

**Matriz de atividade em equipe\***

<b>Módulo:</b> 5– <i>Negócios na era digital</i>	<b>Atividade:</b> 9.2.4 - <i>Consolidação de tarefas individuais</i>
<b>Título:</b> <i>Caso National Semiconductor</i>	
<b>Alunos:</b> <i>Erivaldo Santos</i> <i>Marta Oliveira</i> <i>Michael Silva</i> <i>Walter Dominguez</i>	
<b>Editor:</b> <i>Walter Dominguez</i>	
<b>Disciplina:</b> <i>Gestão da Tecnologia da Informação</i>	<b>Turma:</b> <i>tiead_t41</i>
<b>Introdução</b>	
<p>O presente trabalho pretende fazer uma análise acerca dos impactos e conseqüências que a empresa National Semiconductor provocou no relacionamento com seus clientes e parceiros com os serviços oferecidos através do site <a href="http://www.national.com/design">www.national.com/design</a> .</p> <p>A National Semiconductor é uma empresa norte americana de alta tecnologia, relativamente conservadora, com receita de US\$ 2,4 bilhões e 10.500 empregados, que buscou realizar profundas mudanças em sua relação com o mercado no setor de equipamentos móveis de comunicação sem fio.</p> <p>A empresa também tem se tornado conhecida pelas suas iniciativas na era digital, voltadas para atender melhor seus clientes. Em 1994, ela lançou o sítio <a href="http://www.national.com/design">www.national.com/design</a>, voltado para engenheiros de projeto, que são influenciadores-chave na decisão sobre circuitos integrados a serem utilizados em equipamentos de massa, como por exemplo o celular.</p> <p>Analisaremos a solução implementada pela National destacando sobremaneira o seu impacto sob os engenheiros que o visitam e o utilizam como ferramenta de trabalho; avaliaremos como a National deve lidar com os custos do software e do sítio; apontaremos os riscos que a empresa corre por um engenheiro utilizar gratuitamente o software de projetos e o comprador de fábrica de aparelhos eletrônicos comprar não da National, mas de outra empresa e; por último, traçaremos considerações sobre os grandes desafios para o sucesso de uma empresa que vende produtos diretos ao consumidor via Internet.</p> <p align="center">através do acompanhamento de clicks e análise de padrões, com base em 200 termos mais pesquisados diariamente.</p>	
<b>Justificativa</b>	
<p>Esse trabalho é um dos requisitos para a conclusão do curso “Gestão de Sistemas de Informação”. A sua elaboração tem como finalidade medir o grau de conhecimento que foi adquirido pelo aluno no decorrer de sua realização. Com ele se pretende também averiguar se os objetivos do curso foram alcançados.</p> <p>O curso visa fornecer ao aluno uma visão clara do que pode ser feito por meio da Tecnologia da Informação. Pretendia-se também buscar uma visão de negócio, área na qual a TI exerce um papel vital em termos de ampliação de horizontes e de criação de novas oportunidades para o bom desempenho das organizações, sejam elas públicas ou privadas.</p> <p>Pretendemos, com esse simplificado estudo de caso, avaliar as relações entre a tecnologia digital e os negócios, destacando a rede mundial de computadores, a Internet. Analisaremos o modo como esse recurso se inseriu de forma decisiva e irreversível na ordem dos negócios na atualidade.</p>	

## **Desenvolvimento**

É inegável que as tecnologias têm mudado radicalmente as relações entre as sociedades. A globalização, e os novos conceitos e ferramentas trazidos por ela, tem quebrado paradigmas cada vez mais rapidamente. O tempo, que para determinadas transações, era medido em meses e anos, agora é ressaltado em horas, minutos e segundos. A nova sociedade do conhecimento trouxe consigo um novo homem, muito mais exigente em todos os sentidos. O homem consumidor tem, em sua relação com o mercado, feito com que as empresas repensem a maneira como se relaciona com ele. Esse tem sido o novo desafio para aqueles que pretendem preservar a sua competitividade. Nessa busca, as tecnologias da informação têm sido um grande aliado das empresas.

