



Introdução à Economia e à Administração 2024



14ª Aula – Tecnologia da Informação nas Organizações



Contexto

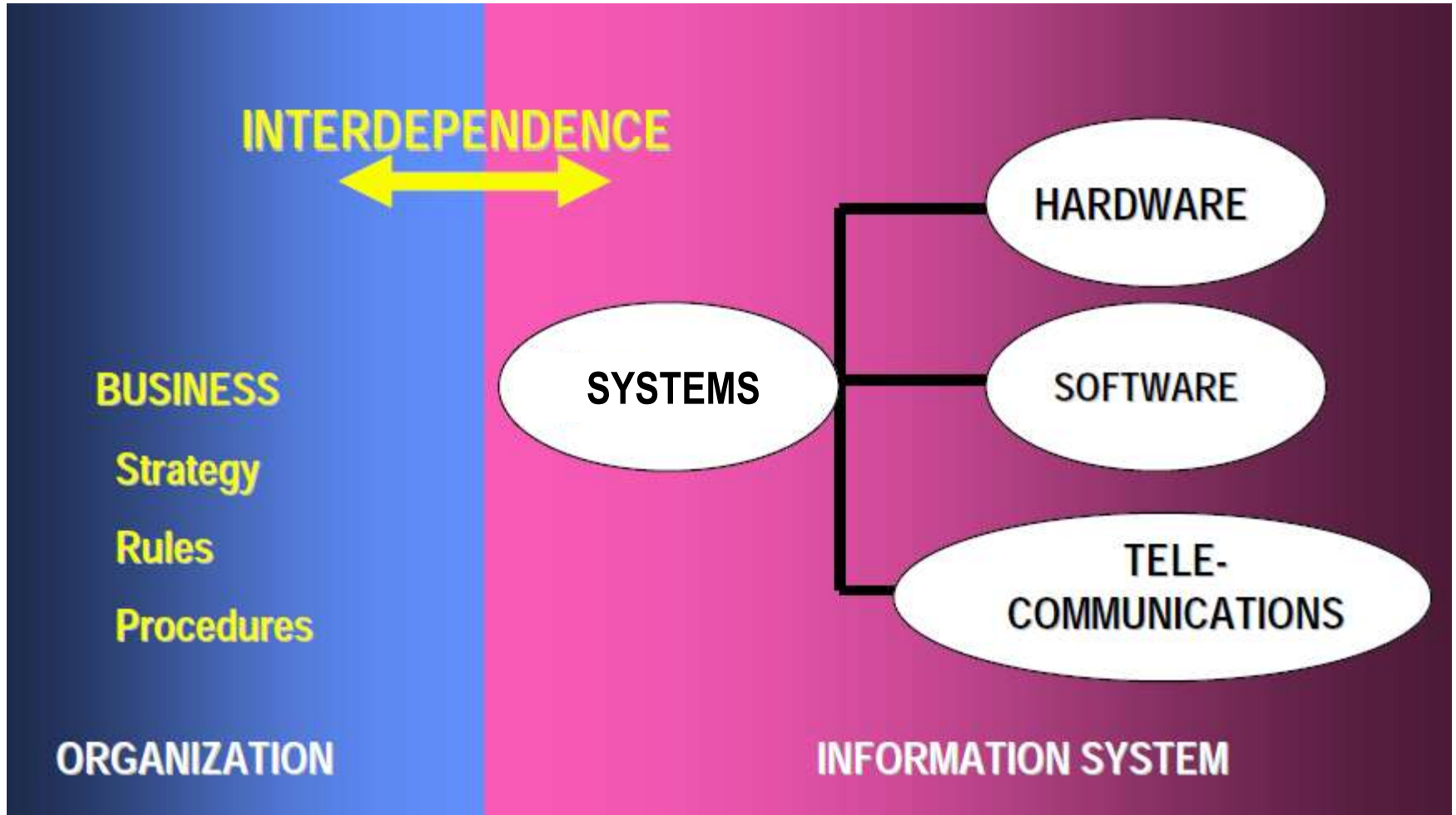
Todas as organizações lidam com informações, e têm como desafio gerar resultados por meio delas.

O processo de informatização empresarial tornou-se muito complexo, exigindo uma abordagem abrangente e integradora para o planejamento de uso da tecnologia.

A atenção às novas tecnologias de informação é uma das funções mais importantes em qualquer empresa, e deve ser incorporada ao trabalho de executivos de quaisquer áreas.

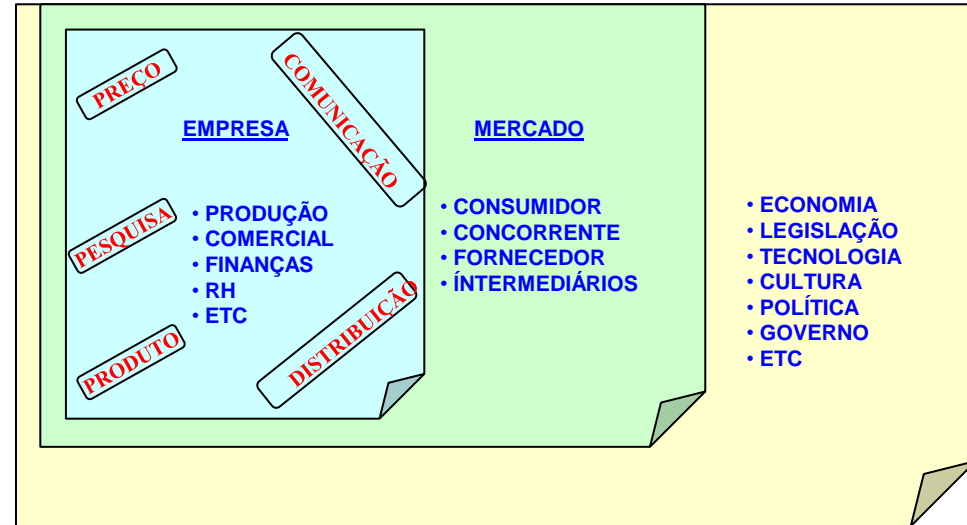
Mudança nas competências e habilidades exigidas dos gestores: como garantir o bom funcionamento da área de TI da empresa?

Interdependência entre Organizações e Sistemas de Informação



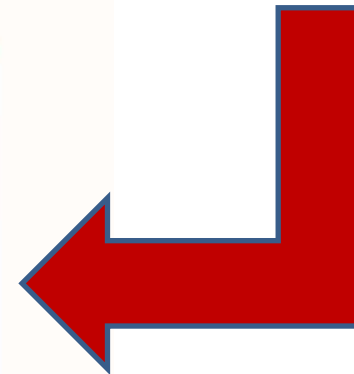


Ambiente



Customers

Suppliers



Regulatory Agencies

Stockholders

Competitors

Mudança de Paradigma e a Economia do Séc. XXI

- Queda das fronteiras
- Criação de um novo modelo de geração de riqueza
- Processos e custos X diferenciação e inovação
- Preocupações sanitárias
- As novas tecnologias estão mudando a forma como fazemos negócio, trabalhamos, aprendemos e vivemos!

