



ESCOLA DE  
ADMINISTRAÇÃO



# MODELO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO COMO BASE DA AÇÃO COMERCIAL DE PEQUENAS EMPRESAS DE TI

---

Lina Krafta

Proposta de Dissertação de Mestrado

Orientador: Prof. Dr. Henrique Freitas

Porto Alegre, 21 de Dezembro 2005



## Agenda

- Tema e Contextualização
- Pilares Teóricos
- Objetivos
- Método
- Resultados Esperados
- Atividades Preliminares
- Cronograma



## Tema e contextualização

- Mercado de software: em torno de **25%** das empresas morrem até os dois primeiros anos de atividade (ANPROTEC *apud* LUCIANO, E. M., 2004).
- A maioria das empresas da área de software surge com *know-how* técnico e bons produtos, mas encontram dificuldades de gestão que podem determinar seu sucesso no mercado (CUSUMANO, 2004).
- Estes pontos deficitários podem ser melhorados através de uma melhor gestão da informação. Surge a necessidade de contar com uma solução:
  - simples
  - enxuta
  - objetiva
  - integrada
  - dinâmica
  - eficaz

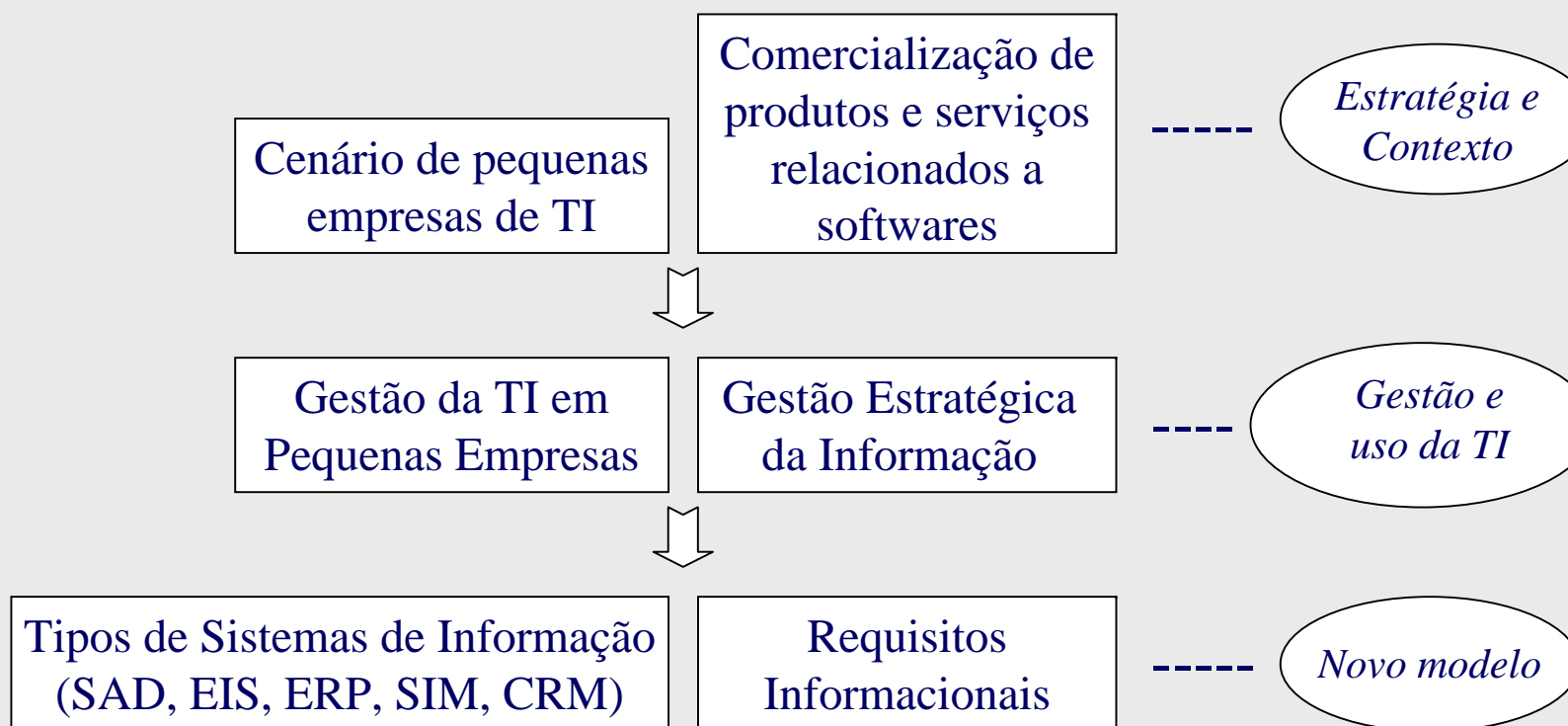


## Pequenas empresas são importantes

- NO BRASIL → Pesquisa Censo SW (Ministério da Ciência e Tecnologia - 2001): do total de empresas de software, **77,4% são micro e pequenas empresas** (35,7% e 41,7% respectivamente).
- NO RS → 1º Censo das Empresas de Informática do Rio Grande do Sul (SEPRORGS - 2005): a maioria das empresas pesquisadas (**50,6%**) conta com equipes de **1 a 5 funcionários**; 27,4% se enquadra na faixa de 6 a 20 funcionários; e apenas 6,8% tem mais de 20 funcionários.



## Pilares Teóricos





## Objetivos

- Objetivo geral:
