**Gestão das Tecnologias Digitais**

Aluno: David de Araújo Machado

Fundação Getúlio Vargas

São Paulo - SP

**Introdução**

A criação de um projeto para modernizar todas as áreas da empresa deverá ser feito levando em consideração, principalmente, o cliente. O consumidor final será o alvo deste projeto e como consequência podemos trazer de volta o fôlego da organização para concorrer com empresas que estão a frente em infraestrutura, cultura e relacionamento com o cliente. As mudanças deverão ser profundas e a transformação digital deverá causar impacto positivo em todas as áreas da organização.

Para que a Organização possa lidar com a transformação, precisamos alterar a forma de como as pessoas, que foram a Organização, pensam e como trabalham.

A Lavoisier Ltda. deverá passar por mudanças profundas em sua cultura e as ações são muitas e não serão fáceis.

**Mudança cultural**

Talvez a maior dificuldade que uma organização tenha em uma alteração da sua infraestrutura geral seja a mudança de pensamento de seus funcionários. Neste caso temos gestores mais conservadores e que podem mostrar resistências a grandes mudanças. Eles devem ter dificuldades em implantar as mudanças necessárias por falta de conhecimento de novas tecnologias, por não querer investir ou não buscar investimentos por não acreditar que mudanças tão radicais possam gerar bons resultados. Este problema pode inviabilizar as alterações necessárias para que a organização possa concorrer com outras mais modernas e preparadas para os dias atuais. Mas o que fazer para mudar o pensamento mesmo dos mais conservadores? Uma das ações é mostrar “o que deu certo”. Apresentar exemplos de outras empresas, até concorrentes, que deram certo é um bom argumento para mudança de pensamento. Outro ponto é mostrar tendências do mercado, de como as pessoas estão comprando, de que forma estão comprando (internet, lojas físicas). Enfim, A transformação digital tem que ser encarada como algo natural mesmo para os mais conservadores. A mudança deverá ser gradual, mas isso não significa que deva ser a longo prazo. Os resultados podem ser de longo prazo, mas em tempos atuais, a agilidade e flexibilidade das empresas serão fatores determinantes.

**Atualização dos processos de fabricação, armazenamento e logística.**

Trata-se de uma empresa tradicional e com modo de trabalho tradicional. A concorrência está mais moderna. Com suas fábricas automatizadas, conseguem melhores resultados com uma produção controlada evitando desperdícios.

Então modernizar a fábrica será uma das ações a serem tomadas. Adquirir equipamentos mais modernos e econômicos, com total controle de automação e planejar a integração com fornecedores, setor de vendas e logística. Maquinários equipados e integrados na rede para obter controle de produção em tempo real.

Com a produção se tornando cada vez mais eficiente, sem perdas, implantar uma nova estratégia à logística integrada é mais uma tarefa necessária. Com a automatização do sistema e união de informações entre as principais áreas da empresa, armazéns podem ser construídos em pontos estratégicos e outros podem ser desativados. Tudo vai depender da interação de informações entre as áreas.

Os objetivos são aumento de capacidade de produção, redução de custos, otimização de processos relacionados a estocagem, recepção de matéria prima, envio dos produtos.

**Aproximação junto ao seu público/Sistema de banco de dados**

Conhecer os clientes, seus hábitos e tendências. Para isso, a construção de um banco de dados com o maior número de informação possível e com facilidade de entendimento é fundamental para a organização elaborar estratégias de curto e longo prazos. Elaborar sistemas automáticos de feedback junto aos clientes vai permitir reduzir problemas, segmentar produtos, adequar produção e tornar a produção flexível e otimizada. Os gestores poderão localizar gargalos e trabalhar em cima deles com maior agilidade. A marca da organização pode ser trabalhada e valorizada se a empresa se aproximar ainda mais seus clientes através de redes sociais que apresentem seus produtos de forma completa, porém, com informações claras e simples.

