

Estratégias de gestão baseadas em Sistemas de Informação Evolutivos

Francisco Velez Roxo

Economista/Gestor

Lusitanofonia, Gestão do Conhecimento e Saberes. UP

Professor Auxiliar Convidado – Católica-Lisbon

DIA do
CLIENTE
Quidgest 2011



Quidgest - Portugal

R. Castilho n.º 63 – 6.º | 1250-068 Lisboa | Portugal
tel. (+351) 213 870 563 | fax. (+351) 213 870 697

quidgest@quidgest.com | www.quidgest.com

Estratégias de gestão baseadas em Sistemas de Informação Evolutivos





Francisco Velez Roxo

Referências educacionais

Estudos Básicos e Secundários

Liceu Nacional de Portalegre

Estudos Universitários

Frequência e conclusão dos bacharelatos e licenciatura em
Economia/Organização e Gestão de Empresas
Universidade Técnica de Lisboa:

Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (1972/73 - 1974/75)

Instituto Superior de Economia (1975/76 - 1976/77)

Mestrado em Comunicação Educacional Multimedia -UTL(1993/94)

Diploma de cursos de formação complementar e pós-graduação em diversas Organizações Nacionais e Internacionais

Certificado em Controlo de Gestão : Lisboa/CEGOC

Certificado em Marketing Management : Lisboa/CIFAG

Certificado em Engenharia Industrial: LNETI -Lisboa / IESE-Barcelona

1982- Certificado em Metodos Pedagógicos para o Ensino da Gestão
Lisboa/CIFAG

Certificado em Engenharia Industrial :Portugal/Suécia-LNETI/SEC

Certificado em Planeamento Estratégico: Lisboa/CIFAG

Certificado em Marketing Industrial:Lyon/ ESCLyon

Certificado em Marketing de Bens de Grande Consumo:Paris/HEC

Diploma do International Teachers Program:Paris/HEC

Certificado "European Marketing":Fontainebleau/INSEAD

Certificado "Management Financial Services":New York / COLUMBIA
UNIVERSITY

1988- Certificado em "Managing the Sales Force":Lausane/IMD

1989/90 -Frequência de várias Top Management Conferences no MCE
(Philip Kotler, John Bateson, George Day, Louis Stern)

1991-Top Management Conferences-Meetings

(Global Marketing Conference, Services Conference, TQM for
Service Organizations)

1995-Top Management Conference-EFMA-Paris

2002-Knowledge Management -Harvard Bussiness School-EUA

2004-Top Management Conference - Payment systems - Londres

2005-Top Management Conference - SEPA (Single Euro Payments Aerea)

2007-Public Procurement Conference Geneve

2008-International Marketing – CIM-London

2009-Digital Marketing-CIM -London



Francisco Velez Roxo

Referências Profissionais

- Desenvolve em paralelo desde 1978 uma carreira de docente universitário ligado aos temas Gestão, Marketing e Operações (com especialização em Organizações de Serviços) e Quadro/Gestor e Consultor em Empresas Privadas e Públicas
- Estágio de fim de curso no Banco Borges & Irmão no tema "Gestão de Agências Bancárias".
- 1978/1988-Assistente Universitário do ISCTE- Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa
- 1979/1981-Quadro do Gabinete de Planeamento e Controlo do Ministério da Habitação e Obras Públicas.(FFH)
- 1982/1984-Sucessivamente, Quadro, Director Comercial e Coordenador de Marketing dos CORREIOS DE PORTUGAL (CTT) na Região de Lisboa.
- 1982/1991-Sócio fundador e gerente (até 1986) de uma PME de Confecções de Vestuário Exterior
- 1985/1988-Formador Permanente e Coordenador Responsável pela área de Marketing do CIFAG/IPE.
- 1989/ 1997 -Director de Projecto e Responsável pelo Departamento de Qualidade e Marketing - IBERCONSULT-Consultoria e Formação de Gestão Lda
- 1989/ 1995 -Assistente Coordenador do ISEG -Instituto Superior de Economia e Gestão
- Desde1995- Docente do Mestrado em Gestão de Projectos da Universidade Aberta / ISEL
- Desde 1997- Docente da Universidade Católica Portuguesa (licenciatura) e dos Programas Para Executivos em regime presencial e a Distância LisboaPAMÉ,PAGECC,PAGS,PGOM PAGEF e PAGED
- Desde 1994- Sócio gerente da Tendências- Consultadoria, Comércio e Serviços Lda.
- Desde1995- Assessor do Prémio da Excelência do Sistema Português da Qualidade- IPQ
- Entre1997-2001 Administrador de Empresas no Grupo FIPAR: EASYSOFT,Software e Sistemas SA e EASYPHONE PORTUGAL- Software e Sistemas SA Lisboa
- Entre 2002 e2004- Administrador Executivo da Empresa UNICRE
- Entre 20012007-Administrador Executivo das empresas da Rede SIBS
- Entre 2007-2008-Presidente do Conselho de Administração ANCP
- Desde Owner Lusitanofonia Gestão do Conhecimento e Saberes UP

