



UNIVERSIDADE DE AVEIRO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA, GESTÃO E ENGENHARIA
INDUSTRIAL

A ORGANIZAÇÃO: DIÁLOGO COM O EXTERIOR - Estudo Caso-

TRABALHO REALIZADO DURANTE O 1º SEMESTRE DO
MESTRADO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO, NO
ÂMBITO DA DISCIPLINA DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Artur Lopes
Isabel Gonçalves
Israel Silva,
M.ª Alzira Moreira

Aveiro, Fevereiro de 2002

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	3
1. ANÁLISE DA SITUAÇÃO ACTUAL	4
2 – PROPOSTA DE SOLUÇÃO	5
2.1 – DEPARTAMENTO DE APOIO A CLIENTES	5
2.1.1 NECESSIDADES DO DEPARTAMENTO.....	6
2.1.2. FLUXOS DE DADOS DO DEPARTAMENTO	6
3. CONCLUSÃO.....	7

INTRODUÇÃO

O contexto deste documento é fornecer a nosso parecer quanto à implementação do sistema de informação da empresa Z, considerando a problemática da Gestão da Informação, nomeadamente o estudo do aumento da escala e complexidade da informação que pode levar ao aparecimento de um fenómeno de excesso de informação.

Uma organização é dinâmica, não estando circunscrita a modelos rígidos e a esquemas pré-definidos . Sendo assim, a sua imagem, num dado momento, é o que advém das actividades em curso envolvendo directa e indirectamente, a empresa tanto dentro como fora dos seus limites.

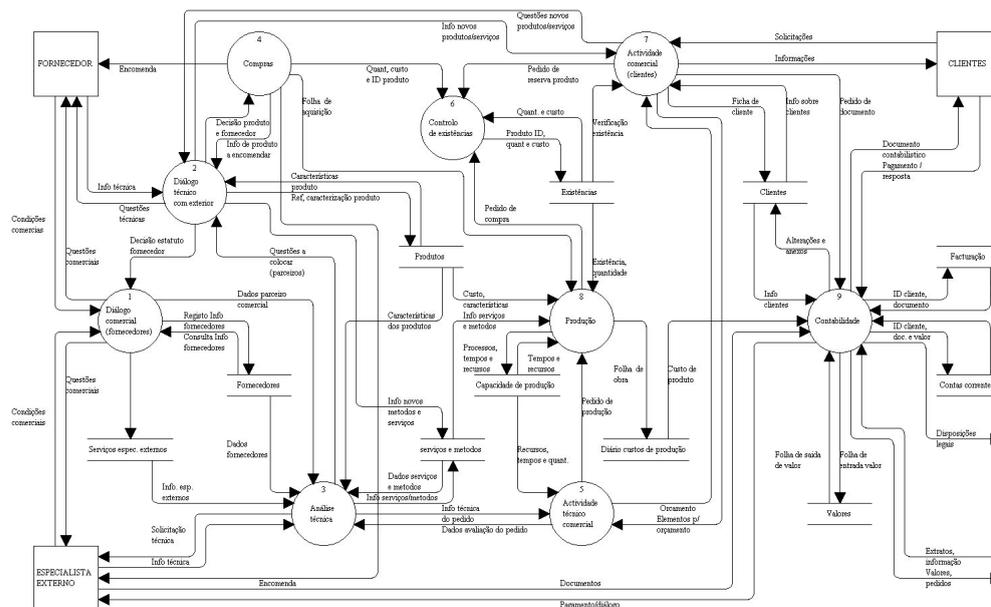


Figura 1 – DFD da empresa Z

Após análise do fluxo de dados da empresa Z (representado na figura 1), apresentamos soluções de optimização dos fluxos, face à ao seu poder de resposta, às solicitações do exterior, particularizando as informações comerciais (clientes, fornecedores e produtos).

1. ANÁLISE DA SITUAÇÃO ACTUAL

No fluxo de dados da empresa em análise, verificamos que a informação pode ser otimizada na relação da empresa com o exterior, mais especificamente na relação com os clientes.

