



**ANTONIO MENEGHETTI FACULDADE
GRADUAÇÃO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO**

GUSTAVO COELHO DE JESUS SILVEIRA

**COMO A UTILIZAÇÃO DA INTERNET ATRAVÉS DA
TECNOLOGIA LINK DEDICADO CONTRIBUI DENTRO DE UM
AMBIENTE CORPORATIVO**

**RESTINGA SÊCA, RS
2019**



GUSTAVO COELHO DE JESUS SILVEIRA

**COMO A UTILIZAÇÃO DA INTERNET ATRAVÉS DA
TECNOLOGIA LINK DEDICADO CONTRIBUI DENTRO DE UM
AMBIENTE CORPORATIVO**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Sistemas de Informação, Antonio Meneghetti Faculdade - AMF, apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Sistemas de Informação.

Orientador: Prof. Esp. José Luiz Rodrigues Filho

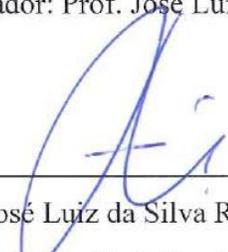
FACULDADE ANTONIO MENEGHETTI

Gustavo Coelho de Jesus Silveira

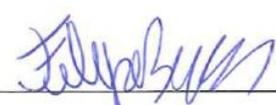
COMO A UTILIZAÇÃO DA INTERNET ATRAVÉS DA TECNOLOGIA LINK
DEDICADO CONTRIBUI DENTRO DE UM AMBIENTE CORPORATIVO

Trabalho de Conclusão de Curso-Monografia, apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Sistemas de Informação, Curso de Graduação em Sistemas de Informação, Faculdade Antonio Meneghetti-AMF.

Orientador: Prof. José Luiz da Silva Rodrigues Filho



Prof. José Luiz da Silva Rodrigues Filho
Orientador do Trabalho de Conclusão de Curso
Antonio Meneghetti Faculdade



Profª Dr. Felipe Becker Nunes
Membro da Banca Examinadora
Antonio Meneghetti Faculdade



Profª Ms. Fabio Sarturi Prass
Membro da Banca Examinadora
Antonio Meneghetti Faculdade

RESUMO

Uma conexão de internet através de um link dedicado pode oferecer aos funcionários de uma empresa alta velocidade de carregamento de dados e agilidade em um atendimento. Os benefícios vão além, tendo em vista o risco remoto de oscilações, trazendo maior escalabilidade aos usuários. Com isso, o presente estudo visa analisar como a utilização de link dedicado dentro de diferentes organizações podem agilizar seus processos e como isso influencia no seu dia-a-dia. A pesquisa busca apresentar como a internet se faz necessária para que organizações estejam evoluindo. Desse modo, é possível visualizar sua presença dentro dos ambientes corporativos business-to-business. Para observar os objetivos propostos, foi realizado um questionário de pesquisa online a fim de captar informações de diferentes entidades que serão analisados qualitativamente. O estudo qualitativo foi interpretado a partir de perguntas abertas. Com os resultados obtidos, compreendeu-se que o uso de link dedicado dentro de organizações se faz necessário quando busca-se estar alinhado com seus escopos e manter um relacionamento saudável com outras organizações, de maneira a gerar lucro para a sua. Ademais, é possível visualizar que ter um responsável técnico dentro da organização auxilia na escolha do melhor tipo de conexão.

Palavras-chave: Link Dedicado; Internet; Ambiente Organizacional.

ABSTRACT

An internet connection through a dedicated link can give a company's employees high data loading speed and client responsiveness. The benefits go beyond, given the remote risk of oscillation, bringing users greater scalability. Thus, this study aims to analyze how the use of dedicated link within different organizations can speed up their processes and how it influences their daily lives. The research seeks to present how the internet is necessary for organizations to constantly evolve. In this way, we can visualize its presence within business-to-business enterprise environments. To observe the proposed objectives, an online survey questionnaire was conducted to capture information from different entities that will be qualitatively analyzed. The qualitative study was interpreted from open questions. With the results obtained, it can be understood that the use of dedicated link within organizations is necessary when seeking to be aligned with their scopes and maintain a healthy relationship with other organizations, in order to generate profit for yours. Moreover, it is possible to see that having a technical manager within the organization assists in choosing the best type of connection.

Keywords: Dedicated Link; Internet; Organizational Environment.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
1.1 Problema de Pesquisa	12
1.2 Objetivos.....	13
1.2.1 Objetivo Principal.....	13
1.2.2 Objetivos Específicos	13
1.3 Justificativa.....	13
1.4 Estrutura do Trabalho	14
2 REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 Internet.....	15
2.2 Link Dedicado	18
2.3 Ambiente Corporativo	20
2.4 Business-to-Business (B2B).....	21
3 METODOLOGIA.....	23
3.1 Abordagem de Pesquisa.....	23
3.2 Amostra	24
3.3 Critérios de Análise de Dados	25
3.4 Procedimentos Éticos	25
4 RESULTADOS	26
4.1 Comentários dos Gráficos e Quadros Resultantes do Questionário	26
5 DISCUSSÕES	34
REFERÊNCIAS	36
APÊNDICE	38

LISTA DE ABREVIATURAS

ARPA – Advanced Research Projects Agency

B2B – Business-to-Business

B2C – Business-to-Consumer

CERN - Organização Europeia para a Pesquisa Nuclear

EUA – Estados Unidos da América

Gbps – Gigabits per Second

HP – Hewlett Packard

HTML – HyperText Markup Language

HTTP – HyperText Transfer Protocol

IBM – International Business Machines

LAN – Local Area Network

Mbps – Megabits Per Second

NCP – Network Control Protocol

NSF – National Science Foundation

PRNET – Packet Radio Net

SAP – Systeme, Anwendungen und Produkte in der Datenverarbeitung

SATNET – Packet Satellite Network

TCP/IP – Transmission Control Protocol/Internet Protocol

URI – Uniform Resource Identifier

URL – Uniform Resource Locator

WWW – World Wide Web

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – O projeto original da ARPAnet.....	15
Figura 2 – O backbone da NSFNET em 1988.....	16
Figura 3 – Funcionamento do link dedicado.....	18
Figura 4 – As organizações como sistemas sociotécnicos.....	21

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Cidade dos respondentes	26
Gráfico 2 – Fator decisivo de compra para os respondentes	29
Gráfico 3 – Se o preço de uso é adequado ao serviço prestado.....	31
Gráfico 4 – Se sabem a diferença do link dedicado para outros tipos de conexão.....	32
Gráfico 5 – As vantagens e benefícios identificados após o uso do link dedicado	32
Gráfico 6 – Se indicariam o uso do link dedicado para outras empresas	33

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Perguntas do questionário.....	23
Quadro 2 – Qual o impacto da internet dentro do negócio.....	27
Quadro 3 – Por qual motivo foi feita a escolha do link dedicado	28
Quadro 4 – Por qual razão não foi escolhida uma rede de internet comum.....	30

1. INTRODUÇÃO

Ao completar 50 anos da internet, é possível identificarmos a crescente exponencial do consumismo gerada a partir desta tecnologia. Ao longo desses 50 anos, muitas empresas e serviços que não se moldaram aos novos tempos, deixaram de ganhar muito dinheiro e acabaram tornando-se arcaicas ou com recursos limitados, ficando estagnadas em um modelo de venda ultrapassado. Com o avanço da internet, os usuários desta tecnologia, passaram a produzir conteúdo digital. Isso se deu pelo fato dos softwares da época adquirirem maior inteligência, facilitando a interação com o cliente final.

Este avanço foi extremamente revolucionário para as empresas da época, pois através dela seus clientes possuíam maior probabilidade de adquirir seus produtos ou serviços, tendo em vista, a facilidade na utilização dessa ferramenta, no novo formato com interfaces mais amigáveis e muito mais interativas. Está se vivendo a era da interconexão onde há um grande número de dispositivos, equipamentos e sistemas eletrônicos interagindo entre si, facilitando o dia-a-dia. Imagine que seu smartphone está conectado com seu notebook, relógio, geladeira, televisão, ar condicionado e demais aparelhos de sua casa.

Gerenciar sua casa através do seu smartphone é algo inimaginável a 50 anos atrás. Para que tudo isso seja possível, a indústria de telecomunicações precisou acompanhar o crescimento dessas novas tecnologias, a fim de viabilizar a conexão entre todos esses aparelhos, assim como nos negócios. Hoje, a internet é “um meio de que vem superando as expectativas a cada ano, sendo capaz de transmitir vários tipos de informações (imagem, som, vídeos, textos etc.) [...]” Töpke (1999). Desta forma, o usuário corporativo necessita estar conectado com uma internet de alto desempenho para acelerar sua produtividade.

No atual momento, possuir uma conexão confiável e de rápida resolução é fundamental para que as atividades das organizações sejam resolvidas rapidamente. Desse modo, e “com o significativo destaque cada vez maior de se disponibilizar acesso a informação e facilidades de no que se refere a comunicação, os ambientes computacionais conectados em rede estão de certo modo arquitetados para um crescimento não definido” (Cantú, 2003, p. 6).