Estratégias de gestão baseadas em Sistemas de Informação Evolutivos

Managing digital technology in Management

Francisco Velez Roxo

Lusitanofonia: Gestão do Conhecimento e Consultoria de Saberes UP

Professor Auxiliar Convidado - Católica Lisbon

fvelezroxo@gmail.com

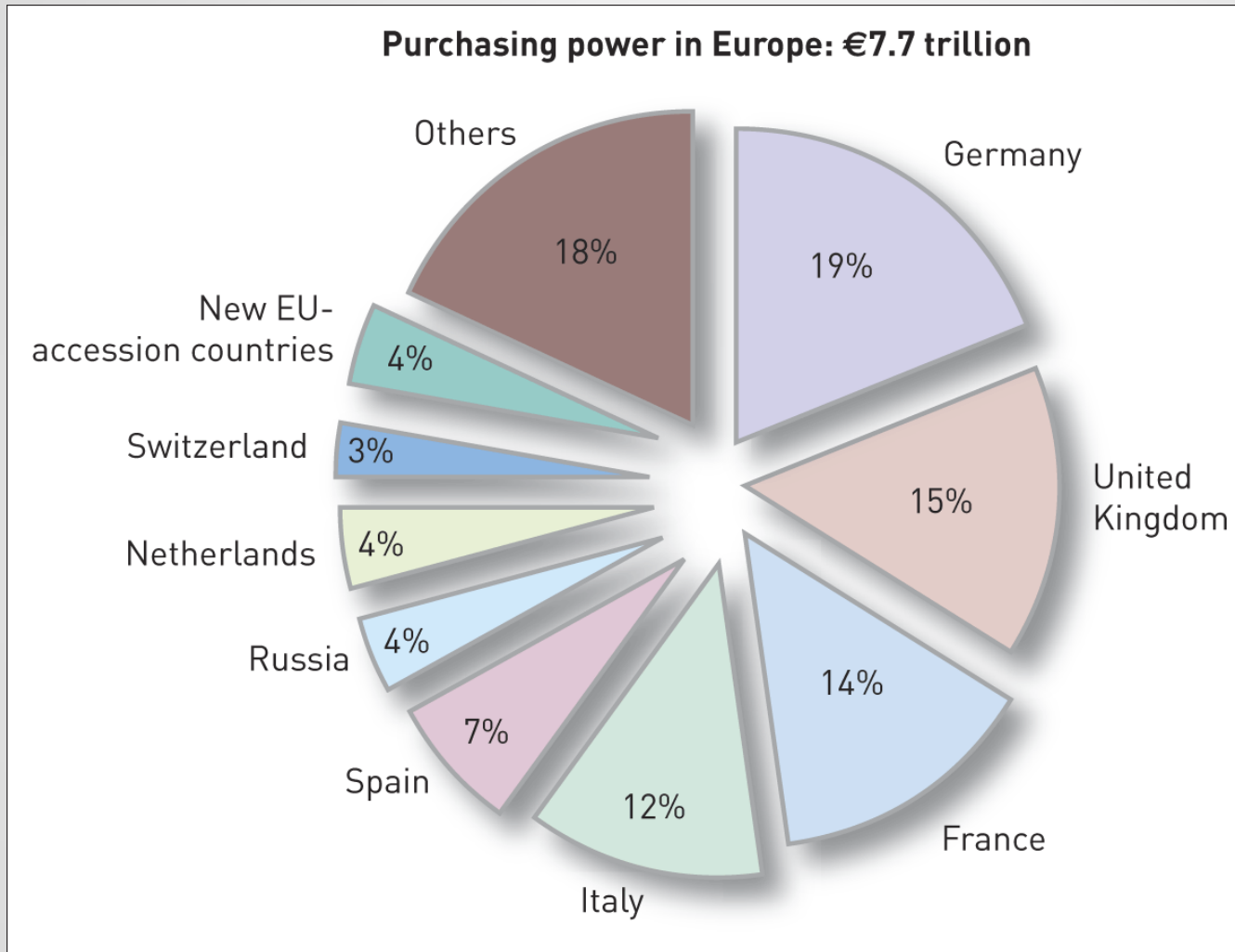
lusitanofonia@gmail.com



Europe Market



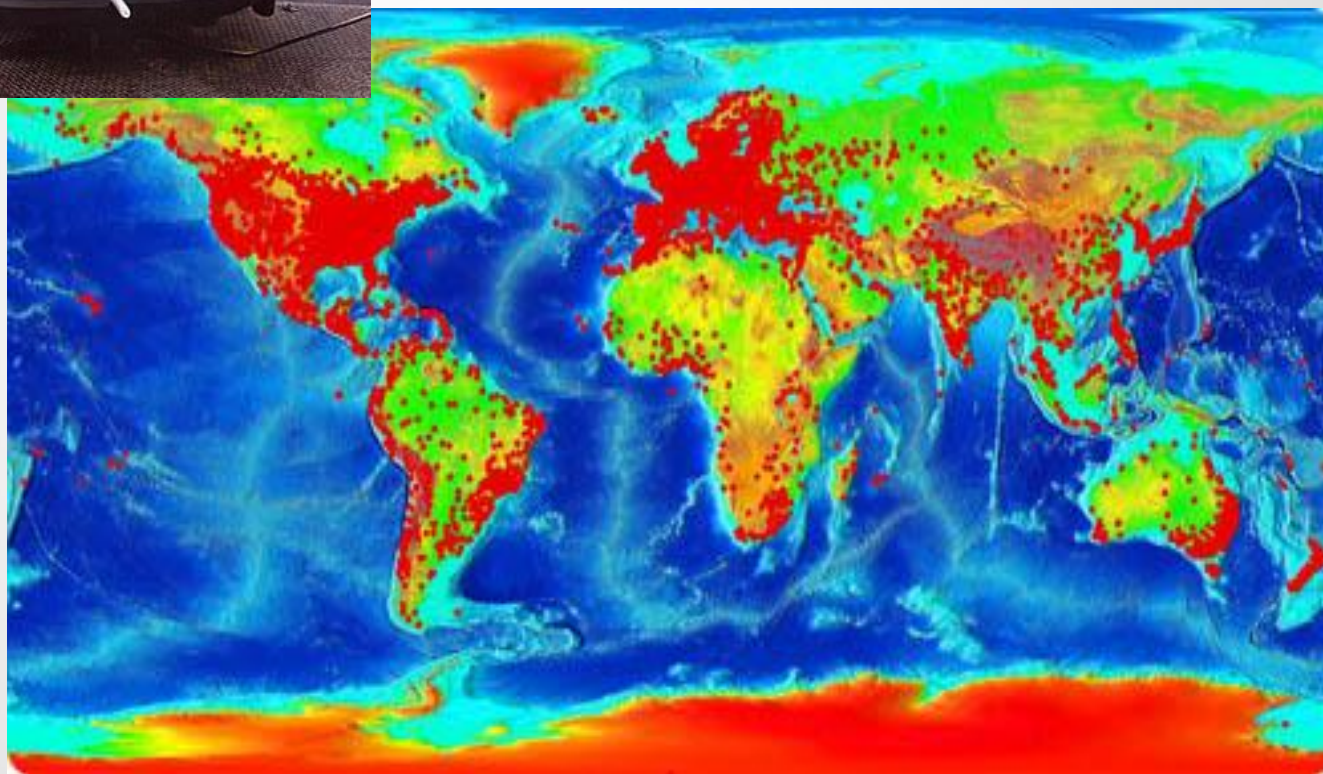
Purchasing power in Europe



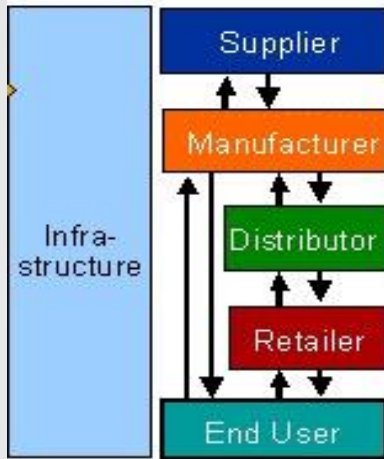
European purchasing power in 2007