  - Definir e implementar um modelo de gestão da informação para orientar a ação comercial de uma pequena empresa de TI.
  
- Objetivos específicos:
  - Analisar o contexto no qual são tomadas as decisões de estratégia de comercialização de softwares.
  - Compreender de que forma as informações relevantes do processo de comercialização são coletadas, armazenadas e tratadas.
  - Definir requisitos de gestão da informação para propiciar a ação comercial.
  - Testar diferentes modelos e filtros numa solução implementada em rede local.
  - Avaliar a possibilidade de implantar o painel em rede local e via *web*.
  - Validar o modelo desenvolvido com gestores de outras empresas.



## Método: Pesquisa-Ação

- Será realizada uma **Pesquisa-Ação** em uma pequena empresa do ramo de TI.

- Algumas definições de Pesquisa-Ação:

"...pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e na qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo" (Thiollent, 1987)

"...compreende uma rotina composta por 3 ações principais: observar, para reunir informações e construir um cenário; pensar, para explorar, analisar e interpretar os fatos; e agir, implementando e avaliando as ações" (Stringer, 1996)



## PESQUISA-AÇÃO

### Técnicas aplicadas

- Entrevistas
- Reuniões
- Observação
- Análise de documentos

### Fases da Pesquisa

- Fase exploratória:  
diagnóstico da situação atual
- Fase de planejamento:  
proposição do novo modelo  
de gestão
- Fase de ação:  
implementação do novo  
modelo
- Fase de avaliação:  
observação para ajustes