Vale ressaltar que a utilização da internet é algo vital, seja para as organizações como para as pessoas. E, muitas vezes, esse uso exagerado ocasiona em atrasos nos envios das informações, o que pode gerar conflitos principalmente nos ambientes corporativos. Esses ambientes corporativos, quando trabalham com outras organizações, buscam agilidade e eficiência. Quando se trata de um uso comum de internet, como em residências, esse conflito não é tão exagerado.

Uma rede é uma simples conexão entre um ponto-a-ponto utilizando pares trançados de vias telefônicas. Quando falamos de performance, ou seja, velocidade de transmissão, os modems analógicos são capazes de transmitir taxas que vão até 56 Kilobytes por segundo, entretanto, condicionada à péssima qualidade das vias, torna-se difícil atingir este valor em sua exatidão. (Cantú, 2003, p. 11).

Já no ambiente corporativo, a tecnologia Ethernet é uma das mais disseminadas. Segundo Kurose (2010, p. 14), “o acesso à Ethernet normalmente possui 100 Mbps, enquanto os servidores possuem um acesso de 1 Gbps ou até mesmo 10 Gbps”. Isso, indica que para os ambientes das organizações, a escolha por esse padrão de conexão de internet é mais apropriado, levando mais e maiores resultados diante de seu uso.

O link dedicado em específico é um serviço desenvolvido para o setor corporativo. Para Kofre (2015), quando se faz o uso de uma conexão com link exclusivo, ou seja, dedicado, as companhias têm a garantia de acesso, assim como altas taxas de transferência, pois há um link direcionando este uso, garantindo assim acesso à conteúdos variados e em massa, assim como a constância durante o tráfego, mostrando-se assim confiáveis e disponíveis para muitas aplicações.

Deste modo, pode-se entender que esta pesquisa tem como finalidade verificar como a utilização de um link dedicado em um ambiente corporativo pode trazer benefícios para a organização. Junto com isso, confirmar por qual motivo essa opção atrai mais resultados, visto que seu preço de mercado é, muitas vezes, acima do que as empresas desejam pagar.

1.1 Problema de Pesquisa

Uma conexão exclusiva, ou seja, um link dedicado, é oferecido como um serviço por através de empresas operadoras de telefonia fixa e móvel, grandes datacenters, assim como provedores de serviços de rede locais. Tendo como diferença entre ele e a internet banda larga comum, à sua velocidade de conexão. O link possui um caminho de rotas livres, do roteador distribuidor até a empresa ou residência do usuário. Além disso, a utilização de um serviço para a obtenção do aumento de velocidade de conexão é instrumento chave para melhor entrega no produto final, mantendo a agilidade nos processos internos da empresa e resultados facilmente identificáveis.

Com isso, alguns questionamentos podem ser levantados: Por qual motivo se dá a alteração de conexão à internet? Há influenciadores externos para tal aquisição? O futuro aumento no quadro de funcionários pode ser um influenciador? A grande diferença de valores entre a internet banda larga comum e o link dedicado é um empecilho?

Diante dos questionamentos e dúvidas, foi possível chegar ao seguinte problema de pesquisa: “De que maneira a utilização de uma conexão à internet através de um link dedicado pode auxiliar empresas no seu dia-a-dia?”.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Principal

O objetivo geral deste trabalho é analisar as vantagens na utilização de link dedicado dentro de uma empresa de tecnologia, que auxilia nos seus processos diários e resultados esperados.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Diferenciar a tecnologia de internet comum para link dedicado;
- Esclarecer os benefícios que esse serviço traz para as empresas;
- Evidenciar os motivos que fazem corporações não investirem nesta tecnologia, e;
- Verificar os resultados obtidos em um questionário de pesquisa de empresas que utilizam o link dedicado como meio de conexão à internet.

1.3 Justificativa

A escolha pelo devido tema de pesquisa foi motivada, principalmente, pela curiosidade e experiência do autor com redes de internet. Além disso, a internet é, cada vez mais, um “utensílio” inevitável para seus usuários. Logo, com o aumento da sua disponibilidade pelo mundo e pelas empresas necessitarem progressivamente desse serviço, é viável a realização de um trabalho que abrange como seu uso pode ser eficaz em uma organização.

A disciplina ministrada na Antonio Meneghetti Faculdade, denominada como Redes de Computadores, também foi fator decisivo para a escolha do tema. Além de apresentar modelos, protocolos e as redes, trouxe a informação sobre a qualidade dos serviços e a evolução das redes de computadores. Visando isso, uma transmissão de dados que não sofra interferências se faz importante para o andamento de projetos.

E, com o aumento de empresas que carecem de uma conexão à rede de internet para realizarem suas atividades comerciais, administrativas e técnicas, gerou a necessidade de melhorias por parte das empresas de telefonia fixa no Brasil entregarem um serviço de

qualidade. Através deste contexto, foi implantado o link dedicado, tecnologia que propicia ao empresário receber uma conexão direta do distribuidor, sem divisões ou caminhos secundários. Conforme Turban (2013, p. 92), “esperamos que a internet forneça-nos acesso rápido e fácil ao que precisamos, sem que tenhamos de fazer qualquer esforço”.

Desse modo, mantém-se o foco em analisar a utilização do link dedicado como uma forma benéfica para que empresas desempenhem gradualmente seu papel na sociedade, afinal, é de suma importância que uma conexão forneça a informação necessária para um objetivo. Ressalta-se também que, todo ambiente organizacional depende de conectividade e, para isso, é necessário ter o melhor.

1.4 Estrutura do Trabalho

Este projeto de pesquisa está estruturado com 5 (cinco) capítulos, que são, respectivamente: introdução; referencial teórico; metodologia; resultados e discussões.

No primeiro capítulo saliente-se a introdução da pesquisa, trazendo informações sobre os 50 anos da internet, as conexões de internet e o ambiente corporativo. Nesse primeiro momento é possível visualizar, juntamente, o problema de pesquisa, os objetivos gerais e específicos, além da justificativa para a realização do trabalho.

Em segundo momento, é possível observar o referencial teórico que baseia este projeto. Nele, são tratados tópicos sobre a história e a evolução da internet; o que é e as características do link dedicado; o ambiente corporativo e a relação de *business-to-business* (B2B) entre empresas.

Após as indicações teóricas iniciais, o estudo apresenta quais os métodos que foram introduzidos, planejados e realizados para indicar os resultados desejados nos objetivos. A metodologia da pesquisa é caracterizada por instrumentos de coleta de dados, como será feita essa análise e abordagem teórica quanto ao que será exposto.

Além disso, a partir do quarto capítulo do projeto, é possível visualizar todos os resultados obtidos de acordo com o formulário de pesquisa informado na metodologia. Esses resultados são divididos entre gráficos e quadros que apresentam as respostas dos indivíduos de diferentes organizações, que aceitaram participar da pesquisa. Todos os nomes das empresas se manterão em sigilo, conforme procedimentos éticos relevados no capítulo anterior.

Por fim, são discutidas as repercussões do estudo realizadas por meio de formulário online. Essas discussões se baseiam nos desfechos revelados e na opinião do autor do trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta parte do trabalho, serão abordados os pontos principais que irão envolver o desenvolvimento da pesquisa. Os tópicos tratam sobre o surgimento da internet, o link dedicado, ambiente corporativo e business-to-business.

2.1 Internet

A história da internet começa em laboratórios durante a Guerra Fria, em meados de 1969. As origens da Internet podem ser encontradas na ARPA net, uma rede de computadores montada pela Advanced Research Projects Agency (ARPA) em setembro de 1969 (Castells, 2003). Inicialmente sua função principal era interligar laboratórios de pesquisa e, esta rede, pertencia ao Departamento de Defesa norte-americano. No período ápice da Guerra Fria, o Departamento de Defesa Americano, desejava uma rede de onde pudesse comandar e controlar, mas que também fosse capaz de se manter operacional em caso de ataque nuclear. Neste período, todos os meios de comunicação militares trafegavam sobre linhas telefônicas e públicas, o que era considerado na época, de alto risco. (Tanenbaum, 2003).

Essas centrais estavam conectadas a outras centrais de nível mais alto, que acabava por formar uma hierarquia nacional e, esse processo inicial teve o nome de ARPAnet. A ARPAnet era uma precaução para que a comunicação entre os militares e os cientistas não fosse comprometida, mediante os bombardeios que ocorriam. Esses pontos que interligavam a conexão eram independentemente, no caso de um deles apresentar irregularidades. (Silva, 2001). O projeto original da ARPAnet é representado na Figura 1.