Source: Michael Bauer Research (2007) European purchasing power in 2007: who's on top? 31 August (retrieved from www.english.mb-research.de/content/view/). Reproduced with permission

- Estratégias de gestão

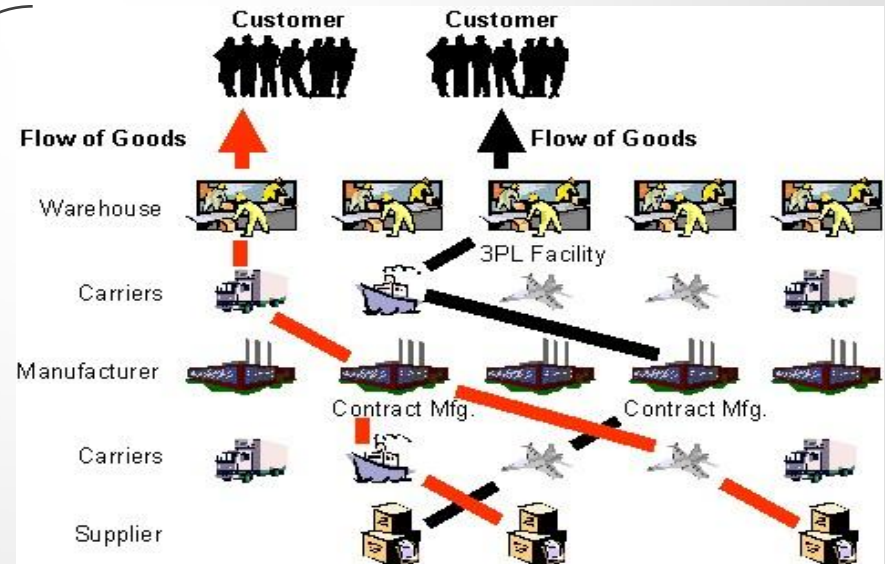


Novos tipos de “Redes TecnoGestionárias”



**Gestão por Network:
Associada a
Processos Flexíveis**

**Gestão Clássica: Associada a
Processos Rígidos**



Relacionar o processo operacional com a estratégia

ESTRATÉGIA

• “Desenvolvimento de novas potencialidades de crescimento...”

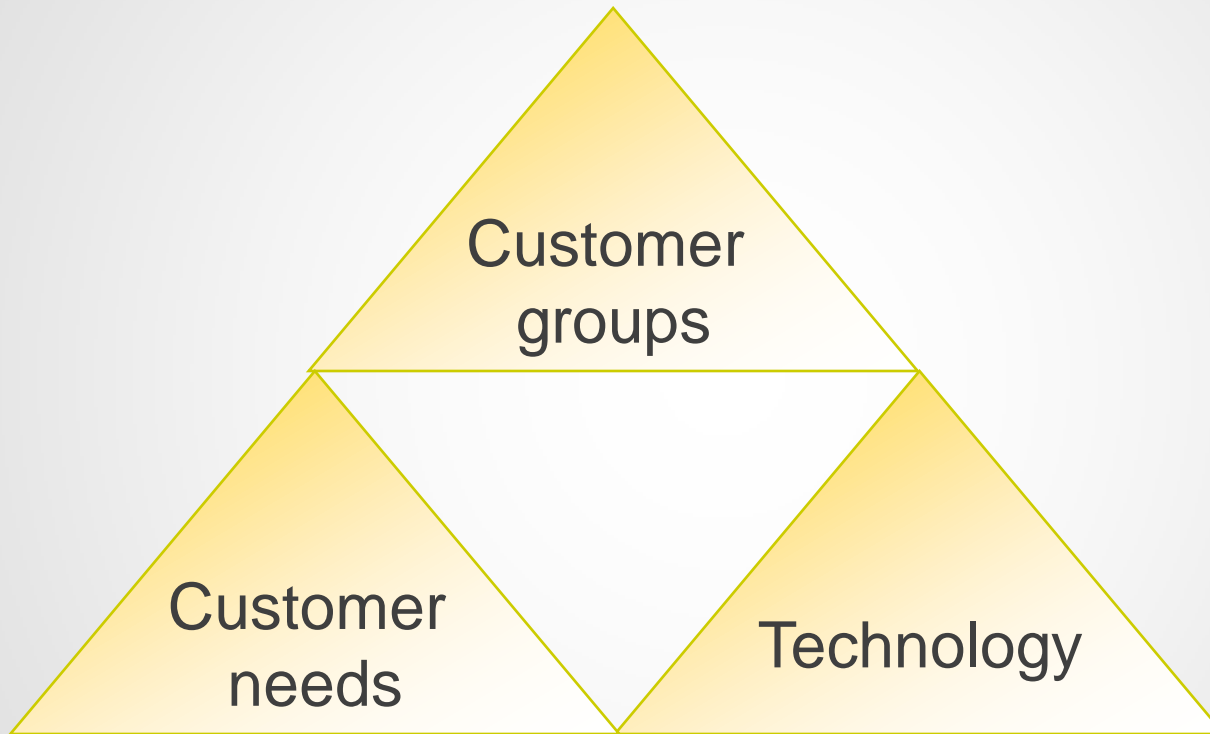
• “Criação de valor accionista”
• “Racionalização de custos operacionais”;