**Novos modos de negócios**

As lojas virtuais chegaram para ficar. Portanto, a partir desta afirmação, incrementar outro canal para vendas é fundamental e acaba por aumentar o público alvo. Isso não quer dizer que as lojas físicas serão fechadas. Mas o plano é unificar os dois modos de venda com o objetivo de um servir de suporte para o outro. O cliente pode ir à loja física e efetuar a compra e levar o produto na hora, pode efetuar a compra e esperar o produto chegar em casa. A flexibilidade vai permitir a compra pela loja virtual e ir buscar o produto em uma loja física. Essas opções agregam valor a empresa e, se bem trabalhadas, podem gerar fidelidade junto ao público alvo. Programas de fidelidade podem ser formalizados junto a área de marketing. Lojas físicas podem ser reestruturadas para otimizar os atendimentos.

**Ferramentas**

Aproximação aos clientes - Implantar o Customer Relationship Management (CRM).

Com esta ferramenta o departamento de marketing terá informações mais precisas do banco de dados de clientes. Com isso poderá traçar estratégias para melhorar o relacionamento com o cliente, agregar valor a marca, entender a real necessidade de seu público, direcionar produtos específicos melhorando até o papel da logística. As possiblidades para criar estratégias para aumentar a base de clientes serão maximizadas.

Capital humano - Implantar o Human Capital Management (HCM). Acompanhar o desenvolvimento dos colaboradores é tarefa obrigatória para aumento da performance em processos de uma empresa. Com a implementação dessa ferramenta, não só o Departamento de Recursos Humanos, mas também gerentes de outras áreas devem ter informações sobre o desempenho dos profissionais e, com uma série de outras informações, podem ter a chance de aproveitar o máximo de cada um aproveitando seus pontos fortes e adequando tarefas a seus respectivos perfis. Outro ponto de ganho a ser observado é na contratação de funcionários, pois ficará muito mais claro as deficiências que a organização tem em termos de mão de obra.

Automação da fábrica – a atualização de todo equipamento da fábrica através da internet das coisas, permitirá diversas informações em tempo real. Com inteligência artificial o processo de reposição de insumos no geral pode ser feito de forma automática junto a fornecedores. Com isso a empresa pode economizar, por exemplo, com o armazenamento de produtos ou matéria prima, além da melhora na capacidade de entrega.

Controle global - Implantar o Enterprise Resource Planning (ERP) para interligar todas as áreas da organização para resultar em melhora da informação entre as áreas de forma muito ágil. Essa ferramenta é um conjunto de softwares que, se forem bem trabalhados, podem dar informações preciosas para tomadores de decisão. Em um mundo tão competitivo, a rapidez que a informação chega aos gestores pode ser determinante para a liderança do mercado.

O ERP também atende questões financeiras da empresa. As mudanças não serão de graça. É necessário um plano econômico. Vendas de ativos físicos? Reestruturação no quadro de funcionários? Solicitar um financiamento junto aos bancos ou vender ações para obter capital? Trocar de fornecedor é uma opção? Essas questões podem ser respondidas de forma mais concreta e com mais agilidade.

Onde guardar as informações?

Arquivos físicos, dados em Hds, servidores off line. Essas opções ainda são muito usadas, porém, estão sujeitas a ações do tempo ou acidentes. Então a melhor opção hoje para a Lavoisier Ltda. é guardar seus dados (mesmo que seja como backup) na Nuvem. Existem hoje muitas empresas que prestam este serviço. Isso vai garantir maior segurança e melhor acesso para todos os interessados dentro da organização.

**Conclusão**

Com o estudo deste caso fica cada vez mais claro a necessidade de implantação de mudanças no ser humano. A Organização não vai ter saída se alguém ou um grupo dentro empresa não entender a transformação digital que está ocorrendo em nosso tempo. Portanto é real a necessidade de diversidade de conhecimento do profissional. E, para qualquer empresa que queira se manter competitiva, esse tipo de colaborador dentro de seu quadro de funcionários é quase que obrigatório.

Fontes:

Fundação Getúlio Vargas – Apostila de Gestão das Tecnologias Digitais

Disponível em: https://eclass.fgv.br