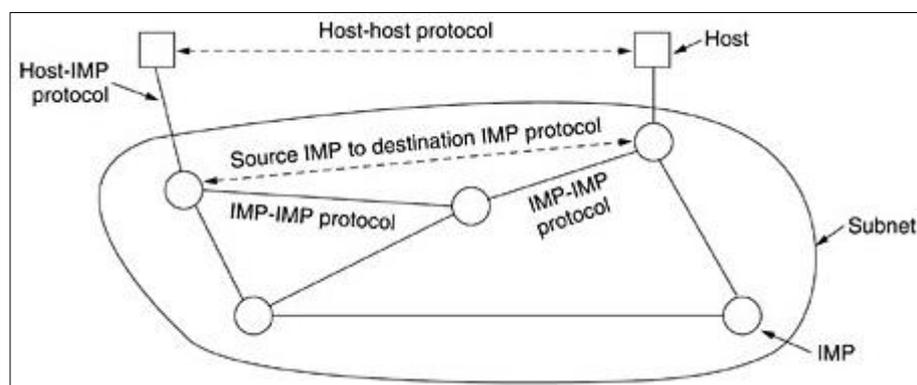


Figura 1: O projeto original da ARPAnet (fonte: TANENBAUM, 2003).

Logo, o procedimento seguido foi tornar viável a conexão da ARPAnet com outras redes de computadores, a começar pelas redes de acesso que a ARPA estava controlando, a

PRNET e a SATNET. Dessa maneira, foi introduzido um novo conceito: uma rede de redes (Castells, 2003). De acordo com Carvalho e Lotito (2005), “a ARPANet não parou de crescer, cada vez mais computadores foram sendo adicionados à rede, e um conjunto melhor de regras e protocolos se tornou necessário para lidar com a demanda crescente que a ARPA net exigia”.

Empresas em conjunto com o Departamento de Defesa e diversas universidades desenvolveram diferentes padrões físicos e lógicos para a ARPANet, até chegarem ao protocolo TCP/IP, que sucedeu o protocolo original da ARPANet, o NCP (Network Control Protocol), em 1º de janeiro de 1983, na qual é utilizado até os dias atuais. (Carvalho e Lotito, 2005).

Em 1984, a National Science Foundation (NSF) conseguiu preparar a sua própria rede de comunicações, entre computadores, a NSFNET e, em 1988, ainda mais desenvolvida e estudada, começou a usar a ARPANet como seu backbone (a espinha dorsal, é tratada como a rede principal na qual trafegam os dados) (Zardini, 2017). Conforme a figura 2, o backbone da NSFNET:

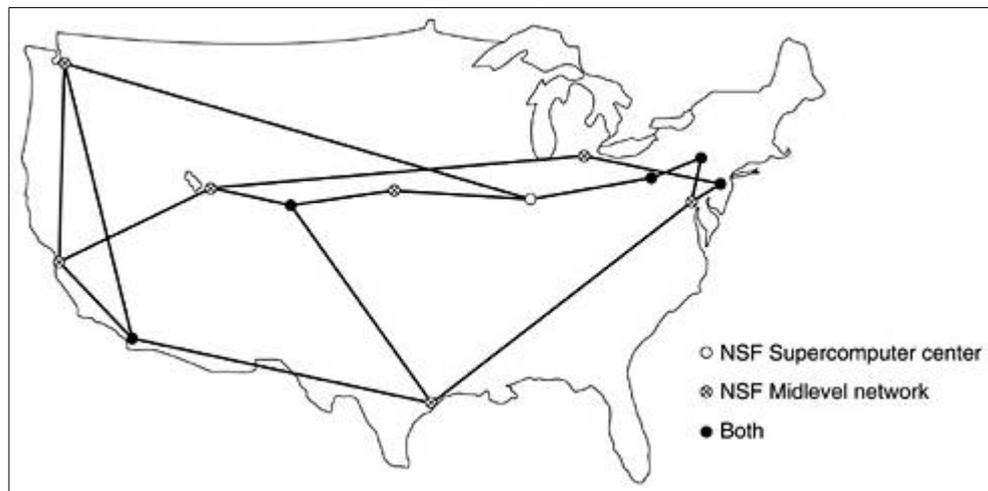


Figura 2: O backbone da NSFNET em 1988 (fonte: TANENBAUM, 2003).

Com isso, e devido o contínuo crescimento, a NSF percebeu que o governo não podia continuar a subsidiar a rede para sempre.

Com a tecnologia de redes de computadores no domínio público, e as telecomunicações não reguladas, a NSF tomou logo a ação de levar a privatização da Internet. O Departamento de Defesa Americano decidiu comercializar então a tecnologia da Internet, financiando assim, fábricas de computadores dos Estados Unidos com o intuito de adicionar o TCP/IP em seus protocolos nos anos 80. Nos anos 90, a maioria dos dispositivos computacionais americanos, tinham capacidade de se comunicar em rede, o que permitiu a interconexão de computadores e redes. No ano de 1995 a

NSFNET deixou de existir, deixando aberto o caminho para a operação da internet por parte de empresas. (CASTELLS, 2003).

Em 1990, cerca de 200 mil computadores estavam conectados à Internet devido à sua febre e, em 1992, esse número já ultrapassava a marca de 1 milhão de usuários conectados. Após esse período, a Internet deixou de ser utilizada unicamente por Universidades, empresas e órgãos e passou a ser liberada para o uso doméstico (Carvalho e Lotito, 2005). Castells (2003) acredita que isso foi possível devido o projeto inicial da ARPANet, que era fundamentada em arquiteturas de numerosas camadas, essas desalinhadas, e com protocolos de comunicação abertos. Considera também que, nessas condições, a Internet pode se expandir pela junção de novos nós e arranjos infinitos. E, outro fator decisivo para este crescimento é o World Wide Web, conhecido como “WWW” e criado por Tim Berners-Lee.

Esta é uma ferramenta digital para compartilhar informações desenvolvidas no ano de 1990 por um desenvolvedor de software inglês chamado Tim Berners-Lee do CERN, ou seja, Laboratório Europeu para a Física de Partículas com base em Genebra, na Suíça. (Castells, 2003).

O engenheiro, inventor e político Vannevar Bush propôs seu sistema Memex em 1945. Douglas Engelbart, que é um informático conhecido por ter inventado o mouse de computador, arquitetou seu On-Line System, a ponto que não faltasse interface gráfica e mouse, trabalhando a partir de seu Augmentation Research Center na área da Baía de São Francisco, e o manifestou pela primeira vez em 1968. Ted Nelson, que era um pensador autônomo, reparou um hipertexto de informação que estava relacionada em seu manifesto de 1963, Computer Lib, e trabalhou muitos anos na criação de um sistema ilusório, Xanadu: um hipertexto aberto, em ascensão, destinado a vincular toda a informação passada, presente e futura do mundo. Bill Atkinson, o autor da interface gráfica do Macintosh, desenvolveu um sistema HyperCard de mutualidade de informações quando trabalhava na Apple Computers na década de 1980. (CASTELLS, 2003).

Foi Berners-Lee quem definiu e executou o software que permitiu obter e acrescentar informações de qualquer computador, para qualquer computador do mundo conectado através da Internet por meio do HTTP, HTML e URI (mais conhecido como URL) (Zardini, 2017). Para Pinho (2003, p. 33), a World Wide Web é:

[...] é um modo de organizar os dados e informações produzidas como arquivos em ambientes de rede. O sistema de hipertexto distribuído, que tem como base o modelo cliente-servidor, possui padrões classificados como principais, o protocolo HTTP, a linguagem de codificação de páginas HTML, assim como a forma de identificar recursos URL. (PINHO, 2003).

Desse modo, em meados da década 1990, a rede de Internet estava privatizada e provida de estruturas técnicas que fossem abertas, na qual permitia uma afinidade de todas as redes de

computadores em qualquer lugar do planeta. Enquanto isso, a WWW podia funcionar com um software apropriado, e vários navegadores de uso acessível estavam à disposição da comunidade que fazia uso do serviço. (Castells, 2003). Então, o que significa estar conectado à Internet? Para Tanenbaum (2003, p. 60), “é a de que uma máquina está na Internet quando executa a pilha de protocolos TCP/IP, tem um endereço IP e pode enviar pacotes IP a todas as ou traz máquinas da Internet”.

No próximo tópico, será tratado sobre o link dedicado; sua definição, características, benefícios e utilização por empresas.

2.2 Link Dedicado

Link dedicado é uma conexão de internet que possibilita a passagem dos dados exclusivamente ao ambiente que está inserida. De acordo com Cittá (2019), não é necessário compartilhar os dados de navegação com nenhum outro indivíduo, enquanto que o acoplamento é restrito, único e exclusivamente ao local em que foi situado. Conforme a Figura 3, é possível visualizar como funciona o link dedicado em uma empresa:

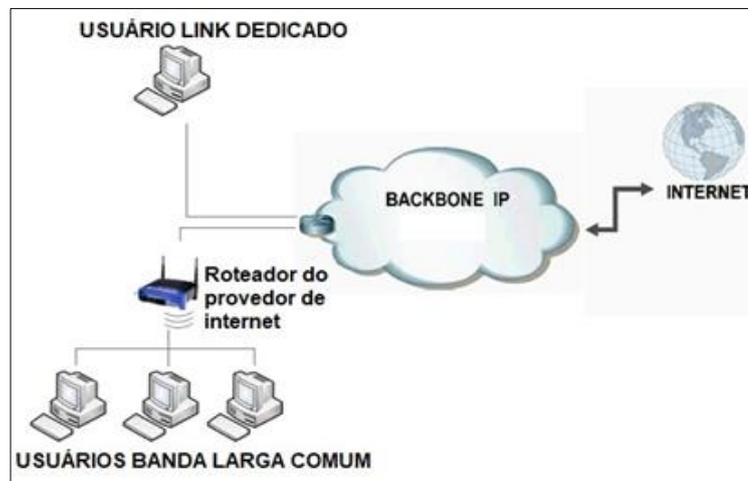


Figura 3: Funcionamento do link dedicado (Fonte: Elaborado pelo autor)

Para Tellium (2017), o uso de uma conexão exclusiva, ou seja, link dedicado

Constitui-se em uma resolução para entidades que necessitam de velocidade exclusiva e disponibilidade de conexão à web. Para que isso seja possível, um dispositivo precisa cruzar dados e informações com o provedor. Isso é o que ocorre na utilização do link dedicado.

