

Resposta eficiente ao consumidor como estratégia de vendas: o sistema utilizado por uma empresa de comercialização de veículos novos em Santa Maria - RS

Flaviani Souto Bolzan Medeiros (UNIFRA) flaviani.13@gmail.com
Michel do Nascimento de Almeida (UNIFRA) michelalmeida26@gmail.com
Márcia Segabinazzi (UFSM) marciaseg1@gmail.com
Ricardo Brandão Mansilha (UNISINOS) rbmansilha@unisinovs.br
Elisane Pagno (UNIFRA) epagnosm@yahoo.com.br

Resumo:

O ambiente de negócios sofre constantes influências decorrentes das inovações e, para se manter competitiva no mercado a disseminação da informação e do conhecimento passaram a desempenhar um papel estratégico dentro das empresas. As grandes indústrias internacionais têm nos seus sistemas de informação e na tecnologia adotada uma das principais armas para a concorrência acirrada existente no mercado atualmente. Nesse sentido, este artigo tem como objetivo descrever o sistema de informações utilizado em uma empresa de comercialização de veículos novos e prestação de serviços automotivos na cidade de Santa Maria – RS. Para isso, foi realizada uma pesquisa de natureza qualitativa, do tipo descritiva, através de um estudo de caso, por meio de observação in loco, bem como análise de documentos da empresa. Os dados obtidos foram agrupados para apresentar o fluxo de informações do sistema visando identificar possíveis deficiências. Entre os resultados, destaca-se como pontos fortes do sistema utilizado, a centralização das informações de diversas áreas da empresa, englobando setores da administração, produção e comercialização dos produtos e/ou serviços oferecidos. Em contrapartida, como pontos fracos verificou-se o difícil contato entre os membros da rede e o longo período de antecedência ao qual se deve realizar a previsão de coleta dos veículos.

Palavras chave: Sistemas de Informação, Tecnologia da Informação, Gestão Empresarial.

Efficient consumer response to as a strategy of sales: the system used by a company for marketing of new vehicles in Santa Maria - RS

Abstract

The business environment is constantly influences arising from innovations and to stay competitive in the dissemination of information and knowledge have come to play a strategic role within the company. The major international industries have in their information systems and technology adopted one of the main weapons for the fierce competition in the market currently. Accordingly, this article aims to describe the information system used in a trading company of new vehicles and automotive services in the city of Santa Maria - RS. For this, a survey was conducted a qualitative, descriptive, through a case study, through in loco observation and analysis of company documents. Data were grouped to present the information flow system to identify possible deficiencies. Among the results, we highlight the strengths of the system used, the centralization of information from different areas of the company, encompassing sectors of administration, production and marketing of products and / or services offered. In contrast, as weaknesses verified the hard contact between network members and the long period prior to which one must realize the prediction of collection vehicles.

Key-words: Information Systems, Information Technology, Business Management.

1. Introdução

Diante do crescimento acelerado da internet, com um mercado cada vez mais globalizado deram ascensão à área da informação modificando a utilização desses sistemas no gerenciamento dos negócios. As grandes indústrias internacionais têm nos sistemas de informações e na sua tecnologia uma das principais armas para a concorrência acirrada existente no mercado atualmente.

As empresas dependem de ferramentas da informação como a internet e sistemas de rede para executar a maior parte de seus trabalhos, ligando setores de planejamento e execução em todo o mundo. Em tempos cada vez mais turbulentos, onde o tempo tem se tornado raro e por isso elemento de alto valor, a utilização da tecnologia tem buscado agilizar os processos de compra, venda, negociação, investimentos e tantos outros fatores.

Nesse contexto, produtos como *laptops*, *palmtops* e celulares altamente equipados, têm servido como suporte de contato entre membros de uma mesma organização espalhados pelo mundo. Este avanço tecnológico tem obrigado as empresas a investir pesado em equipamentos e *softwares*, que possibilitem estar um passo a frente de seus concorrentes em informação e agilidade no atendimento ao cliente.

Pode-se considerar que apenas a qualidade e preço baixo já não são o suficiente para garantir a satisfação dos clientes que se encontraram em momento de alta exigência, devido à grande disponibilidade de informações sobre os produtos dispostas na mídia. Por isso, a eficiência tem sido uma palavra forte para os setores produtivo e comercial principalmente, onde esta alta exigência imposta pelos consumidores leva a focar uma produção de produtos e serviços com a mesma qualidade, o mesmo preço e muito mais rápido.

Para auxiliar nesta busca por perfeição a ferramenta encontrada pela empresa em estudo no mercado hoje é o SIG (Sistemas de Informações Gerenciais), que se utiliza dos dados gerados por determinado programa para produzir informações que colaborem para tomada de decisão dos gestores. Entre as ferramentas do SIG está a ECR (*Efficient Consumer Response*), que em português significa Resposta Eficiente ao Consumidor, e trata de uma estratégia para a integração entre varejistas e fornecedores na cadeia de suprimentos. O ECR foca basicamente atender o cliente em três aspectos principais: possibilitar uma gama variada de produtos, auxiliar em promoções que atraiam o consumidor e proporcionar novos produtos que satisfaçam ou excedem as expectativas do cliente.

