

Adopção de sistemas CRM nas grandes empresas portuguesas

João Varajão¹, Daniela Santana², Manuela Cunha³, Sandra Castro⁴

¹ Escola de Ciências e Tecnologia, Departamento de Engenharias, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

² Mestrado em Tecnologias da Informação e Comunicação, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

³ Instituto Politécnico do Cávado e do Ave

⁴ Mestrado em Informática, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

Referência: Varajão, J., D. Santana, M. Cunha e S. Castro, Adopção de sistemas CRM nas grandes empresas portuguesas, Computerworld, 2011.

Conteúdo

1	Descrição sumária.....	1
2	Caracterização das empresas respondentes.....	2
3	Grau de satisfação relativamente à adopção de sistemas CRM.....	3
4	Motivações para a adopção de sistemas CRM.....	4
5	Critérios para a adopção de sistemas CRM.....	5
6	Resultados obtidos com a adopção de sistemas CRM.....	6
7	Principais dificuldades sentidas na implementação de sistemas CRM.....	7
8	Factores de sucesso na implementação de sistemas CRM.....	8
9	Critérios usados na selecção de fornecedores de sistemas CRM.....	9
10	Razões que as empresas apresentam para não dispor de sistemas CRM.....	10
11	Nota final.....	11

1 Descrição sumária

Neste documento são apresentados alguns dos principais resultados obtidos com a realização de um estudo que visou caracterizar diversos aspectos da realidade da adopção de sistemas CRM nas grandes empresas portuguesas.

O estudo, cuja recolha de dados decorreu entre Fevereiro e Maio de 2009, envolveu um questionário que foi disponibilizado *online* a 500 gestores de sistemas de informação de empresas portuguesas dentro do universo das 1000 maiores empresas (em termos de volume de negócios) identificadas pelo INE¹. A selecção da amostra foi casual estratificada.

Do conjunto de convites enviados aos gestores de sistemas de informação para participação no estudo, ao final de 4 rondas foram recebidas 85 respostas válidas, o que corresponde a uma taxa efectiva de resposta de 17%.

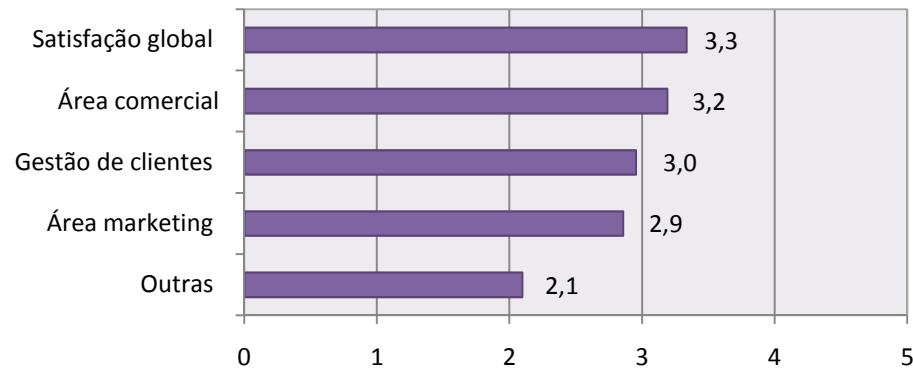
Com a realização deste estudo verificou-se que a adopção de sistemas CRM é ainda relativamente baixa entre as grandes empresas portuguesas, havendo apenas 25% de empresas que os possuem.

¹ INE (2007). Lista das 1000 maiores empresas portuguesas. Ficheiro de Unidades Estatísticas - FUE - Base Belém: Instituto Nacional de Estatística.

2 Caracterização das empresas respondentes

Volume de negócios das empresas participantes (euros)	Percentagem
5.000.000 a 10.000.000	1%
10.000.001 a 50.000.000	29%
50.000.001 a 250.000.000	44%
250.000.001 a 500.000.000	5%
Mais de 500.000.000	9%
Não identificado	12%
Número de utilizadores finais de Tecnologias da Informação (TI) nas empresas participantes	Percentagem
0 a 100	36%
101 a 200	29%
201 a 500	11%
501 a 1000	11%
Mais de 1000	13%
Número de funcionários das empresas participantes	Percentagem
0 a 200	26%
201 a 500	31%
501 a 2000	32%
2001 a 5000	8%
Mais de 5000	3%
Presença das empresas participantes noutros países	Percentagem
0 (apenas Portugal)	42%
1	12%
2 a 10	28%
11 a 40	11%
Mais de 40	7%

3 Grau de satisfação relativamente à adopção de sistemas CRM



Exemplo de interpretação do gráfico: O grau de satisfação global e de satisfação nas diversas áreas organizacionais relativamente à adopção de sistemas CRM é apresentado na figura, verificando-se que a satisfação média não é muito significativa, situando-se próxima do valor 3.