Ao analisarmos o fluxo, detectamos um possível problema, que reside no excesso de informação que o departamento comercial tem de suportar, dependendo o sucesso do negócio da capacidade de resposta às solicitações de produtos ou serviços. A fixação dos clientes vai depender da capacidade do sistema dar resposta *just-in-time* aos pedidos dos mesmos.

Observando o DFD da empresa Z, verificamos que existe uma relação entre os clientes e uma entidade interna chamada de departamento de vendas (7 – Actividade comercial). Este departamento canaliza todo o diálogo com os clientes. Avaliando esta solução verifica-se , ser de baixa manutenção, no entanto, no mercado actual já não satisfaz o tipo de exigências, dado a sobrecarga de informação sobre o sector de actividade comercial, provocando uma diminuição na qualidade de serviços prestados aos clientes.

Certamente que o nível de satisfação do cliente com a capacidade de resposta da empresa diminui, dada a concentração de pedidos.

A venda de produtos e/ou serviços, na nossa opinião vocação única deste departamento, pode ficar comprometida com a sobrecarga de trabalho.

2 – PROPOSTA DE SOLUÇÃO

Resultando da análise do DFD da empresa Z, verificamos existirem as condições necessárias para melhorar a qualidade de serviço de apoio ao cliente.

Sabendo necessitarem os clientes de muita informação relativa a produtos, serviços, garantias, assistência técnica, conta corrente e muitas outras de cariz informativo pré e pós vendas, propomos uma solução através da qual estas informações podem estar acessíveis libertando o serviço comercial.

2.1 – DEPARTAMENTO DE APOIO A CLIENTES

Desta forma, iremos libertar o serviço comercial para as tarefas que lhe compete (vender), criando um serviço de atendimento a clientes.

Este apresenta diversas vantagens nos serviços prestados ao cliente:

- maior satisfação do serviço prestado;
- ajuda o serviço comercial;
- angaria potenciais clientes contactados;
- serviço informativo de apoio a clientes.

Requisitos funcionais deste departamento:

De forma a garantir uma comunicação eficaz com o cliente defendemos que a empresa Z deverá fornecer um acesso on-line em ambiente web que permita aos utilizadores:

- Seleccionar os produtos/serviços adequados às suas necessidades;
- Garantir o contacto com o gestor comercial;
- Possibilitar a criação de simulações/encomendas;
- Permitir on-line um serviço de FAQ e melhoria do sistema;

Para tal, funcionalmente este sistema deverá garantir a comunicação com as actividades externas e no contexto actual deve basear-se:

- em soluções que garantam alternativas de evolução do hardware e software;
- uma ligação eficiente à auto-estrada da informação;

- suportar a informação em correio electrónico;
- integrar uma central telefónica e fax;
- garantir a segurança das operações e salvaguarda de dados;
- basear-se em perfis que permitam um acesso personalizado;
- salvaguardar as questões relacionadas com o ciclo de vida dos dados tendo em consideração as suas propriedades e pertinência.

2.1.1 NECESSIDADES DO DEPARTAMENTO

A missão deste departamento é informar. Este departamento deve ter acesso a:

- informação da produção;
- informação técnica de produtos e serviços;
- informação contabilística e financeira ;
- informação sobre os clientes.

2.1.2. FLUXOS DE DADOS DO DEPARTAMENTO

Atendendo à caracterização feita deste departamento, identificamos os seguintes processos que têm informação relevante para as possíveis solicitações dos clientes:

- Processo 3 (análise técnica) : a fonte de informação técnica do novo departamento a criar.
- Processo 5 (actividade técnico-comercial) : a fonte de informação relativa a encomendas dos clientes, prazos e informações vindas da produção;
- Processo 7 [actividade comercial (cliente)] : a fonte de informação da anmenese dos clientes;
- Processo 9 (contabilidade) : a fonte de informação de todos os movimentos contabilísticos .

3. CONCLUSÃO

Com a criação deste departamento, solucionamos a potencial problemática face ao aumento da quantidade e complexidade da informação, que poderia levar a um fenómeno de excesso de informação.