A empresa estudada é distribuidora de uma determinada marca de veículos novos em Santa Maria, e utiliza um sistema de ECR denominado Sistema Híbrido, que permite um contato direto com estoques de toda a rede, disponibilizando informações referentes aquisição de veículos nos principais pontos de venda, assim como acompanhamento de pedidos em andamento, permitindo uma visão geral da logística do produto, possibilitando assim a previsão da data de entrega do veículo com mais exatidão, remanejamento de produtos entre os membros do sistema, dando à rede uma disponibilidade mais rápida de produtos e com menos burocracia. Este sistema basicamente permite as concessionárias trocar veículos de modelo, cor e valor diferente, entre si, como também acompanhar com mais rigor as etapas que envolvem a produção do veículo.

O Sistema Híbrido, que liga todas as concessionárias do Brasil virtualmente, não facilita apenas a vida dos gestores, mas proporciona para os funcionários uma maneira prática de atender os clientes mais rapidamente. Portanto, este trabalho tem como foco o Sistema Híbrido, tendo em vista sua utilização em uma empresa de comercialização de veículos novos e prestação de serviços automotivos para facilitar a gestão dos pedidos e assim satisfazer seus clientes mais rapidamente.

De acordo com o exposto, como pode o Sistema Híbrido auxiliar na busca pela excelência? Visando responder à problemática, a presente pesquisa tem como objetivo geral: descrever o sistema de informações utilizado em uma empresa que atua no comércio de veículos novos e na prestação e serviços automotivos na cidade de Santa Maria - RS. Com o intuito de atingir o objetivo geral de acordo com as etapas consecutivas, os objetivos específicos deste estudo foram: descrever o sistema e seu funcionamento; apresentar o fluxo de informações deste sistema; analisar o sistema nos seus pontos fortes e fracos e sugerir melhorias para as possíveis deficiências que venham a ser identificadas.

Este trabalho justifica-se pela relevância no sentido de contribuir para que a empresa possa conhecer mais detalhadamente as informações sobre seu SIG, como suas operações principais, seus pontos fortes e fracos, bem como soluções para possíveis deficiências. Dessa forma, poderá auxiliar no melhoramento da utilização do sistema com uma melhor qualidade, tornando a empresa cada vez mais competitiva no mercado e proporcionando a seus clientes um atendimento cada vez melhor.

2. Referencial teórico

2.1 Tecnologia da informação (TI)

A informação passa a ser considerada um recurso essencial no processo de tomada de decisão no cenário automobilístico em que a empresa esta inserida. Para Cândido e Araújo (2003), atualmente, toda empresa está envolta com diversos tipos de informações e, para competir neste contexto dinâmico, o segredo do sucesso é a agregação de valor a partir do acesso, do tratamento, da utilização e da disseminação da informação.

Na visão de Rezende e Abreu (2011), um sistema de informação eficiente pode ter um grande impacto na estratégia corporativa e no sucesso de uma empresa e, para alcançar este sucesso elas buscam alguns benefícios, entre eles: suporte à tomada de decisão, valor agregado ao produto, melhor serviço e vantagem competitiva, produtos de melhor qualidade. Para os autores, dentre as tecnologias de informação mais utilizadas para viabilização da gestão do conhecimento estão: videoconferência, *groupware*, painéis eletrônicos e grupos de discussão, bases de dados *online*, internet, intranets, sistemas especialistas, agentes de pesquisa inteligentes, *data warehouse/data mining* e Gerenciamento Eletrônico de Documentos (GED).

Estas tecnologias da informação vieram para atender à complexidade e as necessidades empresariais, pois diante das características do atual ambiente de negócios e de gestão, bem como a necessidade das organizações serem cada vez mais adaptáveis, flexíveis e ágeis, suas estruturas e processos precisam estar permanentemente sendo reavaliados, reestruturados e revitalizados. E para poder executar esta sequência de procedimentos na utilização da TI como ferramenta de gestão se faz uso dos sistemas de informação.

2.2 Sistemas de informação (SI)

Um SI é um tipo especializado de sistema e pode ser definido de inúmeros modos. Para o propósito da empresa (utilização na gestão da informação) um SI é uma série de elementos ou componentes inter-relacionados que coletam (entrada), manipulam e armazenam (processo), disseminam (saída) os dados, informações e fornecem um mecanismo de *feedback* (STAIR; REYNOLDS, 2011).

De acordo com Oliveira (2011) um sistema é como um conjunto de partes integrantes e interdependente que, conjuntamente, forma um todo unitário com determinado objetivo e efetua determinada função.

Para Davenport e Prusak (1998), é essencial para a realização bem-sucedida dos trabalhos ligados ao conhecimento, que as organizações saibam definir o que são dados e informações,

pois o sucesso ou o fracasso organizacional muitas vezes pode depender da aplicação desses elementos para solução de problemas e tomada de decisão.

