

ADOÇÃO DE TI EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A IMPLANTAÇÃO DE UM PORTAL CORPORATIVO NA CONCESSIONÁRIA AUTUS

Jaluza Maria Lima Silva Borsato¹
Zandra Cristina Lima Silva Queiroz²
Daiana Paula Pimenta³
Kárem Cristina de Sousa Ribeiro⁴

RESUMO

A Importância da Tecnologia da Informação (TI) como suporte aos processos de negócio traz uma nova possibilidade às empresas. Devido ao avanço tecnológico, muitas instituições sofrem com o excesso de informações, tornando essencial a aplicação da gestão da informação para administrar esse caos informacional. Muitas vezes as informações estão armazenadas em equipamentos de informática de forma não integrada, dificultando seu acesso e, conseqüentemente, o desempenho das atividades necessárias ao pleno funcionamento da instituição. Neste sentido, o presente estudo objetiva analisar em quais aspectos o desenvolvimento e a implantação de um Portal Corporativo poderá melhorar o fluxo de informações de uma média empresa no interior de Minas Gerais. E também, apresentar a execução de cada etapa para a implantação e a análise do desempenho desta ferramenta. Como metodologia realizou-se uma pesquisa descritiva por meio de um estudo de caso. Os resultados da pesquisa apontaram uma maior integração das informações corporativas, assim como, uma melhoria no fluxo de informações da empresa e uma agilidade maior no atendimento do departamento de Tecnologia de Informação.

¹ Mestre em Administração, Universidade Federal de Uberlândia. End. Rua Thomazinho de Rezende, 245 apto 204, Uberlândia - MG. jaluzasilva@yahoo.com.br

² Especialista em Redes, Universidade Federal de Uberlândia. End. Rua Thomazinho de Rezende, 245 apto 103, Uberlândia - MG. zandra@autus.com.br

³ Mestre em Administração, Universidade Federal de Uberlândia. Rua João Severiano Rodrigues da Cunha, 1129, Uberlândia - MG. daiiana-pimenta@hotmail.com

⁴ Professora Dra do Programa de Pós Graduação em Administração, FAGEN/UFU. Rua João Ramalho, 86 apto 100, Uberlândia - MG. kribeiro@ufu.br

Palavras-chave: Portal Corporativo; Tecnologia da Informação; Gestão da Informação

ABSTRACT

The Importance of Information Technology (IT) to support the business processes brings new possibilities to business. Due to technological advances, many institutions are suffering from information overload, making it essential to implementation of information management to manage this information chaos. Often the information is stored in computer equipment in a non-integrated, hindering their access and, consequently, the performance of activities necessary to the full functioning of the institution. In this sense, this study aims to analyze which aspects of developing and implementing a corporate portal will improve the information flow from an average company in the interior of Minas Gerais. Also, make the execution of each step in the implementation and performance analysis of this tool. Methodology was held as a descriptive research through a case study. The survey results indicated a greater integration of corporate information, as well as an improved flow of company information and greater agility in meeting the Department of Information Technology.

Key words: Corporate Portal, Information Technology, Information Management

1. INTRODUÇÃO

Nas três últimas décadas, percebe-se na academia um discurso enfático e muitas vezes repetitivo acerca da busca pelas empresas por soluções que as capacitem a obterem ganhos em competitividade permitindo assim uma atuação compatível com as exigências mundiais e a intensa concorrência instalada com a globalização dos mercados. Nessa busca por competitividade e melhoria no desempenho organizacional, uma das estratégias adotadas por diversas empresas consiste em focar seus esforços na adoção de novas tecnologias capazes de incrementar o desempenho organizacional.

A tecnologia constitui-se em um ativo fundamental das organizações, e para as organizações de pequeno e médio porte (PMEs), a incorporação de recursos tecnológicos pode-se constituir-se em um fator de diferenciação. Todavia, não é o fato de possuir alta tecnologia que permite que as empresas inovem e se diferenciem, mas sim, o que elas são capazes de fazer com esta tecnologia e como elas irão gerir esse recurso.

Muitas vezes, as informações estão dispersas, espalhadas em diversos equipamentos, o que dificulta o acesso e, conseqüentemente, o desempenho das atividades necessárias ao pleno funcionamento da empresa. Devido à proliferação de arquivos eletrônicos produzidos individualmente pelos funcionários, sem o intuito de compartilhamento de informações e de várias aplicações de bancos de dados, desenvolvidas ao longo do tempo para atender a demandas específicas, falta, a essas instituições, uma visão global de seus próprios dados e informações.

O Portal, por definição, estende a sua aplicação à Intranet e se constitui um único ponto de acesso a todos os recursos da informação e do conhecimento em uma instituição. Vários são os seus benefícios, entre eles destaca-se a facilidade de acesso às informações e bases de dados, a capacidade de uso, aprendizado e satisfação do usuário. O seu objetivo principal é o de centralizar as informações institucionais para os funcionários de um grupo de empresas e a padronização do atendimento do Departamento de Informática.

Dessa forma a questão problema que orienta essa pesquisa é: **Em quais aspectos o desenvolvimento e a implantação de um Portal Corporativo poderão melhorar o fluxo de informações de uma média empresa no interior de Minas Gerais.**

Como objetivo principal pretende-se analisar em quais aspectos o desenvolvimento e a implantação de um Portal Corporativo poderá melhorar o fluxo de informações de uma média empresa no interior de Minas Gerais. E também, apresentar a execução de cada etapa para a implantação e a análise do desempenho da solução.

