

Caracterização e análise do sistema de informação de uma empresa de serviços de postagem de acordo com as forças competitivas

Luciana Alice de Araújo Silva (UFERSA) lucianalice96@gmail.com
Emanuel Messias da Cunha Bezerra (UFERSA) emanuelcunha25@hotmail.com
Jedson Oriel de Melo Nogueira (UFERSA) jedsonogueira@hotmail.com
Jonas Mike Rocha Macedo (UFERSA) jonasmikemmn@hotmail.com
Marianna Cruz Campos Pontarolo (UFERSA) marianna.campos@ufersa.edu.br

Resumo:

Esta pesquisa tem como objetivo analisar o sistema de processamento de transações de uma empresa de serviços de postagem, caracterizando-o com base na análise do sistema de informação e sua relação com as forças competitivas de Porter. A pesquisa qualitativa utilizou o método do estudo de caso. A coleta de dados foi realizada por meio de pesquisa documental, além de entrevistas não estruturadas com os funcionários da organização. Como resultados, foi identificado que a necessidade de implantar um sistema de informação na empresa contemplou razões organizacionais, humanas e tecnológicas. A análise das forças competitivas permitiu perceber que, neste mercado a rivalidade entre os concorrentes não é considerada uma força significativa. Além disso, quanto a ameaça de novos entrantes, têm-se a dificuldade no desenvolvimento de novos sistemas. Em relação aos sistemas substitutos, a ameaça é apontada como baixa, por proporcionar confiança aos clientes, em razão da grande utilização do sistema e o forte histórico da empresa. E por fim, o sistema reduz o poder de barganha dos clientes, pois apresentam preços mais acessíveis e, em relação ao poder dos fornecedores, oferecem pacotes de acordo com as necessidades dos seus compradores. Considerando a qualidade dos serviços oferecidos e a grande quantidade de público atingido, esse poder aumenta.

Palavras chave: Sistema de Informação, Forças de Porter, Empresa de Serviços de Postagem

Characterization and analysis of the information system of a posting services company according to the competitive forces

Abstract

This research aims to analyze the transaction processing system of a posting service company, characterizing it on the basis of analysis of the information system and its relation to the competitive forces of Porter. The qualitative research used the case study method. The data collection was performed by documentary research, in addition to interviews not structured with employees. As a result, it was identified that the need to implement an information system in the company contained organizational, human and technological reasons. Analysis of competitive forces permitted that in this market rivalry between competitors is not considered a significant force. In addition, as well as the threat of new entrants, the difficulty is in the development of new systems. In relation to substitute systems, threat is pointed as low, to provide confidence to customers, in respect of the great using of the system and the historical strength of the company. And therefore, the system reduces the client's bargaining power, which presents more accessible prices and, in relation to the power of suppliers, offer packages to the needs of their purchasers. Considering the quality of the services offered and the great quantity of the public actually, that power increases.

Key-words: Information System, Porter's Forces, Posting Services Company

1. Introdução

O gerenciamento de qualidade nos processos e operações passa a ser uma ferramenta indispensável na busca pelo crescimento e sobrevivência empresarial. Devido a esta situação, as empresas estão em constante busca por sistemas, tecnologias, ferramentas, modelos, métodos e instrumentos que possam proporcionar o alcance da qualidade e consequentemente torná-las mais competitivas no mercado atuante.

Nos dias atuais, a era tecnológica está seguindo na direção da Indústria 4.0, o termo também conhecido como quarta revolução industrial, manufatura inteligente, indústria da internet ou indústria integrada (HOFMANN; RÜSCH, 2017). Surgindo a partir de iniciativas estratégicas do governo da Alemanha para consolidar o país como líder na área de tecnologia e fortalecer sua competitividade global (KAGERMANN et al., 2013).