Os dados são mais do que matéria-prima para os sistemas de informação, eles representam um valioso recurso da organização, sendo que este recurso se apresenta na empresa em forma bruta, representando a entrada no sistema de informação, para posteriormente seguir o fluxo do sistema e ser processado (O'BRIEN, 2001).

Padoveze (2007) evidencia que a informação é o dado que foi processado e armazenado de forma compreensível para seu receptor e que apresenta valor real percebido para suas decisões correntes ou prospectivas.

Conforme Oliveira (2011), a informação auxilia no processo decisório, pois quando devidamente estruturada é de crucial importância para a empresa, associando os diversos subsistemas e capacita a empresa a impetrar seus objetivos.

A evolução dos Sistemas de Informação acontece em uma linha temporal e de complexidade, que se divide em alguns sistemas básicos SPT, SIG, SSD e o SSE, a seguir descritos:

a) Sistema de Processamento de Transações (SPT): é utilizado no nível operacional da empresa, afirmam Laudon e Laudon (2001), sendo um sistema de processamento de transações, computadorizado que executa e registra as transações rotineiras diárias necessárias para a condução dos negócios;

b) SIG: dá suporte às funções de planejamento, controle e organização de uma empresa, fornecendo informações seguras e em tempo hábil para tomada de decisão. Oliveira (2011) o define como representado pelo conjunto de subsistemas, visualizados de forma integrada e capaz de gerar informações necessárias ao processo decisório;

c) Sistemas de Suporte da Decisão (SSD): são munidos de grande quantidade de dados e ferramentas de modelagem, permitindo uma flexibilidade, adaptabilidade e capacidade de resposta rápida ao nível gerencial da organização. Nesse sentido, Batista (2004) complementa explicando que os SSD são sistemas que possuem interatividade com as ações do usuário, oferecendo dados e modelos para a solução de problemas semiestruturados e focando na tomada de decisão; e

d) Sistemas de Suporte Executivo (SSE): dão suporte ao nível estratégico da empresa e ajudam a definir os objetivos a serem estabelecidos, utilizando-se de tecnologia avançada para a elaboração de gráficos e relatórios. Os usuários desse sistema são os executivos seniores. Os SSE não são projetados para resolver problemas específicos, em vez disso, fornecem uma capacidade de computação e telecomunicações que pode mudar a estrutura dos problemas.

2.3 SIG

Bazzotti e Garcia (2003) definem SIG como qualquer sistema que produza posições atualizadas no âmbito corporativo, resultado da integração de vários grupos de sistemas de informação que utilizam recursos de consolidação e interligação de entidades dentro de uma organização.

Os SIG têm a função de gerar condições para que a informação certa chegue à pessoa certa quando esta necessita, gerando ao final a possibilidade de agir a fim de solucionar algum problema ou, possibilitar a vantagem competitiva desejada. A importância das decisões tecnológicas estarem dentro do contexto estratégico da empresa e, neste sentido a definição do modelo de SIG deve ser desenvolvido dentro do que a empresa espera para seu futuro competitivo (MAÑAS, 2001).

Conforme Stair e Reynolds (2011), os executivos devem buscar projetar os sistemas de

informação gerencial inserindo dados de origem interna e externa, existindo portanto, uma interação entre os meios, resultando na concretização dos objetivos pré-estabelecidos pela empresa. As fontes externas advêm do relacionamento com fornecedores, acionistas, clientes e concorrentes, facilitadas nas atuais circunstâncias pela evolução tecnológica. Já as fontes internas estão relacionadas aos bancos de dados mantidos pela organização e estes são atualizados pela captura e armazenamento dos dados resultantes da integração dos diversos sistemas que compõem a organização, entre eles, sistemas de finanças, sistemas de contabilidade, sistemas de recursos humanos, sistemas de venda e marketing.

A estrutura decisória da empresa, no contexto de processos gerenciais, segundo Batista (2004) classifica os sistemas de acordo com o problema organizacional que ele ajuda a resolver. Por isso, os sistemas são classificados em: sistema de nível estratégico, de conhecimento, tático e operacional. As informações geradas pelos sistemas de nível estratégico são utilizadas na definição do planejamento estratégico da organização, ou seja, tomada de decisão. Os sistemas de nível tático são usados no controle dos planejamentos operacionais, e define as táticas ou metas a serem cumpridas. Já os sistemas de conhecimento envolvem a transmissão de conhecimento e informação entre os departamentos. No que tange os sistemas de nível operacional são utilizados para o desenvolvimento das tarefas diárias da empresa, como banco de dados, mas a também a utilização em diversas outras tarefas mais complexa dividido em diversos modelos de sistemas integrados. Um dos principais modelos de sistemas integrados utilizados nas empresas atualmente é o ECR.