A pesquisa justifica-se por contemplar a relevância da gestão de TI em uma média empresa e por abordar o tema Portal Corporativo, uma ferramenta muito utilizada em grandes empresas, cuja proposta é facilitar o acesso às informações digitais no contexto organizacional.

O trabalho encontra-se estruturados em cinco seções além desta. Na segunda seção apresenta-se o referencial teórico sobre o tema. Na terceira, a

metodologia adotada. Na quarta seção o estudo de caso realizado na empresa Autus Comercial Distribuidora Ltda. Na quinta, as considerações finais e, na sexta e última seção, as referências bibliográficas.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

A Adoção da Tecnologia da Informação nas Pequenas e Médias Empresas (PMEs)

As PMEs representavam, em 2005, segundo dados do IBGE, 99% das empresas industriais brasileiras, respondiam por 56% dos empregos e geravam aproximadamente 24% do valor bruto da produção industrial. Se por um lado, é preocupante e pouco expressiva a contribuição econômica no valor adicionado pelas PMEs brasileiras à economia, por outro, descortina-se um grande potencial a ser explorado, caso essas empresas aumentem sua fatia de contribuição. Nesse sentido, tanto a teoria quanto os estudos empíricos evidenciam que a inovação tecnológica é um fator-chave para a competitividade das empresas e dos países. Portanto, o engajamento das empresas em atividades de cunho tecnológico é uma das formas mais efetivas de se aumentar a competitividade e a produtividade (INÁCIO JR *et al*, 2009).

A situação vivida pelas PMEs na dimensão tecnológica guarda muita semelhança com a encontrada na dimensão econômica, ou seja, uma grande quantidade de PMEs com pouca propensão a inovar, tendo como resultados baixos índices de desempenho inovativo e esforços tecnológicos realizados, caracterizando-se como pontos frágeis dessas organizações (INÁCIO JR *et al*, 2009).

Com a percepção de que a inovação tecnológica pode gerar mudanças para as empresas, Cooper & Zmud (1990) apresentam um modelo para a adoção de TI, construído a partir da literatura a respeito de mudança organizacional, inovação e difusão tecnológica. O modelo é composto pelos seis estágios descritos no Quadro 1:

Quadro 1 – Modelo para adoção de TI

Iniciação	São examinados os problemas organizacionais e as possibilidades da TI até que se localize uma possibilidade de aplicação dessa tecnologia como solução;
Adoção	São realizadas as negociações entre os interessados na empresa e são aprovados o projeto de implementação e dos investimentos necessários;
Adaptação	São instalados os processos através dos quais a aplicação da TI será desenvolvida; são revistos os procedimentos organizacionais e treinados os usuários;
Aceitação	Os usuários são induzidos a se comprometerem com a aplicação da TI;
Rotinização	O uso da TI é encorajado como uma atividade do dia-a-dia;
Incorporação	Amplia-se a efetividade e eficiência organizacionais pelo uso da tecnologia.

Fonte: Adaptado de Cooper & Zmud (1990)

Conforme Solomon (1986), uma dada tecnologia não é automaticamente boa ou má para as PMEs. Seu resultado dependerá da maneira como esta tecnologia será aplicada e o aumento da precisão organizacional, auxiliada por sistemas de informação, trará maior eficiência na administração de seus processos, recursos e atividades e maior eficácia na obtenção de resultados previamente estabelecidos.

A relação positiva entre tecnologia, competitividade e vantagem competitiva, ainda é difícil de ser estabelecida, mas no âmbito empresarial as vantagens, facilidades e imposições de uma economia baseada no uso intenso de recursos tecnológicos parecem conduzir as empresas a um caminho sem volta (MENDES, 2005).

Autores como Mcgee e Pruzak (1997) reconhecem que o gerenciamento

da informação é fator de competitividade, reiterando assim, a crença de que a tecnologia pode solucionar diversos problemas enfrentados pelas empresas. Neste sentido, para as PMEs dispor de uma boa informação pode representar uma vantagem competitiva importante em relação às grandes empresas. Um bom sistema de informações pode suprir as necessidades operacionais de uma empresa e permitir o aumento da eficiência, de forma a tornar o processo decisório mais eficiente. Para atingir a eficácia, entretanto, é necessário utilizar adequadamente as informações disponíveis.

2.1. Tipos, conceitos e definições de Portal Corporativo

Segundo Dias (2001) o que hoje é chamado de portal há quatro anos conhecia-se como máquina de busca, cujo objetivo era facilitar o acesso às informações contidas em documentos espalhados pela Internet.

Ainda segundo a autora, inicialmente, as máquinas de busca possibilitavam ao usuário da Internet localizar documentos a partir de pesquisas booleanas e navegação associativa entre links, visando reduzir o tempo de busca na Internet e auxiliar os usuários menos experientes. Posteriormente vários sites de busca incluíram categorias, ou seja, passaram a filtrar sites e documentos em grupos pré-configurados de acordo com seu conteúdo, integrando outras funções, como, os chats em tempo real, as comunidades virtuais e suas listas de discussão, possibilitando a personalização dos sites de busca e acesso a conteúdos especializados e comerciais, originando essa nova concepção de máquina de busca chamada de portal.

