

Universidade de Aveiro

Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial

Mestrado em Gestão da Informação

Gestão da Informação



Diálogo com o Exterior

André Almeida | 15276

9 de Fevereiro de 2002

índice

1.introdução.....	3
2. enquadramento.....	3
3.empresa Z.....	4
4.soluções.....	6
5.conclusão.....	7
6.referências.....	8

1.introdução

O quotidiano organizacional que se vive na actualidade é, sem sobra para dúvida, competitivo, efémero e veloz. Este cenário obriga a uma ginástica permanente por parte das organizações de forma a garantir a sua sobrevivência. Qualquer sinal de fraqueza poderá ser fatal. Eficácia e eficiência são requisitos para o sucesso das organizações, mas não condição única: o controle do fluxo de informação no seu interior, bem como o diálogo e integração com o exterior, assumem importância capital. O fechar de olhos à importância da Gestão da Informação não mais será permitido - «muitas vezes, o “não investimento” tem custos superiores ao “investimento”» (Gouveia, 2000).

2. enquadramento

O nível de complexidade presente em muitas organizações é decorrente de três situações: dimensão, o seu passado ou a conjugação de ambas (Gouveia, 2000). Para uma melhor compreensão da problemática *dimensão*, apresenta-se de seguida uma figura representativa da relação exponencial departamento/ligações inter-departamentais.

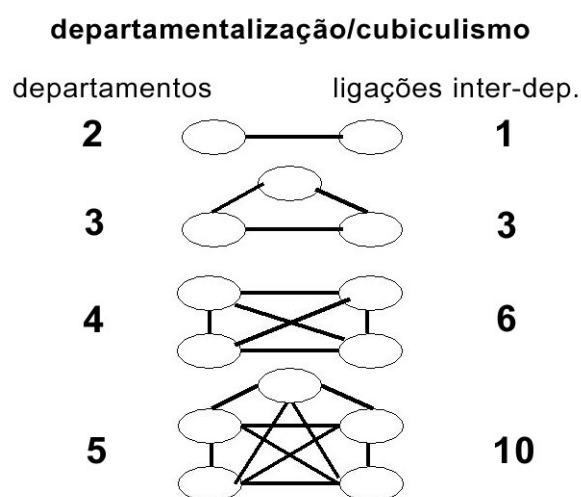


figura 1 – número de departamento *versus* ligações inter-departamentais

O aumento da dimensão da organização, traduzido pelo aumento do número de clientes, reflecte-se, por norma, no aumento da quantidade de trabalho (Silva & Gomes, 2001). O aumento das solicitações por parte do exterior conduz

necessariamente à melhoria dos Sistemas de Informação, estrutura suporte ao fluxo de informação. Estes sistemas deverão «considerar a mudança constante, a flexibilidade das actividades e a crescente importância dos recursos humanos» (Gouveia 2000).

O reconhecimento do cliente como elemento chave no ciclo comercial gera um especial cuidado na supervisão deste sector. O vulgarmente designado departamento comercial toma a seu cargo toda a gestão de clientes, desempenhando assim um papel fulcral na chegada a bom porto dos objectivos da empresa. Mas esta abordagem tradicionalista poderá não ser suficiente para dar vazão a todas as solicitações externas, atitude que decerto reflectir-se-á na satisfação do cliente e que poderá pôr em cheque todo o futuro da organização. «Todos os sistemas abertos estão condicionados pela sua interacção com o mundo exterior que exige da organização capacidade de comunicar, observar e actuar, de forma eficaz e flexível.» (Gouveia, 2000).

3.empresa Z

A empresa Z, o nosso suporte de trabalho, encontra-se representada no seguinte Diagrama de Fluxo de Dados:

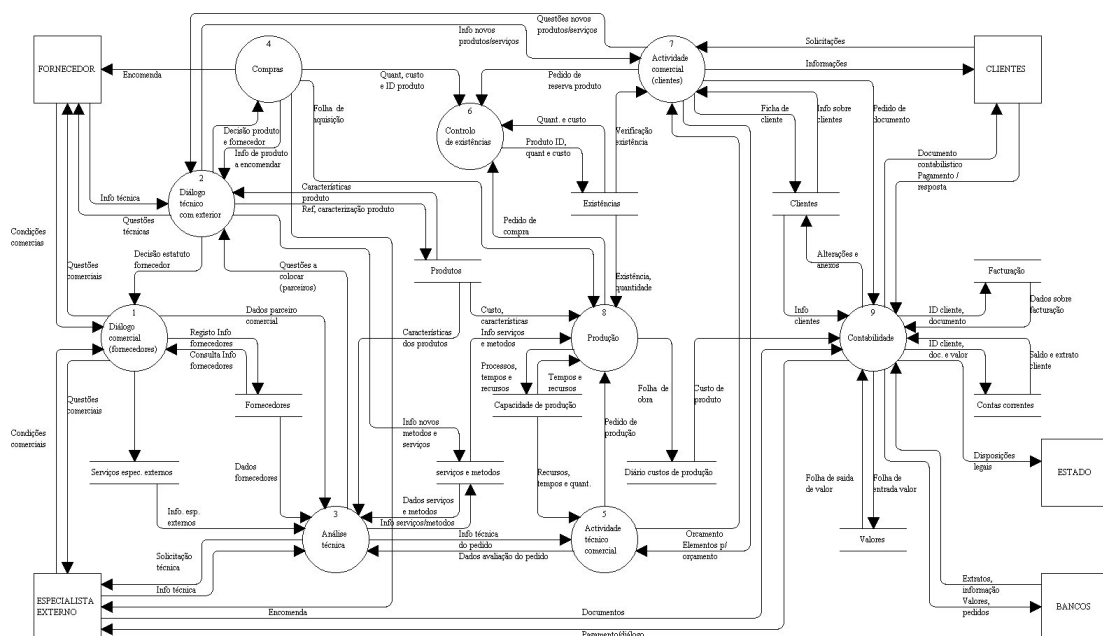


figura 2 – DFD nível 1 da empresa Z

Pelo que se pode constatar através da visualização da figura anterior, a organização Z rege-se, a nível comercial, pela atrás referenciada abordagem tradicionalista. O departamento comercial é responsável por toda e qualquer interacção com o cliente. A descrição do processo poderá ajudar a esclarecer as suas funções:

Actividade comercial relativa a clientes, é responsável pelo diálogo com a entidade cliente e pela manutenção do depósito de dados clientes.

Para uma melhor visualização, apresenta-se de seguida um plano pormenor dos fluxos de informação relativos a *CLIENTES*:

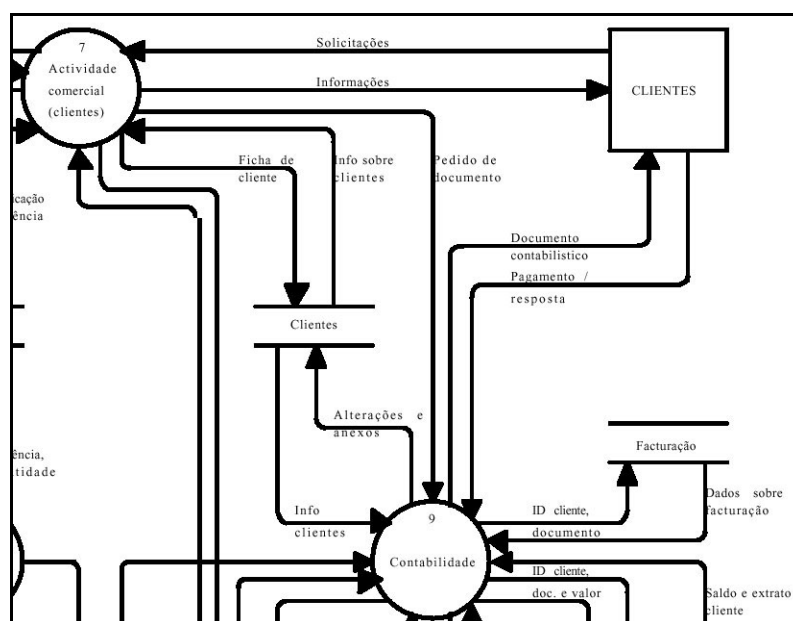


figura 3 – pormenor de DFD nível 1 da empresa Z

Dependendo da orientação da empresa, a pertinência desta topologia poderá variar. Se por um lado é uma filosofia pouco dispendiosa e de fácil gestão, numa economia orientada para o mercado esta abordagem poderá ser desastrosa.

Para efeitos de estudo, vamos assumir que a organização Z tem vindo a sentir uma falha estrutural na resposta às solicitações externas. Vamos assumir que, e segundo a classificação proposta por (Gouveia, 2000), o movimento de informação respeitante a esta organização é de tipo III (engloba o diálogo com o mercado, em especial com os clientes da empresa).