De acordo com Voltolini (2013), “uma pista direta, sem desvios de percurso e sem obstáculo algum para atrasar o trânsito é que liga o seu computador ao provedor”. Isso indica que, diferentemente de internet de banda larga que vários indivíduos fazem uso ao mesmo tempo e congestionam o sinal, o link dedicado garante acesso direto a distribuição da internet. Os grandes ocupantes deste tipo de conexão são empresas que não podem ter interferências em seus processos.

Cittá (2019) comenta que a diferença de velocidade depende do serviço que for contratado. Em muitos casos, é possível construir um pacote de conexão de acordo com a necessidade da empresa. Isso concluir que o link dedicado pode ser uma opção mais vantajosa para os empresários. De acordo com Johnson (2013) e por tradução livre, “ela fornece as fortes velocidades de upstream e downstream necessárias para hospedar uma presença na web, que é a principal razão pela qual as empresas estão comprando”.

Para Hayes (2019), com o uso do link dedicado “o acesso dedicado à internet fornece uma conexão baseada em fibra entre sua rede local (LAN) e a internet, as velocidades de conectividade podem chegar a 1 Gbps”. Isso indica que, sua performance é essencial para que a equipe dentro de uma organização não seja comprometida por falhas de conexão que podem ocasionar em perdas para a empresa. Nesse contexto, um exemplo claro de organizações que necessitam de acesso dedicado são instituições do setor financeiro que possam atuar com investimentos. Em poucos minutos, uma operação que era tratada como sucesso pode implicar em perdas se não houver um controle de segundo a segundo.

Para a Vodafone, operadora multinacional de comunicações, um serviço de link dedicado “é ideal se sua organização depende de uma conexão confiável para serviços essenciais aos negócios”. Voltolini (2013, apud IDC) indica que, “46% das companhias com mais de 250 funcionários têm planos para migrar o tráfego para outras tecnologias (como a internet dedicada)”.

Relacionando a segurança da conexão, vale ressaltar que ela não é compartilhada. Cittá (2019) indica que, a empresa contratante do serviço recebe IP fixos, que irão garantir uma navegação segura e de fácil gerenciamento para os dispositivos.

Por fim, vale ressaltar que alguns dos benefícios do uso deste tipo de conexão, além da sua segurança e credibilidade em ter 100% da conexão, é que há equipes especializadas dentro das empresas contratadas para prestar suporte, a produtividade da empresa contratante aumenta

e o custo-benefício compensa em relação com redes de telefonia brasileiras que disponibilizam esse serviço.

Na seção seguinte, será tratado sobre os ambientes corporativos e eles atuam dentro de uma organização.

2.3 Ambiente Corporativo

Para Meneghetti (2012, p. 21), ambiente é “espaço territorial ou mental de uma individuação, de uma relação ou de uma asserção dinâmica”. Meneghetti (2013, p. 2019) indica também que a organização “é um conjunto de partes e funções interdependentes e inter-relacionadas. A coordenação dessas partes constitui a função organizacional”.

O ambiente corporativo é o pilar de sustentação da empresa. Para Palacios e Freitas (2006, p. 46),

“As organizações representam um dos cenários em que as relações interpessoais acontecem. Estas relações, sejam no nível pessoal ou profissional, constituem mecanismos de construção e sustentação do clima da organização que, por sua vez, orienta tanto o comportamento como o desempenho dos atores que nela participam”.

De acordo com Maximiano (2000, p. 105), “as pessoas nas organizações continuam a comportar-se como pessoas, e não como peças de máquinas ou seres estritamente profissionais”. Isso indica que é necessário haver um trabalho de tratamento dessas pessoas, para que seus objetivos estejam alinhados com os da organização, a fim de alcançar seu crescimento estabelecido. Vale ressaltar que toda empresa possui normas de conduta. Ainda com Maximiano (2000, 106), “as normas de conduta podem definir vários aspectos da vida nas organizações”. O autor (p. 107) complementa que “o comportamento dos membros da organização é influenciado por essas normas de conduta, tanto quanto pelos regulamentos burocráticos”. Uma maneira simples de visualizar essas normas, ambiente organizacional e o sistema é na Figura 4 que segue abaixo.

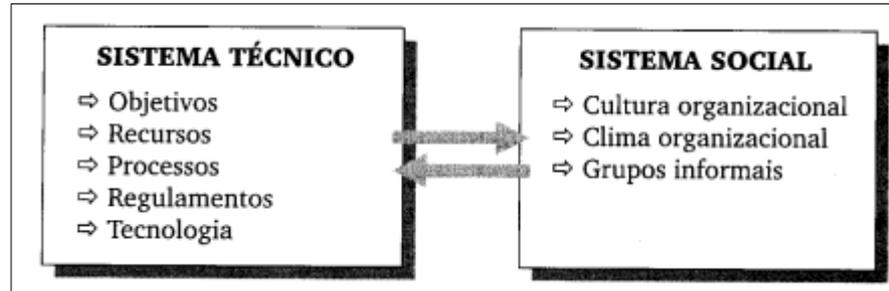


Figura 4: As organizações como sistemas sociotécnicos. (Fonte: MAXIMIANO, 2000)

Segundo Meneghetti (2013, p. 212), “a empresa é um conjunto de pessoas e coisas para um escopo econômico”. Logo, o indivíduo precisa se aderir ao negócio a fim de compactuar com seus objetivos, manter uma interação. Meneghetti (2013, p. 214) também ressalta que “a essência de uma empresa é a capacidade de produzir um serviço”. Isso indica que o projeto da empresa bem estruturado tem uma validade para aquele que irá fazer a compra do serviço ou produto ofertado.

Para Rakoski (2017), “nas organizações atuais e futuras que objetivam sucesso, as competências comportamentais fazem e farão ainda mais diferença nas organizações”. Para isso, a empresa deve fazer escolhas inteligentes e que estejam alinhadas com seu escopo. Meneghetti (2013, p. 215) complementa que “é preciso procurar sempre aquelas relações que dão aumento, preparação, destaque, incentivo, crítica, que dão necessidade de aperfeiçoar a própria técnica, o próprio posicionamento”.

Para complementar o tópico de ambiente corporativo, será tratado na seção seguinte o modelo de *business-to-business*, onde é a relação empresa-empresa.

2.4 Business-to-Business (B2B)

O modelo business-to-business aborda a venda entre empresas. De acordo com Batista (2006, p. 104), “é o facilitador de transações que busca os produtos, bens ou serviços em diversos fornecedores participantes, viabilizando o financiamento da operação e providenciando a melhor logística para que a mercadoria chegue a seu destino”. Batista complementa que, os negócios B2B podem facilitar parcerias transversais ou verticais, sendo essas de indústrias ou mais mercados.

Para Nunes & Neto (apud. Ching, 2015, p. 159), “companhias conduzindo negócios uma com a outra por meio do World Wide Web [...] o B2B permite que dezenas de milhares de companhias conectem-se com dezenas de milhares de outras companhias, por meio de uma rede virtual”. Para Faria (2010), entende-se que no B2B a moeda de comercialização é reduzida fazendo com que os clientes busquem algo mais específico ou que seja personalizado à sua carência. Logo, para Batista (2006, p. 104), “a importância do B2B provém da colaboração online, da automação e da integração das operações de negócio”. Ele ainda complementa que essas operações permitem integrações com outras empresas em comunidades de negócios e possibilitam uma maior seriedade para cumprimentos de prazos e negociações.

Segundo Hutt (2010, p. 4), “as empresas comerciais compram produtos industriais para que façam parte do processo ou facilitem, como componentes para outros produtos e serviços”. Com isso, é possível compreender que as negociações entre empresas são essenciais para que o mercado continue evoluindo e para que empresas auxiliem outras em suas gestões, recursos e crescimentos. Uma das maiores empresas de comércio B2B é a Dell, empresa de hardware de computador dos Estados Unidos. De acordo com Hutt (2010, p. 6), a Dell “desenvolveu relacionamentos próximos com grandes empresas globais, como a Boeing, e com grandes clientes corporativos”.

