

# Sistemas de Informação nas empresas e colaboração

## Estudo de caso

Ricardo Fuzeto

SSC120 - Sistemas de Informação

ICMC/USP - São Carlos

2017

# Introdução

- ▶ Trivago
  - ▶ No mercado desde 2013/14
  - ▶ Sede na Alemanha, em Dusseldorf
  - ▶ Começou com os 3 fundadores, numa garagem
  - ▶ Hoje, o prédio da sede tem capacidade para 3000 trabalhadores
  - ▶ Dos 1,4 milhões de euros iniciais, a empresa cresceu para mais de 3 bilhões de dólares

**trivago**®

# O que será visto no estudo de caso?

- ▶ Como o Trivago funciona, e por que ele é diferente dos concorrentes
- ▶ Não existe uma correlação clara entre o grau de impacto de um produto/serviço, e seu grau de inovação
- ▶ Vantagem competitiva pode garantir a sobrevivência de uma empresa, mesmo num mercado saturado

# Perguntas

- ▶ Considerando os diferentes tipos de SI (ERP, CRM, SCM, KMS e BI), quais você identifica que a Trivago potencialmente tenha desenvolvido internamente? Lembre-se de que não há informações sobre os sistemas internos da Trivago!
- ▶ Já sabemos que a vantagem competitiva da Trivago está na captação de dados de outros classificados, centralizando-os num lugar só. Quais forças competitivas, segundo o modelo de Porter, essa vantagem traz para a empresa, e por quê? Não é uma única força!
- ▶ Pense que você está criando um novo serviço de armazenamento na nuvem. Como você alteraria seu serviço, para adquirir alguma vantagem competitiva sobre os demais concorrentes? Lembre-se de que você estará concorrendo contra grandes nomes como Dropbox, 4shared, Google Drive, Microsoft OneDrive, Apple iCloud...!