4.soluções

Não é fácil esboçar soluções miraculosas para problemas complexos como aquele aqui apresentado, muito menos quando não se está na posse de todos os dados. Qual é o ramo da actividade? Qual o ambiente em que está inserida? Como se caracteriza a concorrência existente? Muitas questões podem ser colocadas e não é um simples olhar, mesmo que atento, sobre um esquema formal que levará à percepção total do problema. Não estão as organizações grávidas de redes informais de comunicação? Segundo (Gouveia, 2000), a «organização de uma empresa é dinâmica, não sujeita a modelos rígidos nem a esquemas pré-definidos».

Uma possível solução passa pela colocação em linha de informações e ferramentas de apoio aos produtos e soluções oferecidos pela empresa. É sabido que algumas tentativas de negociação despendem muitos recursos, quando, muitas vezes, não se concretiza em negócio. Se algum deste fluxo pudesse de alguma forma migrar para a Internet, o departamento comercial poderia trabalhar de uma forma mais tranquila. E é claro, a Internet traz também algum valor acrescentado: para o cliente, 24/7, características multimédia, razões geográficas; na perspectiva da organização, baixo custo e geração de estatísticas são alguns dos pontos a favor.

O processo, apelidado de *Diálogo comercial mediado tecnologicamente*, envolverá não só o departamento comercial, mas também diversos outros departamentos de forma directa, sem intermediários. O sistema informático encarregar-se-á, caso possível, de fazer a distinção temática das questões colocadas pelos clientes. Desta forma, todos contribuirão para a visão externa da organização. Cada um contribuirá com o conhecimento especializado que possui, respondendo mais e melhor ao que for solicitado.

O DFD que se segue representa apenas o processo a adicionar ao actual DFD; o novo processo funcionará de forma complementar ao processo *Actividade comercial*, sendo seu objectivo responder às solicitações efectuadas pelos clientes, quer na situação de pré ou pós-venda.

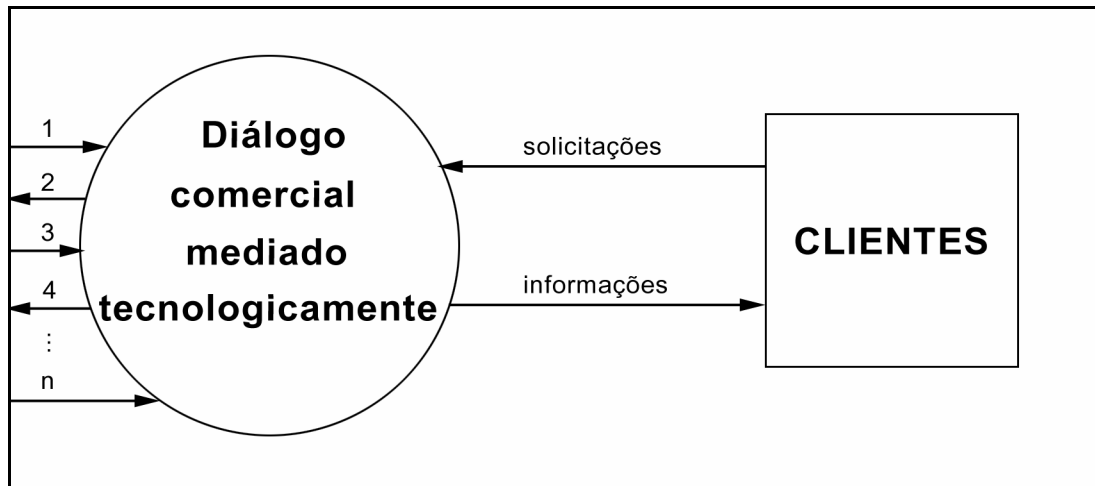


figura 4 – solução complementar

O exercício de estabelecer as conexões dos fluxos de informação relativos ao processo será de acordo com as necessidades específicas da organização.

5.conclusão

A informação é um activo das organizações e, como tal, deve ser tratada de acordo com o seu estatuto. Não só a sua carência pode ser problemática, mas também o seu excesso. As organizações, cada vez mais sensibilizadas para este paradigma, reúnem esforços para acompanhar o ritmo frenético. A implementação de políticas claras de Gestão de Informação e revisão de processos poderão revelar-se de grande importância competitiva.

6. referências

Gouveia, L.B. (2000). Gestão da Informação: Fluxo de informação e aplicações tipo.

Silva, A.J. & Gomes, R.J. (2001). O problema organizacional típico: Diálogo com o Exterior.