Tendências de gestão de TI

Bruno Rossi Julio

Desde o início da década de noventa, uma série de corporações se envolveu em projetos de implementação de software aplicativos de ERP, especialmente antes do Bug do Milênio.

Até hoje existem empresas que não têm seus sistemas de gestão utilizados adequadamente e produzindo resultados que justifiquem todos os desafios e gastos com a implementação.

Após o ERP, uma nova onda surgiu no mercado de software de gestão: o CRM, um conceito presente há muito tempo nas relações comerciais.

A tecnologia apenas trouxe mais possibilidades ao terreno da gestão do relacionamento. Novamente uma série de promessas foi apresentada.

Após longas batalhas e gastos nas implementações de ERP, os usuários tornaram-se mais críticos e cautelosos quanto a projetos que possam trazer dores de cabeça, apesar de efetivamente reconhecerem seu valor e os benefícios que podem extrair com sua utilização.

A venda de aplicativos de CRM passou a ser mais desafiadora para os fornecedores. O lado positivo é o fato de termos agora um cenário em que a indústria de software passa por mudanças em suas ofertas e abordagem.

Já se percebeu que os megaprojetos são cada vez mais raros e que os usuários exigem retornos claros, tangíveis e que tragam ganhos de produtividade.

Este contexto apresenta uma nova perspectiva: projetos mais curtos em prazos, gerados e focados em um departamento específico, voltados para um problema pontual, com custos diretos e indiretos identificados, nos quais exista envolvimento das áreas de negócios e tecnologia.

Este será o padrão nos próximos anos.Os fornecedores terão de se adaptar a ciclos de venda mais longos e mais exigências dos usuários quanto a resultados, e a tolerância menor quanto a prazos/gastos além do planejado.

Faz-se necessária uma análise pré-implementação em que os objetivos do projeto, suas diretrizes estratégicas, custos envolvidos e expectativas dos usuários devem ser delineados.

Entram em cena as vendas consultivas.Do lado dos usuários, o envolvimento das gerências das áreas de negócios, objetivos claros e preparo para as mudanças nos processos, cultura e como o jogo de poder será alterado serão essenciais durante e após a implementação.

Em meio ao que foi exposto, dois aspectos são imperativos: a necessidade por ganhos na produtividade continuará a existir e a redução de custo permanece como fator de sobrevivência.

Cabe às partes envolvidas empreender atividades nas quais as expectativas sejam realistas e as promessas sejam colocadas de lado, dando espaço para que as reais possibilidades dos sistemas, problemas bem definidos, e os custos/retornos para os usuários sejam compreendidos.

Por fim, vale lembrar que os usuários querem soluções para seus problemas e menos preocupações com a tecnologia.

Dados de pesquisas mostram que as compras e upgrades de software de gestão estão entre as prioridades de investimento das empresas nos próximos anos.

O caminho para o sucesso nestes projetos envolve uma relação de integração, análise conjunta e planejamento adequado por parte de usuários, canais e fornecedores.

Disponível em:< http://www.computerworld.uol.com.br>. Acesso em: 21 maio 2003.