Essa evolução dos portais web, ou portais públicos, chamou a atenção da comunidade corporativa, a qual vislumbrou a possibilidade de utilização dessa mesma tecnologia para organizar e facilitar o acesso às informações internas da empresa. Os portais podem ser classificados de duas formas, a primeira, em relação ao contexto de sua utilização, público ou corporativo, e outra em relação às suas funções, suporte à decisão e/ou processamento cooperativo (DIAS, 2001).

Este estudo trata da implantação de um portal corporativo em uma empresa de médio porte do Triângulo Mineiro, dessa forma, tomará como base o ambiente institucional.

No Quadro 2 apresenta-se a evolução dos portais corporativos segundo Eckerson (2001):

<i>Geração</i>	<i>Categoria</i>	Características das gerações dos portais corporativos
Primeira	Referencial	Máquina de busca, com catálogo hierárquico de conteúdo da web. Cada entrada do catálogo contém uma descrição do conteúdo e um link, enfatizando a gerência de conteúdo, disseminação em massa das informações corporativas e o suporte à decisão.
Segunda	Personalizado	O usuário, por meio de um identificador e uma senha, pode criar uma visão personalizada do conteúdo do portal, a qual apresenta apenas as categorias que interessam a cada usuário. O portal pode avisar ao usuário sempre que um novo conteúdo for adicionado às categorias por ele assinaladas, assim como, permitir a publicação de documentos no repositório corporativo para que esses sejam também visualizados por outros usuários.
Terceira	Interativo	O portal incorpora aplicativos que melhoram a produtividade das pessoas e equipes, tais como correio eletrônico, calendários, agendas, fluxos de atividades, gerência de projeto, indicadores de produtividade etc. Essa geração adiciona o caráter cooperativo ao portal, provendo múltiplos tipos de serviços interativos.
Quarta	Especializado	Portais baseados em funções profissionais, para gerência de atividades específicas na instituição, tais como vendas, finanças, recursos humanos etc. Essa geração envolve a integração de aplicativos corporativos com o portal, de forma que os usuários possam executar transações, ler, gravar e atualizar os dados corporativos, e ainda incorpora outras possibilidades como, por exemplo, comércio eletrônico

Fonte: Adaptado de Eckerson (1999)

O portal corporativo é considerado por Reynolds e Koulopoulos (1999) como uma evolução do uso das Intranets, incorporando, a essa tecnologia, novas ferramentas que possibilitam identificação, captura, armazenamento, recuperação e distribuição de grandes quantidades de informações de múltiplas fontes, internas e externas, para os indivíduos e equipes de uma instituição.

A Figura 1 apresenta os principais componentes de um portal corporativo conforme White (1999).

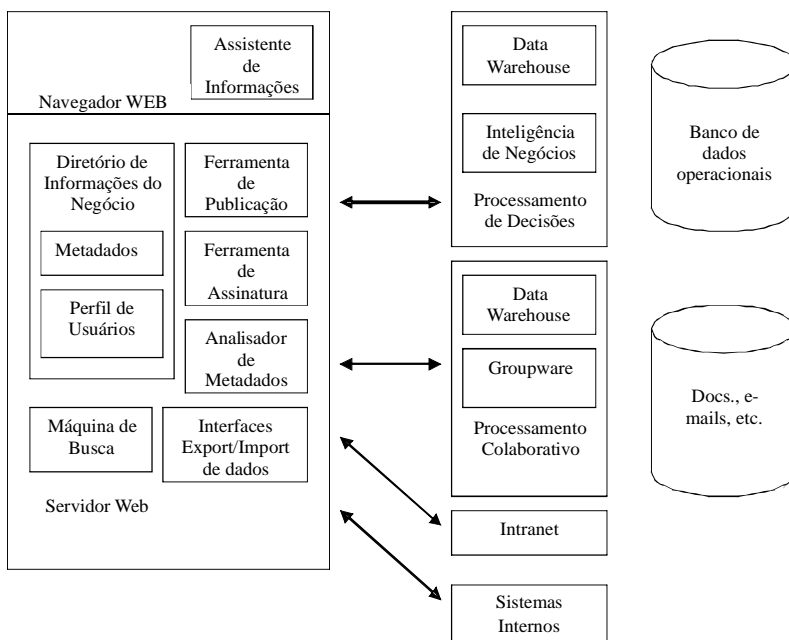


Figura 1 – Principais Componentes de um Portal Corporativo
 Fonte: Adaptado de White (1999)

Para Terra (2003) os portais corporativos são instrumentos essenciais ao esforço em se compartilhar informação e conhecimento no seio das organizações, representando uma mudança necessária no sentido de se estabelecer uma plataforma única para o *e-Business* podendo também prover a integração, em tempo-real, de diversos sistemas de informação; o que representa mudança substancial no modo de como será apresentada a informação e em como os muitos sistemas de *back-end* precisarão comunicar entre si.

Terra (2003) apresenta alguns desafios relacionados ao gerenciamento estratégico de informação presentes no ambiente corporativo pré-Portal, dentre os quais estão:

- Presença de sistemas não integrados e formatos de arquivos proprietários e incompatíveis;
- Dificuldade de acesso ágil à informação atualizada; e, ao mesmo tempo, sobrecarga de informação;
- Redundância e duplicação de informações através das redes;
- Informações e documentos publicados de modo desorganizado, sem controle de fluxo de aprovação;
- Diversidade de caminhos, métodos e técnicas diferentes para buscar e acessar a informação;
- Dificuldade para as pessoas publicarem informações acessíveis à empresa como um todo;
- Dificuldade de definição ou ausência de políticas de segurança;
- Usuários excessivamente dependentes do departamento de TI para gerar, divulgar e obter informação;
- Arquiteturas proprietárias e caras dificultam a integração de diferentes tipos de informação.

