

MESTRADO EM GESTÃO DA INFORMAÇÃO
GESTÃO DA INFORMAÇÃO

A Empresa Z

Tema 5: Capacidade de Resposta a Solicitações
Externas à Empresa
(Diálogo com o exterior)

Trabalho realizado por:
Cecília Maria V. S. L Mourão
Paulo Assoreira
Março de 2001

CAPACIDADE DE RESPOSTA A SOLICITAÇÕES EXTERNAS À EMPRESA (DIÁLOGO COM O EXTERIOR)

1. Introdução

Uma das características mais marcantes da sociedade em que vivemos é a competição: competem os indivíduos entre si pelo alcance de um posto mais compensatório (poderá ser por dinheiro, prestígio social, garantia de futuro, desejo de afirmação, etc.); competem as empresas para conquistarem maiores parcelas de mercado a fim de atingirem lucros mais elevados, competem os próprios organismos públicos, porque os políticos lançam desafios que pretendem vencer, porque as promoções são selectivas ou até porque se deseja maior eficácia no serviço público.

Alguns dos principais factores que estão na origem desta forma de sociedade (de consumo) e que são o motor da informação, são os seguintes:

- desenvolvimento científico e tecnológico: sucedendo-se num ritmo cada vez mais acelerado, colocando-nos a todos perante a necessidade de estarmos mais atentos ao que se passa à nossa volta;
- consumismo: elevado à categoria de valor social, leva as pessoas a desejarem usufruir de todos os bens de consumo existentes e a querer renová-los sempre que surgem aperfeiçoamentos;
- dinâmica da gestão moderna: a gestão ganhou foros de ciência, permitindo alargar espaços comerciais, agudizando a competitividade, atribuindo valor à informação e rentabilizando o conhecimento;
- redes de comunicação e “mass media”: reduziram a terra inteira à dimensão de uma aldeia, onde as novidades passam facilmente de boca em boca, e a que todos querem aceder.

Uma reflexão histórica levará a concluir que qualquer sociedade humana se desenvolve com a aceleração do ritmo da circulação de informação e que definha quando este ritmo regride (tal qual como acontece ao nível da empresa). Por isso já alguém comparou a informação ao sangue que alimenta os organismos, numa corrente vivificadora cuja paralisação significaria a “morte”.

2. A existência de um sistema de informação adequado à empresa/organismo

Tomemos por exemplo uma qualquer empresa ou organismo. Pratica-se formação porque se pretende que o pessoal esteja convenientemente informado sobre as técnicas profissionais; desenham-se organigramas, porque eles definem linhas de autoridade e de responsabilidade, que se exercem mediante a transmissão de informação, em sentido descendente as primeiras, ascendente as segundas; frequentam-se, exposições, demonstrações, etc., em busca de informação sobre materiais ou tecnologias aplicáveis; recorre-se à consultoria porque se procura obter, através dos consultores, informação que não é possível obter por outra via. Este trabalho procura abordar um dos problemas típicos duma organização (capacidade de resposta a solicitações externas) neste caso particular da empresa Z.

Tal como é mencionado na documentação fornecida, a capacidade de resposta da empresa a solicitações externas reveste-se de especial importância, sendo fácil concluir que uma empresa que não consegue relacionar-se de forma dinâmica com os seus clientes dificilmente conseguirá manter-se no mercado.

Tendo em conta que a Empresa Z procura evoluir e conquistar novos mercados (clientes), e que a informação relativa a estes será obviamente em maior quantidade e com maior complexidade a empresa Z deverá rever e ajustar a forma como está a ser tratada e gerida a informação assim como, planejar um sistema de informação que permita que o fluxo desta circule no seu interior de forma homogénea. A informação assim como a estrutura da empresa (gestão) deverá ser sempre que necessário ajustada ou alterada. As novas informações recebidas deverão ser caldeadas com aquelas já existentes, determinando um quadro evolutivo que permitirá estabelecer e melhorar o diálogo com o mercado.

A informação, devido ao poder ou benefícios que confere, é reconhecida como um bem económico de primeira importância. Hoje sabemos que sem informação adequada, não haverá actividade económica . Na empresa Z, a parte relativa ao diálogo com o exterior (ver organigrama nº 1), está estabelecido de forma tradicional, isto é, as relações da empresa com o exterior são suportadas na totalidade pelo Departamento Comercial. Esta situação tal como foi dito anteriormente terá que ser alvo de uma atenção especial, caso contrário será o principal factor de “morte” da empresa.

Sabendo-se como se sabe que, apenas poderá ter sucesso quem satisfizer os clientes rápida e eficientemente, a gestão da informação é fundamental para conseguir responder a essas expectativas e solicitações. O departamento comercial da empresa Z, deverá ser apoiado por um *Sistema de Informação* bem estruturado, este sistema deverá ter como principal função filtrar a informação solicitada pelos clientes, tratar a informação e dar todos os esclarecimentos e informações acerca dos produtos comercializáveis a potenciais novos clientes .