Visto tal fluxo tecnológico, a utilização de sistemas de informação gerenciais torna-se ponto chave para o crescimento e desenvolvimento empresarial, como também o controle de informações no que diz respeito aos componentes humanos, organizacionais e tecnológicos. Em termos gerais, os Sistema de Informação - SI na atualidade podem ser classificados de vários modos diferentes.

Laudon e Laudon (2015) defendem que a partir da perspectiva de uma empresa, um SI é uma solução organizacional e administrativa e que utiliza a tecnologia de informação para enfrentar os desafios propostos pelo ambiente, de tal forma que o gestor necessita conhecer as dimensões mais amplas da organização, da administração e da tecnologia de informação dos sistemas e sua capacidade de fornecer soluções para os desafios e problemas no âmbito empresarial. Segundo O'Brien e Marakas (2013), o SI tem como finalidade executar atividades de entrada, processamento, produção, armazenamento e controle, para converter os dados, em produtos de informação.

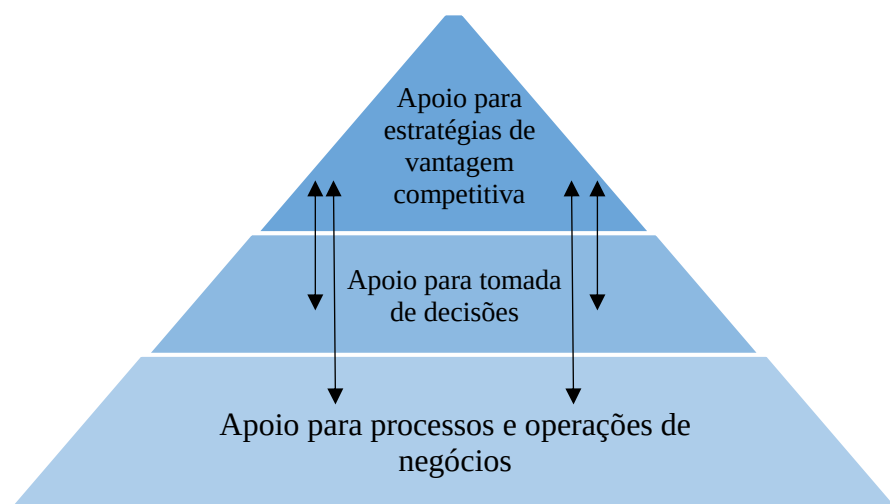
Com base na conceituação dos autores, percebeu-se a oportunidade de analisar o sistema de processamento de transações de uma empresa de serviços de postagem, identificando informações primárias a respeito da caracterização empresarial, e em seguida as características do sistema de informação da empresa relacionando com as forças competitivas de Porter.

2. Sistemas de informação

Nos dias atuais, percebe-se um cenário com grande competitividade entre as organizações nos mais variados segmentos e para que sejam capazes de obter êxito nesta disputa em busca de resultados cada vez melhores, utilizam-se de ferramentas que são essenciais para os gestores. Além da satisfação de seus clientes, as organizações necessitam de ferramentas para a otimização do seu gerenciamento das informações disponíveis em suas bases de dados, possibilitando ao nível estratégico a tomada de decisão com base em informações atuais.

Oliveira (2008) ressalta que essas ferramentas proporcionam aos gestores obterem as informações necessárias para fundamentar e apoiar nas decisões, sejam elas em questões administrativas, vendas ou outras áreas. Como uma dessas ferramentas, têm-se os sistemas de informação. Sistemas de Informação (SI), segundo Turban, Ranier e Potter (2007), podem ser definidos tecnicamente como um conjunto formado por componentes inter-relacionados que recuperam, processam, armazenam e distribuem informações a fim de oferecer apoio nas tomadas de decisões das organizações.