Além dos aspectos acima, muitos outros poderiam ser citados para ilustrar o nível de complexidade da gerência de informação em um ambiente corporativo, o qual, sem os instrumentos de apoio, sejam tecnológicos ou gerencias, poderiam comprometer a continuidade da organização no mercado.

3. METODOLOGIA

Em termos de metodologia, as pesquisas são classificadas em três grandes grupos: exploratórias, descritivas e causais. De acordo com Selltiz *et al* (1975), os estudos formuladores ou exploratórios têm como objetivos de pesquisa a

familiarização com o fenômeno ou conseguir nova compreensão deste, freqüentemente para poder criar um problema mais preciso de pesquisa ou criar novas hipóteses, sendo a principal acentuação à descoberta de idéias e intuições. Os estudos descritivos são aqueles que apresentam precisamente as características de uma situação, um grupo ou um indivíduo específico. Os estudos causais são aqueles que verificam uma hipótese de relação causal entre variáveis.

Através de uma análise criteriosa dos diferentes tipos de pesquisa, identifica-se como a mais adequada, para o desenvolvimento do presente trabalho, o uso de um estudo descritivo. Justifica-se a utilização deste instrumento, ao fato do objetivo do estudo estar bem definido, os pesquisadores sabem exatamente o que pretendem com a pesquisa, como buscar as informações e como verificar a freqüência com que às mesmas ocorrem.

Dentro do estudo descritivo será realizado um estudo de caso. Optou-se por esse método, pois, se tem por objetivo de pesquisa analisar em quais aspectos o desenvolvimento e a implantação de um Portal Corporativo poderá melhorar o fluxo de informações de uma média empresa no interior de Minas Gerais. E também, apresentar a execução de cada etapa para a implantação e a análise do desempenho da solução. YIN (2005) afirma que um estudo de caso se constitui em uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidos.

O Estudo de Caso foi realizado com dados dos anos de 2007 e 2008 fornecidos pela empresa pesquisada, período de desenvolvimento e implantação da ferramenta.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

O grupo de concessionárias Chevrolet Autus Comercial Distribuidora Ltda, possui mais de 60 anos experiência atendendo a região do Triângulo Mineiro, e sua estrutura é composta por 160 colaboradores. O grupo iniciou suas atividades em 1946, com a concessionária Organização Triângulo em Monte Carmelo – MG.

Em 1999 adquiriu a unidade de Uberlândia - MG e em 2004 abriu nova unidade de serviços rápidos Autus – Cesário Alvim. Em 2005 foi aberta nova loja em Araguari – MG , ampliando a rede de atendimento na região. O Grupo Autus possui cinco

unidades na região do Triângulo Mineiro, sendo líder de mercado no segmento de concessionárias de automóveis. Com a expansão dos negócios da empresa, no ano de 2009, o grupo abriu uma nova filial, ampliando para 200 o número de colaboradores. Diante disso, a busca por um melhor desempenho operacional por meio de ferramentas de TI tornou-se indispensável para o crescimento da empresa.

O Portal Corporativo está inserido no atual contexto da globalização da informação. Com os inúmeros avanços tecnológicos, muitas empresas sofrem com o excesso de informações, sendo imprescindível a aplicação da gestão da informação para que elas possam administrar todos os recursos e as informações disponíveis.

Muitas vezes, as informações estão dispersas espalhadas em diversos equipamentos, o que dificulta o acesso e, conseqüentemente, o desempenho das atividades necessárias ao pleno funcionamento da empresa.

O Portal, por definição, estende a sua aplicação a Intranet e se constitui um único ponto de acesso a todos os recursos da informação e do conhecimento em uma instituição. Entre seus benefícios, destacam-se a facilidade de acesso às informações e bases de dados, a capacidade de uso, aprendizado e satisfação do usuário.

O Portal Corporativo “Aliança Net” tem como principal objetivo centralizar as informações institucionais para os funcionários de um grupo de empresas e a padronizar o atendimento do Departamento de TI, por meio do serviço de *Helpdesk*, uma das ferramentas disponibilizadas no Portal Corporativo.

O *Helpdesk* controla, administra e busca soluções de forma personalizada para os problemas de informática da empresa e oferece todos os serviços de uma central integrada de atendimento, a qual deve estar preparada para atender local, remotamente ou via telefone às solicitações dos usuários.

Para o desenvolvimento do Portal, definiu-se o fluxo de informações da empresa, com a finalidade de integrar de forma eficiente e ágil a matriz e suas unidades. Além disso, buscou-se melhorar o conhecimento geral do Departamento de TI, definindo suas funções e responsabilidades tais como o atendimento qualificado, cujo objetivo é solucionar as dúvidas geradas pela utilização da tecnologia, oferecer um serviço de apoio técnico de forma integral a fim de gerar soluções rápidas, eficazes e compatíveis com a realidade.

A definição do fluxo de informações se deu em duas etapas, sendo a primeira o detalhamento das funções do departamento de TI, e a segunda etapa a definição do fluxo de trabalho.

A estrutura do departamento era composta por 3 funções conforme

descritas no Quadro 3.