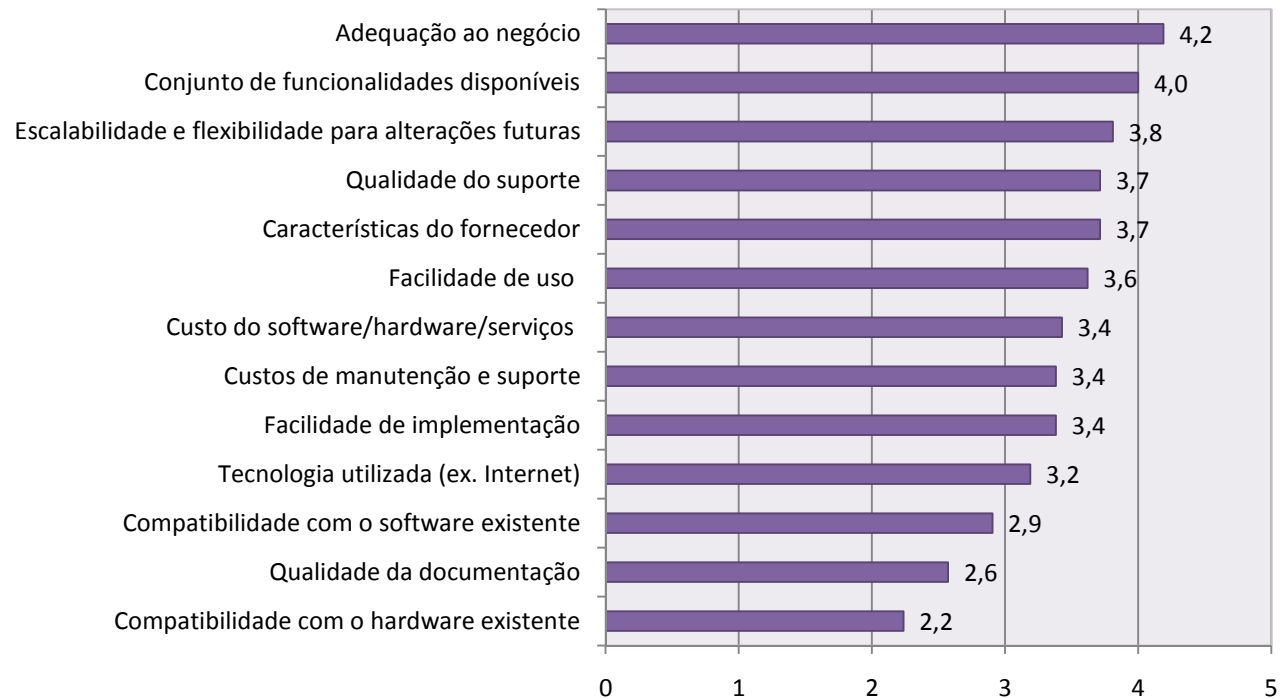
Nota: Os resultados são apresentados numa escala de 0 a 5 (0 indica insatisfação total e 5 satisfação total). O mesmo tipo de escala é utilizado nos gráficos presentes nas secções subsequentes.