2.3.1 Resposta Eficiente ao Consumidor

Segundo a Associação ECR-Brasil (2000), o sistema Resposta Eficiente ao Consumidor trata-se de uma estratégia da indústria automobilística na quais distribuidores e fornecedores trabalham em conjunto para proporcionar maior valor ao consumidor. O funcionamento do sistema tem o enfoque direto na eficiência da cadeia de suprimento como um todo, ao invés da eficiência individual das partes, reduzem-se os custos totais do sistema, dos estoques e bens físicos ao mesmo tempo em que o consumidor tem a possibilidade de escolher produtos com as cores e acessórios desejados.

Moori, Basso e Nakamura (2000) afirmam que a aquisição de estoques e prestação de serviços deve levar em conta a qualidade adequada, o momento adequado, o preço certo, a quantidade e a fonte correta. A qualidade dos produtos adquiridos é decidida de acordo com a necessidade do cliente, reduzindo os níveis de estoque, auxiliando na crescente preocupação das empresas com a redução de custos. Os gastos com armazenagem, assim como um elevado nível de estoques, podem representar um nível muito alto dos custos. As atividades como converter, em tempo real, uma vasta quantidade de dados de diversas fontes em informações significativas e permitir a simulação de estratégias e táticas, em ambiente comercial altamente dinâmico, continuam sendo vitais se a empresa pretende satisfazer ao mercado e evitar um oneroso aumento de estoque.

Por meio do Intercâmbio Eletrônico de Dados (*Electronic Data Interchange - EDI*) as empresas conseguem mais agilidade nas operações de compras e troca de mercadorias e estoques. Segundo Fortuna (1999), a rede EDI liga, a empresa compradora, seu fornecedor, o banco que desconta ou cobra as duplicatas, a transportadora das mercadorias e a seguradora que protege o produto de acidentes. Com o uso da EDI, o gerenciamento da cadeia de suprimentos obteve uma evolução, e com o sistema ECR as organizações passaram a estabelecer alianças estratégicas.

A base do ECR é a informação e a relação de parceria entre os elementos envolvidos, isso porque os fornecedores têm o mesmo interesse que os comerciantes em que os produtos estejam disponíveis para seu consumidor mais urgente possível (MARTINS, 2006).

O ECR não está restrito a empresas de grande porte, inclusive no Brasil. Santos (2000) afirma que a expansão do ECR para empresas de pequeno e médio porte, além de promover mudanças nas relações comerciais, amplia a valorização do consumidor na cadeia de abastecimento. As evoluções da logística e da qualidade mostram que a utilização de informações entre fornecedor e cliente é fator decisivo na produtividade das empresas e seu consequente desempenho competitivo. O ECR tornou-se uma ferramenta indispensável na busca pela satisfação dos clientes.

3. Metodologia

Este item descreve os procedimentos metodológicos utilizados para a realização do presente trabalho. Para tanto, a classificação do estudo quanto à natureza caracteriza-se como qualitativa. Conforme Michel (2009) na pesquisa qualitativa há uma relação dinâmica, particular, contextual e temporal entre o pesquisador e o objeto de estudo, onde o ambiente da vida real é a fonte direta para obtenção dos dados, e a capacidade do pesquisador de interpretar essa realidade, com isenção e lógica, baseando-se em teoria existente, é fundamental para dar significado às respostas.

Quanto aos objetivos a pesquisa classifica-se como descritiva. Na pesquisa descritiva, segundo Jung (2004), não pode haver interferência do pesquisador que deverá apenas descobrir a frequência com que o fenômeno ocorre, ou como se estrutura e funciona um sistema, método, processo ou realidade operacional.

Com relação aos procedimentos técnicos, a pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso, desenvolvido em uma empresa do setor de comércio de veículos novos e prestação e serviços automotivos da cidade de Santa Maria - RS. De acordo com Santos (2007) estudar um caso é selecionar um objeto de pesquisa restrito, tendo como objetivo o aprofundamento nos seus aspectos característicos. O autor acrescenta ainda que o objeto de um estudo de caso pode ser qualquer fato, fenômeno ou processo individual ou um de seus aspectos.

No que se refere ao plano de coleta dos dados, este compreendeu-se em duas etapas: primeiramente utilizou-se de pesquisa bibliográfica a fim de obter embasamento teórico a respeito do tema. A pesquisa bibliográfica para Vergara (2012) é um estudo sistematizado com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, ou seja, material acessível ao público em geral. Posteriormente realizou-se observação *in loco*, bem como análise de documentos da empresa a fim de descrever o sistema de ECR utilizado.

Quanto ao plano de análise, os dados obtidos foram agrupados para apresentar o fluxo de informações do sistema, a fim de analisá-lo nos seus pontos fortes e fracos, sugerindo melhorias para as possíveis deficiências que viessem a ser identificadas.

4. Caracterização da empresa

A empresa em estudo foi fundada no ano de 1983, e atualmente conta com uma sede completa, onde abriga todos os seus serviços de oficina, chapeamento e pintura, lavagem, estoque de peças e veículos novos, revenda de semi-novos, *show room* de novos e a locadora de veículos, o mais novo serviço agregado pela empresa. A seguir são apresentados os dados obtidos com a pesquisa.