COMPETÊNCIAS Operacionais

“Proactividade e
Curiosidade intelectual

“Orientação para
resultados “
e
muita vontade de ser o
melhor entre os melhores

Dimensions That Define a Business



Liberalização

- Eliminação das Barreiras
- Novos *Players*
- Hiper competição
- Impactos na cadeia de Valor
- Impactos nas Organizações

Tecnologias

- Era Digital
- Fim das Distâncias
- Comércio Electrónico
- Tele-Colaboração



Novos Modelos de negócio

Globalização

- Aumento da Competição
- Economias de escala
- Redes de Conhecimento
- Alianças globais
- Moeda Única

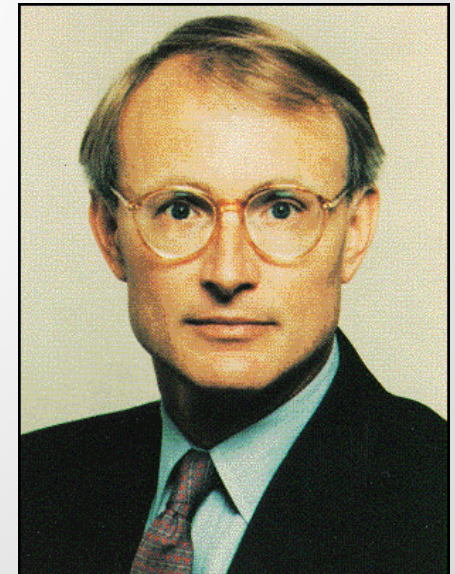
Orientação ao Cliente

- Foco no Serviço
- Valor Acrescentado
- Soluções Integradas
- Qualidade de serviço
- Rapidez



*There are no longer
mature industries;
There are mature
ways of doing
business.*