Mudanças Tecnológicas

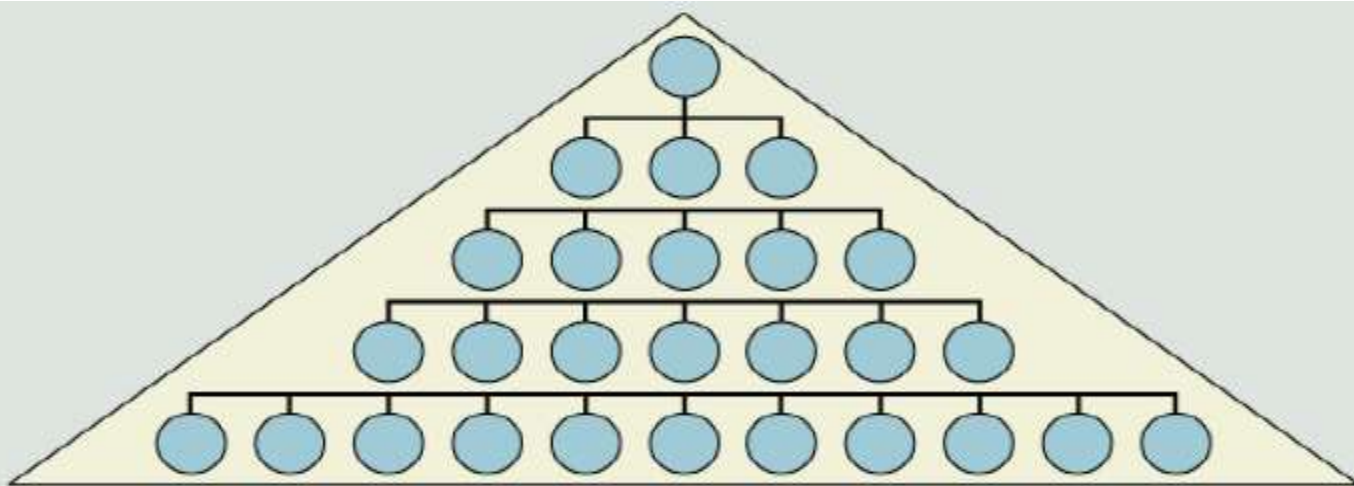
possibilitam



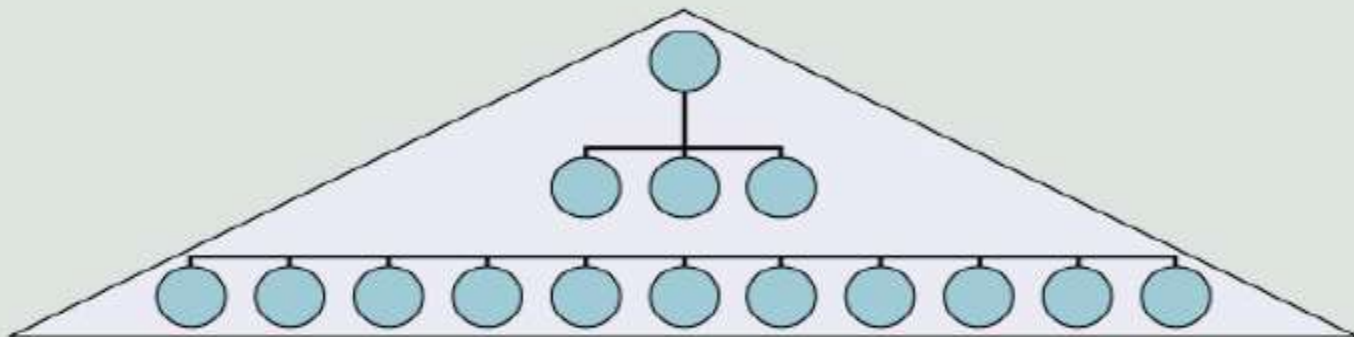
exigem

Integrações Eficazes em Vários Níveis

O Achatamento das Organizações pelos SI



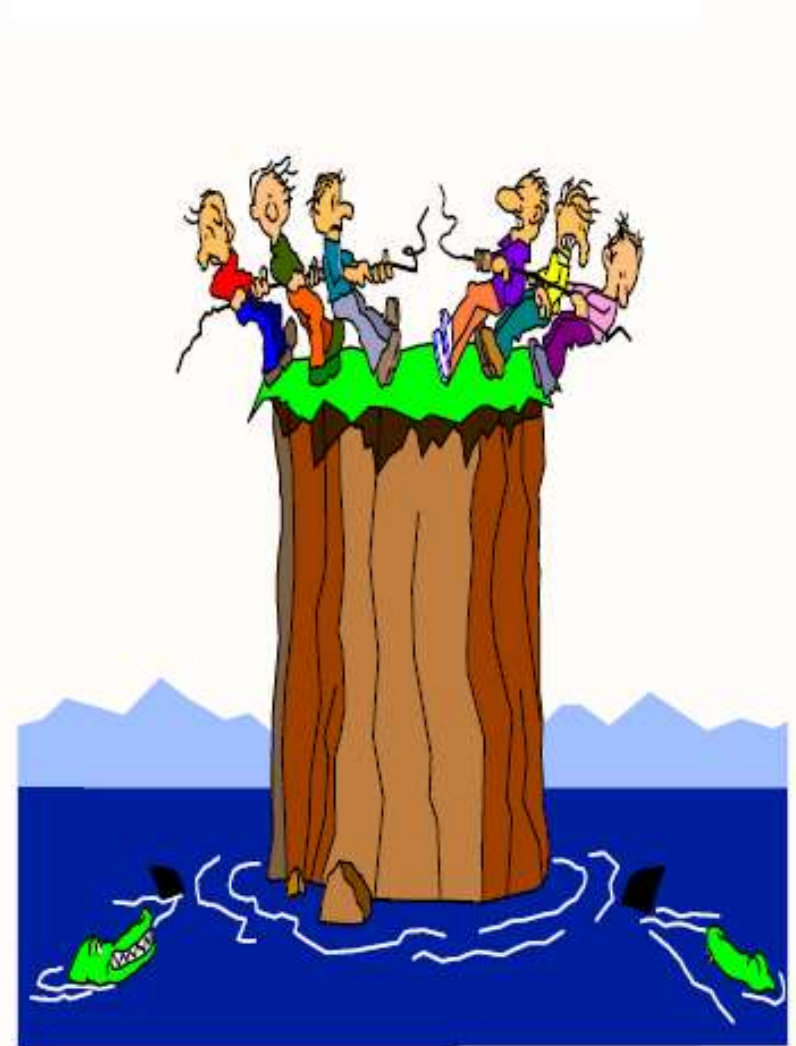
Organização hierárquica tradicional com muitos níveis gerenciais



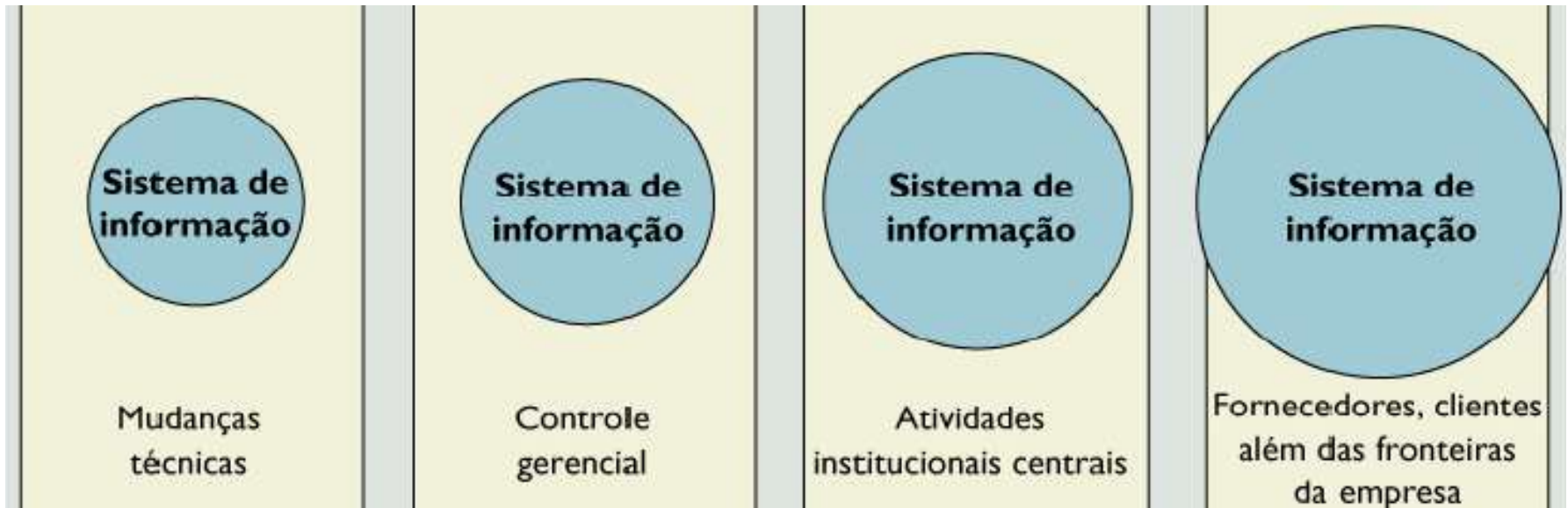
Organização que sofreu processo de 'achatamento' com a remoção de linhas gerenciais

Empresa Ampliada

- Para uma organização integrada, foi preciso eliminar barreiras internas.
- Depois, foi necessário eliminar barreiras entre as empresas.
- Parcerias com fornecedores, clientes e... concorrentes!
- Tecnologias : EDI, Internet, SCM, *smartphones*, nuvem...



A Ampliação do Escopo dos Sistemas de Informação



Equipes de Negócio de Alta Performance

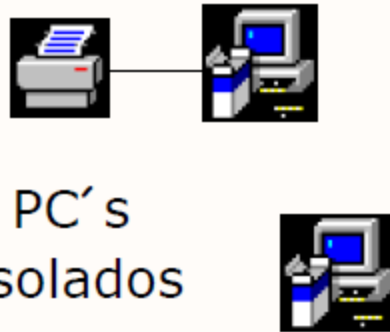
Como?