“Provavelmente, o principio fundamental mais importante da gestão que tem sido ignorado nos nossos dias é o de estar próximo do cliente, para satisfazer as suas necessidades e antecipar os seus desejos . Em muitas companhias o cliente tornou-se um incómodo cujo comportamento imprevisível vem transformar os planos estratégicos

cuidadosamente elaborados, cujas actividades vêm alterar as operações computadorizadas e que teimosamente insiste em que os produtos que compra devem funcionar”.

Lee Young, Editor-Chefe da *Business Week*

Que a empresa Z, deverá estar próxima dos seus clientes parece tratar-se de uma mensagem fácil de apreender. A informação que passa na totalidade pelo Departamento Comercial, deverá ser filtrada por um *Sistema de Informação*.

As companhias de excelência das quais a empresa Z deverá querer fazer parte, revelam a extensão e a intensidade com que os clientes estão presentes por toda a parte nos esquemas da organização: vendas, produção, contabilidade. Uma mensagem simples deverá atravessar toda a atmosfera da empresa: todo o sucesso aos negócios repousa sobre uma actividade chamada venda, (é fundamental um bom sistema de informação e uma boa gestão da mesma) que pelo menos por alguns instantes une a companhia e o cliente. A empresa Z, deve através do seu *Sistema de Informação* aliviar o Departamento Comercial e otimizar os seus serviços tendo como base fundamental a melhoria do fluxo da informação interna e externa .

Não há nenhuma teoria de gestão que ajude muito na explicação do papel do cliente no protótipo da companhia Z, contudo sabe-se da importância do ambiente externo em influenciar a instituição.

Para isso, a criação deste Sistema de Informação, deveria ter em conta a constante mudança pela qual as empresas actuais atravessam, a flexibilidade das actividades, a importância dos recursos humanos, e uma particular atenção à produtividade da mesma.

Assim, e numa tentativa de reduzir o excesso de trabalho do Departamento Comercial, a criação deste Sistema seria crucial para a organização de todos os dados recebidos dos Clientes, existindo por parte deste Sistema de Informação um tratamento de todos os dados fazendo com que não existissem fluxos de informação desnecessários para aquele departamento preocupado com a sua real actividade.

O objectivo deste *Sistema de Informação* seria o de minorar as restrições impostas pela existência de fronteiras, proporcionando os mecanismos possíveis para suporte, transporte e tratamento da informação, complementando esforços dos vários componentes da empresa – subsistemas – e permitindo o funcionamento do sistema como um todo, inclusivamente no relacionamento com o mundo exterior – Clientes.

Para que tal situação pudesse ser eficiente e eficaz, seria necessário a integração de recursos humanos, de equipamento e da própria informação, como é óbvio . E seria precisamente, com base nestas preocupações, que entrariam as Tecnologias de Informação, ou seja, os procedimentos, técnicas e mecanismos agrupados.

Esta manipulação da informação seria executada com base em procedimentos automáticos, devido ao carácter urgente na tratamento da informação, da quantidade cada vez maior e ainda em crescimento, da velocidade de reacção/capacidade de resposta e da fiabilidade e segurança do sistema.

Este Sistema de Informação teria de ter a capacidade de apresentar informação de qualidade tendo como principais preocupações que esta fosse precisa, oportuna, completa e concisa. Teria ainda de, com os Dados recebidos dos Clientes transforma-los em Informação e finalmente no Conhecimento, que tão útil seria para o Departamento Comercial.

As Tecnologias de Informação viriam, dentro da Empresa Z, reformular o seu cenário, permitindo a automatização de alguns procedimentos, quase todos de controlo, possibilitando novas facilidades de acesso à informação em formato digital.

Assim, seria possível, ao Departamento Comercial, aceder à informação digital que mais lhe interessaria em determinado momento, podendo para isso, pesquisar somente a informação, previamente organizada de modo á recuperação ser feita à medida das necessidades.

Ao profissional da informação caberia a verificação de crédito de potenciais clientes feita com base num formulário preenchido pelos próprios, com os dados a serem cruzados com informação obtida junto dos serviços especializados em informação comercial.

Divulgando essa informação para toda a empresa, neste caso, mais propriamente, para o Departamento Comercial, qualquer profissional ligado ao diálogo com os clientes poderia efectuar este serviço, desde que com o conhecimento adequado, para explorar a informação existente e de forma activa proceder ao seu tratamento.