O'Brien e Marakas (2013) apresentam três razões consideradas fundamentais para as aplicações empresariais da tecnologia de informação, onde são identificadas nos três papéis vitais que os sistemas de informação podem exercer em uma empresa, mostrada na Figura 1 a seguir:



Fonte: O'Brien e Marakas (2013)

Figura 1: Os três papéis fundamentais das aplicações nos negócios dos sistemas de informação

O sistema de informação torna-se essencial nas organizações para atingirem os seis importantes objetivos organizacionais, que de acordo com Laudon e Laudon (2015), são excelência operacional; novos produtos, serviços e modelos de negócio; relacionamento mais estreito com os clientes e fornecedores; melhor tomada de decisões; vantagem competitiva; e sobrevivência.

Segundo Laudon e Laudon (2015), para a melhor compreensão do sistema de informação, é preciso conhecer suas dimensões, que são a organizacional, a humana e tecnológica e de sua capacidade de oferecer soluções para os problemas no ambiente em que a organização está inserida. Essa compreensão mais ampla é chamada, ainda de acordo com os autores, de capacitação em sistemas de informação.

2.1. Classificação e tipos de sistemas de informação

Em termos conceituais, os componentes dos sistemas de informação podem ser montados de várias formas diferentes, resultando em uma grande diversidade de sistemas, tornando útil de forma a ideia de classificar os sistemas de informação por grupos que possuem características semelhantes.

Segundo Sommerville (2003), os sistemas de informação podem ser classificados por níveis organizacionais, áreas funcionais, tipo de suporte e papel desempenhado na organização. Focando em tipo de suporte e papel da organização tem-se que:

- a) Por tipo de suporte: Os gerentes, seja qual for o seu local de trabalho, podem contar com o apoio de um sistema decisório baseado em TI, como:
 - Sistema de processamento de transação (SPT) – um sistema transacional para oferecer apoio no monitoramento e realização das negociações de uma empresa, gerando e armazenando dados sobre estas negociações. É o mais baixo nível de sistemas de informações, atendendo às necessidades do nível operacional da organização.

- Sistema de informação gerencial (SIG) – dá suporte a atividades funcionais e aos administradores. Sintetizam, registram e relatam a situação em que se encontram as operações, dando aos gerentes subsídios para o controle da qualidade e da obtenção das metas. Os dados que constituem a base deste sistema são coletados a partir dos SPT e resumem as operações realizadas pela empresa, mostrando a realidade da empresa num período já transcorrido. Como resultado, são gerados relatórios e gráficos que permitem monitorar, a partir de determinados indicadores, uma determinada área.
- Sistema de apoio a decisões (SAD) – dá suporte à tomada de decisões pelos administradores e analistas. Os sistemas de apoio à decisão ajudam os gerentes do nível tático e estratégico de uma organização em decisões semi-estruturadas.
- Sistema de apoio ao executivo (SIE) – suporta o principal executivo na tomada de decisão. Os sistemas de informação executiva auxiliam os gerentes de nível estratégico de uma organização, que têm necessidade de informações diferenciadas em relação aos demais níveis da empresa. Isso porque a decisão estratégica envolve decisões não estruturadas.

b) Pelo papel desempenhado na organização, os sistemas de informação podem ser classificados em ERP e BI, conforme Quadro 1:

ERP	BI
<i>Enterprise Resource Planning</i>	<i>Business Intelligence</i>
Sistemas de planejamento de recursos empresariais	Sistemas de apoio a inteligência empresarial
Tem foco operacional e na integração dos processos de negócio. O ERP incorpora os dois sistemas, incorpora o conceito de processo empresarial e utiliza novas tecnologias até então não disponíveis.	O BI tem foco no apoio a decisão nos níveis gerenciais e estratégico. O BI é considerado o avanço dos sistemas de apoio a decisão (SAD) e sistemas de suporte ao executivo (SIE).

Fonte: Adaptado de Sommerville (2003)

Quadro 1 - Sistema quanto ao papel desempenhado na organização

2.2. Vantagem competitiva: as forças de Porter

Laudon e Laudon (2015) afirmam que as empresas que se saem melhor que outras apresentam vantagem competitiva. Porter (1989) define a estratégia competitiva como sendo o alcance de um posicionamento competitivo considerado vantajoso, lucrativo e sustentável. Montgomery e Porter (1998) afirmam que o posicionamento da empresa no mercado no qual está inserido, o diferencial entre as organizações e seus rivais, são o suporte para a busca da vantagem competitiva.