## Fases do método

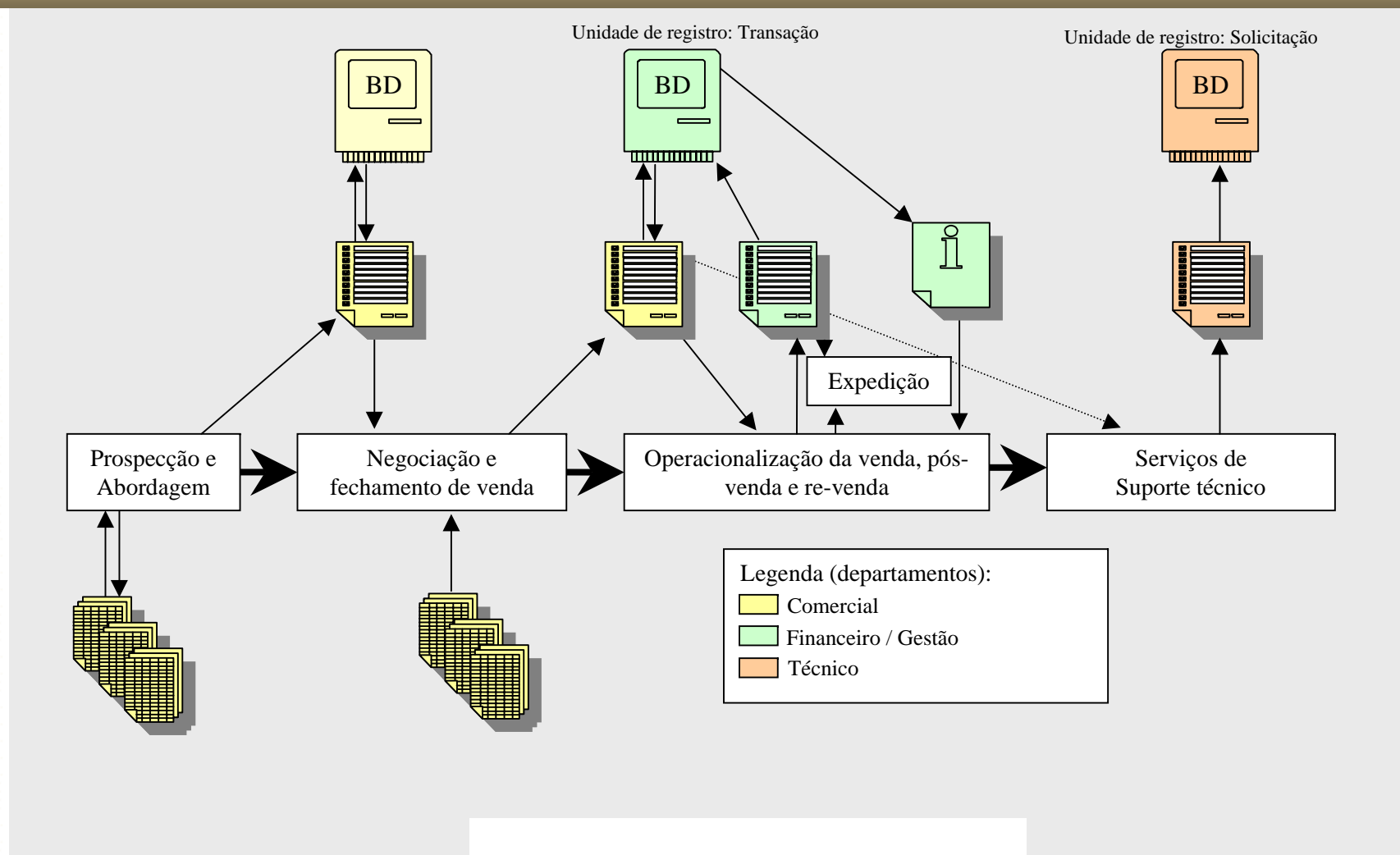
- 1) **Fase exploratória:** análise e diagnóstico da estrutura atual de armazenamento e gestão da informação da empresa nos diferentes processos envolvidos (comercial, comunicação, gestão). Será proposto um **protótipo** que permita seguir à fase de planejamento com maior segurança.
- 2) **Fase de planejamento:** será **elaborado** e **proposto** um novo modelo de gestão da informação, com a definição dos requisitos informacionais e modelos de *inputs* e *outputs* que atendam à demanda de informação dos departamentos envolvidos.
- 3) **Fase de ação:** o modelo será **implementado** na prática da empresa. Para tanto, serão necessários testes, para verificar a melhor forma de implementação e treinamento dos funcionários envolvidos.
- 4) **Fase de avaliação:** será realizado um **acompanhamento** do uso da nova ferramenta para avaliar sua repercussão na prática da empresa e para realizar ajustes que se fizerem necessários.