4.1 Sistema híbrido

O Sistema Híbrido trata-se de uma ferramenta de SIG, que garante uma melhor qualidade no gerenciamento do processo de coleta das concessionárias distribuidoras de uma determinada marca de veículos novos no Brasil, no qual a empresa em análise faz parte. O processo de planejar o volumes de compra, visualizar o *status* de seus pedidos, realizar aquisições de veículos e negociar unidades, são apenas algumas das operações desempenhadas pelo sistema.

Um sistema da complexidade do Híbrido permite um desenvolvimento significativo nos processos de planejamento do estoque e produção. O poder de produzir com base na necessidade regional possibilita às empresas do grupo manter um diferencial competitivo. Além do foco na produção com ênfase nas características regionais de seus clientes, os representantes da montadora mantêm um canal de discurso que permite a elaboração das cotas de produção consensada.

Seu funcionamento via internet, permitindo o acesso de todos os operadores cadastrados nos representantes da montadora, garantido aos gestores acesso imediato em qualquer lugar que estejam, aumentando a capacidade de atender os pedidos dos clientes mais rapidamente. Ao abrir o *link* do Sistema Híbrido no *site* da empresa, o programa permite o usuário acessar o planejamento de volumes, realizar administração dos pedidos, operar o *BackOffice* e planejar o *Business Plan*.

A capacidade proporcionada pelo sistema de dispor aos pontos de venda a liberdade de executar vendas diretas incluída na cota do distribuidor, exceto para grandes vendas à governo e suportadas pelo estoque virtual da montadora. Todos estes canais de distribuição e controle das informações de produção facilitam para o gestor comercial planejar suas ações, transformando o Sistema Híbrido em uma ferramenta de multifuncional, projetando gastos financeiros, base inicial de vendas e controle de produção e estoques.

4.1.1 Planejamento de volumes

O planejamento de volumes permite ao operador analisar o volume de cores dos veículos solicitados para o estoque, podendo assim garantir um estoque de produtos com as cores de maior volume de venda. Este planejamento de cores garante o atendimento do perfil do cliente da região em que atua o fornecedor. Além de permitir o gerenciamento das cores, o planejamento de volume permite também a confirmação dos volumes já solicitados. Assim, como o planejamento dos volumes de mercadorias a serem pedidos para compor o estoque. Na Figura 1, segue a ilustração do sistema.

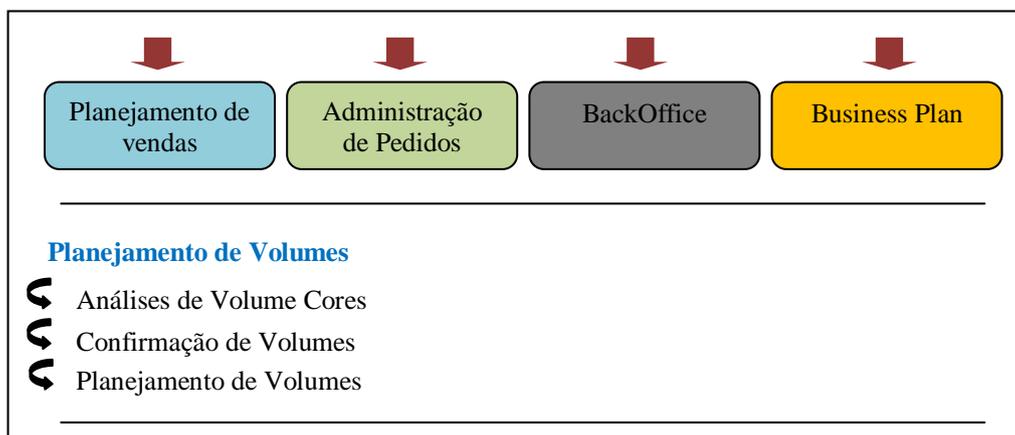


Figura 1 – Ilustração da tela de acesso ao sistema

Este planejamento futuro deve ser elaborado com três meses de antecedência, permitindo selecionar quantidade de veículos, modelos e catálogos que iram compor o estoque.

4.1.2 Administração de pedidos

Como uma das principais operações do Sistema Híbrido, a administração de pedidos é de suma importância para garantir a qualidade no atendimento dos pedidos dos clientes, apresentada na Figura 2. Esta função permite o acompanhamento dos pedidos dos veículos coletados. Aquisição de veículos é o ponto de maior diferenciação no mercado,

proporcionando aos representantes executarem troca de produtos em diversos *status*. Para ter acesso ao estoque em produção dos outros membros da rede se utiliza a busca inteligente, onde todas as trocas podem ser canceladas no ícone cancelamento de pedidos de veículos.