O modelo mais utilizado para compreender a vantagem competitiva das organizações é o modelo das forças competitivas desenvolvido por Porter a fim de oferecer uma visão geral da empresa, dos seus concorrentes e de seu ambiente (LAUDON; LAUDON, 2015). O modelo das forças competitivas de Porter (2004) é baseado principalmente no ambiente, tanto interno como externo, em que a organização está inserida.

a) Rivalidade entre concorrentes tradicionais

Como as empresas de um setor dependem das outras, as ações tomadas por uma afetam as outras provocando reações competitivas. A rivalidade entre concorrentes tradicionais aumenta quando é desafiada pelas medidas de um concorrente ou quando a empresa reconhece que precisa se reposicionar no mercado (HITT; IRELAND; HOSKISSON, 2013).

b) Ameaças de novos entrantes no mercado

A identificação de novos entrantes é um ponto importante, pois são estes que podem ameaçar a participação de mercado do que já estão inseridos. Segundo Hitt, Ireland e Hoskisson (2013), os novos entrantes representam uma ameaça tão grande aos que já estão no mercado, devido eles trazerem competência extra para produzir.

c) Ameaças de produtos e serviços substitutos

Produtos substitutos são bens ou serviços produzidos por uma determinada organização, que executam funções iguais ou semelhantes às de um produto oferecido pela organização, sendo esses setores concorrentes diretos ou não. Os produtos substitutos representam uma forte ameaça para uma empresa quando têm-se a possibilidade de perder sua lucratividade, pois além desses produtos invadirem seu mercado eles podem estabelecer novos tetos de preços (WRIGHT; KROLL; PARNELL, 2007).

d) Poder de barganha dos clientes

Os clientes querem comprar produtos pelo menor preço possível. Para baixar seus custos, os clientes negociam melhor qualidade, níveis mais elevados de atendimento e preços menores, provocando disputas competitivas entre as empresas que compõe o setor.

e) Poder de barganha dos fornecedores

Os fornecedores podem exercer poder de negociação sobre as empresas ameaçando elevar os preços ou reduzir a qualidade dos seus produtos ou serviços que são ofertados. Fornecedores considerados poderosos podem reduzir a rentabilidade de uma empresa que não conseguiu repassar os aumentos de custos de seus fornecedores em seus próprios preços.

3. Metodologia

O presente estudo é caracterizado como uma pesquisa de natureza aplicada, de objetivos exploratórios e utilizando de procedimentos técnicos, como estudo de caso e a pesquisa bibliográfica, com aspectos qualitativos.

Com relação aos procedimentos, a pesquisa é caracterizada como estudo de caso e pesquisa bibliográfica. De acordo com Moresi (2003), a pesquisa bibliográfica possibilita a fundamentação teórica sobre o referente tema, no qual oferecerá suporte ao desenvolvimento da pesquisa. Gil (2008) ressalta que o estudo de caso “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou mais objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”.

Quanto ao tipo de pesquisa, esta se caracteriza como pesquisa exploratória, pois pretende proporcionar maior familiaridade dos autores com o problema em questão: sistemas de informação em relação as forças competitivas, com pessoas que tiveram experiências com o problema. Quanto à forma de abordagem, a pesquisa se caracteriza como qualitativa, na qual, segundo Perovano (2016), o investigador realiza a coleta dos dados de forma direta no ambiente onde encontram-se os participantes ativos do objeto de estudo, característica essa que é observada durante a etapa de coleta de dados.