4 Motivações para a adoção de sistemas CRM



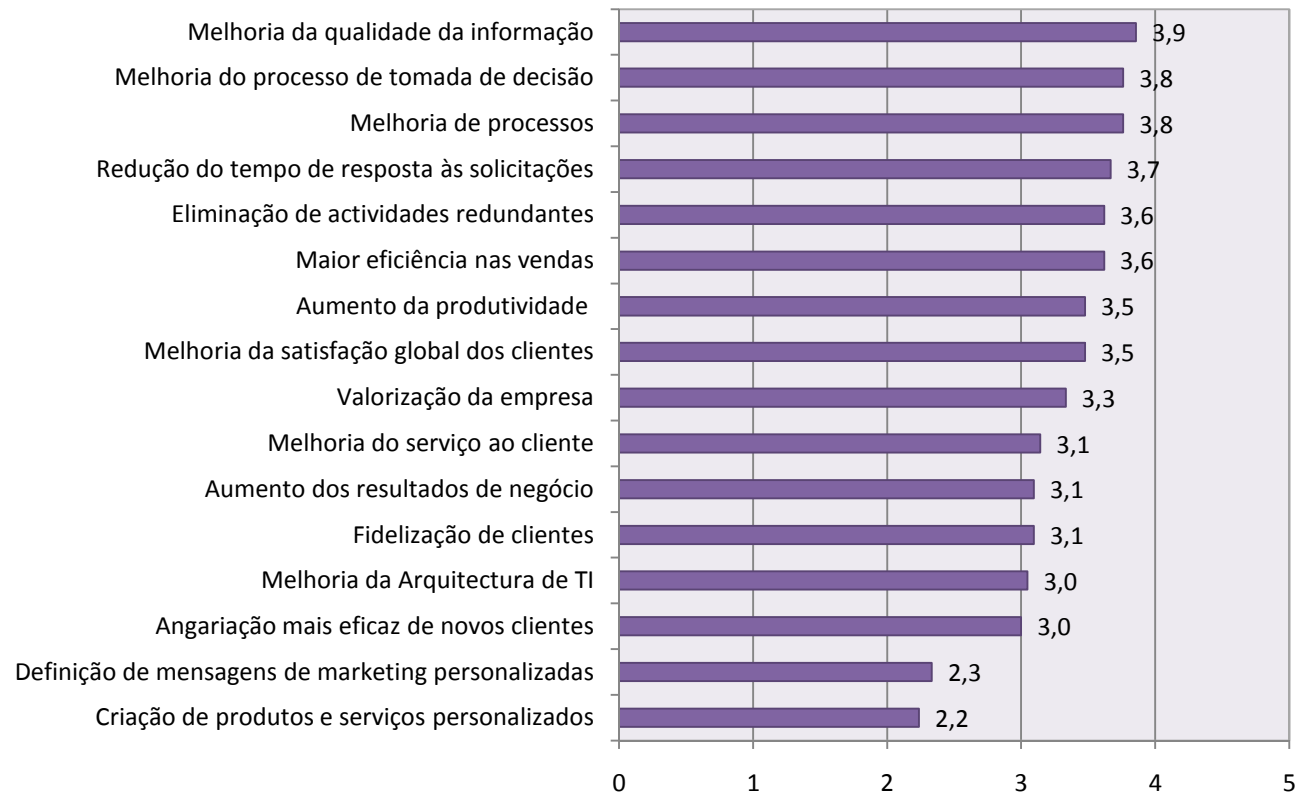
Exemplo de interpretação do gráfico: As principais motivações identificadas para a adoção de sistemas CRM estão relacionadas com a otimização do negócio e são: “Aumento da qualidade da informação”, “Procura de maior eficiência nas vendas”, “Melhoria da satisfação global dos clientes”, “Melhoria de processos”, “Melhoria do serviço ao cliente” e “Aumento dos resultados de negócio”.