A funcionalidade deste departamento, criar-se-à uma serie de benefícios de tal forma que a informação flua entre os clientes e a empresa , de uma forma integrada, coerente, eficiente e eficaz. Esta solução gere informação no seu máximo potencial, chegando às pessoas certas, no local correcto, no tempo e formato certo, com o menor custo.

A solução proposta em termos de DFD, teve como principal preocupação, a capacidade de resposta a solicitações externas à empresa com relação às informações que os clientes necessitam.

Na figura 2 representamos em detalhe do novo DFD da empresa Z, com a implementação do departamento de Apoio a Clientes.

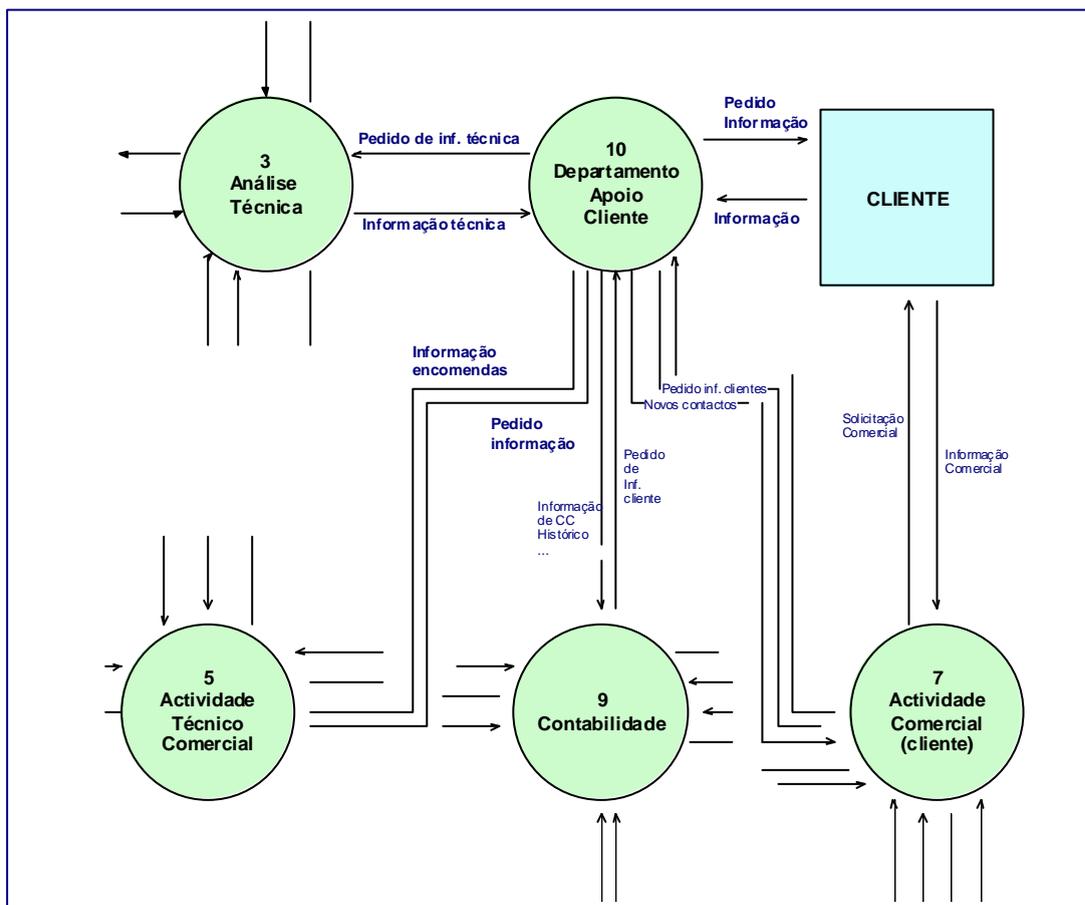


Figura 2 – Pormenor do novo DFD proposto da empresa Z