A metodologia do presente artigo procedeu em quatro etapas. Inicialmente, foi feita uma revisão da literatura para um entendimento mais detalhado do tema, e documentos disponibilizados pela empresa, caracterizando assim como pesquisa documental. Em seguida, foram realizadas três visitas *in loco* a empresa para coleta de dados. Os dados foram coletados por meio de entrevistas não estruturadas com os funcionários da empresa com o objetivo de obter informações básicas

do seu funcionamento e atividades e após, foram analisados. Por fim, foi realizado a análise do sistema de informação da empresa com base nas forças competitivas de Porter (1986).

4. Caracterização da empresa

A empresa do estudo de caso realiza serviços de postagem por meio de 10.524 unidades operacionais com envolvimento logístico, de tratamento e de distribuição. Os funcionários em atuação da empresa podem ser subdivididos por suas atividades, que podem ser classificadas como atividades administrativas e operacionais.

Com um amplo acervo produtivo nos serviços logísticos sob encomenda, a empresa disponibiliza diversos tipos de serviços de acordo com a necessidade e perfil de seus clientes envolvidos na cadeia de suprimentos. A Figura 2 informa os principais serviços e produtos oferecidos pela empresa de acordo com a necessidade de seus clientes.

Entrega de encomendas de diversos tamanhos	Telegramas para envios de mensagens urgentes	Cartas - serviços tradicionais efetuados pela corporação
Exportações - documentos e encomendas com destinação internacional	Dinheiro - utilização do vale postal para envio de cédulas ao exterior	Embalagens para envio - venda de embalagens apropriadas para o envio postal

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Figura 2 - Serviços e produtos oferecidos pela empresa

4.1. Sistemas de informação da empresa

O sistema de informação utilizado pela empresa é o SIGEP Web. Este sistema tem o propósito de preparar e gerenciar as postagens de clientes, pessoas jurídicas, ou seja, dos clientes das empresas que contratam o serviço da organização em estudo, para otimização da sua logística interna. Seus principais atributos técnicos são: facilidade e rapidez na preparação das postagens e gestão das informações sobre objetos postados. Aplicativo desenvolvido em plataforma JAVA, que possibilita a interatividade com outros sistemas da empresa e do cliente, e está disponível apenas para os serviços nacionais.

Além do módulo SIGEP WEB, a plataforma Sigecloud, traz uma ampla variabilidade de módulos relacionados ao uso do sistema, utilizado como ferramenta gerencial para gestão empresarial. O sistema disponibiliza um total de 23 funcionalidades distintas de acordo com a necessidade de uso, como gestão financeira, gestão de frota, gestão de expedição, CRM entre outros.

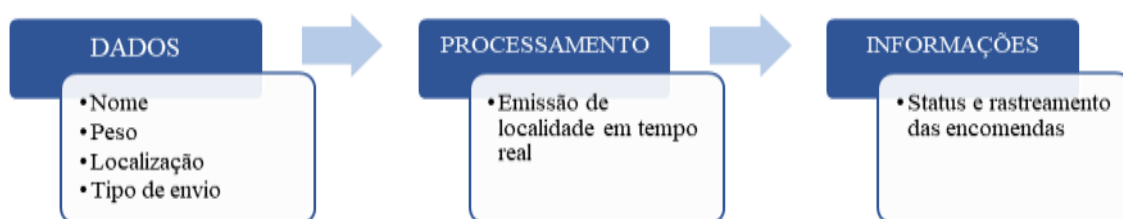
O sistema atende as necessidades da organização por facilitar os processos de: validação on-line dos dados de contrato e cartão de postagem; sistema mais dinâmico e autônomo; captura de etiquetas de registro via internet; lista de remessa otimizada com mais objetos por página; telas de rastreamento de objetos mais detalhadas; suporte técnico via *helpdesk* da Central de Atendimento.