Quadro 3 - Detalhamento das funções do Departamento de TI

Coordenador de TI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desenvolver projetos para o grupo relacionados à administração de voz e dados, bem como a administração de todo o parque instalado, das licenças dos softwares, da manutenção e evolução do mesmo. 2. Avaliação e implantação de novas tecnologias. 3. Gerenciamento da rede, auditoria e acompanhamento do seu desempenho. 4. Coordenação da segurança da informação; elaboração, manutenção e divulgação das políticas de segurança da informação. Elaboração e atualização do Manual de Procedimentos do Departamento de TI. 5. Coordenação das atividades do Analista de Suporte e Auxiliar de Suporte. 6. Acompanhamento dos custos do departamento. 7. Administração do site da empresa.
Analista de Suporte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suporte ao Sistema de Gestão de Concessionárias (SERCON). 2. Treinamento e reciclagem dos usuários quanto à utilização do sistema.
Fonte: Elaboração própria Auxiliar de Suporte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Controle de hardware, acompanhamento e manutenção de o todo parque. 2. Suporte em microinformática aos usuários; instalação, configuração de softwares em geral. 3. Viagens semanais para suporte local às operadoras.

Após a definição das funções, estabeleceu-se o fluxo da prestação de serviços por parte do Departamento de Tecnologia, conforme Figura 2, que segue:

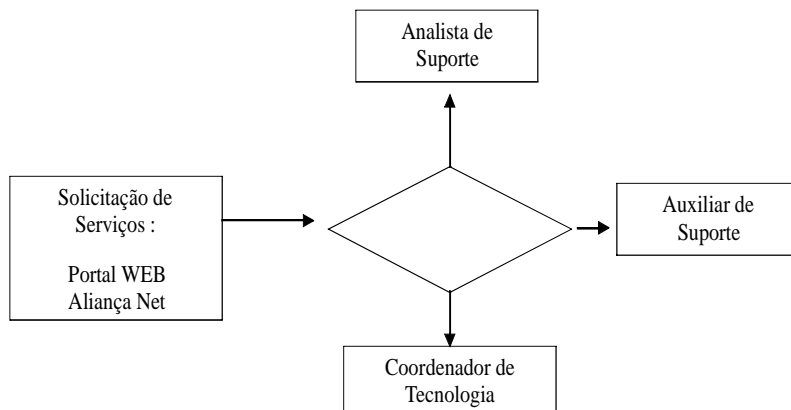


Figura 2 - Fluxo de prestação de serviços do Departamento de TI
 Fonte: Elaboração própria.

Mediante a abertura dos chamados no Portal WEB, as mesmas eram encaminhadas aos setores responsáveis para solução.

As solicitações eram identificadas por área e sub-área (Quadro 4), e o usuário acompanhava os chamados pelo seu status, tendo retorno de uma previsão de solução e/ou conclusão da solicitação.

Quadro 4 – Áreas e Sub-áreas de serviços

Áreas de serviços	Configuração de Software; Sistema de Gestão; Cadastramento; Instalação; Hardware; e Outros.
Sub-áreas:	
Configuração de Software	E-mail; Office; Gerador de Relatórios; Impressora; Internet; Rede; Softwares Diversos; Softwares Fábrica; Windows; Linux; Visualizador de Relatórios.
Cadastro	Sercon; Internet; E-mail; Copiadora; SETL.
Hardware	Cooler; CPU; Estabilizador; Impressora; Mouse; Teclado; Monitor; CX Som; CD Rom; Memória; Rede; Drive 3 ½; Bateria; Processador.
Instalação	Acrobat; Antivírus; Catálogos/Manuais; Internet; Media Player; Office; Softwares Governo; MR Guias; Scanner; Windows

Fonte: Elaboração própria

O atendimento, primeiramente era feito de forma remota, evitando o deslocamento e a conseqüente perda de tempo. Identificando-se a necessidade do deslocamento, agendava-se com o usuário o melhor horário para o atendimento de forma rápida e eficiente.

Por meio do Portal Corporativo, disponibilizou-se também o serviço de *Helpdesk*, uma ferramenta com objetivo de controlar, administrar e buscar soluções de forma personalizada para os problemas de informática da empresa, além de oferecer todos os serviços de uma central integrada de atendimento, a qual está preparada para atender local, remotamente ou via telefone às solicitações dos usuários.

O *Helpdesk* trata-se de um aplicativo capaz de proporcionar aos seus usuários um único ponto de acesso a qualquer informação necessária aos negócios, esteja ela dentro ou fora da corporação. O resultado desta ferramenta é o favorecimento da produtividade e qualidade de desempenho da área, além de garantir que os esforços das empresas sejam concentrados

em suas atividades fins, delegando o restante para área especializada.

Destacam-se entre as vantagens de sua utilização, a centralização e controle das solicitações; minimização do tempo para solução dos problemas; flexibilidade no encaminhamento de tarefas a diferentes grupos ou usuários; geração de estatísticas e históricos de atendimento, permitindo ações preventivas; controle de softwares e hardwares instalados (auditoria); consulta dos níveis dos serviços; e geração de um banco de soluções.

