não soube como o fazer.

É preciso conhecer melhor o programa para poder então trabalhar e explorar melhor as possibilidades de investimento.

#### 2.4.1.2 Avaliando o desempenho da Administração virtual (simulação)

Foi totalmente desastrosa por falta de conhecimento mesmo, inicialmente houve algumas melhorias, consegui expandir algumas rodovias e fazer o negócio expandir, depois houve obras implantadas erradas e o negócio foi prejudicado de forma irreversível.

#### 2.4.1.3 Identificando falhas e comparando situações

Assim como na vida real, é preciso conciliar informação, com conhecimento e prática. A falta de conhecimento das técnicas do jogo, bem como o tempo de execução foi determinante para a falência da Empresa.

Seja na simulação ou na vida real é preciso buscar as informações precisas para tomar toda e qualquer decisão e só aí então fazer as mudanças necessárias e na medida exata financeiramente falando, de forma equilibrada, sabendo calcular os riscos.

#### 2.4.1.4 Pontos positivos da simulação

Saber que mesmo sendo uma simulação a sensação de frustração é grande quando não se alcança os resultados desejados e conseqüentemente, não podemos recuperar o que perdemos apenas evitar que ocorra a mesma falha.

#### 2.4.1.5 Proposta de melhorias

É preciso um orientador no jogo, regras claras e estabelecidas de forma objetiva. No caso da Empresa de transporte simulada o que precisou foi um tempo maior dedicado ao seu regimento, isto é, as regras de como funciona e como fazer funcionar.

Aliar simulação empresarial com vida real é sem dúvida praticar sem medo de errar, mas quando errar saber que o momento era de errar para aprender e assim crescer enquanto pessoa e como profissional.

### 3 CONCLUSÃO

Este foi um trabalho que exigiu desprendimento, busca de informação e acima de tudo raciocínio para desempenhar cada função, cada item nele sugerido.

O trabalho foi árduo mas também gratificante, pois serviu para aprimorar o conhecimento e comprovar na prática que a maior estratégia de um empresário é saber reconhecer o momento de quando é preciso investir e como investir, como mencionado nas orientações deste portfólio é saber responder ao velho drama da Tostines: Investir para crescer e lucrar mais? Ou Crescer e lucrar mais para depois investir?

Enfim, seja qual for a tomada de decisão do administrador da Empresa, esta decisão deve ser fundamentada em dados concretos, seguros, sabendo calcular os riscos, evitar as percas e danos e assim garantindo um lucro real e expressivo dentro da Organização.

Pode ser observado que o grande nicho de mercado hoje é o mercado online, direta ou indiretamente tem sido um diferencial no mercado globalizado em que vivemos e pode agregar valor em diversas áreas e em Empresas de diversos ramos, só depende de saber reconhecer e adotar os recursos infinitos que o mercado online disponibiliza, é na realidade um dos maiores avanços que o mundo dos negócios já desenvolveu e que superar todos os paradigmas até hoje decretados.

A Braspress é uma Empresa renomada no mercado, se destaca por sua alta tecnologia, o atendimento diferenciado e com a qualidade que fideliza e agrada qualquer cliente, a Empresa hoje expandiu seus investimentos, inovou e renovou seus conceitos, já utilizadas serviços até então antes ignorados e provou que nunca é tarde para rever conceitos e estar aberto as mudanças que nos envolve a cada dia, porque mudar é um fato mas como agiremos diante das mudanças é que faz toda a diferença.

## REFERÊNCIAS

ALBERTIN, Alberto Luiz ; Albertin, Rosa Maria de Moura. - **Tecnologia de Informação e Desempenho Empresarial**. São Paulo: Atlas, 2005

AUDY, Jorge L. N.; BRODBECK, Ângela F. - **Sistemas de Informação: planejamento e alinhamento estratégico nas organizações**. Porto Alegre: Bookman, 2003

CARDOSO, Mário S. - **CRM em ambiente E-business: como se relacionar com clientes, aplicando novos recursos da web**. São Paulo: Atlas, 2001. 160 p.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. **Sistemas de informação gerenciais: administrando a empresa digital**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

Disponível em :<<http://pt.wikipedia.org/wiki/W3C>> Acesso em 28/04/2012

**BRASPRESS realiza investimentos**\_\_\_\_\_ - Disponível em  
<<http://sindicato.org.br/#/noticia/braspress-realiza-investimentos>> Acesso em  
06/05/2012

**BRASPRESS** investe 33 milhões em Tecnologia da Informação. Disponível em:  
<<http://www.transportabrasil.com.br/2011/02/braspress-investe-r-33-milhoes-em-tecnologia-da-informacao/>>

**BRASPRESS** - Publicação do Grupo H&P - nº 17 Junho/Julho/Agosto 2011 –  
Disponível em: <[http://www.braspress.com.br/img/uploads/Braspress\\_17.pdf](http://www.braspress.com.br/img/uploads/Braspress_17.pdf)>  
Acesso em 06/05/2012

**BRASPRESS** – Disponível em: <<http://www.braspress.com.br/>> Acesso em  
05/05/2012