De acordo com a dimensão organizacional, a empresa teve a necessidade de implantar o SI com objetivo de otimizar: processos ultrapassados; complexidade de tarefas; logística de

distribuição de materiais. Na dimensão tecnológica a necessidade de implantar o SI veio com objetivo de atender a mudança tecnológica rápida. Avaliando as necessidades da dimensão humana, podemos destacar a dificuldade de monitoramento do grande acervo de itens a serem gerenciados. O uso do sistema então se justificaria pela a velocidade e capacidade de processamento digital, que substituiria as operações humanas.

A Figura 3 demonstra a aplicação do sistema como um todo em forma de etapas. O sistema funciona de acordo com as informações de entrada das operações. Nas operações de entrada são inseridos dados que serão utilizados pelo sistema para a tomada de decisão do processo logístico. Dados como nome, identificação pessoal, tipo de objeto, peso, endereço de entrega entre outros são agrupados e analisados pelo sistema de forma a fazer o envio mais eficiente possível, diminuindo assim o tempo do serviço.

Após a coleta de dados, o envio do material é efetuado e o sistema faz um acompanhamento em tempo real da postagem através de uma etiqueta previamente gerada no processo de coleta de dados, informando o status do objeto ao cliente de acordo com sua localidade e se o processo encontrasse sem problemas adicionais. Ao fim do processamento logístico da empresa, o SIGEP Web informa o status da encomenda assim como possibilidade o rastreamento da entrega.



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Figura 3 - Logística de funcionamento

4.2. Classificação dos módulos

Analisando o SIGEP Web como ferramenta que otimiza o acompanhamento de objetos e documentos enviados ao um amplo território nacional, ele é classificado então como um meio de facilitar a experiência de seus clientes em uso do serviço de envios de mercadorias. Os processos de entrada que passam pelo sistema são os componentes físicos que serão posteriormente enviados e os componentes de base de dados que serão utilizados pelo sistema para os cálculos dos custos, localização e triagem do material. Podemos classificar como saída informações de localização parcial e geral, debitada pelo sistema ao longo do serviço de postagem. Ao final do processo ocorre a saída do objeto ou documento ao seu local de destinação e o sistema encerra seu acompanhamento da encomenda.

O módulo relacionado ao sistema SIGEP Web, pode ser classificado como um SPT – Sistema de Processamento de Transações. Os sistemas SPTs se enquadram no processamento de pedidos devido ao fato de fazerem uma coleta de dados dos pedidos e inserir as informações através de uma plataforma de entrada, onde serão acompanhadas em tempo real para haver um gerenciamento da encomenda efetuada pelos serviços de logística da organização.

O SIGEP Web apoia inteiramente as operações logísticas da cadeia de valor efetuadas pela agência, tanto na parte da logística interna, para acomodações dos objetos parcialmente em centros de distribuição quanto a parte de saída para a entrega final do pedido, sendo então classificado como sistema primário da organização, por fazer e acompanhar as transações de percurso dos objetos.

5. Análise do sistema de informação de acordo com as forças competitivas

Nesta seção, será abordada a análise do sistema de informação da empresa com as forças competitivas de Porter. Será analisado a rivalidade entre os concorrentes, a ameaça de novos entrantes, ameaças de produtos/serviços substitutos e o poder barganha tanto dos fornecedores como compradores.

5.1. Análise da rivalidade entre os concorrentes

Dentre as 5 forças competitivas elaboradas por Porter, a rivalidade entre os concorrentes é considerada como a força de maior importância e de maior significado (SERRA; TORRES; TORRES, 2004).

Analisando uma possível concorrência direta com a empresa, podemos destacar o alto grau de consolidação com seu mercado, caracterizando a empresa como um monopólio, com difícil presença de concorrência direta.

Com o SIGEP Web, a empresa garante um ganho competitivo considerável, em comparativo com outras empresas de menor porte. Obter um sistema que gerencie um fluxo de informações intenso e que pode ser acessado por clientes institucionais que estão com encomendas em trânsito, é uma forma de melhorar o serviço prestado, garantindo a fidelidade com a marca.