5 Critérios para a adoção de sistemas CRM



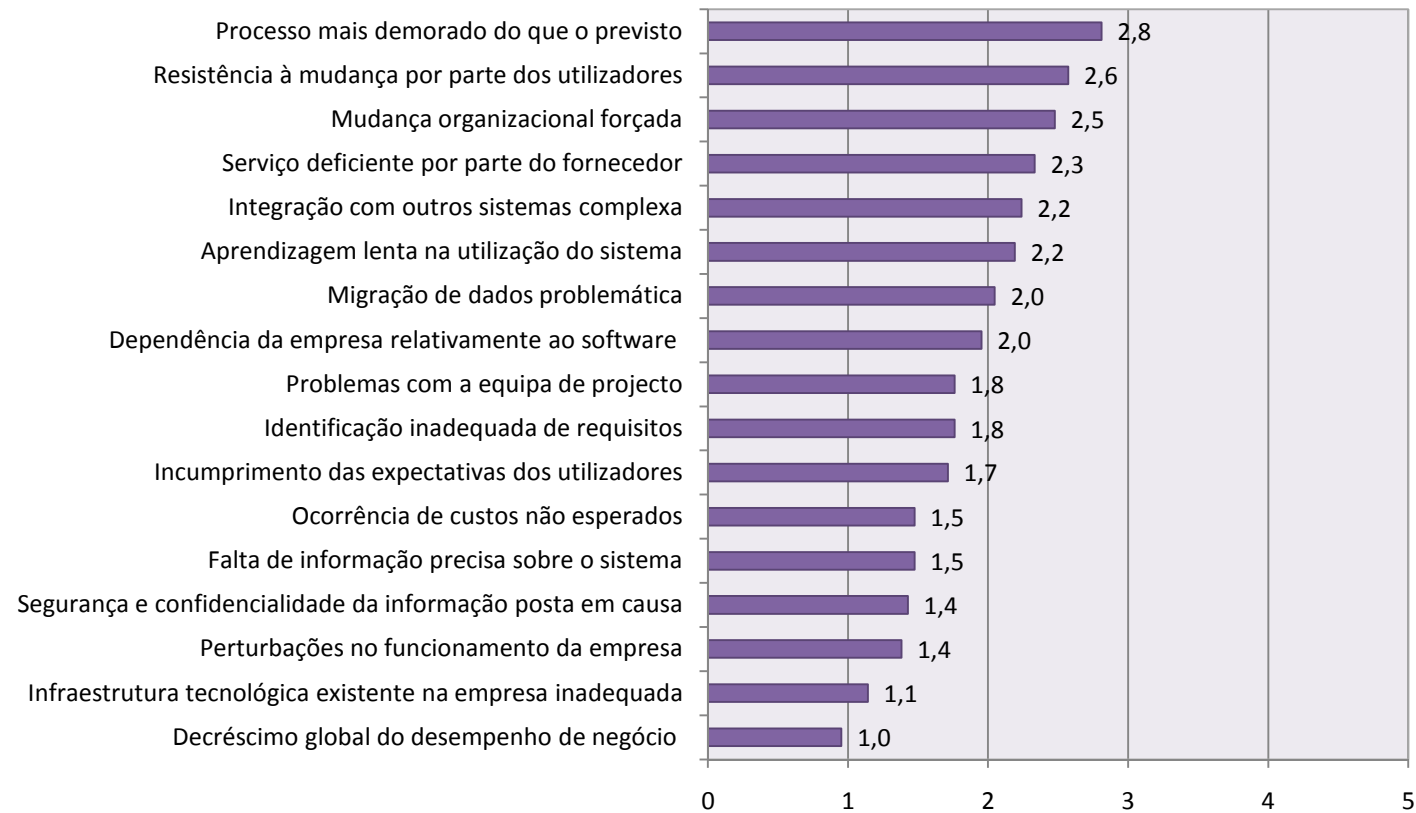
Exemplo de interpretação do gráfico: Os critérios identificados para a adoção de sistemas CRM que mais se destacam são: “Adequação ao negócio”, “Conjunto de funcionalidades disponíveis” e “Escalabilidade e flexibilidade para alterações futuras”.

