

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES - UM ESTUDO NAS EMPRESAS DE JANDAIA DO SUL - PR

Lucimar Souza da Silva: Gislaíne Gasparello; José Henrique Pedroso
Fafijan - Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Jandaia do Sul, Jandaia do Sul - Paraná

Rejane Sartori (Orientador)
Fafijan - Faculdade de Filosofia, Ciências de Letras de Jandaia do Sul, Jandaia do Sul - Paraná

A sociedade contemporânea está se transformando continuamente e dentre as várias mudanças, as tecnológicas vêm causando impactos profundos nas organizações. Os objetivos das empresas ao adotarem inovações tecnológicas variam desde fortes preocupações com a competitividade, seu desempenho perante a concorrência e as pressões dos clientes, até a atualização tecnológica, redução de custos, aproveitamento de recursos e gestão da própria empresa. A Tecnologia da Informação (TI) assumiu papel primordial para as organizações, permitindo o aperfeiçoamento e a criação de novos negócios e contribuindo para o aumento da competitividade. Como uma das maiores inovações no campo da TI, a Internet está transformando o mundo empresarial ao conectar eletronicamente milhões de pessoas em todo o globo. Sua utilização para acessar informações realça sua importância como infra-estrutura comercial, que atrai um número cada vez maior de organizações que se relacionam com o mercado, fornecedores e concorrentes e com o público em geral, tornando-se importante fonte de recursos e viabilizando novas concepções em termos de atividade empresarial. O potencial da Internet à comercialização de bens e serviços tem promovido transformações nos ambientes empresariais, surgindo uma nova forma de comércio, o comércio eletrônico, definido como qualquer tipo de transação comercial em que as partes envolvidas interajam eletronicamente e não por meio de trocas ou contatos físicos. Diante desta realidade, este trabalho objetivou analisar a utilização da TI nas empresas da cidade de Jandaia do Sul, bem como verificar se estas estão utilizando os recursos oferecidos pela Internet com vistas ao comércio eletrônico. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso e os dados foram coletados por meio de questionários. Apesar da amostra não ser significativa, os poucos resultados evidenciaram que as empresas analisadas caracterizam-se como industriais e de pequeno porte, além de atuarem no mercado há mais de dez anos. Apesar de possuírem computadores em suas unidades, o montante investido na aquisição e/ou manutenção de equipamentos e de softwares é pequeno. A quase totalidade das empresas possui sites na Internet mas nenhuma realiza compras de seus fornecedores ou venda de seus produtos por esse meio, apesar de manifestar conhecimento sobre o comércio eletrônico e interesse futuro nessa prática e de reconhecer que a TI é de suma importância para as empresas. Num cenário atual de transformações permanentes, as empresas devem buscar formas para manter a eficiência e o crescimento, e a TI é uma ferramenta fundamental na aquisição dessa vantagem competitiva.

ematerlu@matrix.com.br; rsartori@uem.br