5.2. Análise da ameaça de novos entrantes

Analisando do ponto de vista empresarial, empresas que prestam serviços logísticos apresentam grandes obstáculos na sua etapa de abertura. Pesquisa e desenvolvimento, custos com sedes, treinamento de funcionários e principalmente ferramentas e maquinários, dificultam a implementação de novos entrantes no setor logístico quando avaliados em conjunto aos riscos de abertura, visto que a marca é considerada nova e não possui confiabilidade entre seus possíveis clientes, que se tratando de um serviço e não de um produto, seria bem mais difícil de conquistar.

Em decorrência de um sistema implementado em uma empresa monopolista e com grandes custos de manutenção e tempo de estabilidade, a implementação de novos sistemas no mercado como um concorrente ao SIGEP Web, é inviável a curto prazo, visto que os custos de desenvolvimento de um novo sistema concorrente são muito elevados para se opor a uma empresa monopolista de um tempo tão grande de atuação. Problemas burocráticos de documentação e termos de acordo também podem ser listados como fatores que dificultariam uma implementação.

5.3. Análise da ameaça de substitutos

Para avaliar a ameaças de sistemas substitutos e concorrentes ao SIGEP Web, não devemos apenas avaliá-lo como um módulo, mas também avaliar o Sigecloud como um sistema por inteiro. Isso decorre do fato de que a produção de um novo sistema e seus possíveis riscos, não podem apenas se basear em um único módulo para ser produzido, mas em seus variados de serviços oferecidos.

A ameaça de sistemas substitutos é considerada baixa, visto que além de custos de produção e desenvolvimentos e riscos altíssimos, fornecer informações empresariais a outros sistemas é considerado arriscado para empresas que querem utilizar os serviços de integração. Isso ocorre ao fato da segurança dos dados organizacionais serem postos em sistemas novos no mercado, que não possuem boa reputação devido ao seu tempo de atuação.

Analisando do ponto de vista empresarial, não apenas do sistema, mas da empresa como um todo, o sentimento empregado pela marca é bastante visível. Com cores fortes e altamente reconhecíveis, a empresa mesmo que apresentando falhas na logística, consegue estabelecer uma fidelidade com seus clientes dificultando novos entrantes no setor logístico. Confiar informações no sistema, é confiar na própria empresa, o que garante o uso do sistema de informação pelos interessados devido ao conhecimento da marca e seu tempo de atuação.

Se uma grande empresa utiliza o módulo SIGEP Web, na Sigecloud, automaticamente aumenta a confiança de outras empresas utilizarem os demais módulos que são baseados na experiência de empresas de grande porte.

5.4. Análise do poder de barganha dos fornecedores e clientes

Para esta análise, devemos destacar as constantes mudanças do mercado atual. Hoje em dia os produtos e serviços oferecidos, cada vez mais tentam disponibilizar exatamente o que seu cliente precisa. Dessa forma uma das características de um sistema de informação, seria de oferecer um pacote que seja de acordo com a necessidade do uso daquele determinado comprador. Como percebemos anteriormente, o SIGEP Web é apenas um módulo de uma plataforma, Sigecloud, isso demonstra que os serviços fornecidos pelo módulo da plataforma atendem especificamente a empresa em estudo, não necessitando a utilização de todos os módulos propostos.

Dessa forma o poder de barganha dos fornecedores e compradores pode ser analisada em conjunto, visto que há sempre um equilíbrio do que se está oferecendo e o que se está comprando. Em outras palavras a licença é adquirida de acordo com os módulos que a empresa-cliente necessita.

O cliente pessoa jurídica procurará utilizar os serviços da organização em estudo por apresentarem preços mais acessíveis, assim não existindo poder de barganha dos clientes sobre o sistema. Mas, por outro lado, o sistema terá poder em relação aos clientes, pois os mesmos preferem preços mais baixos, utilizando, dessa forma, o SIGEP Web.