6 Resultados obtidos com a adopção de sistemas CRM



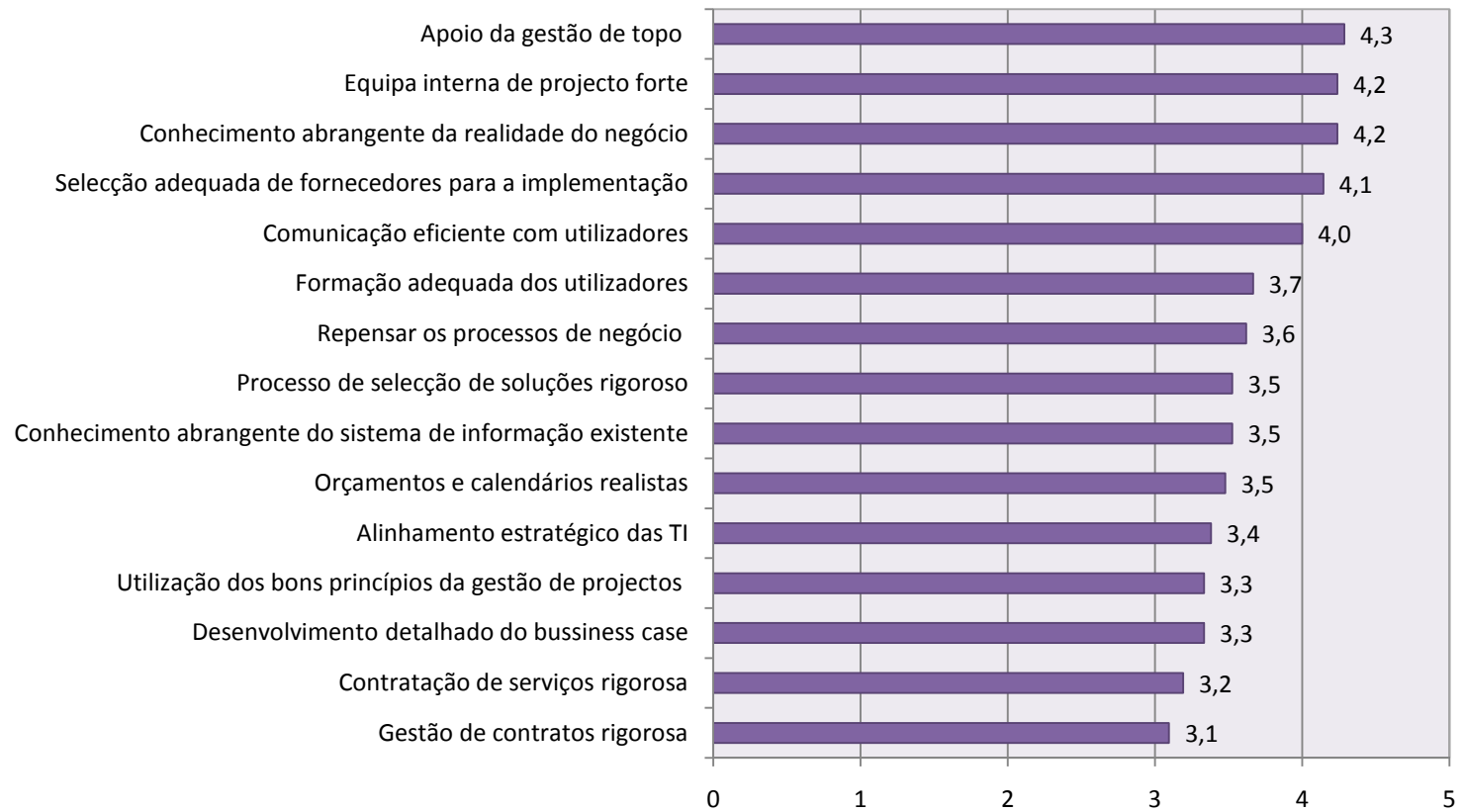
Exemplo de interpretação do gráfico: Os resultados obtidos com a adopção de sistemas CRM estão principalmente relacionados com a melhoria de processos e são: “Melhoria da qualidade da informação”, “Melhoria do processo de tomada de decisão”, “Melhoria de processos”, “Redução do tempo de resposta às solicitações”, “Eliminação de actividades redundantes” e “Maior eficiência nas vendas”.