As Tecnologias de Informação facilitariam a operação do utilizador criando cenários de integração da tecnologia com o ambiente de trabalho específico de cada profissional. Desta forma, cada profissional reconhece e manipula a informação operando então a tecnologia de um modo orientado ao conteúdo. É neste contexto que se podem enquadrar e justificar as extensões multimédia e todas as aplicações que as incorporam.

A utilização do multimedia deve ser uma peça fundamental a ser considerada, em qualquer organização que se queira competitiva e de excelência pois possibilita a integração dos dados e informação resultante quer do interior da organização quer do exterior (a adopção de sistemas multimedia permite além do uso facilitado das operações um relacionamento multifacetado com o exterior), sendo que detém especiais capacidades para adquirir, interpretar e transmitir informação.

A sua versatilidade (diversidade de formatos) aquisição de conhecimentos através dos sentidos torna-se inegável face a anteriores formas de tratar e gerir a informação. O potencial que advém do uso e da adopção do multimedia na manipulação da informação e sem sombra de duvidas fantástico , contudo para o sistema da informação funcione em harmonia consigo próprio e com os que os rodeiam e necessário ter em atenção para que a forma não se sobreponha ao conteúdo se isto estiver sempre presente então temos um verdadeiro potencial de representação simbólica da informação fundamental a empresa Z

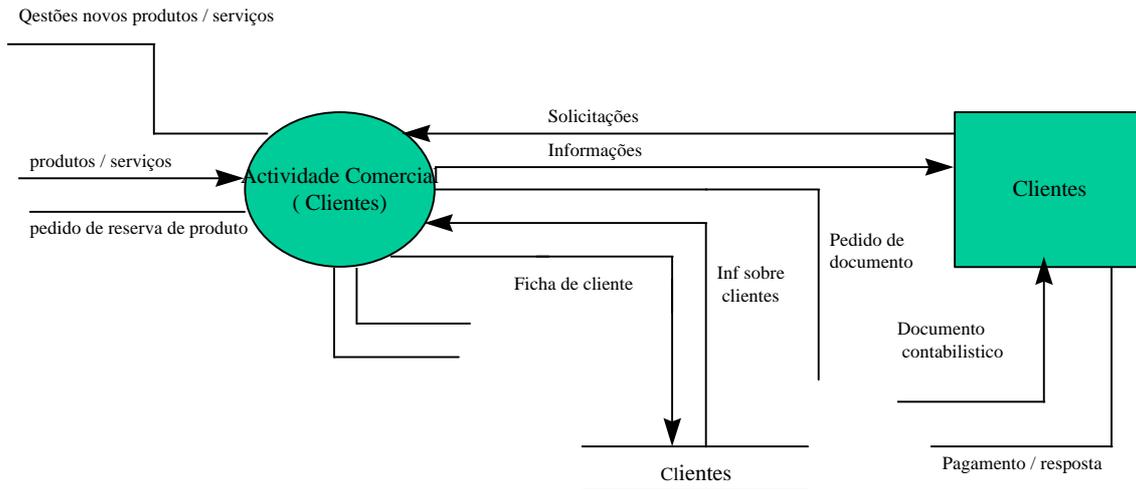


Diagrama de Fluxo de Dados nº 1 -- Diálogo com o exterior, fornecimento de informação – forma tradicional

Este diagrama revela um excesso de solicitações ao sector Actividade Comercial, que não tem capacidade de resposta e por isso descursa da sua real actividade. Esta esquematiza a relação mais usual entre as empresas e os seus clientes. No entanto, apesar de ser uma solução de menor custo e maior simplicidade, traduz-se na sobrecarga sobre o sector de actividade comercial afectado por consequência a qualidade e quantidade do trabalho produzido por este sector.

Por consequência, a satisfação dos clientes sofre um decréscimo uma vez que estes não conseguem obter respostas de forma rápida e eficiente. Por outro lado, os profissionais comerciais não conseguem abarcar e gerir todas as situações que se lhes deparam. Quanto à empresa, existe uma diminuição de produtividade (menos vendas).