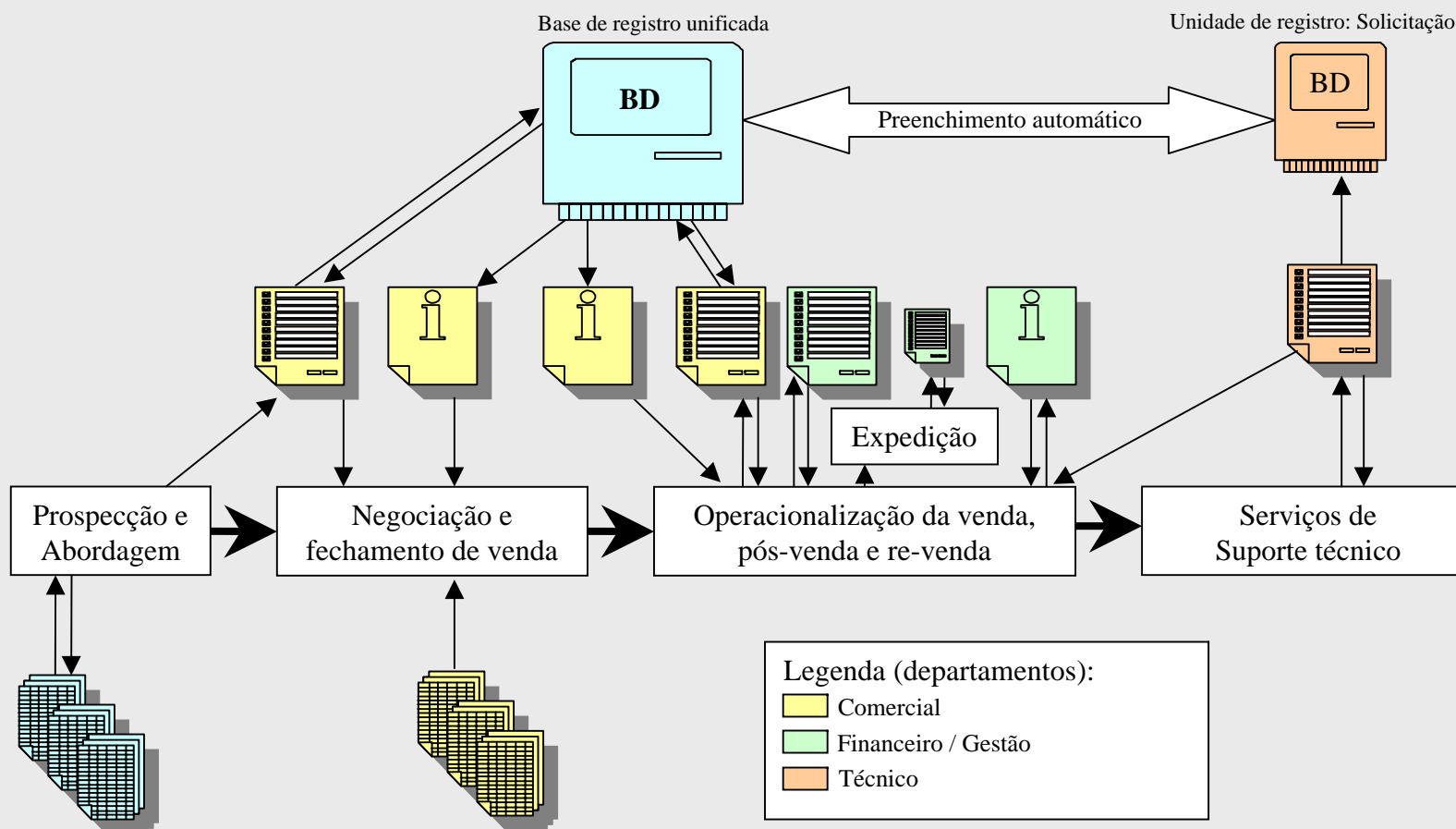
## Resultados Esperados

- Espera-se, com a implementação do novo modelo para gestão da informação, otimizar o domínio da informação nos processos envolvidos e contribuir para uma melhor tomada de decisão.
- Como o mercado de TI conta com uma significativa participação de empresas de pequeno porte, o modelo poderá se aplicar, com eventuais adaptações, a mais empresas de porte e atividade similares.