7 Principais dificuldades sentidas na implementação de sistemas CRM



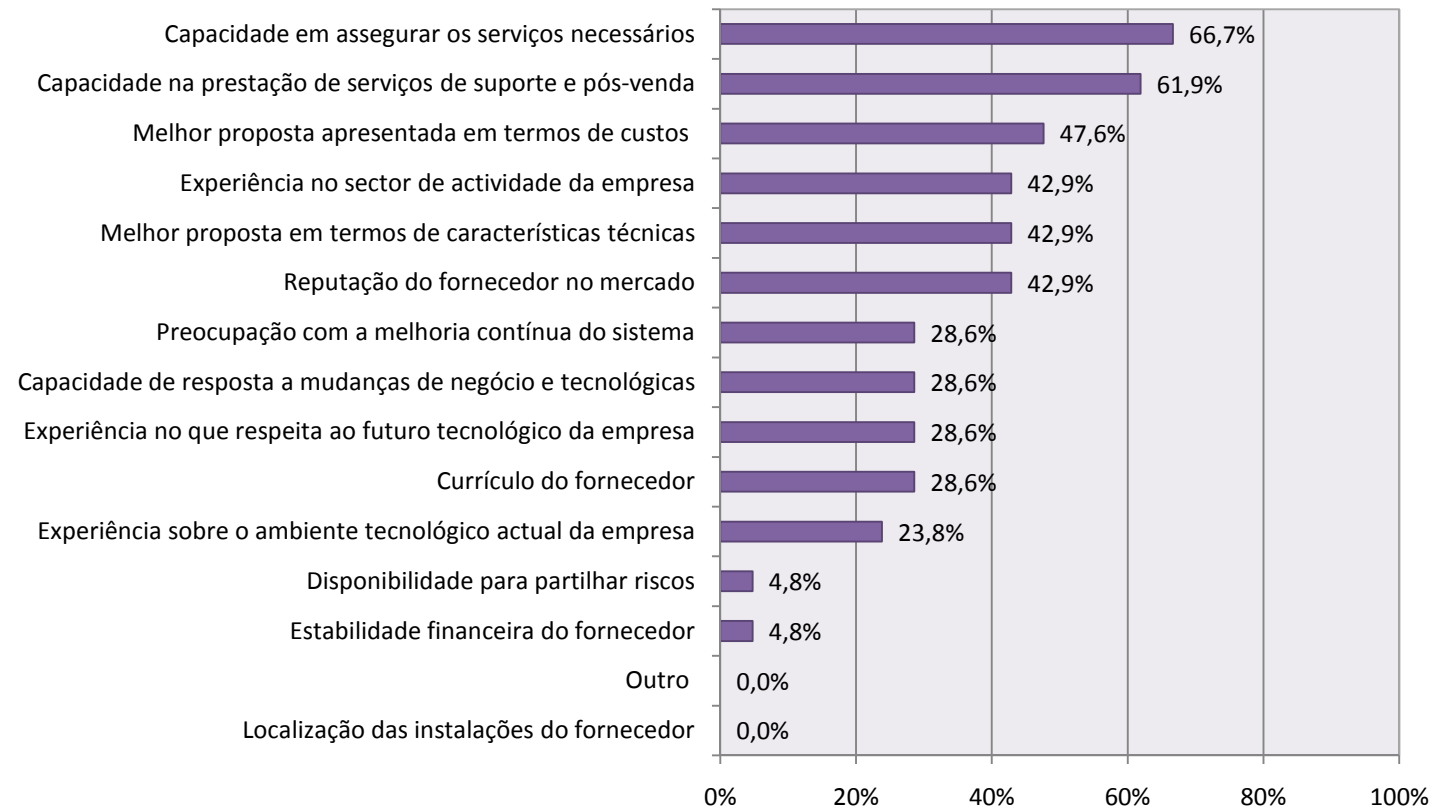
Exemplo de interpretação do gráfico: De entre as principais dificuldades sentidas na implementação de sistemas CRM nas empresas participantes, as que mais se destacam estão relacionadas com o tempo de implementação e com a mudança. Como é possível verificar, no topo das dificuldades encontram-se: “Processo mais demorado do que o previsto”, “Resistência à mudança por parte dos utilizadores” e “Mudança organizacional forçada”.