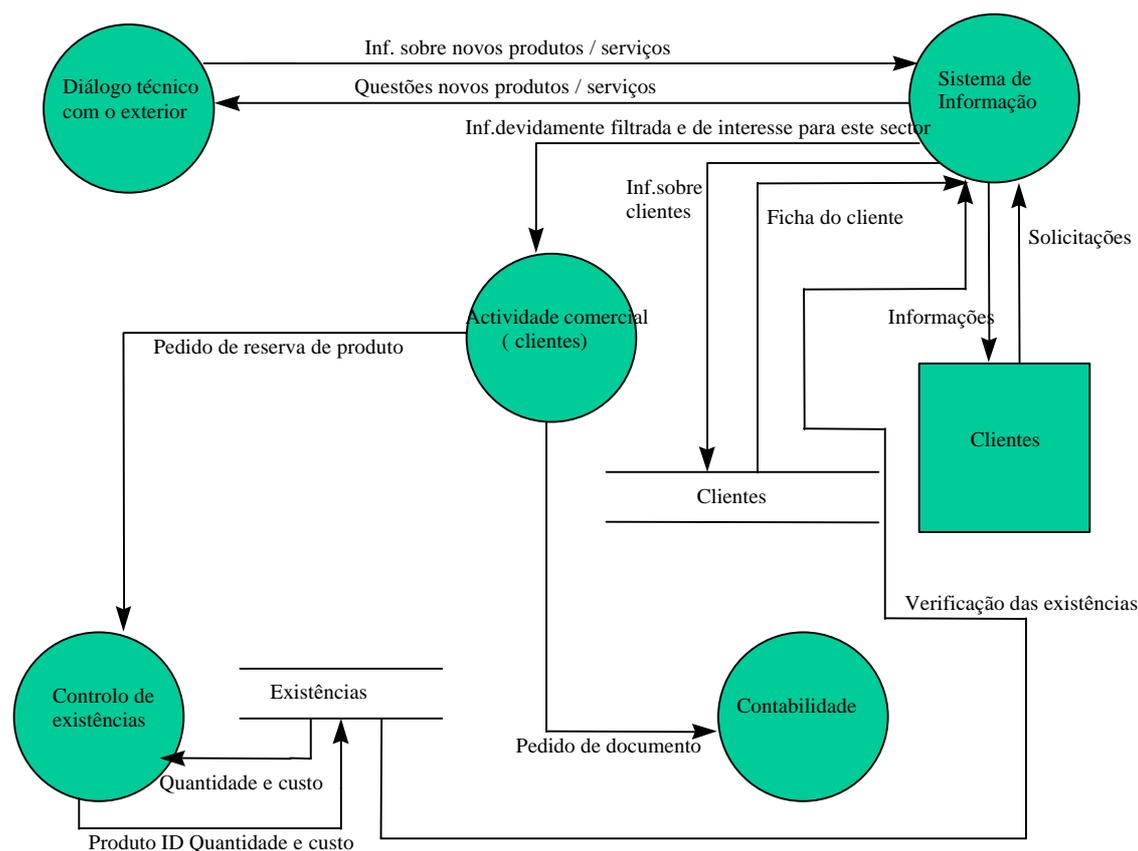


Diagrama de Fluxo de Dados nº 2 – Diálogo com o exterior , fornecimento de informação – introdução de sistema de informação

Sendo uma determinada empresa uma organização dinâmica, não obedecendo por isso a nenhum modelo pré-definido, achou-se por meio a alteração deste sistema com a introdução de um novo sector – o de sistema de informação.

Tendo a imagem desta empresa sido abalada, uma vez que cada vez se tornava mais difícil a capacidade de resposta às solicitações externas da empresa, não só devido ao crescimento já reflectido como também o previsto no futuro, este novo sector para além de todo o resto, viria ajudar a reformular a imagem junto dos clientes (e não só).

O sistema de informação tem por objectivo minorar a existência de fronteiras, proporcionando mecanismos para suporte, transporte e tratamento de informação, pela que a sua existência neste caso específico seria determinante para a reestruturação e resolução do problema(s) em causa, podendo reunir esforços de todos os componentes da organização – sub-sistemas - *Diálogo técnico com o exterior, Controlo de existências, Contabilidade, o próprio Departamento de Actividade Comercial, etc.* – permitindo o funcionamento como um todo, inclusivamente, e muito particularmente da resolução deste problema, o relacionamento com o mundo exterior.

3. Conclusão

Para terminar, é importante, referir que com a introdução das tecnologias de informação – no sistema de informação – os cenários empresariais tradicionais deram lugar à automatização de alguns procedimentos, quase todos eles de controlo, possibilitando assim novas facilidades de acesso a informação em formato digital. Existe também uma simplificação das operações dos utilizadores, criando cenários de integração da tecnologia com o ambiente de trabalho específico de cada profissional. Desta forma cada profissional manipula a informação operando a tecnologia de um modo orientado ao conteúdo. É o que podia acontecer com o Departamento Comercial, seleccionaria apenas a informação de mais utilidade para o seu sector – o essencial – deixando de fora questões acessórias, e que faziam retirar a sua atenção dos objectivos reais do sector.

Assim torna-se importante e mesmo vital todo o cuidado dispensado por parte de quem responsável pelas empresas, organismos ou instituições, a um sistema de informação adequado, dotado de responsáveis pela informação (Gestores de Informação). Num mundo cada vez mais competitivo como o dos nossos dias, a eficácia e eficiência das empresas passa por uma forte aposta nesta área, onde os que descurem este aspecto podem literalmente ficar para trás.