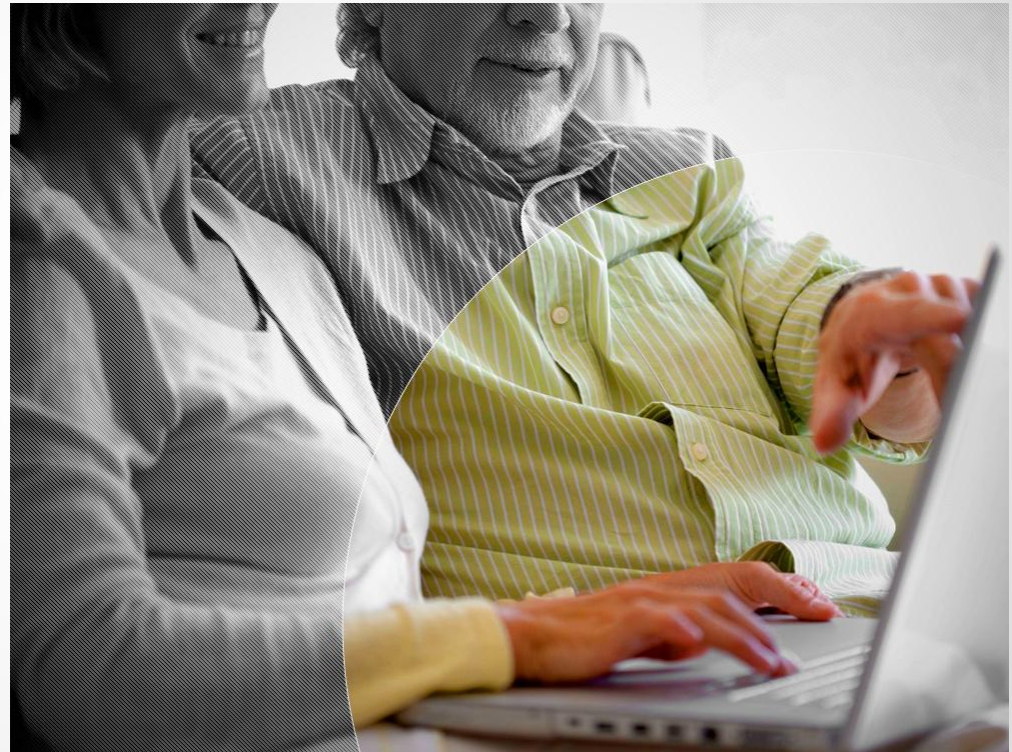
Michael Porter



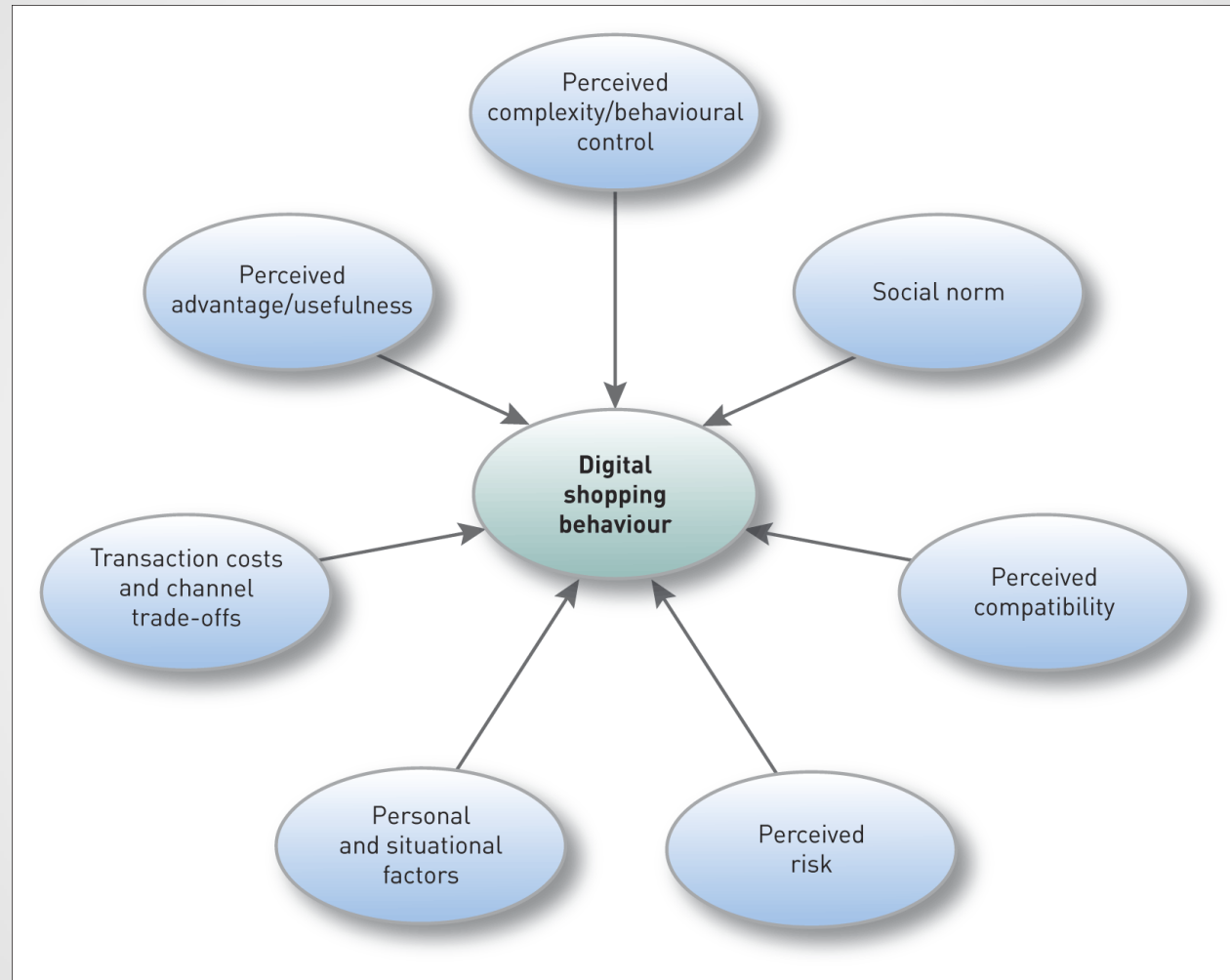
THE WAY Managers
work
HAS CHANGED

Now the Manager
has **tools** that allow:

- More research
- Better information



Where he looks for information and shares feedback and opinions



Potential determinants of consumer digital shopping behaviour

- Sistemas de Informação Evolutivos



What is ICT for managers?

ICT refers to information and communication technologies affecting, among others:

- Analysis and planning
- Databases
- Communications
- Research
- Customer relationship management
- Self-service technologies

What is ICT for managers?

eTechnology

eManaging

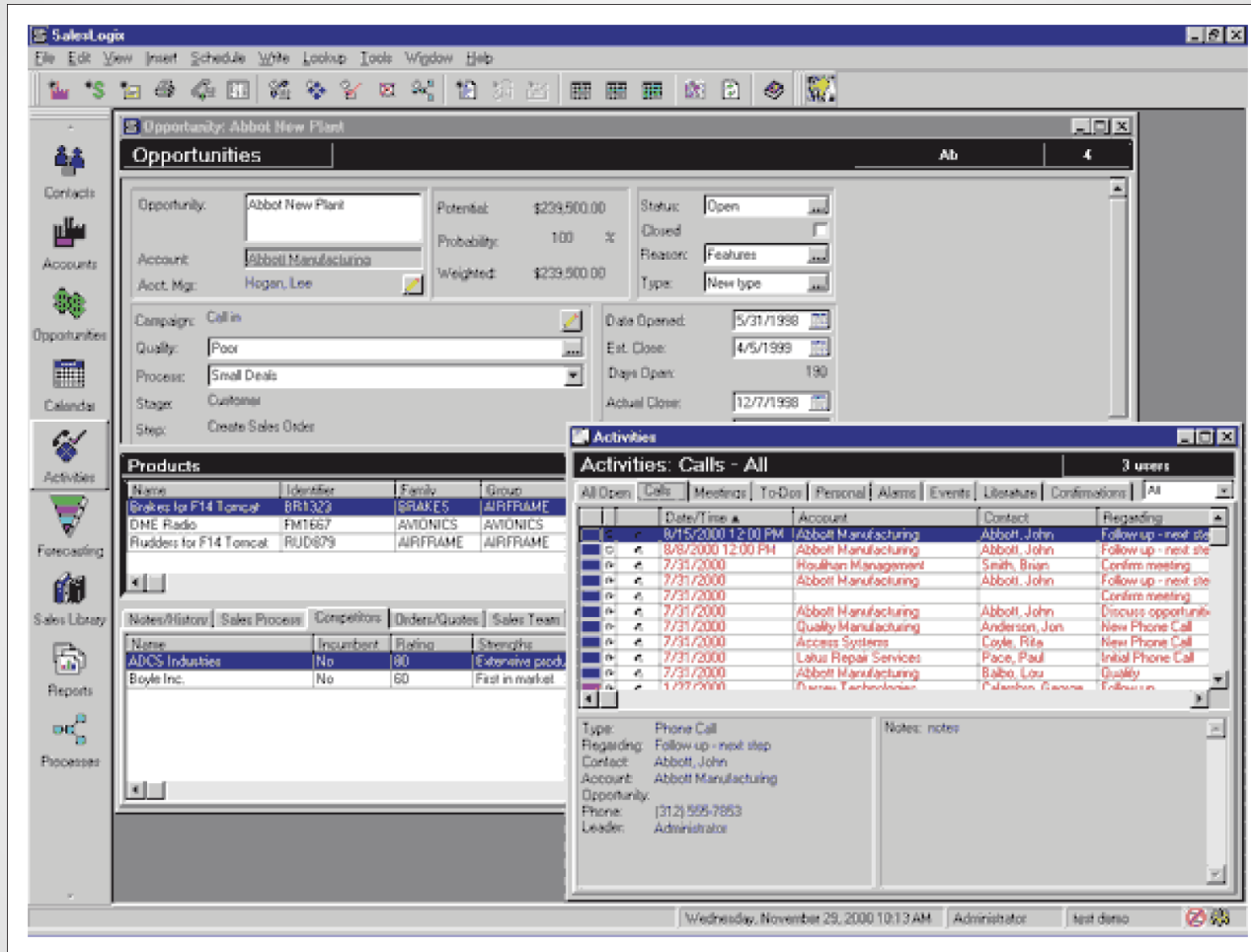
Technology







Software, Cloud, etc...