## Atividades Preliminares - mapeamento situação atual



## Estrutura unificada





# Protótipo-Exemplo: relatório

Sphinx Léxica - [FCP-FCV-LINA - VendaF\_Segmento \*]

Arquivo Editar Estágio Visões Dados Análises Inserir Exibir Formatar ?

**Variáveis**

Todas as variáveis

- 1. Cod\_Antigo\_Unificado
- 2. Tipo\_Transacao
- 3. Cod\_Cliente
- 4. Numero\_Contrato
- 5. Responsabilidade\_2
- 6. Data
- 7. Etiqueta
- 8. Segmento

**Visões**

Nova visão...

Tabelas de resultados

- VendaF\_Segmento

**Estratos**

Novo estrato...

Amostra total (120)

- Diversos-Nao-Fechou

**Imagens**

Para ajuda, tecla F1

1 páginas

Amostra total

FCP-FCV-LINA (C:\Documents and Settings\USI

Segmento		
Instituto de pesquisa	11	9.2%
Educação	11	9.2%
Comunicação	13	10.8%
Empresa	12	10.0%
Banco	9	7.5%
Governo	10	8.3%
Telecomunicações	8	6.7%
Saúde	8	6.7%
Diversos	14	11.7%
Parceiros	15	12.5%
América Latina	9	7.5%

Venda_Finalizada, Segmento						
	Sim		Não		Total	
	N	% cit..	N	% cit..	N	% cit..
Diversos	4	36.4%	7	63.6%	11	100.0%
Parceiros	3	30.0%	7	70.0%	10	100.0%
Educação	8	80.0%	2	20.0%	10	100.0%
Governo	4	44.4%	5	55.6%	9	100.0%
Comunicação	5	62.5%	3	37.5%	8	100.0%
Empresa	6	75.0%	2	25.0%	8	100.0%
América Latina	2	33.3%	4	66.7%	6	100.0%
Telecomunicações	4	66.7%	2	33.3%	6	100.0%
Instituto de pesquisa	2	40.0%	3	60.0%	5	100.0%
Saúde	2	50.0%	2	50.0%	4	100.0%
Banco	3	75.0%	1	25.0%	4	100.0%

**Venda\_Finalizada**

	N	% cit..
Sim	43	35.8%
Não	38	31.7%



## Protótipo-Exemplo: formulário para orientar ações

Estados Observação 112

Diversos-Nao-Fechou : 7 observações

Identificação do Cliente	
<b>Nome do Cliente</b>	<input type="text"/>
<b>Nome do Contato geral</b>	<input type="text"/>
<b>Telefones</b>	<input type="text"/>
<b>Segmento</b>	<input type="text" value="Diversos"/>

Valor do Negocio	
<b>Valor_SYS_TI_Agreg</b>	<input type="text" value="0.00"/>
<b>Valor_Serv_Total</b>	<input type="text" value="12 211.29"/>
<b>Faturamento Total</b>	<input type="text" value="12 281.29"/>
<b>Proposta_de</b>	<input type="text" value="Sys-Aquisição-Adicional"/>
	<input type="text" value="Portal E-learning"/>
	<input type="text" value="Sistemas-Atualização"/>

Registro do contato realizado

Observações	Venda finalizada?
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Sim <input checked="" type="checkbox"/> Não





ESCOLA DE  
ADMINISTRAÇÃO



# MODELO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO COMO BASE DA AÇÃO COMERCIAL DE PEQUENAS EMPRESAS DE TI

---

Lina Krafta

Proposta de Dissertação de Mestrado

Orientador: Prof. Dr. Henrique Freitas

Porto Alegre, 21 de Dezembro 2005