

O San Francisco Giants vence com a tecnologia da informação



O San Francisco Giants é uma das equipes de beisebol mais antigas dos Estados Unidos, e também uma das mais bem-sucedidas. Eles ganharam mais jogos do que qualquer outra equipe na história do beisebol norte-americano e do que qualquer time esportivo profissional dos Estados Unidos. O Giants conquistou 22 flâmulas da Liga Nacional e participou de 19 competições da World Series — ambos recordes na Liga Nacional. Seu triunfo mais recente foi ter ganhado a World Series em 2012. O Giants tem muitos treinadores e jogadores de destaque (apresentando o maior número de jogadores no *Hall* da Fama em todo o beisebol profissional), mas parte de seu sucesso, tanto como uma equipe como um negócio, pode ser atribuída ao uso da tecnologia de informação.

O beisebol é um jogo de estatísticas, e todas as principais equipes estão constantemente analisando seus dados sobre o desempenho do jogador e o posicionamento otimizado em campo (ver caso de abertura do Capítulo 11 sobre *Moneyball*). Mas o Giants está fazendo mais do que isso. Eles começaram a usar um sistema de vídeo do Sportsvision chamado Fieldf/x, que auxilia as equipes nas análises de tempos de reação do jogador. As informações produzidas pelo sistema sobre a velocidade do jogador e seu tempo de resposta, como a velocidade com que um defensor externo chega a uma bola ou reage às rebatidas do tipo *line drive*, tornarão a análise dos dados do jogador muito mais precisa. Em alguns casos, ele fornecerá informações até então desconhecidas. O sistema Fieldf/x gera um milhão de registros por jogo. Isso totaliza cinco bilhões de registros em três anos, a quantidade de tempo necessária para fornecer um alto nível de precisão nos dados. Além das estatísticas dos jogadores e da equipe, o Giants está começando a coletar dados sobre os seus fãs, incluindo dados sobre a aquisição de ingressos e atividade na mídia social.

Sob a liderança do *Chief Information Officer (CIO)* Bill Schlough, o San Francisco Giants foi o pioneiro na precificação dinâmica dos ingressos, baseada em software da empresa *Qcue*, no qual o preço de um ingresso varia de acordo com o nível de demanda para um determinado jogo. É como se os preços tivessem os valores dos ingressos alterados dinamicamente, como no setor de aviação civil. Se um jogo faz parte de uma série importante, ou se o Giants está jogando contra um rival na divisão, ou se os ingressos de um jogo parecem estar vendendo rapidamente, os preços subirão. Se o jogo não é um grande atrativo, os preços dos ingressos caem. Os ingressos do Giants esgotam em 100% dos seus jogos em casa, desde outubro de 2010, e as vendas de ingressos da temporada completa aumentaram de 21 mil em 2010 para 29 mil ingressos em 2012.

Os detentores dos ingressos da temporada completa normalmente não assistem a todos os jogos, e isso pode diminuir a receita para a equipe. Cada vez que um fã com um ingresso de temporada decide ficar em casa, a empresa franqueada perde em média 20 dólares em concessões e vendas de mercadorias. Para certificar-se de que os assentos dos estádios estarão sempre ocupados, o Giants criou um mercado secundário on-line de ingressos, no qual o titular do ingresso poderá revendê-lo usando a Internet. Os especialistas em tecnologia da informação do Giants encontraram uma maneira de ativar e desativar os códigos de barras dos ingressos de modo que eles possam ser revendidos. O sistema também é uma maneira para o Giants fornecer serviços adicionais aos clientes.

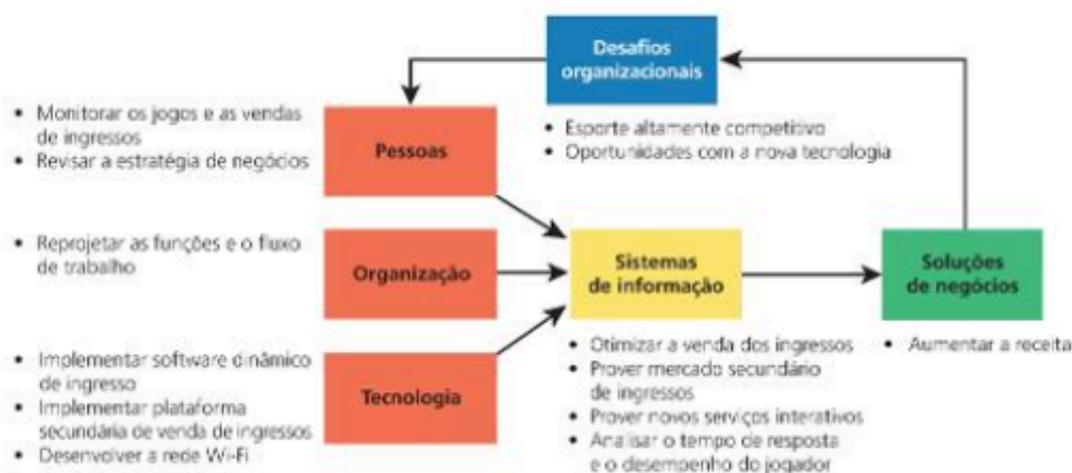
A equipe também se aproveita da tecnologia wireless para melhorar a experiência dos seus fãs. O AT&T Park, estádio do Giants, tem uma extensa rede wireless de alta velocidade, que os fãs podem usar para verificar as pontuações e destaques em vídeo ou para transmitir mensagens por e-mail. Uma “sede de mídia social” chamada @Café oferece um espaço para que os fãs se reúnam, comprem um café gelado, verifiquem os tweets, visualizem fotos de outros fãs, e até mesmo se conectem com os jogadores.

