

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO E SOCIOECONÔMICAS- ESAG
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Curso: MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO

Área de Especialidade: Tecnologias de Gestão em Organizações Intensivas em
Conhecimento e em TICs

RELAÇÃO DAS ÁREAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E *CUSTOMER*
***RELATIONSHIP MANAGEMENT* NAS EMPRESAS DE AGRONEGÓCIO E SEUS**
IMPACTOS NAS TOMADAS DE DECISÃO

CPF CANDIDATO: 544065289-20

FLORIANÓPOLIS

2022

**PROPOSTA DE PESQUISA: Relação das Áreas de Tecnologia de Informação e
Costumer Relationship Management nas Empresas de Agronegócio e seus Impactos nas
Tomadas de Decisões**

1 INTRODUÇÃO – CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA E OBJETIVO DA PESQUISA

1.1 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA:

A crise gerada em função do Coronavírus criou uma situação nunca antes vivenciada, não somente na área da saúde, mas em todos os aspectos da sociedade e das empresas em todo o mundo. Afetou todas as classes sociais, impactando direta ou indiretamente, com menor ou maior intensidade, a maneira de viver, relacionar, comunicar, interagir e trabalhar.

A pandemia e a necessidade do *lockdown* gerou nas empresas uma dependência da área de tecnologia da informação (TI) e quebra de paradigmas, que nunca haviam sido imaginados que teriam que ser executados pelos gestores na velocidade que ocorreu.

A necessidade do *home office*, incremento das vendas *on line*, reposicionamento dos negócios, logística com aumento dos *deliveries*, transformação digital, incremento do pagamento eletrônico, interconectividade com *stakeholders*, implementação ou adaptação a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais), entre outros, foram assuntos que viraram prioridade da alta gestão.

O tema *cyber* segurança cresceu em relevância pois aumentaram os riscos de ataque e vulnerabilidade das comunicações. Segundo Mansur (2020, p.1) “diversas empresas que adotavam o modelo tradicional de desenvolvimento de projetos em cascata mudaram para o processo de desenvolvimento de projetos Ágil. A urgência para entregar os projetos de transformação digital foi o principal motivo dessa mudança”.

As equipes de TI foram responsáveis pela implementação técnica e suporte do *home office*. Foram realizadas revisões de *softwares* para que os colaboradores tivessem acesso remoto para manter a produtividade. Em relação ao local de trabalho, algumas empresas adotaram 100% *home office*, outras o modelo híbrido e também as que voltaram para 100 % presencial. Independente do modelo adotado acarretou um *stress* pelo aumento exponencial na demanda nas áreas de gestão de TI.

O agronegócio no Brasil, foi um dos poucos setores que cresceu durante a crise, batendo recorde de produção agrícola. Contudo, exigiu muito da cadeia logística

principalmente dos portos, que também aumentaram seus volumes de movimentação para que pudessem escoar as exportações e receber os fertilizantes fundamentais para o plantio das safras no país.

No campo, continuaram a adoção de novas tecnologias, com foco no ganho de produtividade, apresentadas principalmente pelas empresas de defensivos, máquinas e sementes que seguem cada vez mais investindo em inovação para manterem a sua competitividade no setor.

A vivência prática que constatou esse cenário, se deu em uma cooperativa de agronegócio de grande porte e na empresa do governo que controla os portos públicos do estado de Santa Catarina, aonde as áreas de TI nas duas empresas e a gestão do *Costumer Relationship Management* (CRM) na cooperativa, estavam com muitos desafios e gargalo

Na cooperativa foi implementado o modelo de gestão da área com criação de *squads*. As cooperativas paranaenses estavam criando uma empresa para gestão de compras compartilhadas das áreas de TI.

Em função dos inúmeros e novos desafios e por terem feito as adequações em pleno pico da safra e da pandemia, seria apropriado fazer uma avaliação das áreas de TI e CRM nas empresas do agronegócio e um *benchmarking* para verificar se algo pode ser corrigido, melhorado, implementado e adaptado.