- Através de uma organização em rede
- Descentralizando com o apoio da T.I.

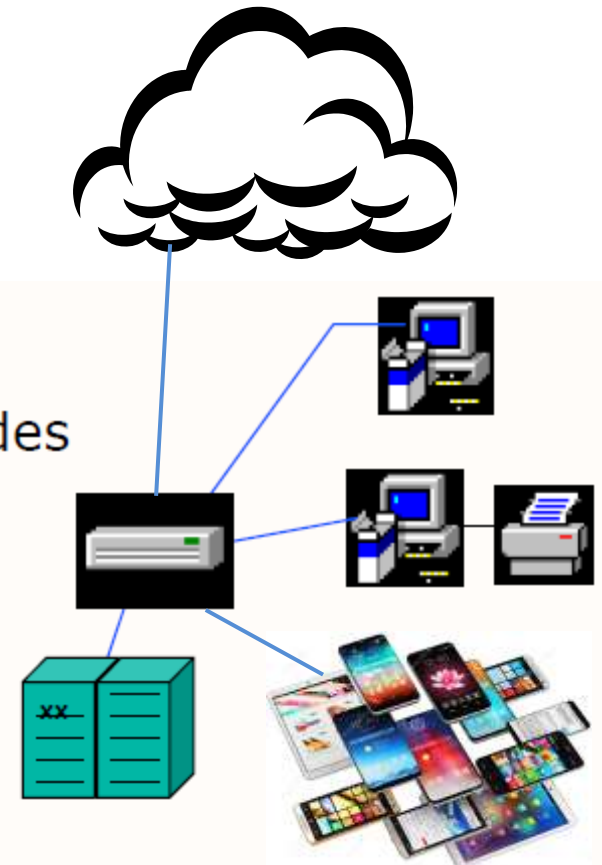
Mainframes



PC's
isolados



Redes



Vídeo: O Caso IBM

<http://innovatrix.com.br/ibm-o-melhor-caso-de-reinvencao-de-empresa/>

Rumo à Empresa Digital

Organizações achatadas.

Separação do trabalho do local de trabalho.

Reorganização de fluxos de trabalho.

Flexibilidade crescente.

Redefinição das fronteiras organizacionais.

Organização Integrada

Como?

- Através da Integração dos Sistemas
- Gestão Integrada





Introdução à Economia e à Administração 2024

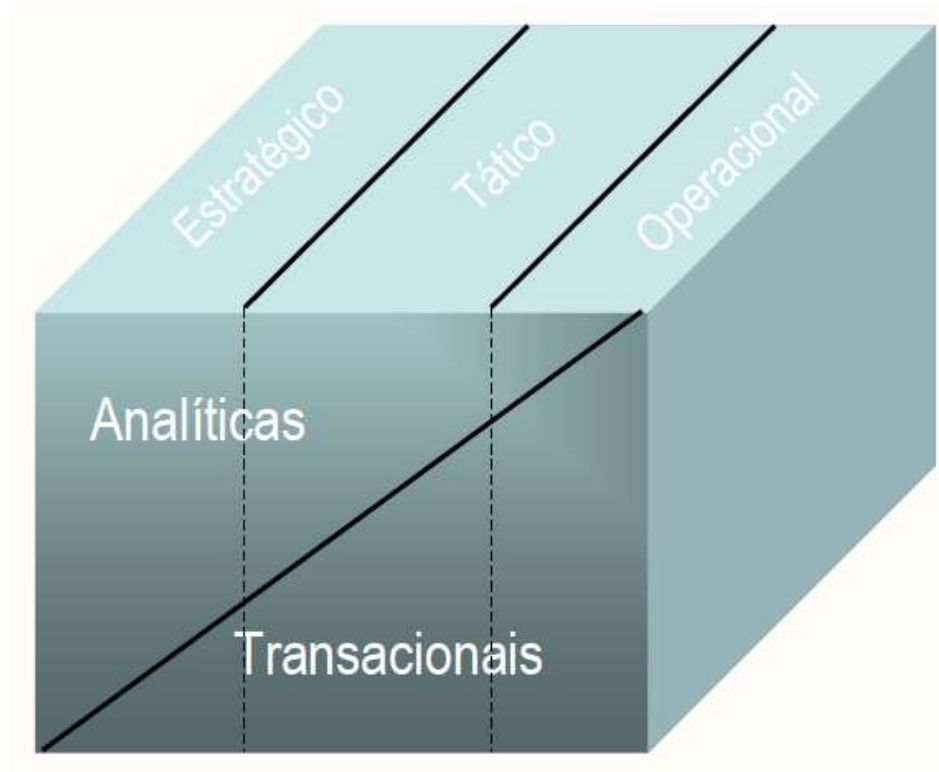
Abordagem Tradicional Tipos de Informação, Funções e Sistemas



Exemplos de Soluções Transacionais



Nova Abordagem



Transacionais: ajudam nas Operações

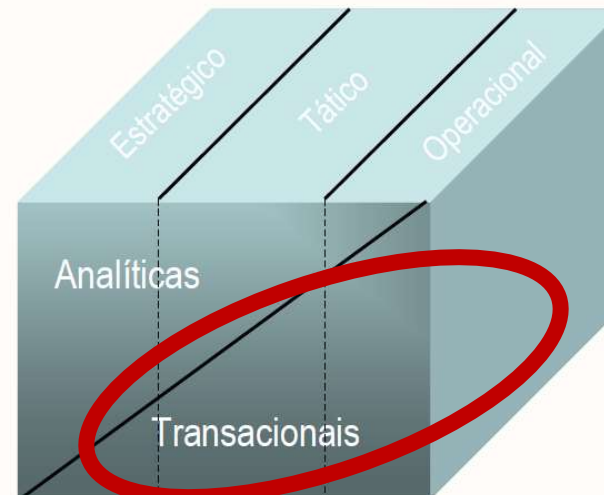
Analíticas: ajudam na Tomada de Decisões

Aula Anterior – Os Sistemas de Informação nas Organizações

Abordagem Tradicional



Nova Abordagem



Sistemas Transacionais mais Utilizados

ERP (*Enterprise Resource Planning*) – Sistema Integrado de Gestão Empresarial

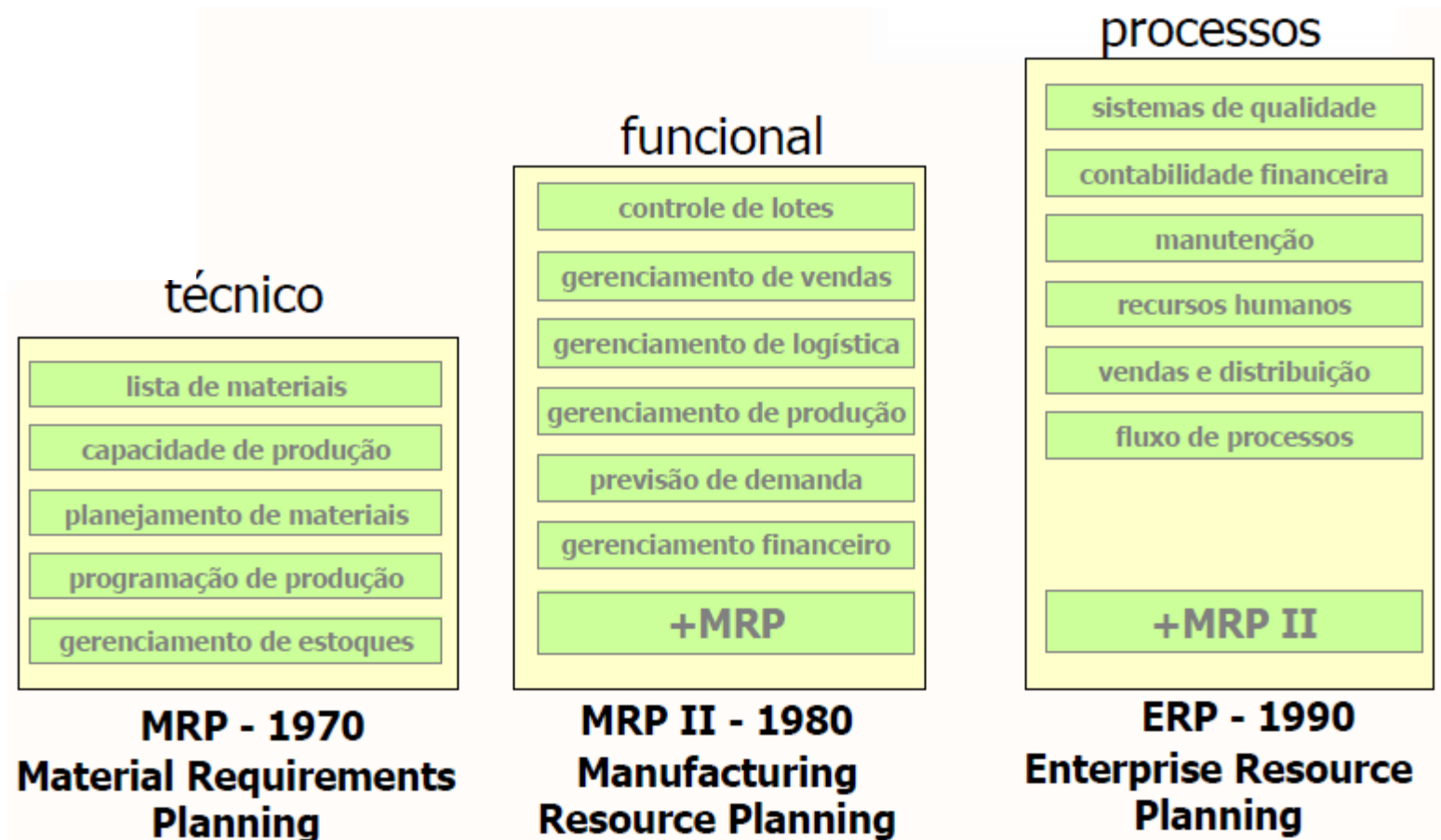
SCM (*Supply Chain Management*) – Sistema de Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos

CRM (*Customer Relationship Management*) – Sistema de Gerenciamento de Relacionamento com Clientes



Do MRP ao Enterprise Resource Planning (ERP)

Processos integrados passando das atividades primárias para as de suporte.



Características de um ERP

Padronização de processos, levando a empresa a adotar as melhores práticas de negócio, suportadas pelas funcionalidades do sistema.

Há integração entre todos os módulos, sem a necessidade de gerenciamento das interfaces.

Otimização do fluxo de informações.

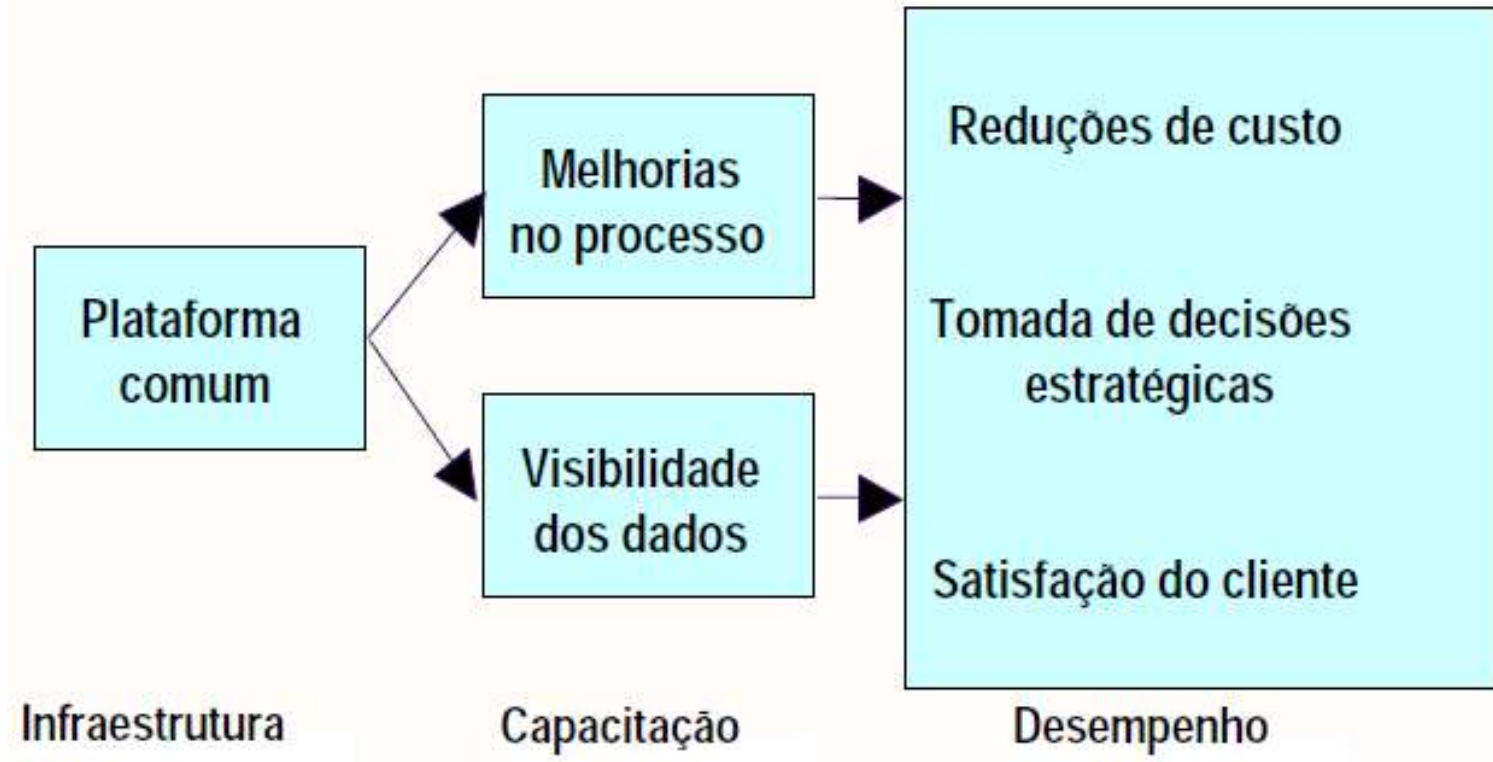
Torna as informações mais consistentes, evitando “ajustes”.

Processos de Reengenharia.





Motivos Para Implementação

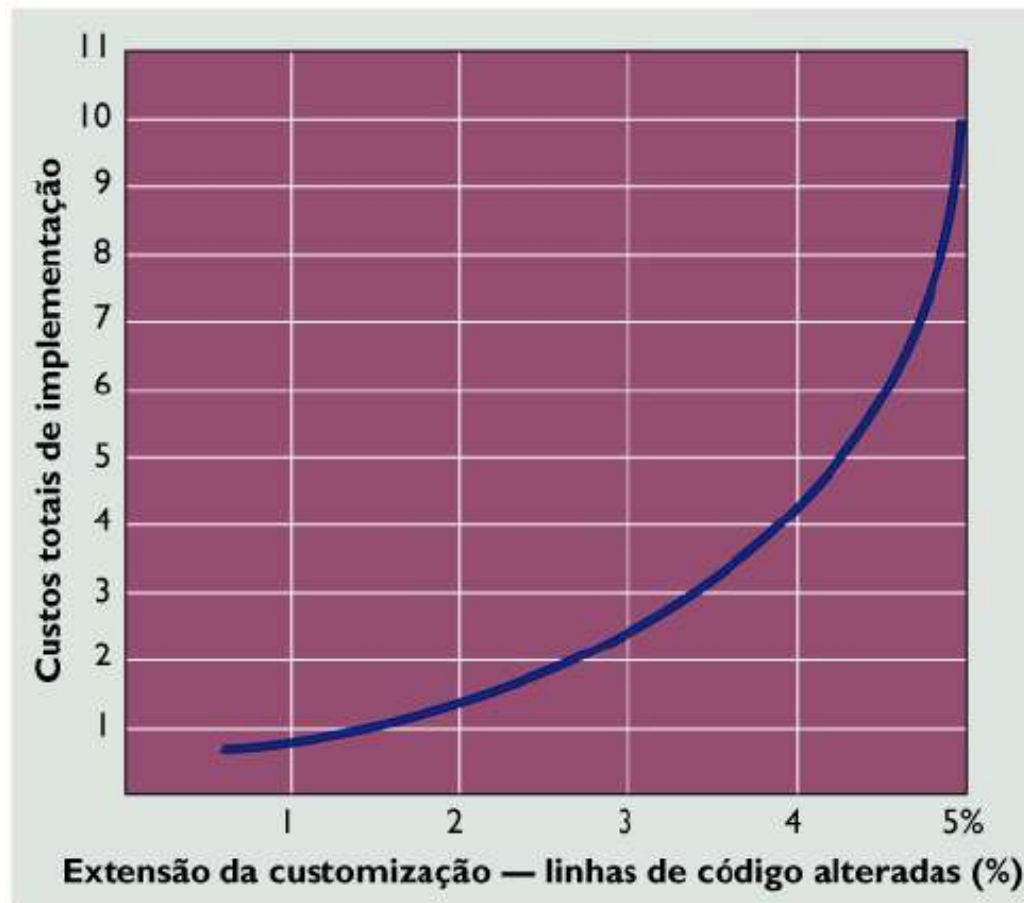


Considerações em relação aos Pacotes

- Baixa aderência entre os processos reais da empresa e os considerados no *design* do sistema (questão de adaptação à legislação local).
- A empresa perde flexibilidade, pois tem que se ajustar ao sistema.
- Desenvolvimento de processos paralelos manuais ou não (improdutivo).
- Fazer igual aos outros ou customizar?
- “*Big Bang*”, Faseada ou Piloto.
- O tempo de implantação é longo e pode ser “traumatizante” para a empresa.
- O gerenciamento da mudança é difícil devido às resistências.
- Dependência em relação ao pacote.