Fontes: Peter High, “Interview with World Champion San Francisco Giants CIO and San Jose Giants Chairman, Bill Schlough”, *Forbes*, 4 fev. 2013; Nicole Laskowski, “Tech-savvy San Francisco Giants Aim for Bleachers with @Café”, *SearchCIO.com*, 20 jun. 2013; Michael Vizard, “Sport Franchises Use IT to Keep Fans in Seats”, *CIO Insight*, 18 jan. 2013; Disponível em: <sanfrancisco.giants.mlb.com>, acesso em: 19 abr. 2013; e Fritz Nelson, “Chief of the Year”, *Information Week*, 17 dez. 2012.

Os desafios que o San Francisco Giants e outros times de beisebol enfrentam mostram como os sistemas de informação são essenciais hoje. A Major League Baseball é uma empresa, assim como é um esporte, e equipes como o Giants precisam lucrar com a receita dos jogos, a fim de permanecerem nesse negócio. A Major League Baseball também é um negócio no qual o que importa acima de tudo é ganhar, e qualquer maneira de usar informações para melhorar o desempenho do jogador é uma vantagem competitiva.

O diagrama a seguir chama a atenção para pontos importantes levantados por este caso e este capítulo. Para aumentar a receita obtida no estádio, o San Francisco Giants desenvolveu um sistema de precificação dinâmica dos ingressos projetado para ajustar os preços dos ingressos conforme a demanda do cliente e vender os assentos com o preço ideal. A equipe desenvolveu outro sistema que permite ao portador do ingresso vendê-lo facilmente on-line para outra pessoa. Outra forma de manter os clientes é implantar modernas tecnologias de informação no estádio AT&T Park, incluindo uma enorme rede Wi-Fi com serviços interativos. Para melhorar o desempenho do jogador, o Giants implementou um sistema que captura vídeo com os jogadores e depois usa os dados para analisar a velocidade e os tempos de reação.

A seguir estão algumas perguntas para refletir: qual o papel da tecnologia no sucesso do San Francisco Giants como uma equipe de beisebol? Avalie as contribuições dos sistemas descritos neste estudo de caso.



1.1 O papel dos sistemas de informação no ambiente de negócios contemporâneo

Os negócios nos Estados Unidos ou no restante da economia global já não são os mesmos. Em 2013, as empresas norte-americanas investiram quase 1 trilhão de dólares em hardware e software para sistemas de informação e em equipamentos para telecomunicações — mais da metade de todo o capital norte-americano para investimento. Além disso, gastarão outros 600 bilhões de dólares em consultoria e serviços de gestão e tecnologia da informação — grande parte no redesenho das operações organizacionais para tirar proveito dessas novas tecnologias. Mais da metade de todo o investimento anual privado nos Estados Unidos envolve tecnologias e sistemas de informação, e essas despesas cresceram cerca de 4% em 2012, muito mais que o crescimento da economia norte-americana como um todo (BEA, 2013; Gartner, 2013). No mundo todo, os gastos com tecnologia da informação ultrapassaram 3,6 trilhões de dólares.

COMO OS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO ESTÃO TRANSFORMANDO O AMBIENTE DE NEGÓCIOS

Para ver os resultados desses gastos maciços, basta observar como as pessoas estão conduzindo os negócios. Os telefones celulares, smartphones, tablets, e-mails e conferências on-line através da Internet têm se tornado ferramentas essenciais para os negócios. Em 2012, mais de 102 milhões de empresas tinham um site registrado na Internet. Aproximadamente 193 milhões de adultos norte-americanos estão on-line, 19 milhões compram algo diariamente pela Internet, outros 40 milhões pesquisam em busca de um produto, e 116 milhões utilizam ferramentas de busca. O que isso significa é que se você e sua empresa não estiverem conectados à Internet e às redes sem fio, é possível que não estejam sendo tão eficientes quanto poderiam (Pew Internet and American Life, 2013).