8 Factores de sucesso na implementação de sistemas CRM



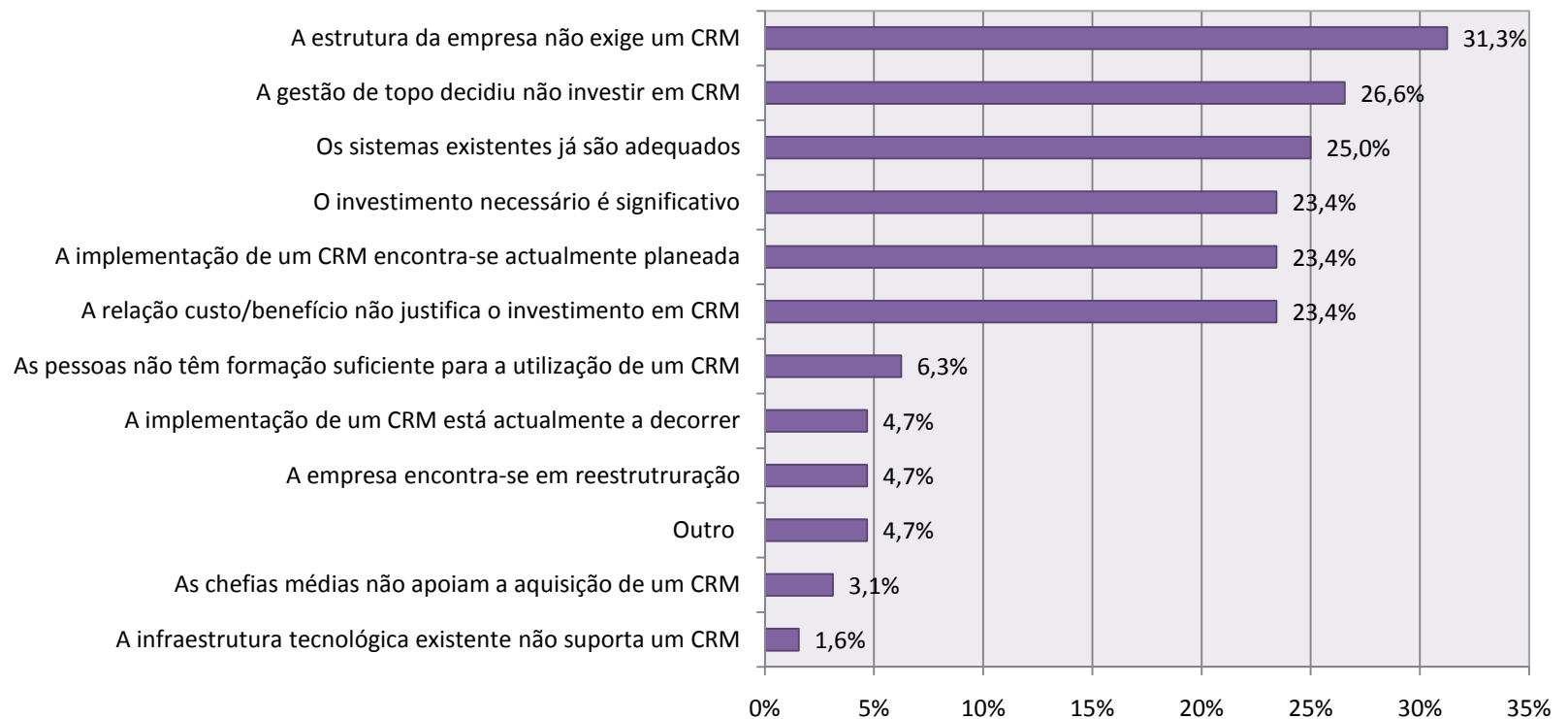
Exemplo de interpretação do gráfico: Dos factores de sucesso na implementação de sistemas CRM, destacam-se cinco: “Apoio da gestão de topo”, “Equipa interna de projecto forte”, “Conhecimento abrangente da realidade do negócio”, “Seleccção adequada de fornecedores para a implementação” e “Comunicação eficiente com utilizadores”.

9 Critérios usados na selecção de fornecedores de sistemas CRM



Exemplo de interpretação do gráfico: No que respeita aos critérios usados na selecção de fornecedores de sistemas CRM, pode-se verificar que dois claramente se destacam: “Capacidade em assegurar os serviços necessários” e “Capacidade na prestação de serviços de suporte e pós-venda”.

10 Razões que as empresas apresentam para não dispor de sistemas CRM



Exemplo de interpretação do gráfico: No caso das empresas que não dispõem de sistemas CRM, dado o seu número ser muito significativo, procurou-se saber qual a razão para tal. No topo das razões, encontramos “A estrutura da empresa não exige um CRM” e “A gestão de topo decidiu não investir em CRM”. De notar o facto de, no conjunto das empresas que não dispõem de sistemas CRM, quase um terço ter referido que a “implementação de um CRM encontra-se actualmente planeada” ou a “implementação de um CRM encontra-se actualmente a decorrer”.

11 Nota final

O estudo apresentado neste documento faz parte de um conjunto alargado de estudos que nos últimos anos têm vindo a ser desenvolvidos com a participação de gestores de sistemas de informação, visando possibilitar uma melhor compreensão da realidade portuguesa de adopção e gestão de tecnologias e sistemas de informação.

Os resultados obtidos com a realização desses estudos permite-nos hoje ter uma melhor percepção do que se passa nas grandes empresas portuguesas, no que se refere à gestão de sistemas de informação, à função sistemas de informação, à adopção de sistemas ERP, à adopção de sistemas CRM, a práticas de outsourcing de serviços de sistemas de informação, a práticas de gestão de projectos de desenvolvimento de software, entre muitos outros aspectos.

Tal não seria possível sem a colaboração dos muitos gestores de sistemas de informação que gentilmente acederam a participar nesses estudos e a quem queremos uma vez mais manifestar o nosso agradecimento e disponibilidade.



João Varajão

(em nome das equipas de trabalho)