Conforme Kotler (2008, p. 22), marcas como “Microsoft, IBM, General Electric, Intel, HP, Cisco Systems, Dell, Oracle, SAP, Siemens, FedEx, Boeing, todas são exemplos vívidos do fato de que algumas das mais sólidas marcas mundiais são marcas B2B”. Ele complementa que algumas atuam no mercado B2C (business-to-consumer) mas, que predominam no mercado B2B.

Outros fatores relevantes quanto ao tópico de B2B é que grande parte das empresas, no momento que buscam alternativas em outras organizações, é para seus negócios mantenham-se alinhados e em constante evolução.

3 METODOLOGIA

Nos parágrafos a seguir, são apresentados os procedimentos metodológicos que serão utilizados para a realização da pesquisa. Esses processos são classificados pela abordagem de pesquisa, a amostra, coleta e análise dos dados.

3.1 Abordagem de Pesquisa

A pesquisa deste trabalho é definida por métodos qualitativos. Gil (2008, p. 175) indica que, “a apresentação consiste na organização dos dados selecionados de forma a possibilitar a análise sistemática das semelhanças e diferenças e seu inter-relacionamento” para a pesquisa qualitativa.

À partir da definição do método qualitativo, foi estipulado um questionário de pesquisa a ser realizado com um grupo de empresas contratantes do serviço link dedicado. Para Gil (2008, p. 121), o questionário é “a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos [...]”. Com esse questionário é possibilitado o anonimato de respostas; o atingimento de pessoas de diversas situações e o menor gasto, que poderia ocorrer com deslocamento, por exemplo. No Quadro 1 abaixo é possível observar o questionário online que foi liberado para a pesquisa.

Quadro 1 – Perguntas do questionário liberado online

QUESTÃO Nº	PERGUNTA
1	Qual o nome da sua empresa?
2	E-mail para contato?
3	De qual cidade está respondendo esta pesquisa?
4	Qual o impacto da internet no seu negócio?
5	Por qual motivo foi feita a escolha do link dedicado para uso da sua organização/empresa na qual trabalha?

6	Definida a necessidade do link dedicado na organização, qual foi o fator decisivo de compra?
7	Por qual razão não foi escolhida uma rede de internet comum?
8	O preço de uso é adequado ao resultado da operação?
9	Você sabe a diferença do link dedicado para fibra ótica e banda larga?
10	Quais as vantagens e benefícios identificados após o uso desse tipo de conexão?
11	Você recomendaria este tipo de conexão para outras empresas?
12	Possui outro comentário quanto o serviço? Reclamações? Sugestões?

Este questionário foi estabelecido com respostas abertas, quando há a intenção de que os respondentes ofereçam suas próprias respostas; e respostas fechadas, quando é necessário escolher apenas uma ou mais alternativas dentre listadas. O número de questões foi definido de acordo com os questionamentos necessários para responder o trabalho, sendo considerado que todas as questões eram obrigatórias de resposta. O questionário foi realizado na plataforma online Google Formulários (Apêndice 1).

3.2 Amostra

De acordo com Gil (2008, p. 89), “quando um pesquisador seleciona uma pequena parte de uma população, espera que ela seja representativa dessa população que pretende estudar”. Com isso, entende-se que a pequena amostra desta pesquisa busca ser de grande representatividade devido os resultados que foram gerados. O fato que determinou o tamanho da amostragem foi estabelecido pelo nível de confiança entre pesquisador e entrevistado.

O número de respondentes mínimo para avaliação ficou definido como 2 (dois), porém foram recebidas 10 (dez) respostas de diferentes organizações para colaboração da pesquisa. Todas as respostas serão repassadas ao trabalho para uma melhor validação de como o link

dedicado auxilia empresas em seu ambiente de trabalho e nas relações com clientes e seus negócios.

3.3 Critérios de Análise de Dados

A análise dos dados tem como objetivo agrupar estes para gerar informações que possibilitem resultados aos questionamentos propostos na pesquisa. Os dados serão analisados e repassados ao trabalho por meios de gráficos e respostas abertas, dispostas em quadros. De acordo com Lakatos (2003, p. 167), “A importância dos dados está não em si mesmos, mas em proporcionarem respostas às investigações”.

Inicialmente, serão tratados os dados para conseguir as respostas fundamentais à pesquisa. Após esse momento, será feita a interpretação dos dados. Para Gil (2008, p. 178), a interpretação dos dados é “a obtenção de um sentido mais amplo para os dados analisados, o que se faz mediante sua ligação com conhecimentos disponíveis, derivados principalmente de teorias”.

Lakatos (2003, p.168) indica também que, a interpretação dos dados, é a ligação com a teoria onde “esse problema aparece desde o momento inicial da escolha do tema”. Ele complementa que a pesquisa deve estar bem planejada para que a análise e interpretação sejam realizadas de maneira fácil.

3.4 Procedimentos Éticos

O aspecto ético neste trabalho é a confidencialidade dos dados dos respondentes do formulário. Não haverá distinção na seleção das empresas, nem a exposição a nomes ou informações que possam trazer malefícios aos mesmos. No momento de resposta, foi solicitado o nome da empresa respondente, e-mail de contato e nome para que seja possível diferenciar quais os ramos de atuação e qual o responsável técnico da organização.

Na seção seguinte serão abordados os tópicos relacionados aos resultados obtidos pela pesquisa. Esses resultados consistem em gráficos e quadros que apresentam as respostas.

4 RESULTADOS

Buscando complementar o mercado de empresas que utilizam link dedicado como meio de conexão à internet, apresenta-se abaixo os resultados adquiridos por meio de um questionário online de pesquisa realizado com 10 (dez) empresas de diferentes áreas. Todas as respostas vieram de indivíduos atuantes no setor de TI da empresa ou proprietários.

4.1 Comentários dos Gráficos e Quadros Resultantes do Questionário

Os dados obtidos pelo questionário são apresentados a seguir, iniciando-se pelas cidades das empresas respondentes (Gráfico 1). Vale ressaltar que os nomes das empresas que responderam à pesquisa se manterão em sigilo, sendo liberado apenas as áreas de atuação de cada uma.

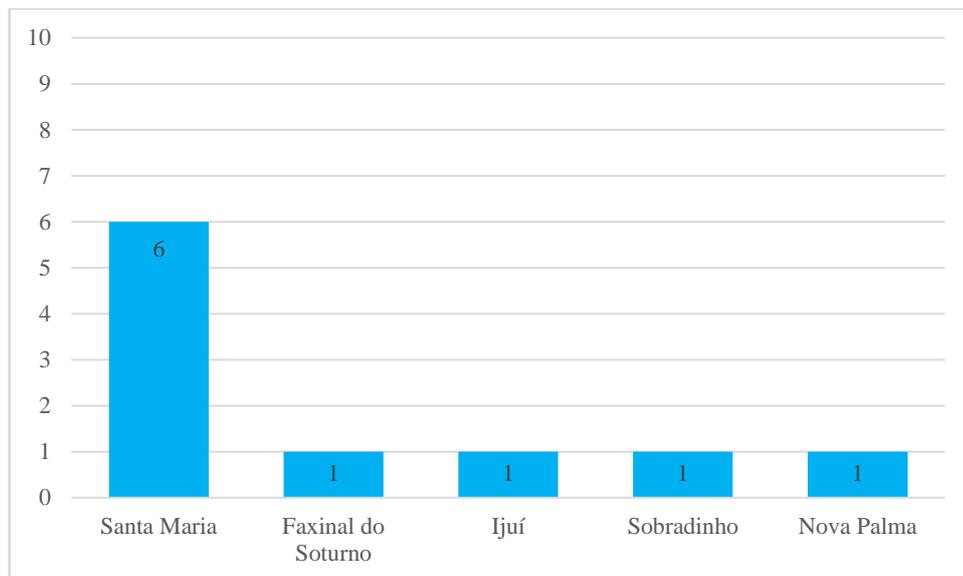


Gráfico 1: Cidade dos respondentes. (Fonte: Elaborado pelo autor)

Conforme mostra o Gráfico 1, da dezena de empresas que responderam a pesquisa, 60% são da cidade de Santa Maria, enquanto as outras se concentram na região Centro-Quarta Colônia, Noroeste e Centro-Serra do Rio Grande do Sul. As empresas de Santa Maria, são atuantes em: veículos de locomoção; tecnologia; posto de combustível; escritório contábil; materiais de construção e metalúrgica. Da empresa localizada no Centro-Serra trata de uma organização governamental pública. Das empresas da região Centro-Quarta Colônia estão

instituição hospitalar e cooperativa. Enquanto isso, para a opção Noroeste que contempla Ijuí, está um posto de combustível. Essas informações foram obtidas à partir do questionamento de qual seria o nome da organização que a pessoa responderá a pesquisa.

Dentro do questionário, algumas indagações descritivas também foram solicitadas. Um deles era quanto ao impacto da internet dentro do seu negócio. No Quadro 1 é possível visualizar e identificar qual a relevância da internet nos negócios.

Quadro 2 - Qual o impacto da internet no seu negócio?