Efeitos da Customização de Pacotes de *Software* sobre os Custos de Implementação



Questões importantes na Implantação e Uso de um ERP

Há custos adicionais elevados como *hardware*, customização, *upgrades* e treinamento contínuo.

A acuracidade da informação ainda depende das pessoas, apesar de os erros serem minimizados com o sistema.

Nas grandes empresas:

- Explorar as funcionalidades
- Agregar funcionalidades
- Versões antigas = custos crescentes de suporte
- Trocar de fornecedor = custos de suporte revistos

Adoção pelas pequenas e médias empresas.

Por que há ERP's que fracassam?

- Mais da metade dos projetos de Reengenharia de Processos de Negócios falham.
- Requerem extensivas mudanças organizacionais.
- A empresa está altamente enraizada em velhos processos e nos sistemas legados.
- Empregados mal preparados.
- A percepção de sucesso ou fracasso varia de acordo com o nível organizacional e o tempo.
- Adoção de solução inadequada.

Supply Chain Management

Coordenação de todas as atividades e do fluxo de informação que envolvem a compra de matéria-prima, manufatura e entrega do produto acabado.

Integra fornecedores, plantas de manufatura, distribuidores e revendedores.

Processo coeso para reduzir tempo, retrabalho e custos de estoque (Efeito Chicote).

Supply Chain Management

Coordenar, planejar e controlar.

Compra, produção, estoques e entrega.

Modelos de projeção de demanda, *forecasting* de produção, requisição de compras, processamento de ordens, alocação de estoque, serviços de transporte.

Principais módulos:

- Manufatura
- Varejo
- Logística

VMI (*Vendor Management Inventory*) – sistema em que o fornecedor se responsabiliza pela gestão dos níveis de estoques nos clientes.

Customer Relationship Management

O que é o CRM?

É uma estratégia de negócio desenhada para otimizar o lucro, as margens e a satisfação do consumidor.

Processos e tecnologias que coordenam as interações dos clientes em todos os canais.

Combinação de processos de negócios e tecnologia.

- Vendas, *marketing* e serviços.

Do Ponto de Vista Mercadológico

CRM significa desenvolver estratégia de relacionamento que:

- comunica a proposta de valor personalizadas, em um diálogo contínuo por meio de campanhas de comunicação dirigida;
- e melhora a retenção dos clientes, estimule o consumo e aumente o ganho.

Do ponto de vista tecnológico

CRM envolve capturar os dados do cliente e de todos os seus contatos e transações, consolidá-los em um banco de dados central, analisá-los e promover o uso inteligente da informação a cada contato.



Características

Gerenciamento de contato com o cliente (*Call Center*, Internet, pontos de vendas, outros).

Interface única com os clientes em qualquer lugar.

Integração funcional (vendas, *marketing* e serviços ao cliente) e operacional (financeiro, logística ...).

Capacidade analítica para estudar cada perfil de consumidor e propor campanhas específicas.

Gerenciar campanhas para executar as ações e avaliar resultados.

Por que abordar com CRM?

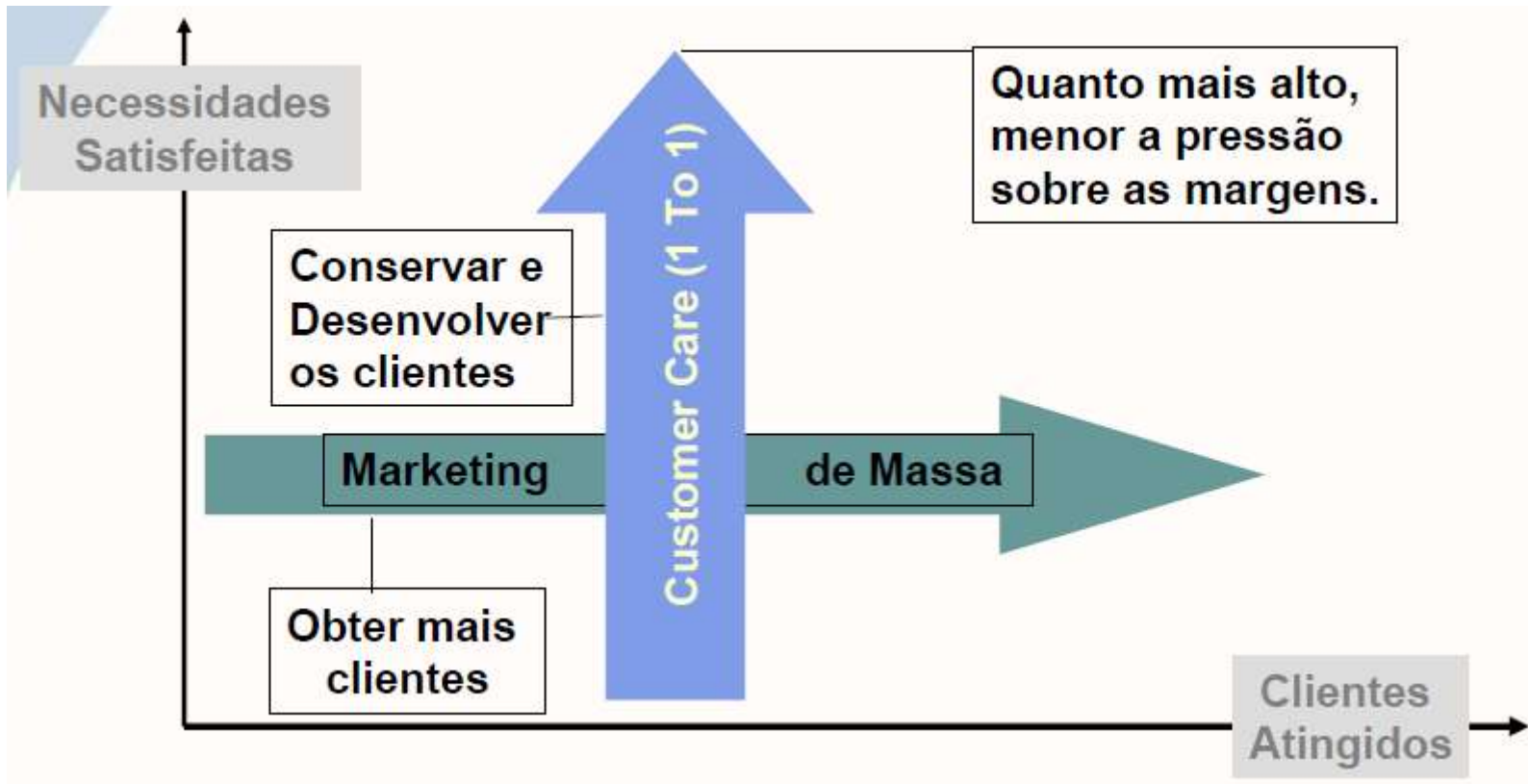
O nível de expectativa dos clientes é crescente

- Obter cliente novo é 6 vezes mais caro.
- Cliente insatisfeito revela para 8 a 10 pessoas a má experiência que teve.
- Possibilidade de vender novo produto para cliente novo é de 15%. Para existente, 50%.
- Em sua maioria, as empresas não estão integradas o suficiente para executar Comércio Eletrônico.