Para possibilitar à cada um dos representantes apontar os veículos que eles estão dispostos a oferecer para troca, seleciona-se a opção “classificados”, que permite-se também o acesso aos históricos das transações dos classificados e dos pedidos. Na administração de pedidos a opção de liberar os veículos para troca, realizar o pedido de *test drive* e verificar o sumário dos pedidos.

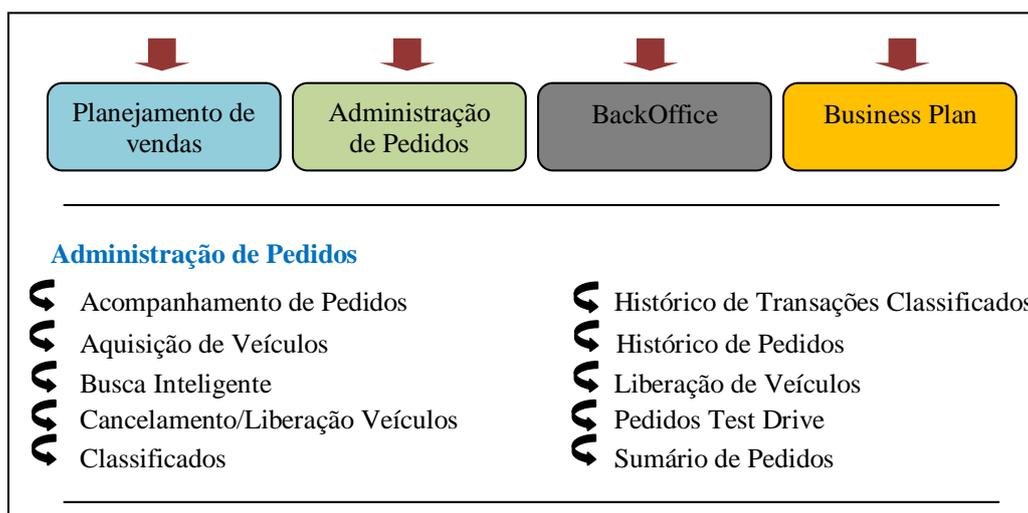


Figura 2 – Ilustração da janela de administração de pedidos

Na Figura 2, está disposto todos os tópicos de acesso na tela da administração de pedidos, tela esta que permite além da possibilidade de se administrar os pedidos, também a ferramenta chave do sistema, à busca inteligente. Através da busca inteligente é possível executar trocas de produtos em processo de produção entre os membros da rede de distribuidores.

4.1.3 BackOffice

Na opção *BackOffice* existe a possibilidade de cadastrar novos usuários, formando um banco de dados com os principais contatos. Nesta opção, existe também a possibilidade de acessar as restrições da busca inteligente, conforme visualiza-se na Figura 3.

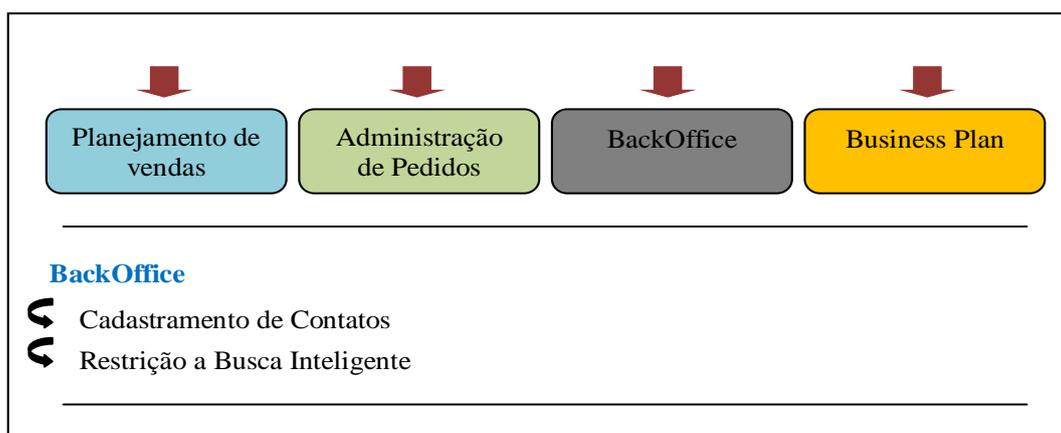


Figura 3 – Ilustração da tela de *backoffice* do sistema híbrido

Observa-se claramente na Figura 3, a tela operacional aberta na opção *BackOffice*, permitindo o cadastramento dos contatos e execução da restrição à busca inteligente, operação que

permite bloquear catálogos de veículos que não se possui o interesse de troca.

4.1.4 Business Plan

O *Business Plan* permite o planejamento das metas de venda do representante, onde este planejamento possibilita a elaboração das metas de toda a empresa, dando uma visibilidade real de suas metas para os meses vindouros (Figura 4).