RESPONDENTE	LOCAL	RESPOSTA
1	Santa Maria	<i>"Fundamental. Para realizar o financiamento de veículos, gerar NFE de vendas, aceitar pagamentos em cartão necessito estar conectado sem interrupções/falhas."</i>
2	Santa Maria	<i>"É de extrema importância, tanto nos pontos para validações de serviços e para o TEF quanto na matriz, para operações bancárias, cobranças, faturamento, etc."</i>
3	Santa Maria	<i>"Sem a internet não conseguimos trabalhar, nossos pedidos não chegam até a empresa, não conseguimos ter acesso as instituições financeiras, da mesma forma que não conseguimos emitir notas fiscais para os clientes."</i>
4	Santa Maria	<i>"Essencial."</i>
5	Sobradinho	<i>"É muito grande, pois através dela é realizada diversos serviços internos."</i>
6	Santa Maria	<i>"Em todas as rotinas."</i>
7	Nova Palma	<i>"Total. Precisamos estar 100% do dia conectado."</i>
8	Santa Maria	<i>"Fundamental, pois todos os nossos serviços operam em nuvem atualmente."</i>

9	Faxinal do Soturno	<i>"100% tudo roda na rede."</i>
10	Ijuí	<i>"Necessário intercomunicação e retirar notas."</i>

Como é visualizado, para todos os respondentes a utilização da internet se faz essencial para que seus procedimentos sejam seguidos de maneira a não ter interrupções que podem afetar pessoas e processos. Devido a evolução mundial e o que a internet impacta na vida das pessoas, ela é fator fundamental para que empresas mantenham um bom atendimento, um controle efetivo e que seus lucros sejam satisfatórios.

Por outro lado, foi questionado qual o motivo de escolha do link dedicado invés de uma rede banda larga, fibra ótica ou outro para a organização. Em mais de 50% das respostas, o motivo principal para a contratação foi a estabilidade do sinal, conforme Quadro 2. Com isso, é possível identificar por que a compra desse meio de conexão se faz tão relevante no mercado. As empresas necessitam cada vez mais manter-se conectadas 24 horas por dia, para que seu atendimento ou serviço não seja interrompido por possíveis falhas na conexão.

Quadro 3 - Por qual motivo foi feita a escolha do link dedicado para uso da sua organização/empresa na qual trabalha?

RESPONDENTE	LOCAL	RESPOSTA
1	Santa Maria	<i>"Segurança e atendimento diferenciado."</i>
2	Santa Maria	<i>"Na verdade precisamos de estabilidade para nosso sistema de gestão para que não afete o usuário como também o cliente. Então não podemos depender de uma banda sem garantia."</i>
3	Santa Maria	<i>"Segurança, garantia de entrega da banda contratada."</i>
4	Santa Maria	<i>"Redução de latência, perda de pacotes."</i>

5	Sobradinho	<i>"Pela garantia de uma internet mais instável e com uma boa taxa de transferência de dados."</i>
6	Santa Maria	<i>"Estabilidade."</i>
7	Nova Palma	<i>"Qualidade da internet."</i>
8	Santa Maria	<i>"Pela necessidade de constância na velocidade e garantia de disponibilidade."</i>
9	Faxinal do Soturno	<i>"Para melhorar a velocidade de upload e agilizar os serviços dependentes da rede."</i>
10	Ijuí	<i>"Ter mais segurança e qualidades."</i>

De antemão, e relacionado com motivo de compra, os respondentes foram questionados quanto o foi decisivo para que eles escolhessem a empresa que prestaria tal serviço de internet. A opção de possuir um funcionamento 24 horas por dia, 7 dias por semana e todos os dias do ano foi indispensável para que empresas selecionem aquela que melhor estará preparada para este tipo de funcionamento, a fim de atender sua demanda. No Gráfico 2 é possível visualizar outras opções de respostas, como disponibilidade do serviço na região e a quantidade de computadores que fariam uso do serviço como fator determinante.

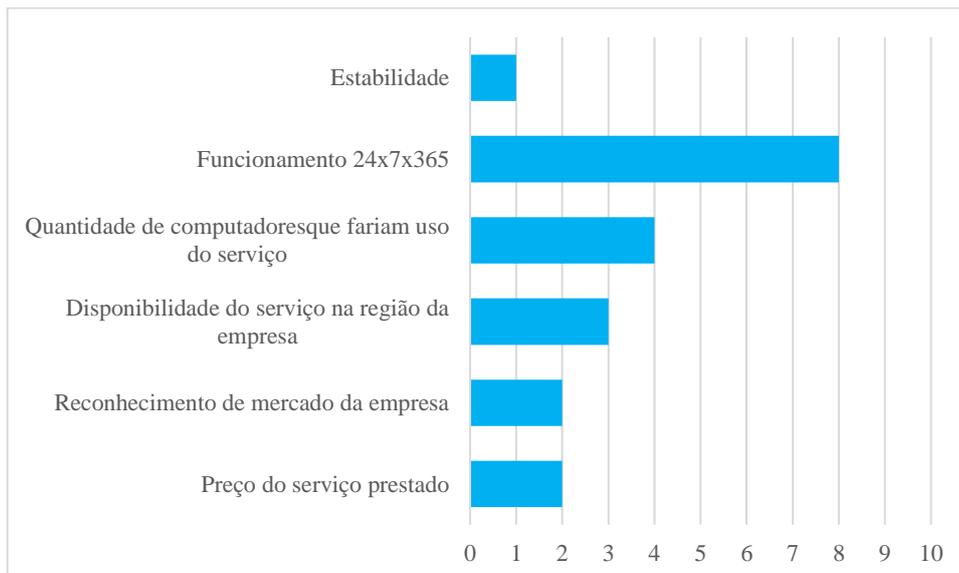


Gráfico 2: Fator decisivo de compra para os respondentes. (Fonte: Elaborado pelo autor)

Conforme era identificado por qual motivo as empresas escolhiam o uso do link dedicado e como definiam qual empresa escolher para prestar o serviço, é necessário ter a resposta de porque não foi escolhida uma conexão comum, como banda larga ou fibra ótica, para atender as necessidades da empresa. No Quadro 3 é possível visualizar essas respostas.

Quadro 4 - Por qual razão não foi escolhida uma rede de internet comum?

RESPONDENTE	LOCAL	RESPOSTA
1	Santa Maria	<i>"Por não atender a demanda da empresa, além da baixa responsabilidade com o cliente, tendo em vista, o preço do serviço."</i>
2	Santa Maria	<i>"Pela falta de estabilidade e garantia de um serviço sem interrupções devido a perdas ou baixa qualidade."</i>
3	Santa Maria	<i>"Não há disponibilidade na localidade da empresa."</i>
4	Santa Maria	<i>"Pela instabilidade."</i>
5	Sobradinho	<i>"Pela instabilidade de outros serviços de internet prestados na cidade."</i>
6	Santa Maria	<i>"Antes era comum e caía com frequência, deixando os funcionários parados."</i>
7	Nova Palma	<i>"Serviço ruim."</i>
8	Santa Maria	<i>"Não havia garantia de velocidade de download e upload."</i>
9	Faxinal do Soturno	<i>"Disponibilidade de serviço e valores favoráveis da rede dedicada."</i>
10	Ijuí	<i>"Estabilidade."</i>

De acordo com o quadro, o principal motivo para a não aquisição de outros meios de conexão é a instabilidade do sinal. Esse ponto reforça o Quadro 2, na qual indica que as empresas preferem esse tipo de serviço pela conexão ágil. Em uma organização onde processos

são realizados em computador a partir do acesso à internet, é crucial que o sinal não sofra com alterações de upload e download, a fim de manter um serviço adequado ao cliente e à própria organização. Vale ressaltar que nem todos os pontos das cidades podem ser atingidos pelo link dedicado, mas, de qualquer maneira, as empresas precisam que um serviço seja entregue de maneira eficiente a fim de que sua empresa não caia em ócio devido o hiato de sinal.

Complementando o formulário de pesquisa, foi questionado sobre o preço de uso do serviço. Esse questionamento era referente ao preço estar de acordo com a utilização ou se haveria discordância quanto ao valor cobrado pela empresa prestadora do serviço. Segundo o Gráfico 3, 100% (cem por cento) dos respondentes acreditam que o preço cobrado é de acordo com o que a empresa oferece. Isso mostra que o serviço é sim prestado de maneira eficiente e que possibilita a recomendação para outras instituições, já que não há divergências quanto valores abusivos e serviços mal efetuados.