Nível de serviço está aumentando, gerando padrões de comparação.31



Por que CRM? Estratégia competitiva - Foco nos clientes

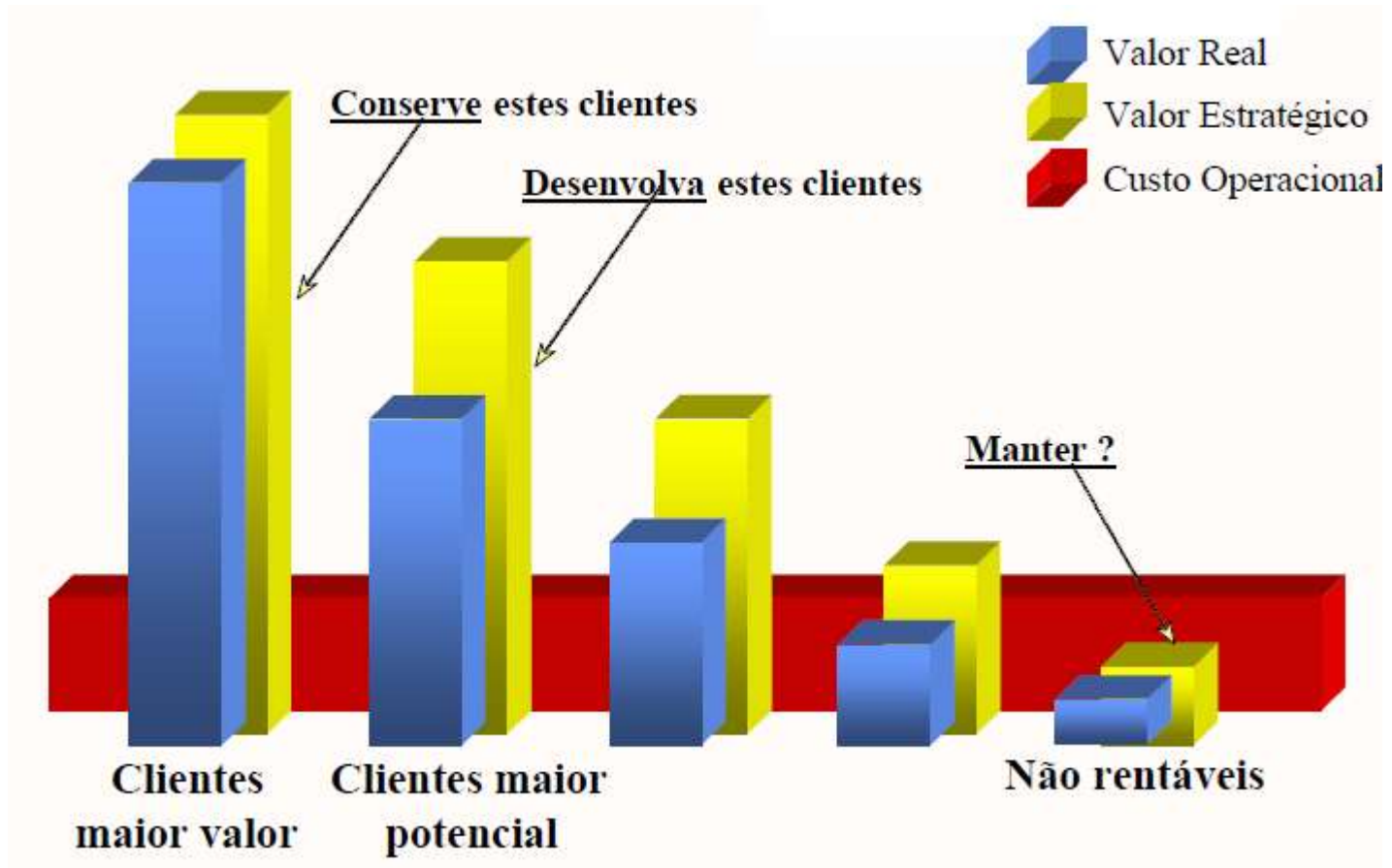


A Busca por estreitar o Relacionamento



Introdução à Economia e à Administração 2024

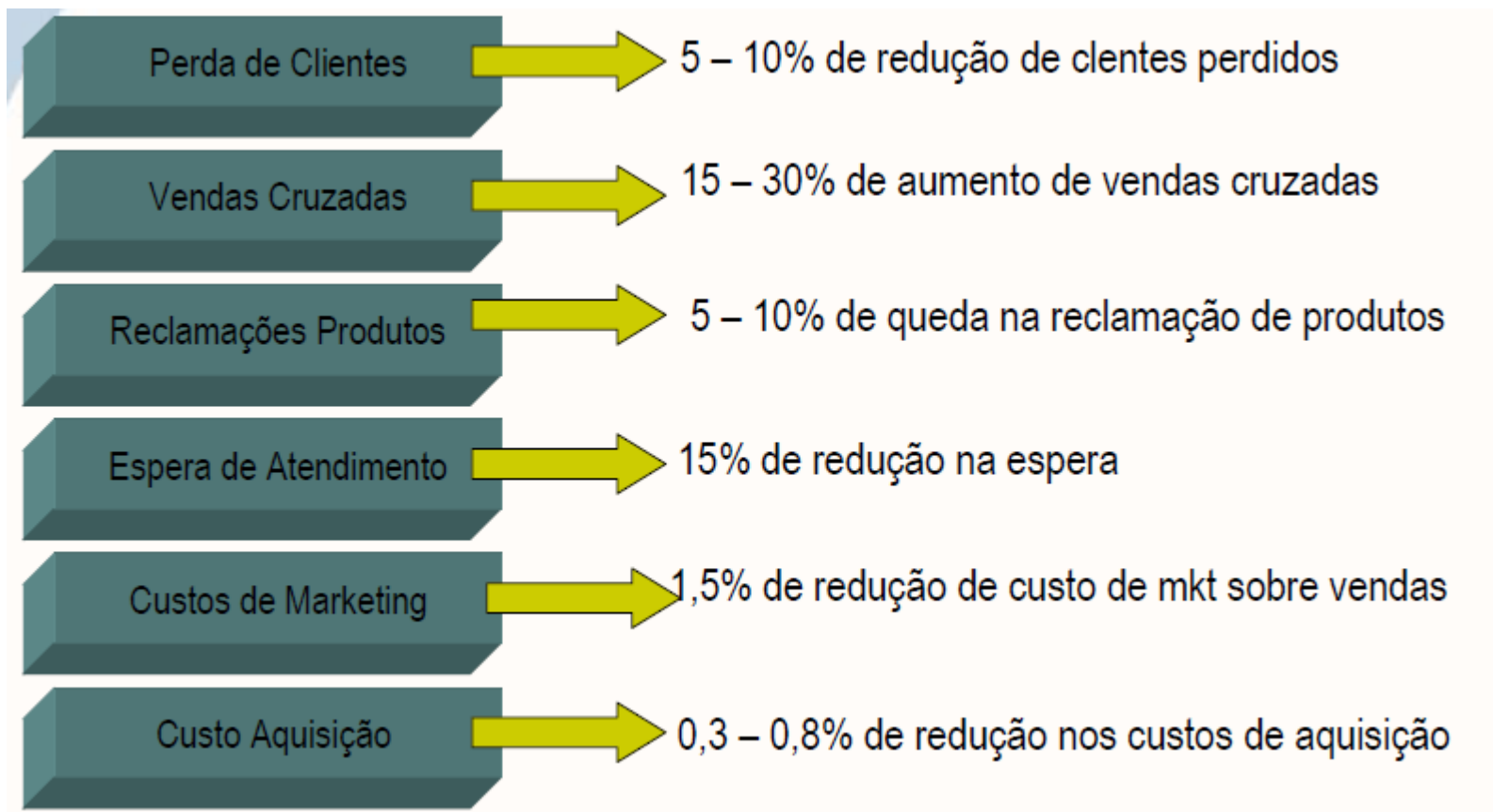
Exemplo: Categorização dos Tipos de Clientes



Exemplo de Análise: Retorno Desejável X Retorno Real

Parameter	Customer Focused	Average Company	Gap
Return on equity	17%	11%	6%
Profit on sales	9.2%	5%	4.2%
Market share growth	6%	2%	4%
Cost reduction	10-15%	2-3%	7-13%

Exemplos de Indicadores



Conclusões sobre CRM

CRM não é uma coisa nova.

Diferentemente do ERP, CRM não é um projeto, mas um processo contínuo em direção a uma abordagem empresarial.

Tecnologicamente, pode ser a integração de uma série de ferramentas.