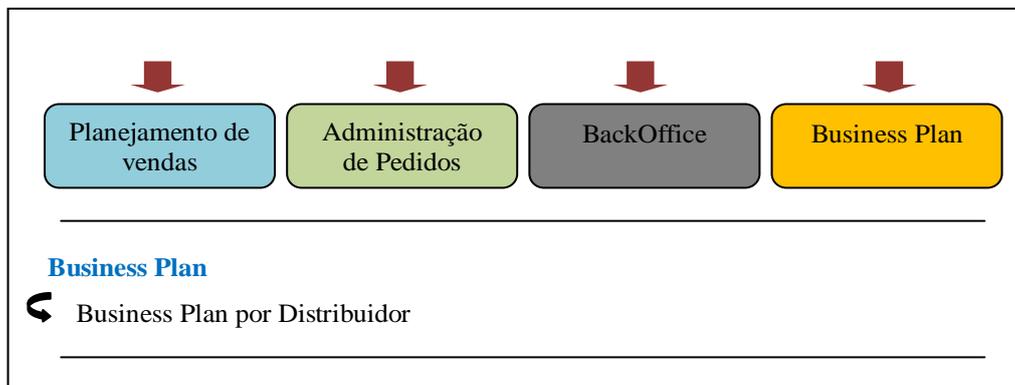


Figura 4 – Ilustração do painel de operações *business plan*

Finalizando o *prompt* de operacional, verifica-se na Figura 4, à tela do *Business Plan*. Esta opção permite o planejamento do volume de vendas esperado por catálogo no período.

4.2 Análise dos pontos fortes e fracos do sistema híbrido

Com relação aos pontos fortes do Sistema Híbrido, destaca-se a centralização das informações de diversas áreas da organização, englobando setores da administração, produção e comercialização dos produtos ou serviços oferecidos pela empresa.

O fato de oferecer benefícios como fácil fluxo de informações, respostas rápidas para os clientes e o fornecimento de informações para auxílio na tomada de decisão aos gestores, dentro de um sistema de informação fácil e prático de ser usado, apresentando um baixo custo de implantação, é o maior atrativo do Híbrido. A informação com fácil acesso e com agilidade proporciona aos membros da rede de distribuidores, um diferencial competitivo.

E ressalta-se ainda, outro aspecto que merece destaque, é a possibilidade de executar trocas de produtos (veículos) em produção entre os distribuidores da marca. Este sistema de troca proporciona ao distribuidor uma facilidade de atender pedidos incomuns a seu estoque programado, sem ter de executar um pedido inteiramente novo para a fábrica.

Como todo sistema, o Híbrido está em constante evolução, devido a isso apresenta alguns pontos fracos no seu processo de auxílio ao controle da produção. O difícil contato entre os membros da rede e o longo período de antecedência ao qual se deve realizar a previsão de coleta, apresentam-se como os dois principais problemas deste sistema.

O contato com os parceiros da rede, que possuem o produto ao qual se está interessado, se dá através principalmente do telefone, tornando por muitas vezes o operador do sistema inacessível no momento. Obter um retorno rápido sobre a existência de um produto específico e o tempo de sua entrega é primordial para a negociação com o cliente.

Em um mercado volátil como o automobilístico, prever com seis meses de antecedência o volume e os catálogos que serão desejo dos clientes é muito complicado. Em um prazo menor uma visão mais realista do mercado, proporcionaria aos distribuidores a oportunidade de atender com uma maior exatidão seus consumidores, diminuiria os níveis de estoque, assim como o tempo de permanência dos veículos no pátio dos distribuidores. Se a empresa

conseguir sanar estes dois pontos fracos apresentados, obterá um maior retorno da capacidade do sistema.

4.3 Sugestões para melhorias nas deficiências apresentadas pelo sistema híbrido

Para um sistema de informações desenvolver toda a sua capacidade operacional, precisa estar em constante processo de aperfeiçoamento. Nesse sentido, a busca pela solução das deficiências observadas no dia-a-dia é o principal modo de alcançar a excelência nos processos operacionais.

A partir da análise realizada, sugere-se como uma alternativa para solucionar o problema de comunicação entre os operadores do Sistema Híbrido, a implementação de um *chat* de conversação dentro do próprio *link* de operação do sistema. Esta pequena alteração poderia fazer toda a diferença, com um baixo custo se tem toda a rede em comunicação instantânea, permitindo assim um acesso aos operadores com maior agilidade, diminuindo o tempo de resposta ao cliente e garantindo o fechamento da negociação sem a necessidade de retorno.

O funcionamento desta ferramenta deve possuir principalmente um funcionamento simples. Dentro do *prompt* de operações deve ser introduzido um *link* que permita acessar o endereço *online* de cada representante, e ao clicar neste *link* abre-se uma caixa de diálogo entre os operadores.

No que se refere ao longo período para a previsão do estoque, isso é mais complicado para se lidar, porque este problema necessita de um envolvimento bem mais intenso por parte da montadora. Primeiramente, existe uma necessidade da montadora em elaborar um plano de produção regionalizado, focado a necessidade de cada região. Com isso, reduzindo o tempo prévio de elaboração da coleta, permitindo os gestores de estoque uma preparação mais correta de sua coleta.