Os negócios na era digital, apesar da sua atual disseminação, estão começando a engatinhar. Existem ainda muitas demandas reprimidas, muitas perguntas sem respostas. Esta-se num processo de construção cujo termo ainda não é claramente visível. Não existe um padrão, um modelo, na maioria dos casos, que possa ser seguido com segurança. E o que tem servido de suporte para a tomada de decisão das empresas são as informações que estas conseguem obter das diversas fontes a que têm acesso. Para o diretor do Casaglobal.pt, o italiano Aldo Florissi, em entrevista publicada na Internet, "é um risco trabalhar numa área em que os modelos de negócio ainda não estão comprovados". Para ele, "o desafio motivador neste momento é o de conseguir entender quais são os modelos que efectivamente funcionam na Internet ou no mundo on-line e pô-los em prática".

O sítio criado pela National trouxe mudanças consideráveis para os atores envolvidos no processo e mudou sensivelmente a relação entre eles. Podemos afirmar que o seu processo de design é cada vez mais suportado pelo uso de ferramentas de simulação de projetos para produtos que estão sendo construídos, para uma aplicação específica em um contexto específico, tendo como benefício, a economia no tempo de projeto (levava 3 meses, agora poderá levar algumas horas). Os procedimentos administrativos realizados pelo engenheiro foram otimizados através do envio de planilhas para simulação, permitindo com isso, uma forma padrão de envio das informações. Com base em simulações, podem-se obter informações sobre custos on-line, através da integração com estoque, lista de preços e disponibilidade, inclusive de outros fornecedores, facilitando os pedidos para distribuidores.

Com relação à visão financeira, na perspectiva econômica do engenheiro, não há necessidade de possuir software caros e sim utilizar esses serviços produzidos pelos softwares contidos no próprio sítio.

O portal atua na gestão do conhecimento dos engenheiros através da atualização do profissional por meio da divulgação de eventos, seminários, documentação e uso de tutorial para demonstração da seleção de dispositivo eletrônico, através da parametrização, fazendo refinamentos sucessivos até selecionar um produto. Com ele é possível enviar simulações para outras pessoas, podendo estas opinar sobre o projeto, nesse caso, permite a transferência de tecnologia. Essas ações atuam propiciando o aprendizado e conhecimento do usuário.

A solução da National representa um pioneirismo no relacionamento com o cliente, pois o ambiente disponibilizado facilita o acesso às informações contidas em documentos espalhados pela Internet, oferecendo mecanismos de busca, links separados por assunto, acesso a conteúdos especializados e personalização da interface, tendo em destaque o processo de decisão, teste, simulação, download, etc.

Foram incluídas funcionalidades no sítio que permitiram uma maior interação com

os engenheiros no processo de seleção do produto, tendo sido percebido, através do acompanhamento de clicks e análise de padrões pesquisados diariamente.

Como já se verificou que a cobrança pela utilização das ferramentas atuais não funciona, e este é um dos pilares do sucesso do sítio, a melhor forma da empresa conseguir reaver o investimento, seria uma mescla das ferramentas atuais com ferramentas "Open Source", que podem ser encontradas com facilidade em [www.sourceforge.net](http://www.sourceforge.net). O critério para troca deve ser a análise dessas ferramentas por usuários chaves e pelos responsáveis pelo sítio, e ter comprovado a mesma funcionalidade e facilidade para uso, além de serem tecnicamente viáveis de serem implementadas e suportadas.

Pesquisas de mercado revelam que mais de 40% dos gestores de tecnologias admitem usar o software livre em suas áreas de atuação. Os defensores do novo modelo pregam a busca de três quesitos básicos: qualidade, custo baixo e autonomia tecnológica. A convivência pacífica entre os softwares chamados proprietários e abertos tem sido a melhor política.