Após a estruturação das funções e do fluxo de trabalho do departamento de TI, identificaram-se alguns requisitos básicos para o funcionamento do Portal:

- Levantamento de dados das redes: Cadastramento das informações referentes aos usuários, equipamentos e à estrutura física.
- Padronização de informações: Levantamento de todos os documentos, informações e sistemas em todos os equipamentos das empresas a fim de facilitar a identificação e o atendimento.
- Materiais e Métodos: Para construção do Portal Corporativo foi disponibilizado um servidor (Pentium IV – 512MB Ram – HD 80G), o Sistema Operacional Windows 2000 Server e os seguintes softwares: IIS (Internet Information Server 6.0), Net Framework 1.1 com SP1 aplicado, MDAC (Microsoft Data Access Components 2.7) desenvolvido com tecnologia ASP e ASP.NET.

No início do desenvolvimento do Portal, determinaram-se as metas principais e os requisitos básicos que suprissem as suas necessidades. Em paralelo, analisaram-se as ferramentas mais adequadas para a sua construção, sendo um dos critérios fundamentais, a facilidade de uso, além da análise dos desempenhos e das experiências externas.

Definidas as metas e ferramentas, iniciou-se a implantação da interface principal do Portal, buscando desde o início uma correta utilização dos códigos HTML.

As metas caracterizaram-se por permitir a troca de mensagens internas, mural de recados, agenda de eventos, biblioteca e *Helpdesk*, tudo isso utilizando uma padronização de todos os setores na interface do Portal, além do rápido acesso às informações.

O Portal agregou também uma área administrativa, reservada por um controle de acessos, tendo como principal função a manipulação das principais funcionalidades presentes no setor.

Um sistema de buscas interno constituiu mais uma função importante

presente no Portal, responsável por localizar os funcionários das empresas e permitir uma maior integração entre eles, inclusive com informações adicionais como fotos do colaborador, lazer, esporte, livro, entre outros.

A interface baseou-se em opiniões diversas e na comparação com portais de outras empresas, buscando-se um melhor equilíbrio entre qualidade e portabilidade, preocupando-se sempre com o objetivo principal do Portal, o acesso rápido e preciso das informações.

Na fase final do seu desenvolvimento, disponibilizaram-se links na página principal para o acesso ao Webmail, Sistema de Gestão e Sistema de Treinamento Interativo da Fábrica como forma de padronizar o acesso rápido aos sistemas existentes na empresa.

Para a divulgação das funcionalidades do Portal, a empresa ofereceu treinamentos a todos os usuários das empresas. O mesmo foi adicionado ao treinamento de integração dos novos colaboradores, visando direcioná-lo para o Portal como fonte principal de informações da empresa.

Adotou-se também como estratégia, a divulgação de jogos para promover uma maior interação entre os usuários e ao mesmo tempo reforçar as funcionalidades existentes, entre elas: A Promoção “*Quiz Game*”, a qual pontuava os funcionários que respondessem perguntas diversas ligadas às atividades das empresas utilizando-se dos recursos do Portal, como envio de mensagens, abertura de Ordens de Serviços, resposta de enquete, entre outros. Portanto, utilizaram-se ferramentas simples de entretenimento visando fixar os conceitos e divulgar as funcionalidades do Portal.

Como resultados, o Portal Corporativo Aliança Net, caracterizou-se pela disponibilização das informações, via Intranet, entre as empresas do grupo – Autus, Autoclã e Organização Triângulo, e sua estrutura é composta atualmente pelos itens descritos no Quadro 5.

Quadro 5 - Estrutura do Portal Corporativo

MENSAGENS	Permitir a todos os colaboradores das empresas do grupo enviar mensagens entre si.
MURAL DE RECADOS	Área comum para a divulgação de informativos e eventos (os mesmos que são colocados nos murais espalhados pelas empresas). O usuário poderá inserir recados somente para a filial e / ou o departamento no qual está cadastrado.
AGENDA DE EVENTOS	Área comum para a divulgação dos eventos das empresas. Semelhante ao mural de recados, porém permite inserir fotos. O usuário poderá inserir eventos somente para a filial e / ou o departamento no qual está cadastrado.
BIBLIOTECA	Área comum a todos os colaboradores para visualização / download de documentos subdivididos por área / departamento (encaminhar documentos para o Departamento de Informática).
NORMAS E PROCEDIMENTOS	Área comum a todos os colaboradores para visualização / download das Normas e Procedimentos das empresas, subdivididos por área / departamento (encaminhar documentos para o Departamento de Informática).
GALERIA DE FOTOS	Permite visualizar as fotos dos eventos cadastrados anteriormente (encaminhar fotos para o Departamento de Informática).
CAT – Central de Atendimento	Área destinada para solicitações por área (posteriormente será explicado como funciona).
PESQUISA	Área destinada a pesquisas diversas (posteriormente será explicado como funciona).
CALENDRÁRIO	Exibição do calendário.
LINKS ÚTEIS	Permite inserir os links mais utilizados por departamento (semelhante a favoritos). Visa facilitar e padronizar o acesso aos sites mais utilizados (repassar os links para o Departamento de Informática).
BUSCAR USUÁRIO	Permite localizar os usuários (colaboradores) e visualizar os dados cadastrais, inclusive fotos (caso não estejam cadastrados, informar ao Departamento de Informática).
DADOS CADASTRAIS DAS FILIAIS	

Fonte: Elaboração própria

Após a implantação do Portal ocorrida no ano de 2008, verificou-se um melhor fluxo de informações na empresa, e também uma agilidade maior no atendimento do departamento de TI. O número de chamados antes da implantação do aplicativo, em 2007, era de 733/ano e após a implantação, no ano de 2008 este número aumentou para 1.345/ano.