Estas ações proporcionaram a empresa utilizar o Sistema Híbrido com o máximo de excelência possível, porém sem deixar de analisar periodicamente o sistema, observando as possíveis deficiências que venham a substituir as existentes.

5. Considerações finais

A tecnologia aliada aos sistemas de informação se tornaram ferramentas indispensáveis nas empresas de alto rendimento do mercado atual. E isso se deve ao fato de que, o ambiente de negócios sofre constantes influências decorrentes das inovações e, para se manter competitiva no mercado a disseminação da informação e do conhecimento passaram a desempenhar um papel estratégico dentro das empresas.

Dessa forma, nos dias de hoje, observa-se a grande necessidade da utilização dessas ferramentas para melhorar os processos internos e proporcionar uma resposta mais rápida ao cliente. Considerando que este tema está bastante presente no setor automobilístico, este estudo teve como objetivo descrever o sistema de informações utilizado em uma empresa de comercialização de veículos novos e prestação de serviços automotivos na cidade de Santa Maria.

Com base nos dados obtidos, identificou-se como pontos fortes do sistema, a centralização das informações de diversas áreas da organização, englobando setores da administração, produção e comercialização dos produtos ou serviços oferecidos pela empresa. Em contrapartida, o Híbrido assim como todo e qualquer sistema, está em constante evolução. Devido a isso, apresenta alguns pontos fracos no seu processo de auxílio ao controle da produção, onde o difícil contato entre os membros da rede e o longo período de antecedência ao qual se deve realizar a previsão de coleta, apresentam-se como os dois principais problemas existentes.

Como limitações da pesquisa, mencionam-se as dificuldades de qualificar, bem como comparar o sistema Híbrido em um modelo específico, não sendo possível encontrar parâmetros para tal comparação devido à falta de modelos semelhantes na bibliografia encontrada.

Referências

- BATISTA, E. de O.** *Sistema de informação: o uso consciente da tecnologia para o gerenciamento*. São Paulo: Saraiva, 2004.
- BAZZOTTI, C.; GARCIA, E.** *A importância do sistema de informação gerencial para tomada de decisões*. In: SEMINÁRIO DO CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS, 6., Cascavel, 2003. Anais... Cascavel, 2003. Disponível em: <<http://www.unioeste.br/campi/cascavel/ccsa/VISeminario/Artigos%20apresentados%20em%20Comunica%20E7%20F5es/ART%203%20%20A%20import%20ncia%20do%20sistema%20de%20informa%20E3o%20gerencial%20para%20tomada%20de%20decis%20F5es.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2011.
- CÂNDIDO, G. A.; ARAÚJO, N. M. de.** *As tecnologias de informação como instrumento de viabilização da gestão do conhecimento através da montagem de mapas cognitivos*. Ciência da Informação, Brasília, v. 32, n. 3, set./dez. 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19652003000300005&script=sci_arttext>. Acesso em: abr. 2011.
- DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L.** *Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual*. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- ECR-Brasil.** *Gerenciamento por categoria: coleção de livros: guia de informações*. São Paulo, v. 6, 2000.
- FORTUNA, E.** *Mercado financeiro: produtos e serviços*. 13. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
- JUNG, C. F.** *Metodologia para pesquisa e desenvolvimento: aplicada a novas tecnologias, produtos e processos*. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2004.
- LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P.** *Gerenciamento de sistemas de informação*. 3. ed. LTC: Rio de Janeiro, 2001.
- MAÑAS, A. V.** *Gestão de tecnologia e inovação*. São Paulo: Érica, 2001.
- MARTINS, P. G.** *Administração de materiais e recursos patrimoniais*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
- MICHEL, M. H.** *Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MOORI, R. G.; BASSO, L. F. C.; NAKAMURA, W. T.** *Supply chain como um fator de geração de valor: uma aplicação do conceito de EVA*. Revista de Administração Mackenzie. São Paulo, ano 1, n. 1, p. 105-125.
- O'BRIEN, J. A.** *Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da internet*. 9. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.
- OLIVEIRA, D. de P. R. de.** *Sistemas de informações gerenciais: estratégicas, táticas, operacionais*. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- _____. *Sistemas, organização e métodos: uma abordagem gerencial*. 20. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- PADOVEZE, C. L.** *Sistemas de informações contábeis: fundamentos e análise*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- REZENDE, D. A.; ABREU, A. F. de.** *Tecnologia da informação: aplicada a sistemas de informação empresariais: o papel estratégico da informação e dos sistemas de informação nas empresas*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- SANTOS, A. R. dos.** *Metodologia científica: a construção do conhecimento*. 7. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.
- SANTOS, C.** *Questão de sobrevivência*. Revista Super Varejo, São Paulo, n. 6, ano 1, p. 24-27, jul. 2000.
- STAIR, R. M.; REYNOLDS, G. W.** *Princípios de sistemas de informação*. 9. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- VERGARA, S. C.** *Métodos de pesquisa em administração*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012.