O software livre, como modelo de negócio, muda significativamente o padrão vigente na maioria das empresas que desenvolvem soluções comerciais padronizadas. Um dos aspectos que mais preocupam a indústria tradicional de software é o fato de que o software livre pressupõe uma série de "liberdades" que desafiam o paradigma vigente (liberdade de acesso ao código fonte, liberdade de uso, cópia, modificação e redistribuição do software de forma gratuita ou não). O software livre não pode ser visto como adversário da indústria nacional de software, mas como uma alternativa capaz de gerar resultados através de um modelo adequado e lucrativo. 70% das empresas citaram a necessidade de soluções Open-Source "embaladas comercialmente", com qualidade compatível com seus concorrentes comerciais, como fator decisivo para sua opção por esta nova modalidade! Não são poucos os que enxergam no software livre uma oportunidade única para concretamente modificar o cenário atual da indústria mundial de software, dominado por algumas poucas multinacionais. Mas toda grande mudança é igualmente acompanhada de desinformação, inseguranças e principalmente de riscos.

Para que softwares Open-Source sejam adotados pela maioria dos consumidores de softwares comerciais, e finalmente entrem na "missão crítica" das empresas, rivalizando com os grandes fornecedores, é necessário que demonstrem um padrão de qualidade compatível com estes últimos e ofereçam algumas vantagens intrínsecas em um modelo de "comercialização" tais como repasse de riscos e compromisso "contratual e legal" por parte de fornecedores com relação à qualidade e **suporte** do que oferecem.

Outras formas complementares, seriam o patrocínio dos parceiros, desde que sejam indicados pelo sítio, e a indicação durante o projeto, a indicação seja feita usando apenas critérios técnicos, e que estes não sejam concorrentes diretos; o subsídio por parte das empresas que fornecem as ferramentas de simulação usadas no sítio, em troca de publicidade direta; a venda de serviços complementares aos usuários, através de mensalidade ou anuidade, onde as funcionalidades atuais do sítio seriam mantidas de forma gratuita e; a criação de um pacote adicional, que poderia incluir documentação, cursos, modelos avançados de projetos, dicas de melhores práticas, gravação dos projetos em cd ou dvd, podendo chegar até o direito de um serviço de consultoria básica.

Com toda essa funcionalidade, a empresa ainda corre o risco de **um engenheiro utilizar gratuitamente o seu software de projetos e o comprador de fábrica de aparelhos eletrônicos comprar não da National, mas sim de seu concorrente. Para evitar essa ameaça, a National deveria investir na**

promoção de produtos, em um novo canal de vendas, na percepção da economia direta, na inovação de produtos, na criação de novas oportunidades de negócio, na imagem de marca e no relacionamento diferenciado com os clientes. Além disso, é primordial proporcionar vantagens de custos e diferenciação de seus produtos e serviços.

É sabido que esse risco sempre vai existir. É para isso que existe a livre concorrência. São as forças do mercado atuando. Antes de mergulhar de cabeça nas soluções para eliminação do risco citado acima, é preciso realizar uma análise econômica e de riscos.

Para minimizar esses riscos, pode-se, também, direcionar o orçamento de TI para ações que realmente agreguem valor ao negócio. O acompanhamento de projeto deve avaliar, a cada instante, se os projetos em desenvolvimento apresentam o alinhamento estratégico desejado, os riscos aceitáveis e o desempenho esperado. No caso de serem observados desvios, deve-se procurar identificar suas causas.

Em um negócio B2C, via internet, são muitos os desafios que devem ser transpostos pelas empresas. Há limitações internas e externas à organização. Algumas, as externas, estão fora de seu controle. Outras, as internas, estão intrinsecamente ligadas ao seu negócio, a sua forma de atuação no mercado e a sua postura perante seus clientes.