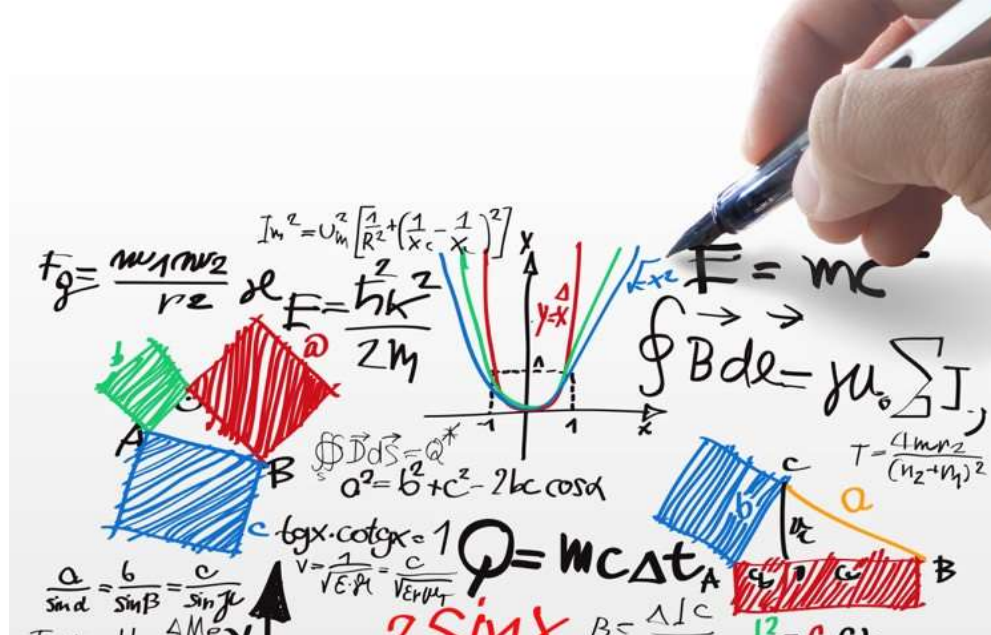
A maioria dos ganhos são intangíveis, pois envolvem a imagem que se quer projetar na mente dos clientes.

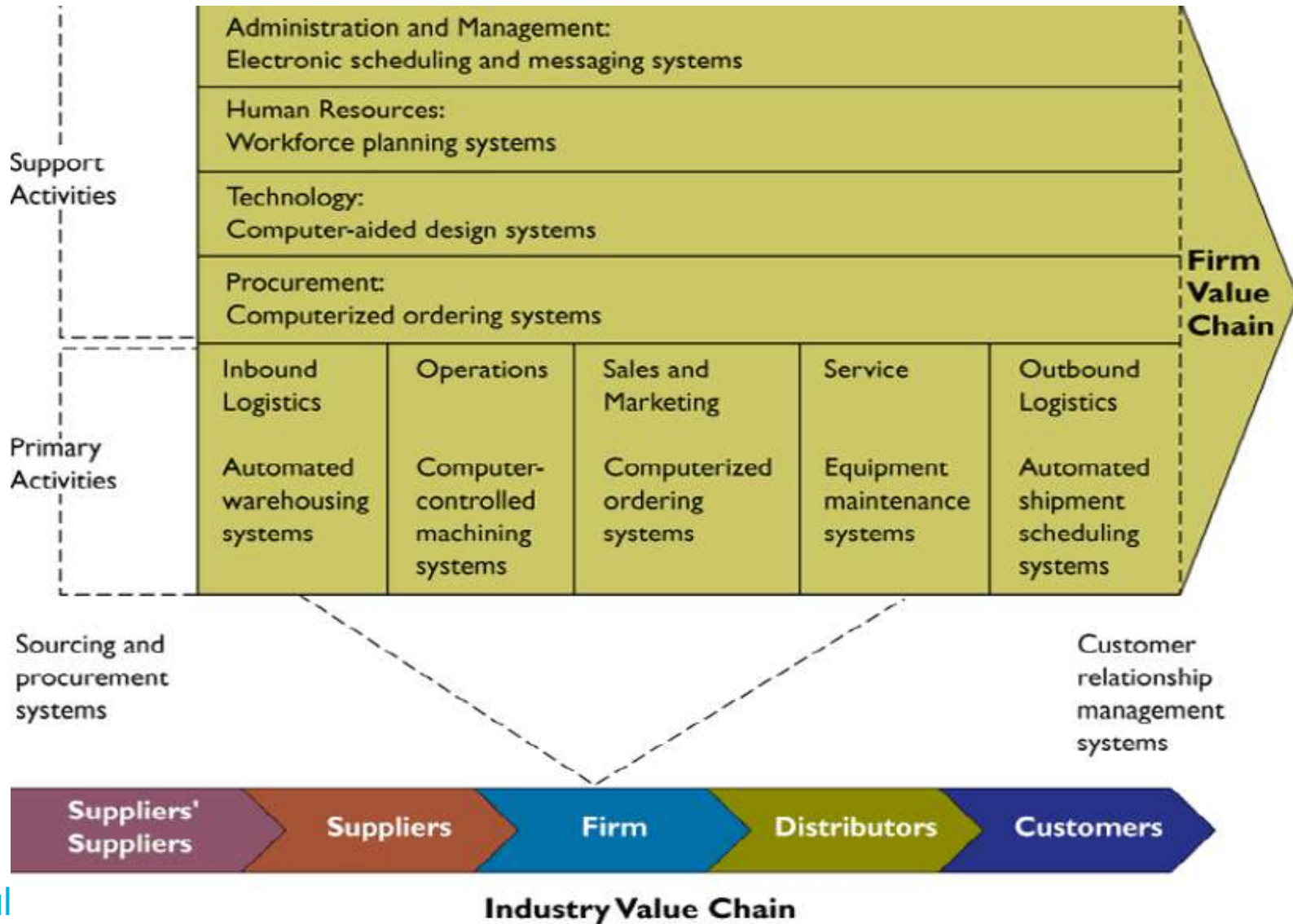
Há também os ganhos financeiros, mas não aparecem no curto prazo!