CRM software for gathering and managing customer information to improve customer relationships and service provision

Source: SalesLogic CRM system from Scientific Computers Ltd (www.scl.com). Reproduced by permission of Sage Publications

- ENQUADRAMENTO
- ASPECTOS CHAVE
 - FLUXO - VOZ
 - FLUXO - EMAIL
- APLICAÇÃO DO AGENTE
- RELATÓRIOS
- SERVIÇO PRESTADO
- PRESSUPOSTOS
 - EQUIPA

The screenshot shows a web agent interface for 'Masters of Science' at FCEE-Catolica. The interface is divided into several sections:

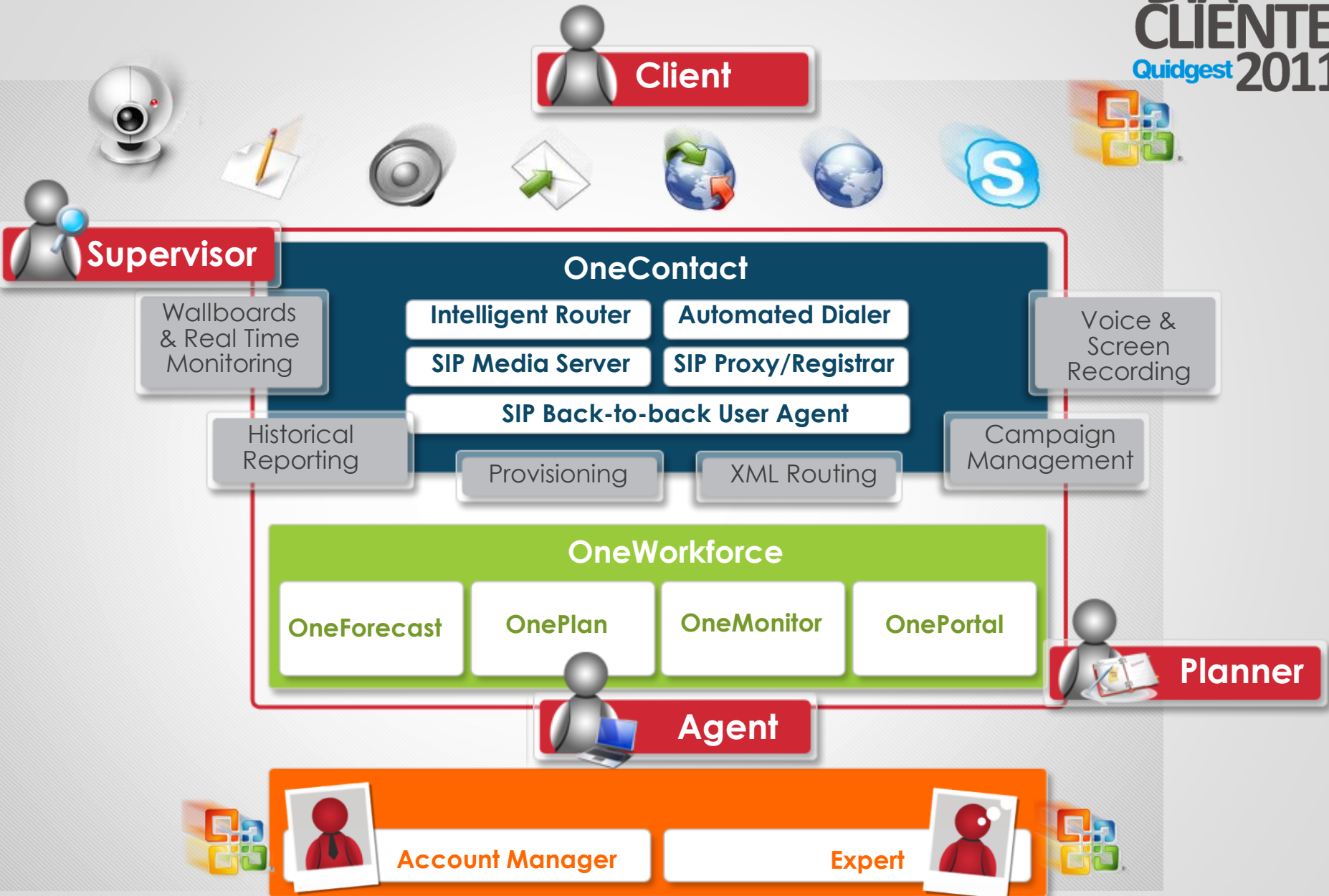
- Top Bar:** Contains navigation links like 'WEBMAIL|LOGIN|HOME' and a search bar.
- Left Sidebar:** A menu with categories such as 'BEM VINDO', 'INTERNATIONAL MSc III BA', 'MSc III BA', 'MSc III ECONOMICS', 'CALENDÁRIO ACADÉMICO', 'DESENVOLVIMENTO CARREIRAS', 'CANDIDATURAS', 'BOLSAS & PRÊMIOS', 'STUDENTS' LIFE', 'LISBOA', and 'STUDENTS' OFFICE'.
- Main Content Area:** Features a 'CANDIDATURAS ABERTAS' section with a photo of students, a 'NOVO MAJOR em Business Administration: Innovation Technology' announcement, and a 'NOVOS DOUBLE DEGREES Bocconi, Itália + BI, Noruega' section.
- Right Panel:** Includes a video window with a smiling man, audio controls (volume and mute), a video push window with a woman, and an 'Agent Statistics and performance' section showing a table of agent status.
- Bottom Section:** An 'Agent Script area for business integration' for 3rd party systems, CRM, and custom web pages.

Callouts and their descriptions:

- Top Left:** Login/Logout, Ready/Not ready operations, Agent and interaction state.
- Top Right:** Telephony and session operations.
- Right Panel (Top):** Client and webcam video window, video mute and configuration.
- Right Panel (Middle):** Audio controls (volume + mute).
- Right Panel (Bottom):** Video Push Window and player controls.
- Bottom Right:** Agent statistics and performance.
- Bottom Center:** Agent Script area for business integration (3rd party systems, CRM, custom web pages with relevant context information...)