1.2 OBJETIVO DA PESQUISA

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar a relação das áreas de gestão de TI e CRM das empresas de agronegócio como forma de melhorar a produtividade e eficiência da gestão.

1.2.2 Objetivos Específicos:

- a) Verificar se as empresas possuem a área de gestão de TI como centro de custo ou unidade de negócios;
- b) Verificar o nível da gestão de TI e CRM para tomadas de decisões;
- c) Verificar se as empresas possuem CRM implementados;
- d) Promover uma análise comparativa com empresas/tecnologias de referência;
- e) Verificar oportunidades de ganho de produtividade;

- f) Verificar a visão das empresas da percepção das entregas da área de TI e CRM, no operacional e no apoio à tomada de decisão da alta gestão;
- g) Verificar o nível de Inovação Tecnológica.

2 JUSTIFICATIVA

Em 2020, o PIB do agronegócio teve um crescimento recorde de 24%, representando 26% do PIB total do país. As cooperativas de agropecuária no Brasil obtiveram faturamento superior a R\$239 bilhões com mais de 1 milhão de cooperados, gerando 223.000 empregos diretos, sendo 48.000 em Santa Catarina (ANUÁRIO DO COOPERATIVISMO BRASILEIRO, 2021), números que demonstram a relevância desse setor no país e no estado, tanto no aspecto de geração de empregos quanto no aspecto econômico e social.

Com esses números e potencialidade de crescimento, seria apropriado analisar como está o desempenho dessas empresas sob a ótica da gestão da TI, já que, como acima mencionado, os últimos 2 anos foram de muitos desafios e adequações. Além disso, a tecnologia é um pilar determinante para a continuidade da sustentabilidade dos negócios face ao mercado cada vez mais competitivo, disruptivo e globalizado.

Verifica-se, dessa forma, que as empresas devem encontrar, em função da pressão e dos desafios diários dos negócios, dificuldades em avaliar como estão os seus desempenhos na gestão, comparado com os seus concorrentes e estar atualizada nas novas tecnologias e inovação.

A pesquisa busca verificar se é utilizado o CRM ou se houve evolução para outros sistemas mais eficazes de gestão de clientes. Também diagnosticar a relação e o estágio atual das empresas do agronegócio na gestão de TI e CRM, buscando verificar oportunidades de ganhos de produtividade, aumento de competitividade, redução de custos e apoio na tomada de decisões.

Na área de atuação profissional esse estudo vai proporcionar um embasamento teórico, contato com as mais recentes tecnologias utilizadas na gestão de TI, aprofundando conhecimentos sob os temas propostos para poder contribuir com alternativas para melhorar o desempenho das organizações do setor.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Como base teórica para desenvolvimento da pesquisa serão utilizados os autores de referência nas áreas e organizações do setor do agronegócio, com intuito de contextualizar a evolução na gestão da TI, CRM e Agronegócio, novas abordagens e nomenclaturas.

Baseado em dados de Mansur (2020), este faz uma avaliação dos impactos da pandemia na gestão de TI sob várias óticas interagindo a conceituação das ideias com exemplos práticos. Aborda o tema da governança em TI.

Segundo estudos de Veras (2019), este aborda a gestão de tecnologia da informação sob o paradigma da transformação digital. Apresenta o modelo de gestão bimodal, que trata da sustentação e da inovação e viabiliza a transformação digital, incluindo os novos papéis e responsabilidades para a TI. Ensina a pensar a nova organização e sugere reconfigurar a TI, induzindo a uma forma realista de fazer a transformação digital.

Estudos de Hunter e Westerman (2011) abordam como transformar a TI de um centro de custo em um centro de valor e conhecimento, o que está relacionado com o tema proposto na pesquisa.

Baseado em estudos de Ross, Weill e Roberston (2008), em sua literatura tratam como usar a TI para direcionar os seus resultados finais. Afirmam que o sucesso na economia digital seria das empresas que tem conhecimento de como elas usam a TI. As pesquisas que os autores fizeram no MIT, mostrou que as empresas que possuem conhecimento de TI geravam lucros 20 % mais altos dos que os seus concorrentes.