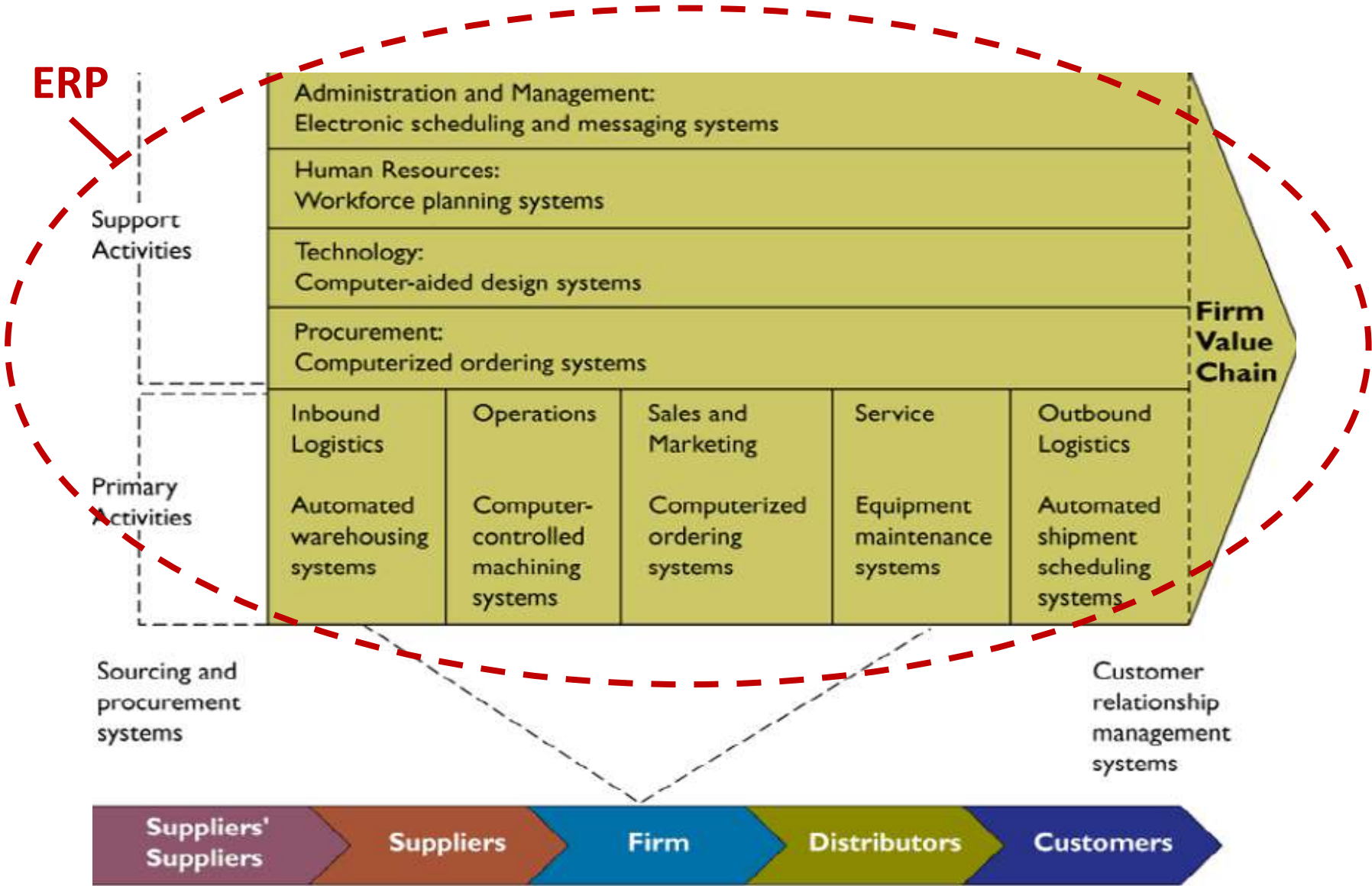
Evoluções do CRM

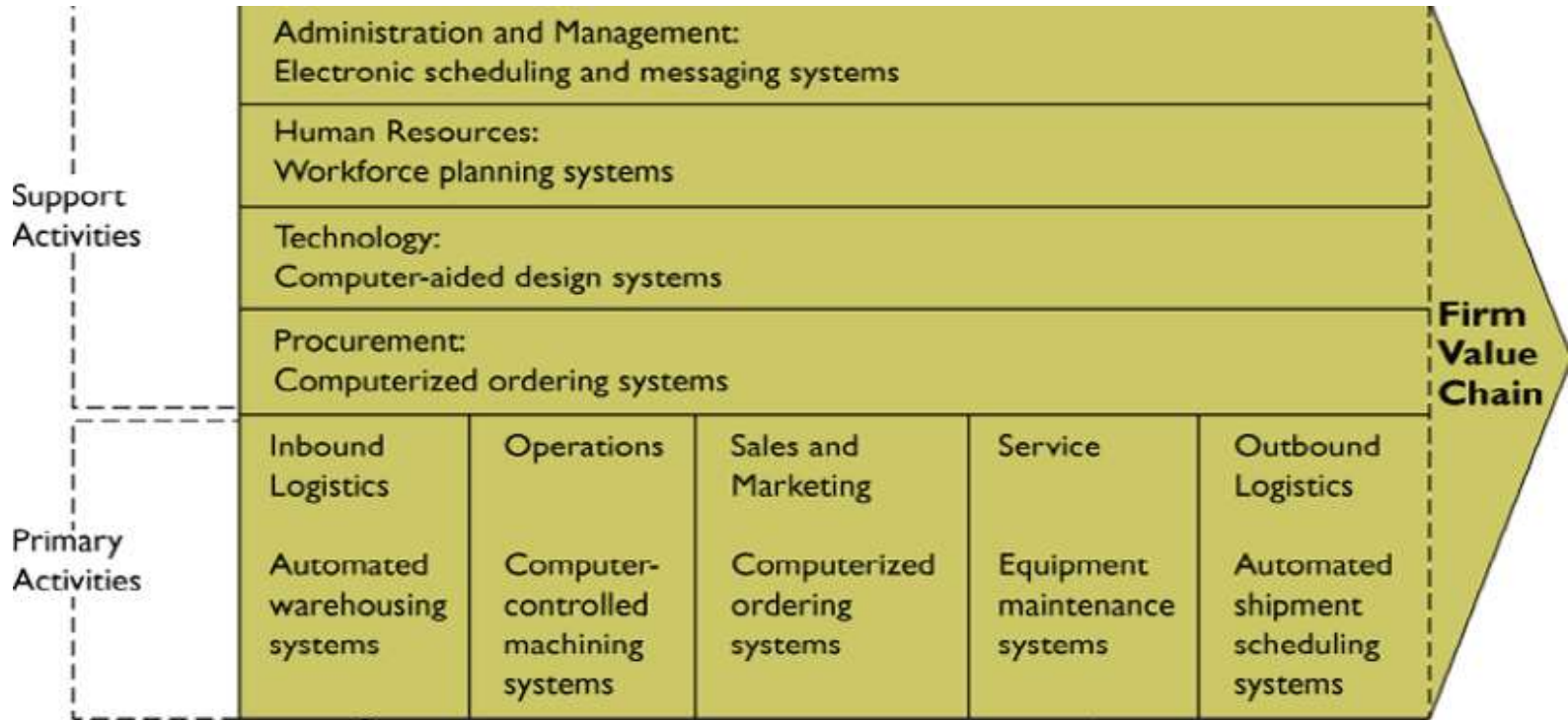
Big Data

Matemarketing









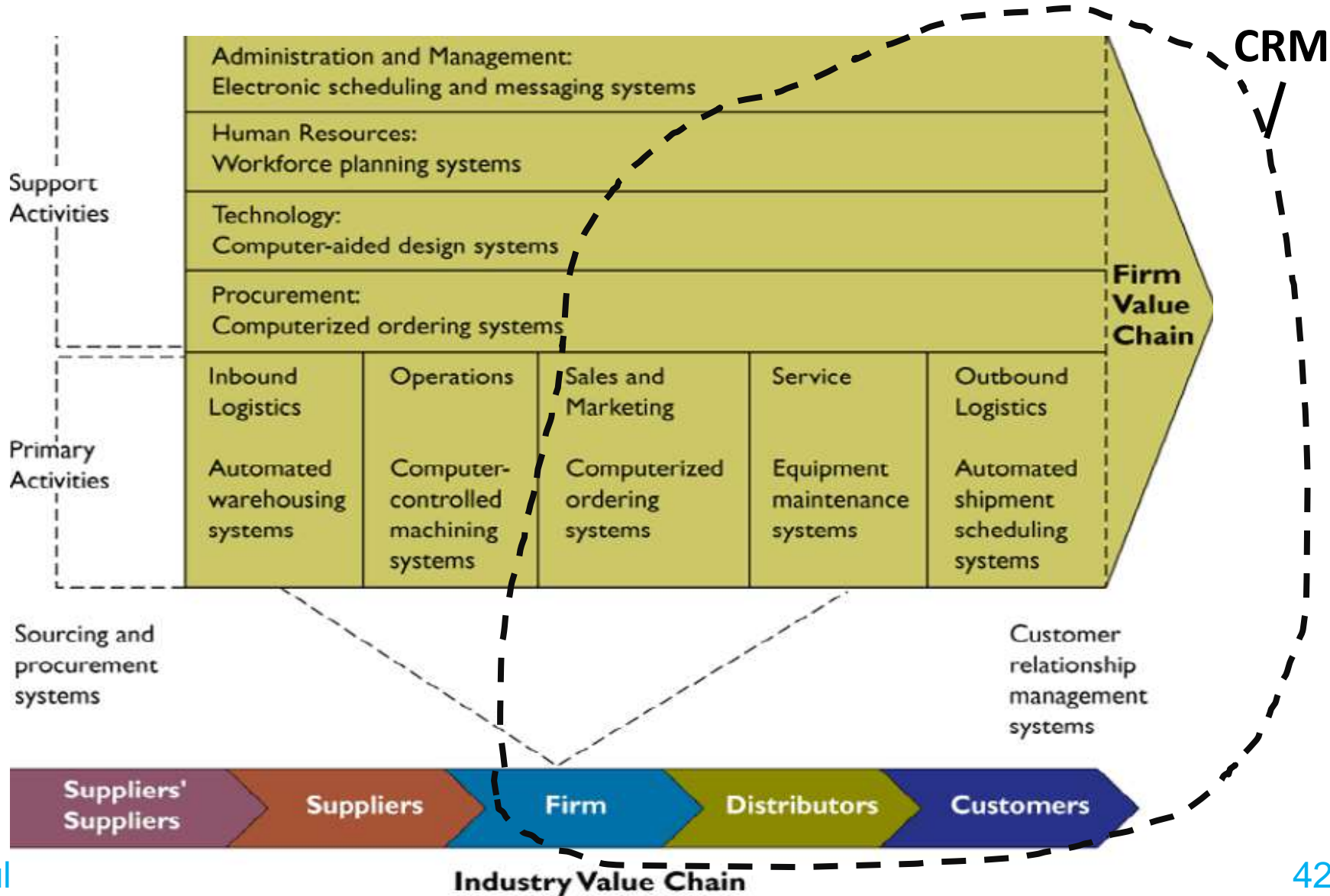
Sourcing and procurement systems

Customer relationship management systems

SCM



Industry Value Chain



E também pode haver outros sistemas...



Melhores Práticas e Legislação

Governança e *Compliance* dependem de Sistemas.

Metodologias e Certificações

- PMI
- COBIT
- ITIL
- BPMI
- SEI
- OMG
- IEEE
- etc...

LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados

O que fazer para que a implantação desses Sistemas dê certo?

Essas implantações devem ser tratadas também como uma questão estratégica e organizacional, e não meramente técnica!

Planejamento cuidadoso:

- Estratégico
- Financeiro
- Funcional
- Cultural
- Técnico

Sugestão: Office Space (EUA, 1999)





Próxima aula: 14 de junho!