Collab INTEGRATED SOLUTION

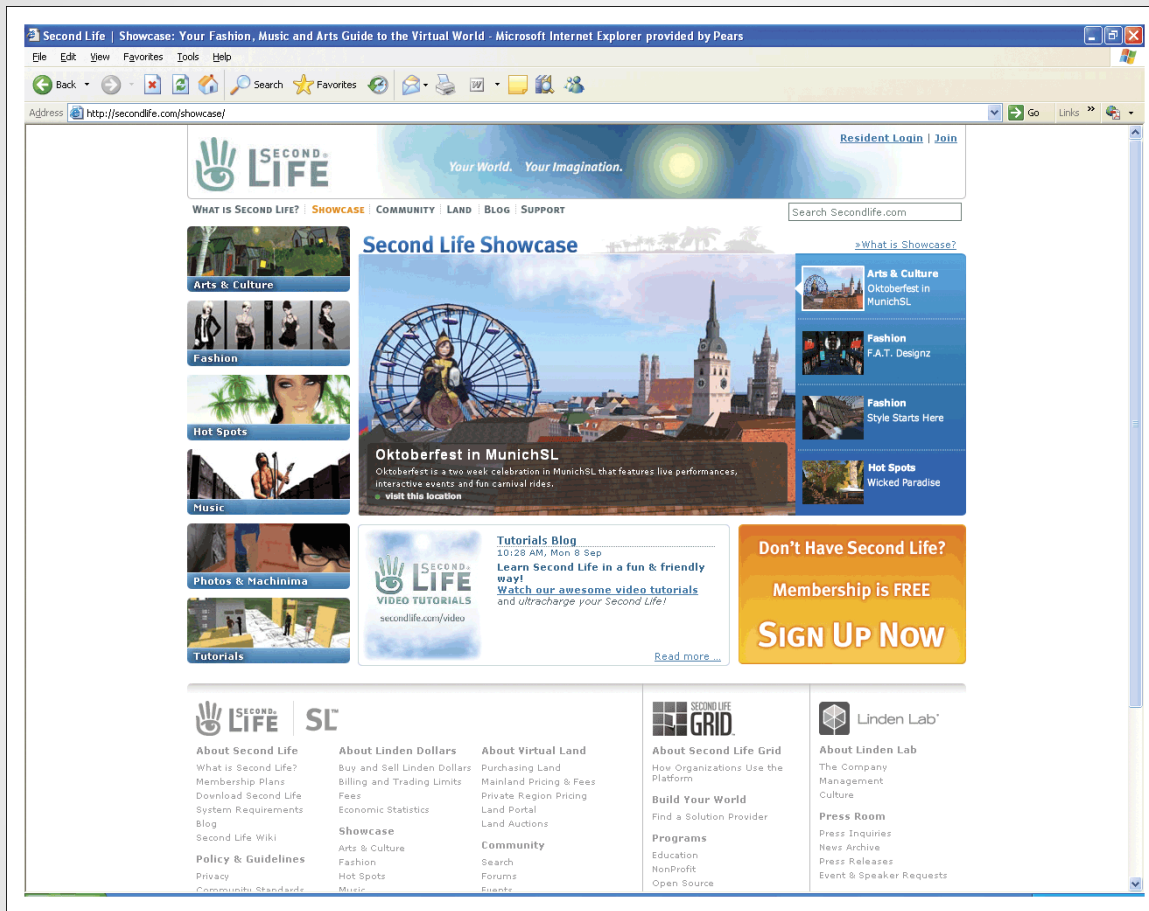
DIA do
CLIENTE
Quidgest 2011



Enterprise Unified Communications

quidgest@quidgest.com | www.quidgest.com

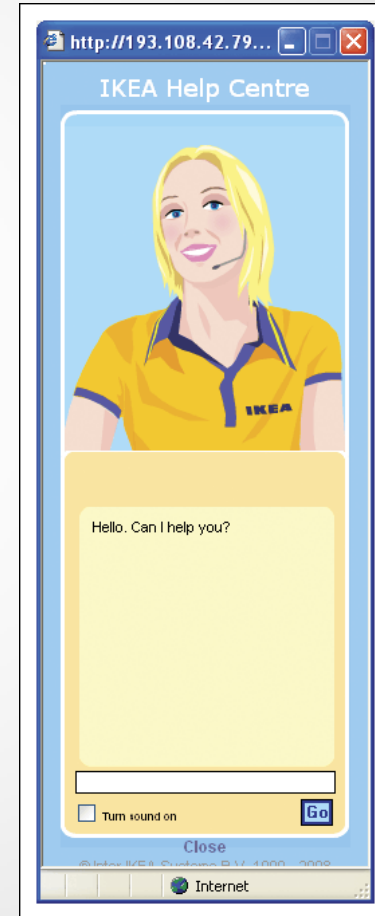
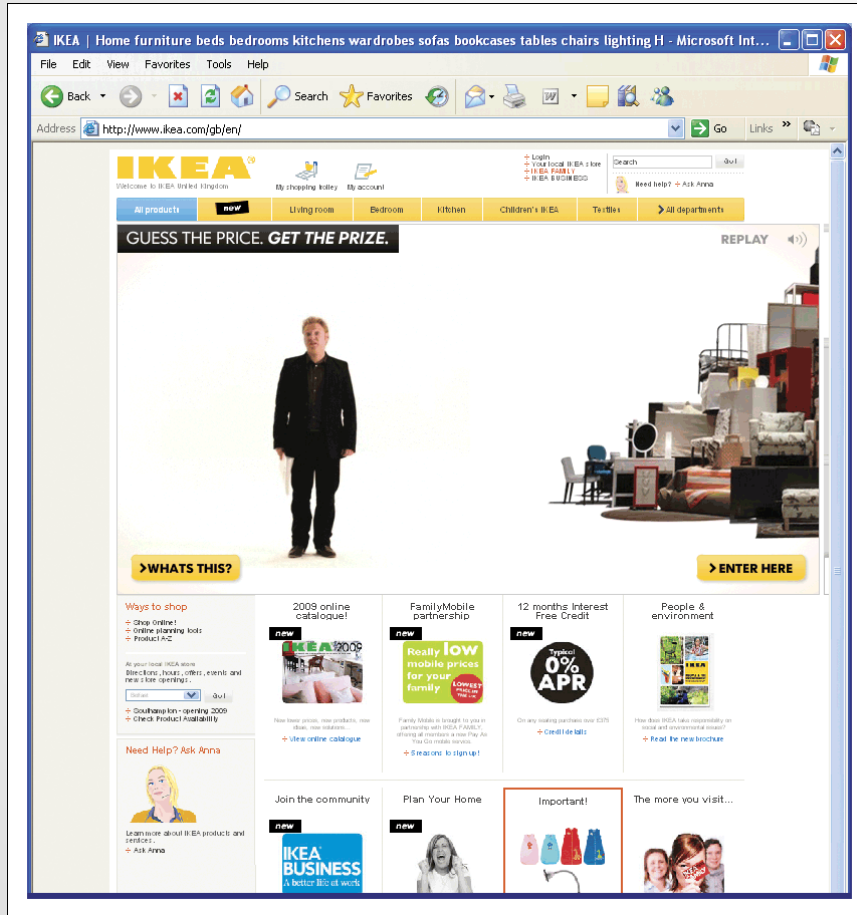
Second life: A virtual world