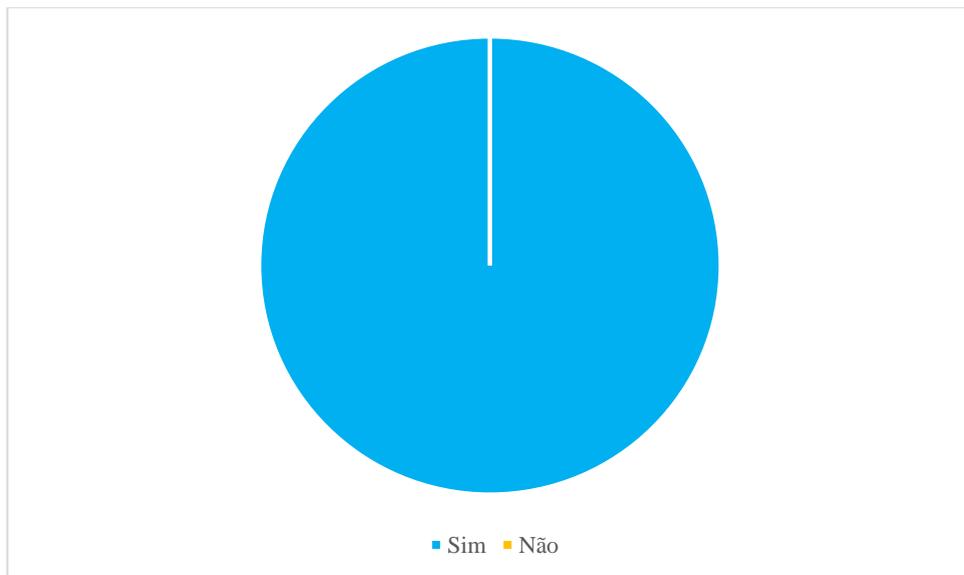


Gráfico 3: Se o preço de uso é adequado ao serviço prestado. (Fonte: Elaborado pelo autor)

Um dos pontos principais do questionário era verificar se os indivíduos que contrataram o serviço sabiam a diferença para outros meios de conexão. Em 90% dos casos eles sabiam a diferença, o que indica que poderia ser cobrada da empresa contratante satisfação quanto ao serviço não ser disponibilizado de maneira correta. Pode-se visualizar o resultado no Gráfico 4.

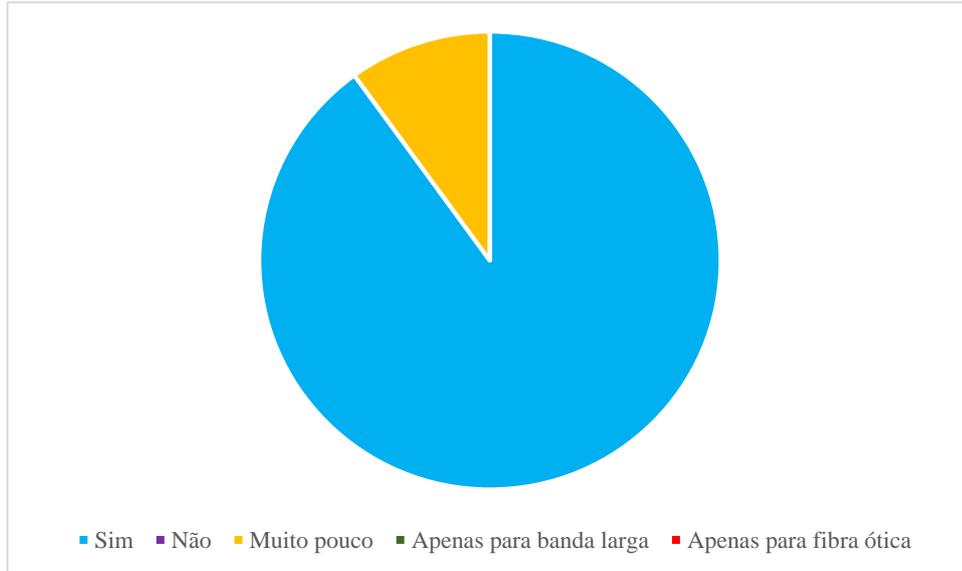


Gráfico 4: Se os respondentes sabem a diferença do link dedicado para outros tipos de conexão. (Fonte: Elaborado pelo autor)

Somando as informações de motivos de compra e fatores decisivos, os respondentes tinham a opção de informar quais as vantagens e benefícios que essa ligação viria a proporcionar. De acordo com o Gráfico 5, eles entendem que a garantia de entrega da velocidade e a estabilidade são as maiores vantagens, possuindo 100% e 90% de marcações, respectivamente. Além disso, o tempo de resolução de possíveis problemas e a infraestrutura da empresa auxiliam muito nos benefícios identificados. Salienta-se que, quanto maior a estrutura da empresa contratante e seus processos, maior também a chance de buscar uma conexão que continue linear.

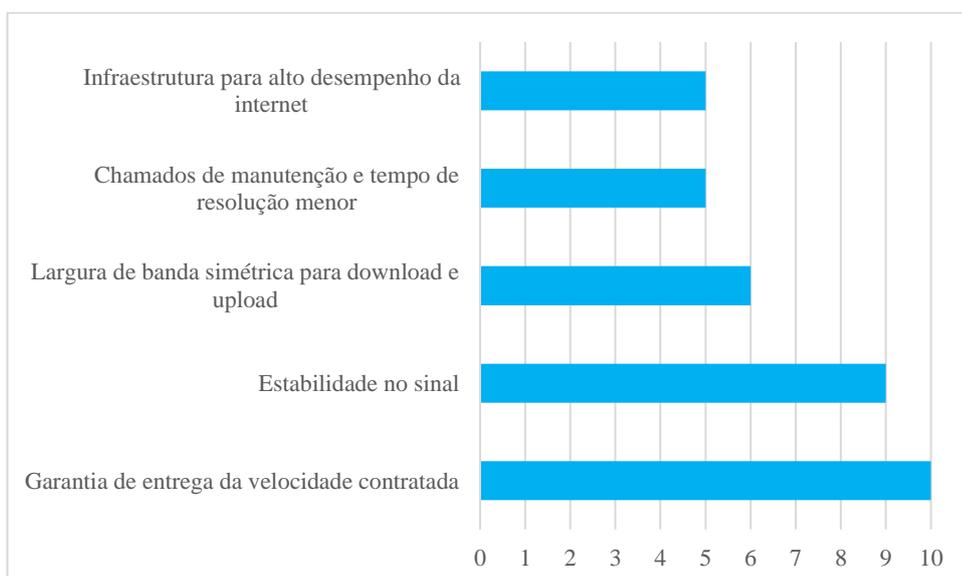


Gráfico 5: As vantagens e benefícios identificados após o uso do link dedicado. (Fonte: Elaborado pelo autor)

Por fim, os questionados foram induzidos a responder se recomendariam o link dedicado para outras organizações e, em 100% das respostas, eles estariam dispostos a orientar outras empresas a comprar, independentemente de seu preço, conforme apresenta o Gráfico 6.

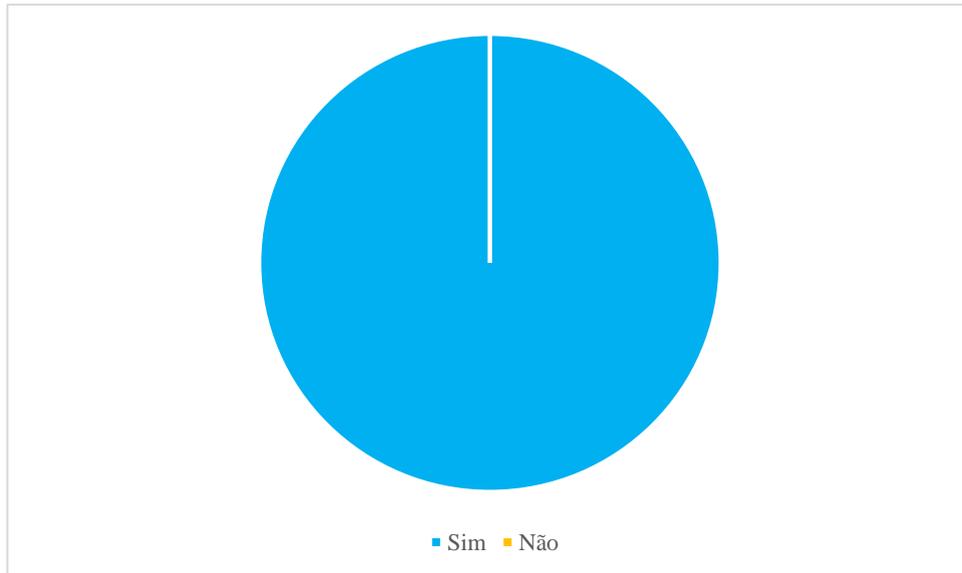


Gráfico 6: Se os respondentes indicaram o uso do link dedicado para outras empresas. (Fonte: Elaborado pelo autor)

Isso indica que, é cada vez mais crucial que empresas e seus responsáveis pela parte de internet e equipamentos da empresa, mantenham-se atualizados quanto ao que está sendo disponibilizado no mercado e como isso pode ajudar a organização a aumentar o rendimento dos seus funcionários, que conseqüentemente, auxiliariam no crescimento da empresa.

Na seção seguinte serão apresentadas as discussões relacionadas ao formulário de pesquisa, a fundamentação teórica e os objetivos deste trabalho.

