EMBASAMENTO TEÔRICO

Neste capitulo encontra-se uma breve apresentação do quadro aonde o sistema vai ser implantado, a qualidade de informação, sistema de informação e os fatores que viabilizam o desenvolvimento do sistema.

**Sistema da informação**

“Considera-se sistema um conjunto de elementos interdependentes, ou um todo organizado, ou partes que interagem formando um todo unitário e complexo. (BIO 2008, p. 19-20).”

sistema da informação depende dos recursos de humanos, de hardware, software, dados e redes para executar atividades de entrada, processamento, produção, armazenamento e controle que convertem recursos de dados em produtos de informação.

“Os sistemas de informação objetivam a resolução de problemas organizacionais internos, e a consequente preparação para enfrentar as tendências da crescente competitividade de mercado. (BAZZOTTI, p. 6).”

Segundo Laudon e Laudon (1999, p. 26 apud Bazzotti, p. 6), "a razão mais forte pela qual as empresas constroem os sistemas, então, é para resolver problemas organizacionais e para reagir a uma mudança no ambiente".

Qualidade de informação

Qualidade de informação está diretamente vinculado confiabilidade, à credibilidade e veracidade da informação, seus principais atributos, segundo Oleto (2006, p. 59) são os seguintes: “abrangência, acessibilidade, atualidade, confiabilidade, objetividade, precisão e validade”

Os SI possuem a função de tratar, manipular, processar e armazenar as informações no processo produtivo ou na tomada de decisão das empresas.

Segundo Redman (1996, apudOliveira,2008) “as empresas precisam ter fácil acesso à informação relevante e de qualidade, pois informações e dados de má qualidade resultarão em um impacto negativo na eficiência global das organizações.”

Abordando a qualidade da informação

Huang, Lee e Wang (1999) listam 15 dimensões de análise da informação, classificando-as em quatro categorias distintas:

* Intrínseca: acurácia, objetividade, credibilidade e reputação;
* Acessibilidade: acesso e segurança;
* Contextual: relevância, valor agregado, economia de tempo, completude e quantidade de dados;
* Representacional: interpretabilidade, facilidade de uso, representação concisa e representação consistente.

Esta classificação pode ser usada para definir, medir e gerenciar a qualidade de todos os dados e informações que serão geradas pelos usuários a partir do sistema.

Problematização e Hipótese

Problema: Por quais meios os clientes podem encontrar estabelecimentos que gratificam a fidelização de seus consumidores? Que tipo de ferramentas propiciam aos donos de lojas a divulgarem um plano de fidelização de consumidores que são gratificados nas suas compras e assim gerando mais publicidade no mercado?

Hipótese: Para resolver estes problemas, será desenvolvido um portal sistêmico que irá auxiliar os consumidores a encontrarem lojas ou serviços que gratifiquem pela compra nesse estabelecimento, aumentando a motivação de sempre consumir na loja. E que auxiliem os empreendedores, grandes ou pequenos, a criar promoções de fidelização de forma clara e bonificando os consumidores de acordo com um número de compras, estipulado por cada empreendedor, um agrado ao seu cliente.

Objetivo

Desenvolver um portal em que donos de pequenas ou grandes empresas lojistas, possam criar um serviço de cartela promocional, que troca um valor em carimbos por um prêmio de acordo com o responsável pelo estabelecimento.

Objetivos Específicos

* Permitir que os proprietários de lojas, ou redes de lojas, possam cadastrar a sua empresa, informando o tipo de produtos que é comercializado em seu estabelecimento. E também cadastrar possíveis filiais, caso tenha, para poder conseguir adotar as promoções em qualquer unidade de sua rede.
* Permitir que os clientes das lojas possam se cadastrar no sistema e posteriormente ir adquirindo seus devidos carimbos promocionais.
* Disponibilizar opções de busca de lojas, por localização ou ramo de negócios para exibir lojas que atendam às necessidades do cliente na busca de lojas.
* Exibir as lojas que já possuem carimbos ativados, bem como a promoção vigente, informando quantos carimbos precisam ser coletados e fazer o resgate de sua cartela preenchida com os carimbos necessários.

Materiais

* Visual Studio Code: Editor de código-fonte desenvolvido pela Microsoft para Windows, utilizado na linguagem Dot Net
* Microsoft SQL Server: Sistema de Gerenciamento de Banco de Dados, utilizado para persistir os dados do projeto.
* GitHub: Plataforma de hospedagem de código-fonte com controle de versão usando o Git, utilizado para controlar o versionamento do projeto.

**Metodo**

Será realizada coleta de dados com consumidores de serviços de lojas, feita através de uma pesquisa de campo direcionada para o público consumidor, para que seja mensurado a opinião referente aos canais de compra mais utilizados, o interesse de ter participação em promoções de fidelização e o perfil dos mesmos.

O principal objetivo dessa análise é definir a viabilidade do projeto através da necessidade levantada pela coleta de dados, verificando o perfil dos consumidores, para assim transformar a ideia do trabalho em questão em um portal que satisfaça as necessidades tanto do consumidor do serviço, como do prestador do serviço.

Justificativa

Devido ao fato de que o comércio do varejo representou uma grande fatia do PIB, cerca de 70% de todo o PIB Brasileiro, observou-se um grande valor monetário que circula nesse ramo e a real necessidade de sempre atrair mais e mais clientes fiéis que sempre voltam para consumir além de contribuir com o marketing informal (boca a boca, linguagem popular) o que representa um aumento significativo à receita da empresa. Observou-se também uma necessidade real de se desenvolver soluções tecnológicas que atendam a esta parte significativa do mercado, que encontra dificuldades em se desenvolver tecnologicamente devido a vários fatores, e a essência deste trabalho é atender de forma eficaz e dar mais opções tanto para os proprietários de pequenas e grandes empresas como consumidores da área. Pois resolvendo estes problemas serão criados vínculos entre ambas as partes, o que gera maior qualidade e confiança.

**Gráficos**

Observando o Gráfico 1 (esquerda), a faixa etária predominante ficou entre 18 a 25 anos – resultando 48,8% do total da amostra coletada.

Com o gráfico 2 (direita), conseguimos verificar que, da amostra pesquisada, 75,6% tem preferência em comércios que tem o sistema de bonificação por fidelização.

Analisando o Gráfico 3 (de baixo), nos mostra que 75,6% dos entrevistados conhecem o sistema de fidelização por carimbos de outras redes de comércio, o que resulta em um pouco mais de ¾ das pessoas entrevistadas.