The St Patrick's Day Parade in Ireland received 12 million visitors on Second Life the virtual world on the Web

Source: Linden Research, Inc.

IKEA Uses online chat to help customers



Source: © Inter IKEA Systems BV 2006

Our cashless future

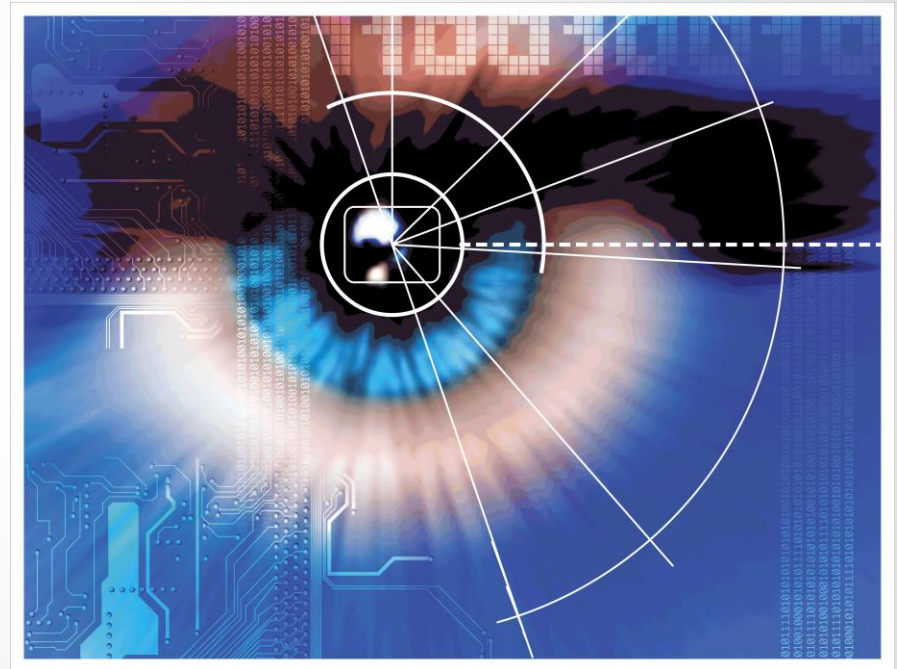


The Paypass card from MasterCard used at the Brit Awards 2008

Source: Courtesy of MasterCard / Agency: Weber Shandwick

Biometrics

- Physiological
 - DNA
 - Fingerprints
 - Retina and handscans
 - Pheromone signature
- Behavioural



The use of biometrics (fingerprint and retina recognition) is growing in both products and services

Source: Pasioka/Science Photo Library

1 billion phones with online access in 2012?



Intel World Ahead Program

Introducing the digital world
to the next billion new users

Intel is investing \$1 billion over the next 5
years to enhance lives by providing access to
uncompromised technology for anyone, anywhere.





The Future ?



BECAUSE WE'RE AN OUTDOOR BRAND, WE HAVE A STRONG COMMITMENT TO ENVIRONMENTAL STEWARDSHIP. OUR EFFORTS ARE FOCUSED ON ENERGY, CHEMICALS, AND RESOURCES—AREAS THAT MOST AFFECT OUR COMPANY'S FOOTPRINT.

THROUGH OUR CODE OF CONDUCT, WE WORK WITH SUPPLIERS TO ENSURE THAT OUR PRODUCTS ARE MADE IN WORKPLACES THAT ARE FAIR, SAFE, AND NON-DISCRIMINATORY.

WHERE IN THE WORLD THE SHOES WERE MADE

Our Footprint Notre Empreinte

Environmental Impact Impact sur l'environnement

Energy to Produce: (per pair)* Energie utilisée (par paire)*	3.1 kWh 3.1 kWh
Renewable energy (Timberland-owned facilities): L'énergie renouvelable (sites appartenant à Timberland) :	5% 5%

Community Impact Impact sur la communauté

Hours served in our communities: Nombre total d'heures données :	119,776 119,776
% of factories assessed against code of conduct* % d'usines évaluées pour leur conformité au code de conduite :*	100% 100%
Child labor* Main-d'oeuvre enfantine :*	0% 0%

Manufactured Fabriqué à

OSI Vietnam, Vietnam	OSI Vietnam, Vietnam
----------------------	----------------------

AN AVERAGE 16 CUBIC FOOT REFRIGERATOR USES 17.4 KWH PER DAY.

THIS REPRESENTS THE TOTAL NUMBER OF HOURS OUR 5,288 EMPLOYEES SERVED IN 2005. WE OFFER OUR EMPLOYEES 40 PAID HOURS A YEAR TO SERVE IN THEIR COMMUNITIES. IN LINE WITH OUR MISSION TO EQUIP PEOPLE TO MAKE THEIR DIFFERENCE IN THE WORLD.

ALWAYS THE SAME — ZERO.