Para a avaliação dos benefícios gerados pelo Portal para o Departamento de TI, buscou-se por meio da medição do Prazo de Atendimento de Chamados e da Classificação dos mesmos, identificar o nível de eficiência da área, além de oferecer um suporte melhor para o desempenho operacional da empresa.

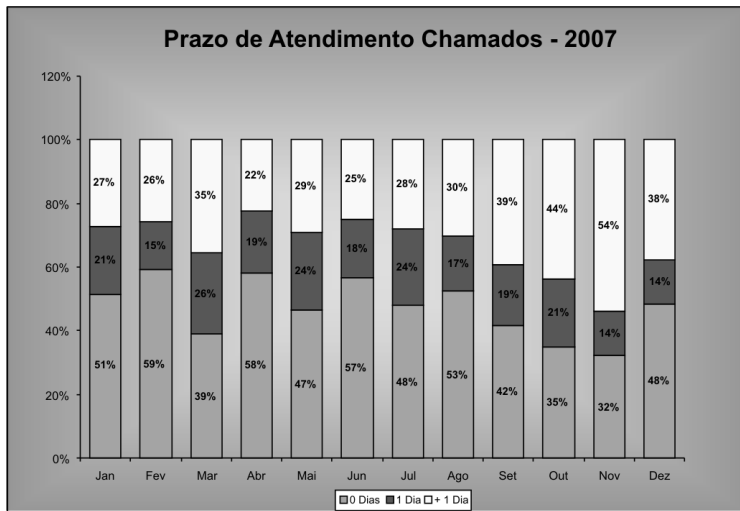


Figura 3 - Prazo de Atendimento de Chamados 2007

Fonte: Elaboração própria

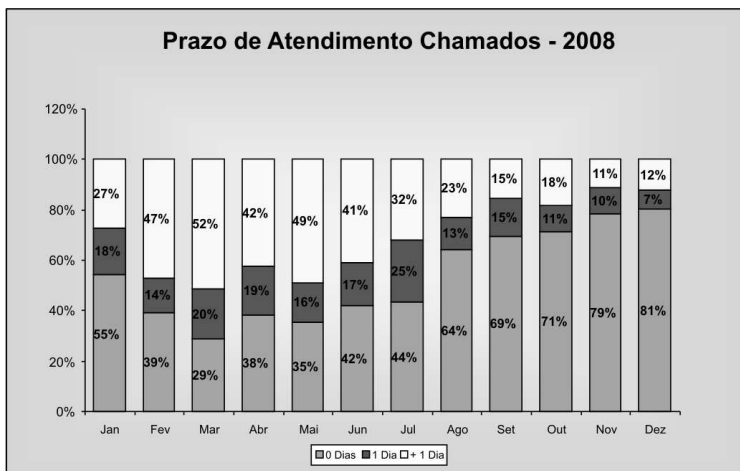


Figura 4 - Prazo de Atendimento de Chamados 2008

Fonte: Elaboração própria

De acordo com as Figura 3 e 4, verificou-se uma melhora significativa no prazo de atendimento de chamados ao Departamento de TI, encerrando o ano de 2008 com 81% dos chamados atendidos no mesmo dia da solicitação, proporcionando um melhor fluxo de informações para o desempenho das atividades operacionais da empresa.

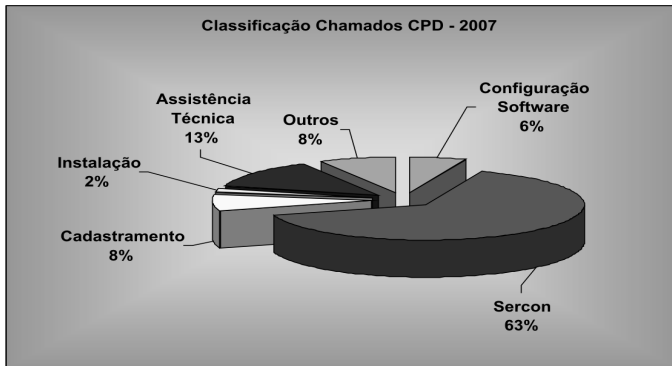


Figura 5 - Classificação dos Chamados 2007

Fonte: Elaboração própria

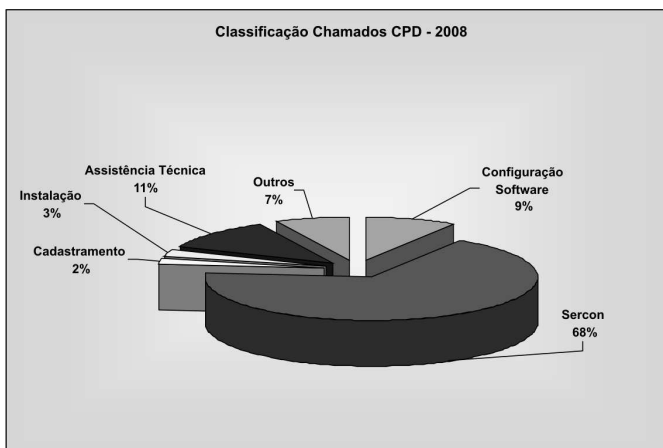


Figura 6 - Classificação dos Chamados 2008

Fonte: Elaboração própria

As Figuras 5 e 6 apresentam a classificação dos chamados ao Departamento de TI, possibilitando ao gestor de TI analisar as necessidades de cada departamento, antecipar investimentos e fornecer indicadores para uma correta adequação das ferramentas tecnológicas.