Com relação às questões externas à empresa, pode-se citar a situação da infraestrutura pública de telecomunicações que, para o sucesso do negócio, exige canais de comunicação estáveis e de grande capacidade; a falta dessa garantia tende a inibir os negócios. Outro ponto a se destacar, é a segurança nas transações on-line. Esta envolve mais aspectos subjetivos que objetivos. Está mais relacionada à percepção de segurança que o usuário tem da situação do que efetivamente a aspectos técnicos. Relacionado a esta, ressalta-se os meios eletrônicos de pagamento. A utilização de cartão de crédito ou outro meio eletrônico, nessas operações, ainda não conseguiu ganhar a confiança da maioria dos usuários. Outra questão externa está relacionada aos aspectos jurídicos que dão legalidade às transações. Atualmente já existe um padrão nacional que legitima documentos e transações digitais (certificação digital, padrão ICP-Brasil), porém sua utilização ainda não está massificada. Por fim, a privacidade nas operações pela internet não tem sido respeitada. É costumeiro o monitoramento das transações do usuário por algumas empresas que operam nesse mercado. É preciso que esse direito do consumidor não seja violado.

Vencidas, total ou parcialmente, as questões acima elencadas, o próximo desafio da empresa seria a criação de um sítio, na internet, em que colocaria a disposição dos usuários a relação completa de seus produtos e um número considerável de informações sobre cada um deles. Esse sítio estaria interligado aos demais sistemas da empresa, em particular ao sistema de estoque e de preços praticados. Seria também importante disponibilizar informações acerca de produtos similares de outros fabricantes. A falta de informações sobre o que se quer comprar é uma barreira que separa o produto do consumidor e, deve ser transposta.

A empresa precisa montar uma boa rede de distribuição e uma sofisticada logística de entrega de mercadoria para diminuir o tempo de atendimento ao cliente que deve ser tão curto quanto possível. Caso isso seja negligenciado, corre-se o risco de perdê-lo para os concorrentes.

Outras iniciativas para melhor atender aos clientes devem ser postas em prática. É necessário criar um sistema que fomente a interação entre empresa e o cliente. Essa interação propiciará uma maior proximidade no relacionamento com o cliente e permitirá a empresa elaborar perfis individual e corporativo possibilitando identificar e monitorar o que realmente interessa a ele; descobrir que necessidades

deles ainda não foram atendidas; desvendar qual o perfil da utilização do sítio pelo consumidor; revelar o que deve ser alterado no sítio para facilitar a sua procura ao bem desejado. Todas essas ações visam o macro objetivo da empresa que é ir a busca do que fazer para melhorar a qualidade no atendimento ao cliente.

### **Conclusão**

As empresas devem encontrar meios de como se tornarem indispensáveis aos seus clientes e garantir a sua fidelização. Além dos requisitos delineados anteriormente, é preciso investir sempre na inovação. Oferecer cada vez mais produtos personalizados (molecularização) é um ponto de alta diferenciação. Para isso, a empatia é indispensável. É mister assumir o papel do cliente e pensar como ele para descobrir o que de fato aumenta o valor dos bens oferecidos.

Sabe-se que esse é um processo que não tem fim. Portanto, a interação freqüente e contínua com o cliente é primordial e indispensável para garantir o sucesso do empreendimento e a manutenção da competitividade da empresa no mercado.

### **Referências bibliográficas**

- ✚ Albertin, Alberto Luiz, Caso National Semicondutor, FGV-EAESP.
- ✚ Leite, Jaci Corrêa, questões e notas de ensino, FGV-EAESP.
- ✚ Site da empresa National [www.national.com/design](http://www.national.com/design) (vizualizado em 13/9/06).
- ✚ Leite, Jaci Corrêa, Apostila do curso de EAD Gestão de Tecnologia da Informação, FGV, 2006.
- ✚ Site sôbre software livre [www.softwarelivre.gov.br/SwLivre](http://www.softwarelivre.gov.br/SwLivre) e [pt.wikipedia.org/Open\\_source](http://pt.wikipedia.org/Open_source), vizualizado em 14/09/2006.
- ✚ Entrevista de Aldo Florissi ao site <http://expressoemprego.clix.pt/scripts/indexpage.asp?headingID=4231>, vizualizado em 09/09/2006.
- ✚ FGV, Matriz para a apresentação do trabalho desenvolvido segundo ambas as linhas de raciocínio: lógico-argumentativa ou lógico-matemática.