Já tratando do poder de barganha dos fornecedores, podemos citar que estão sempre oferecendo um pacote de acordo com seus compradores. O poder de barganha do fornecedor Sigecloud, aumenta a partir do princípio da qualidade de seus serviços e grande quantidade de público a ser atingido, causando uma dependência das empresas ao utilizar os serviços da plataforma.

6. Conclusões

O presente artigo propunha uma análise do gerenciamento sistemático de uma empresa de serviços de postagens, com utilização de informações primordiais pré-elaboradas de acordo com o contato com a empresa em análise. Perante a um núcleo informativo de caráter legítimo e científico, o referente artigo classificou a empresa em questão a respeito sobre seus dados organizacionais e tipologia de sistema de informação utilizado.

Informações do sistema e empresa em análise foram cruciais para a análise das forças competitivas como objetivo central do trabalho, em torno de uma estrutura metodológica baseada em análise qualitativa de dados e fundamentação teórica.

Com a análise das forças competitivas, foi possível identificar que apesar da ameaça da concorrência ser forte na maioria dos mercados, ela não revela-se como uma força significativa no mercado de postagem, e que o SIGEP Web é uma ferramenta que oferece diferencial competitivo no mercado em que atua. Quanto a ameaça de novos entrantes, têm-se a dificuldade de implementação de novos sistemas no mercado em questão. Sobre os sistemas substitutos, a ameaça é considerada baixa, por proporcionar confiança aos outros clientes, em razão da grande utilização do sistema no mercado e o forte histórico da empresa. Por fim, o sistema reduz o poder de barganha dos clientes, pois apresentam preços mais acessíveis e, em relação ao poder dos fornecedores, oferecem pacotes de acordo com as necessidades dos seus compradores, a partir da qualidade dos serviços oferecidos e da grande quantidade de público atingido, esse poder aumenta.

Referências

GIL, A.C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. *Administração estratégica*. Tradução All Tasks. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

HOFMANN, E., RÜSCH, M. *Industry 4.0 and the current status as well as future prospects on logistics*. Computers in Industry. Elsevier, 2017.

KAGERMMAN, H., HELBIG, J., SCHUH, G., WAHLSTER, W. *Securing the future of German manufacturing industry. Recommendations for implementing the strategic initiative INDUSTRIE 4.0*. Final report of the Industrie 4.0 Working Group. 2013.

LAUDON, K. C; LAUDON, J. P. *Sistemas de Informação Gerenciais*. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2015.

MONTGOMERY, C. A.; PORTER, M. E. (Org.). *Estratégia: a busca da vantagem competitiva*. Tradução de Bazán Tecnologia e Linguística. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

MORESI, E. (Org.). *Metodologia da pesquisa*. Brasília: PUC, 2003.

O'BRIEN, J. A.; MARAKAS, G. M. *Administração de Sistemas de Informação*. 15ed. Porto Alegre: AMGH/McGraw-Hill/Bookman, 2013.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. *Sistemas de Informações Gerenciais: Estratégicas Táticas Operacionais*. 12. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

PORTER, M. E. *Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

_____. *Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior*. 15. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

_____. *Estratégia competitiva: técnicas para análise das indústrias e da concorrência*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SERRA, F. A. R.; TORRES, A. P.; TORRES, M. C. S. *Administração estratégica: conceito, roteiro prático e estudos de casos*. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2004.

SIGECLOUD. *Integre o sistema com os Correios para facilitar o envio dos pedidos aos clientes*. Disponível em: <<https://www.Sigeccloud.com.br/funcionalidades/sigep-web-correios/>> Acesso em: 25 fev. 2018.

SOMMERVILLE, I. *Engenharia de Software*. 6. ed. São Paulo: Addison Wesley, 2003.

TURBAN, E.; RANIER, R. K.; POTTER, R.E. *Introdução a sistemas de informação uma abordagem gerencial*. Tradução Daniel Vieira. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

WRIGHT, P. L.; KROLL, M. J.; PARNELL, J. *Administração estratégica: conceitos*. São Paulo: Atlas, 2007.