Verificou-se que a implantação do Portal Corporativo alcançou seu principal objetivo de integração das informações corporativas, além de proporcionar benefícios operacionais à empresa proporcionando facilidade de acesso às informações e bases de dados, e padronizando o atendimento do Departamento de TI por meio do serviço de *Helpdesk*.

Em 2009, realizou-se uma análise pós-aplicação para validação dos dados do estudo. Neste período, com a expansão dos negócios da empresa e abertura de uma nova filial houve um aumento do número de colaboradores de 160 para 200, além disso, o número de chamados registrados subiu para 2.517/ano um aumento de 187% em relação ao ano de 2008. Neste contexto, verifica-se que o Portal Corporativo tornou-se uma ferramenta fundamental para apoiar este crescimento, sendo atualizado frequentemente na busca de agregar novas funcionalidades que atendam as necessidades da empresa.

5. CONCLUSÃO

O objetivo principal desta pesquisa foi analisar em quais aspectos o desenvolvimento e a implantação de um Portal Corporativo poderá melhorar o fluxo de informações de uma média empresa no interior de Minas Gerais. E também, apresentar a execução de cada etapa para a implantação e a análise do desempenho da solução.

Acredita-se que o objetivo foi alcançado, pois de acordo com as metas definidas no início do projeto, houve melhoria no desempenho da área de TI a partir da padronização de seu atendimento. Seus resultados puderam ser observados com a análise das estatísticas de visitação e a abertura dos chamados, possibilitando ao gestor de TI analisar as necessidades de cada departamento, antecipar investimentos e fornecer indicadores para uma correta adequação das ferramentas tecnológicas.

Por meio da otimização dos processos, e com a implantação Portal Corporativo, outras iniciativas foram executadas, como treinamento dos usuários para a utilização dos demais recursos tecnológicos existentes na empresa.

Cada vez mais, a área de TI é requisitada para apoiar e colaborar com a implementação e viabilização de ações que permitam que a empresa alcance os

seus objetivos de maximizar a riqueza dos proprietários, garantindo transparência, segurança e alinhamento com os resultados.

Com um ambiente estável e padronizado, é possível analisar as necessidades de cada departamento, antecipar investimentos e planejar uma correta adequação das ferramentas tecnológicas de forma a otimizar os processos da empresa e conseqüentemente a melhoria dos resultados, permitindo que a área de TI deixe de ter um enfoque apenas tecnológico e passe a assumir um papel estratégico e facilitador na busca por diferenciais competitivos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ECKERSON, Wayne. **Business portals: drivers, definitions, and rules.** Boston, MA: Patricia Seybold Group, 2000. Disponível em: <<http://www.viador.com/pdfs/SeyboldWhitePaper.pdf>>. Acesso em: 20 mai. 2006.

GREMBA, J.; MYERS, C. **The Ideal process model: a practical guide for improvement.** 1998. Disponível em: <<http://www.ser.cmu.edu/activities/idel/ideal.bridge.html>>. Acesso em: 5 Fev. 2004.

INÁCIO JUNIOR, Edmundo; FURTADO, André; DOMINGUES, Silvia Angélica; CAMILLO, Edilaine Venâncio. A importância das pequenas e médias empresas para a inovação. **Revista Conhecimento e Inovação.** Abr, Mai Jun, 2009. Disponível em: <<http://www.conhecimentoeinovacao.com.br/materia.php?id=280>> Acesso em: 26 jun 2009.

MCGEE, J.; PRUZAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação.** Rio de Janeiro: Campus. 1997.

MENDES, Juliana Veiga. **Inovação tecnológica em organizações de pequeno porte:** proposta de roteiro para aquisição de sistemas integrados de gestão. Disponível em: <http://www.mackenzie.br/fileadmin/Graduacao/EE/Producao/5.pdf>. Acesso em: 24 jun 2009.

SELLTIZ, C. et al. **Métodos de Pesquisa nas Relações Sociais,** 6ª. Reimpressão EPU. São Paulo: Editora USP, 1975.

REYNOLDS, Hadley; KOULOPOULOS, Tom. Enterprise knowledge has a face. **Intelligent Enterprise**, v. 2, n. 5, p. 29-34, Mar. 1999. Disponível em: <<http://www.intelligententerprise.com/993003/feat1.shtml>>. Acesso em: 15 mai. 2009.

SOLOMON, S. **A grande importância da pequena empresa**: a pequena empresa nos Estados Unidos no Brasil e no mundo. Rio de Janeiro: Editorial Nórdica, 1986.

TERRA, J. C. ; BAX, M. P. **Portais corporativos**: instrumento de gestão de informação e de conhecimento. In: Isis Paim. (Org.). A Gestão da Informação e do Conhecimento. 1 ed. Belo Horizonte, 2003, v. , p. 33-53.

WHITE, Colin. Enterprise information portal requirements. Decision processing brief, DP-99-02. Morgan Hill, CA: **Database Associates International** , Jan. 1999. Disponível em: <<http://www.decisionprocessing.com/papers/eip2.doc>>Acesso em: 17 jun. 2009.

YIN, R. K. **Estudo de Caso**: Planejamento e Métodos. Porto Alegre: Bookman, 2005.