De acordo com estudos de Burtle e Maklan (2019), estes abordam uma visão geral e as 3 formas do CRM: estratégico, operacional e analítico, com abordagem na gestão da jornada do cliente, Implementação e o futuro do CRM.

Além do Anuário do Cooperativismo Brasileiro, existem outras publicações da OCB (Organização das Cooperativas Brasileiras), ANEC (Associação Nacional dos Exportadores de Cereais), CONAB (Companhia Nacional de Abastecimento), entre outros, que proporcionam acesso a dados históricos e previsões de performance do setor do agronegócio, importantes para a evolução e direcionamento dos trabalhos.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa proposta será realizada com foco nas empresas de agronegócio, preferencialmente do Estado de Santa Catarina. O público-alvo serão principalmente as cooperativas, tradings e portos.

Será necessário levantar as empresas mais relevantes de Santa Catarina no setor de Agronegócio e identificar as empresas de referências na gestão de TI e CRM. Para levantamento de dados se pretende, inicialmente utilizar as informações públicas disponíveis nas fontes citadas de empresas dos setores envolvidos no projeto.

Nas etapas que estão relacionadas ao levantamento de dados e informações das empresas envolvidas serão utilizados questionários e entrevistas.

Os dados serão organizados e as informações levantadas sistematizadas, criando-se tabelas com a síntese dos resultados. Pretende-se também, eventualmente, realizar o levantamento de fluxogramas de operação dos processos de TI. Com análises dessas tabelas e fluxogramas, identificar se existe um padrão que indique como as empresas estão conduzindo suas áreas de gestão de TI e CRM e a relação de impacto nos seus resultados.

5 VIABILIDADE / IMPLEMENTAÇÃO

Com a conclusão do diagnóstico e entendimento do atual estágio das empresas envolvidas no projeto, pretende-se verificar as necessidades de melhoria e os impactos nos resultados dos setores e organizações.

Essa dissertação pretende apresentar e se possível implementar os resultados apresentados nas empresas relacionados ao setor de agronegócio e disponibilizar o material para referências de estudo ou aperfeiçoamento.

6 CRONOGRAMA

ETAPA	PRAZO
1 - Definição das empresas que serão objeto da pesquisa	até 30/08/2022
2 - Análise e definição do escopo das áreas da gestão da TI /CRM/ Agronegócio que serão considerados	até 30/09/2022
3 – Identificação das empresas de <i>benchmarking</i> em TI e CRM	até 31/10/2022

4 – Descrição do processo de gestão de TI e CRM	até 31/12/2022
5 –Verificação da necessidade de realização de entrevistas complementares para levantamento de dados	até 31/01/2023
6 – Realização de entrevistas, caso necessário	até 23/04/2023
7 - Tabulação e análise das entrevistas	até 23/05/2023
8 – Revisão geral do estudo realizado	até 10/06/2023
9 - Elaboração da dissertação com base no desenvolvimento da pesquisa e dos resultados obtidos.	até 30/06/2023
10 – Defesa	até 30/07/2024

7 REFERÊNCIAS

ANUÁRIO DO COOPERATIVISMO BRASILEIRO. Organização das Cooperativas Brasileiras, 2021. Disponível em: <https://anuario.coop.br/anuario#apresentacao>.

BURTLE, Francis; MAKLAN, Stan, **Customer Relationship Management: concepts and technologies**. New York: Routledge, 2019.

HUNTER, Richard; WESTERMAN, George. **O Verdadeiro Valor de TI: como transformar a ti de um centro de custo em um centro de valor e competitividade**. São Paulo: Makron books do Brasil, 2011.

MANSUR, Ricardo. **Governança de TI depois da pandemia**. São Paulo: Edição Kindle, 2020.

ROSS, Jeanne W.; WEILL, Peter; ROBERSTON, David C. **Arquitetura de TI como Estratégia Empresarial**. São Paulo: Makron Books do Brasil, 2008.

VERAS, Manoel. **Gestão da Tecnologia da Informação, Sustentação e inovação para a Transformação Digital**. Rio de Janeiro: Brasport, 2019.