5 DISCUSSÕES

Percebe-se que, ao visualizar empresas que utilizam um serviço de qualidade relacionado ao acesso à internet, muitos benefícios são identificados. O link dedicado, em sumo resumo, busca atender negócios que procuram, principalmente, por capacidade de conexão e exclusividade. Isso, em outros tipos de conexão, como a banda larga, não é possível atingir.

No mercado brasileiro atual, é acessível de observar que as empresas de telefonia, que são grandes responsáveis por disponibilizar os serviços de internet, caem em meio a reclamações por prometerem um serviço de qualidade que não é cumprido. Essas promessas informadas pelo contato telefone que o cliente realiza, inviabiliza que negócios sejam concretizados e que empresas trabalhem com agilidade, principalmente nos dias de maior fluxo.

Entende-se que, em uma entidade que preza como valor, estabelecer uma relação adequada de business-to-business com seus clientes, o atendimento eficiente é primordial para que essa relação seja realizada com sucesso. Quando falamos em business-to-business, é importante ressaltar que trata de duas empresas firmando um contrato, nesse quesito, o valor de empatia é muito forte. Fortalecer o crescimento com agilidade e conexão de uma empresa, traz prestígio e reconhecimento para a marca e seus parceiros.

Desse modo, a pesquisa buscou por exaltar a diferenciação de um link dedicado para outros tipos de conexão e como essa utilização traz benefícios para outras organizações. Vale ressaltar e complementar, que devido os avançados tecnológicos é cada vez mais necessário que as empresas estejam se atualizando para atender com agilidade seus clientes e a si mesmo. Um dos fatores que pode fazer com que empresas busquem por outras empresas realizadoras do serviço, é o ócio no seu dia-a-dia.

Além disso, mediante o questionário de pesquisa, foi possível comprovar que a internet é um meio essencial dentro das empresas e, que sem elas, muitos trabalhos não podem ser realizados. Isso é visualizado na área de atuação como postos de combustíveis, que necessitam da conexão para pagamentos dos serviços realizados pelos clientes e também para o controle das suas contas diárias.

Juntamente com as respostas do questionário, é visível identificar porque as empresas de grande porte não optam por conexões comum. Essas, podem ser responsáveis por grandes perdas, sejam elas de financeiro ou de processos. Isso indica que as redes de telefonia que disponibilizam esse serviço precisam estar atualizadas e prestar um serviço de qualidade, para que seus clientes mantenham uma fidelidade e indiquem seus serviços. O que não é plausível

de ser visto agora, na qual empresas optam cada vez mais por serviços especializados para atender seus negócios e especificações.

Por fim, cabe ressaltar que dentro de um ambiente corporativo os setores, pessoas e processos precisam estar alinhados para que o alinhamento dos objetivos da empresa seja concluído com superioridade. Quando uma organização é criada, seu principal objetivo é gerar resultados a partir dos seus clientes e, se um serviço não é bem realizado, esse resultado não é gerado e traz grandes consequências a empresa.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Gustavo De; LOTITO, Alberto. **Tecnologias de Acesso à Internet**. 1. ed.: Novatec, 2005. p. 191.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. 1. ed.: Zahar, 2003. p. 244.

CITTÁ TELECOM. **Link Dedicado: esclarecendo mitos e dúvidas**. Disponível em: <https://cittatelecom.com.br/2019/02/link-dedicado/>. Acesso em: 25 jun. 2019.

ESTUDANDOREDES. **A Internet**. Disponível em: <https://sites.google.com/site/estudandoredes/capitulo-01---introducao/1-5-exemplos-de-redes/1-5-1-a-internet>. Acesso em: 24 jun. 2019.

FARIA, A. J. M. P. Gestão Relacional de Clientes em Mercados Business to Business: Projecto de empresa: Análise da carteira de clientes internacional da NS Máquinas Industriais LDA. **Mestrado em Marketing**, Portugal, v. 1, n. 1, p. 1-100, out./2010. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/55091/2/Gesto%20Relacional%20de%20Clientes%20em%20Mercados%20B2B%20%20A.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Internet foi criada em 1969 com o nome de "Arpanet" nos EUA**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u34809.shtml>. Acesso em: 23 jun. 2019.

GALILEU. **A internet de ontem, hoje e amanhã**. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Caminhos-para-o-futuro/Desenvolvimento/noticia/2016/05/internet-de-ontem-hoje-e-amanha.html>. Acesso em: 25 jun. 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. p. 1-200.

HAYES, Brooke. BUSINESS. **Do You Need a Dedicated Internet Connection for Your Business?**. Disponível em: <https://www.business.org/services/internet/dedicated-internet-connection/>. Acesso em: 16 nov. 2019.

JOHNSON, Sally. SEARCH NETWORKING: TECH TARGET. **What is Ethernet-dedicated Internet?**. Disponível em: <https://searchnetworking.techtarget.com/feature/What-is-Ethernet-dedicated-Internet>. Acesso em: 16 nov. 2019.

JUNIOR, L. C. Z. **O Surgimento da Internet e o Processo de Reformulação dos Jornais Impressos**. 1. ed. Vila Velha: Praia, 2017. p. 132.

KOTLER, Philip; PFOERTSCH, Waldemar. **Gestão de Marcas em Mercados B2B**. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008. p. 1-341.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, M. D. A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. p. 1-311.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à Administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000. p. 1-546.

MENEGHETTI, Antonio. **Dicionário de Ontopsicologia**. 2. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica, 2012. p. 1-288.

MENEGHETTI, Antonio. **Psicologia Empresarial**. 2. ed. São Paulo: FOIL, 2013. p. 1-492.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: Planejamento e produção da informação on-line**. 2. ed. São Paulo: Summus, 2003.

PUENTE-PALACIOS, Kátia; FREITAS, I. A. D. Clima Organizacional: uma Análise de sua Definição e de seus Componentes. **SCIELO**, Salvador, v. 13, n. 38, p. 45-57, jul./2016. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/osoc/v13n38/a03v13n38.pdf>>. Acesso em: 16 nov. 2019.

TANENBAUM, Andrew S. **Redes de Computadores**. 4. ed. São Paulo: Campus, 2003. p. 1-943.

TECHTUDO. **Internet completa 44 anos; relembre a história da web**. . Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/04/internet-completa-44-anos-relembre-historia-da-web.html>.. Acesso em: 21 jun. 2019.

TELIUM. **Entenda tudo sobre o uso de Link Dedicado para a sua empresa**. Disponível em: <https://blog.telium.com.br/entenda-tudo-sobre-o-uso-de-link-dedicado-para-a-sua-empresa/>. Acesso em: 24 jun. 2019.

VODAFONE. **Dedicated Internet Access**. Disponível em: <https://www.vodafone.co.uk/business/business-connectivity/data-connectivity/dedicated-internet-access>. Acesso em: 16 nov. 2019.

VOLTOLINI, Ramon. TEC MUNDO. **Quais são as diferenças entre internet dedicada e internet compartilhada?**. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/conexao/38442-quais-sao-as-diferencas-entre-internet-dedicada-e-internet-compartilhada-.htm>. Acesso em: 16 nov. 2019.

ÁVATO. **Nossa História**. Disponível em: <https://www.avato.com.br/nossa-historia>. Acesso em: 16 nov. 2019.

APÊNDICE

A – Elaborado na plataforma do Google Formulários

COMO A UTILIZAÇÃO DE INTERNET ATRAVÉS DA TECNOLOGIA LINK DEDICADO CONTRIBUI DENTRO DE UM AMBIENTE CORPORATIVO

Formulário de pesquisa para análise de resultados de um Trabalho de Conclusão de Curso, do curso de Sistemas de Informação na Antonio Meneghetti Faculdade.

*Obrigatório

1. Qual o nome da sua empresa? *

2. E-mail para contato. *

3. De qual cidade está respondendo esta pesquisa? *

4. Qual o impacto da internet no seu negócio? *

5. Por qual motivo foi feita a escolha do link dedicado para uso da sua organização/empresa na qual trabalha? *

6. Definida a necessidade do link dedicado na organização, qual foi o fator decisivo de compra? *

Marque todas que se aplicam.

Preço do serviço prestado

Reconhecimento de mercado da empresa

Disponibilidade do serviço na região da empresa

Quantidade de computadores que fariam uso do serviço

Funcionamento 24x7x365

Outro: _____

7. Por qual razão não foi escolhida uma rede de internet comum? *

8. O preço de uso é adequado ao resultado da operação? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

9. Você sabe a diferença do link dedicado para fibra ótica e banda larga? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

- () Muito pouco
- () Apenas para banda larga
- () Apenas para fibra ótica

10. Quais as vantagens e benefícios identificados após o uso desse tipo de conexão? *

Marque todas que se aplicam.

- Garantia de entrega da velocidade contratada
- Estabilidade no sinal
- Largura de banda simétrica para download e upload
- Chamados de manutenção e tempo de resolução menor
- Infraestrutura para alto desempenho da internet
- Outro: _____

11. Você recomendaria este tipo de conexão para outras empresas? *

Marcar apenas uma oval.

- () Sim
- () Não

12. Possui outro comentário quanto o serviço? Reclamações? Sugestões? *
