

SAP FORUM 2010

CLAREZA PARA UM NOVO BRASIL



Aplicação de Modelagem de Processos

Positivo Informática S.A.

10-Mar-2010

Flávio Alqueres

- Positivo Informática

SAP FORUM 2010

CLAREZA PARA UM NOVO BRASIL

Agenda

1. **Sumário Executivo**
2. Positivo Informática - Descritivo do Negócio
3. A Estratégia Corporativa, a Estratégia e os Desafios de TI
4. Modelagem de Processos na Positivo Informática
 - 4.1. Abordagem de Realização
 - 4.2. Metodologia da Implementação
 - 4.3. Estratégia e Etapas
5. Benefícios Esperados





- Os princípios de gestão e modelagem de processos de negócio contribuem de forma fundamental para implementação de um ERP.

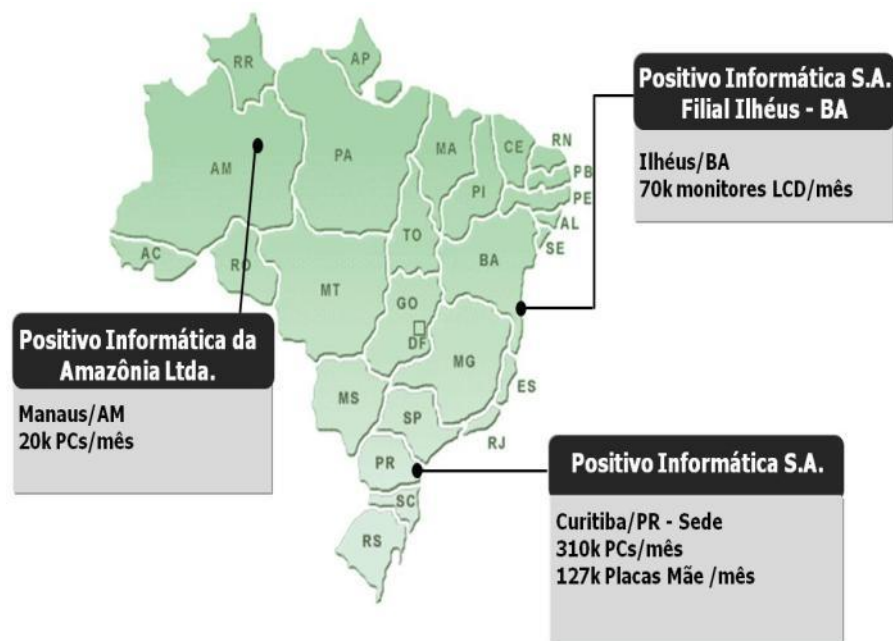


Agenda

1. Sumário Executivo
2. **Positivo Informática - Descritivo do Negócio**
3. A Estratégia Corporativa, a Estratégia e os Desafios de TI
4. Modelagem de Processos na Positivo Informática
 - 4.1. Abordagem de Realização
 - 4.2. Metodologia da Implementação
 - 4.3. Estratégia e Etapas
5. Benefícios Esperados

Visão da Empresa

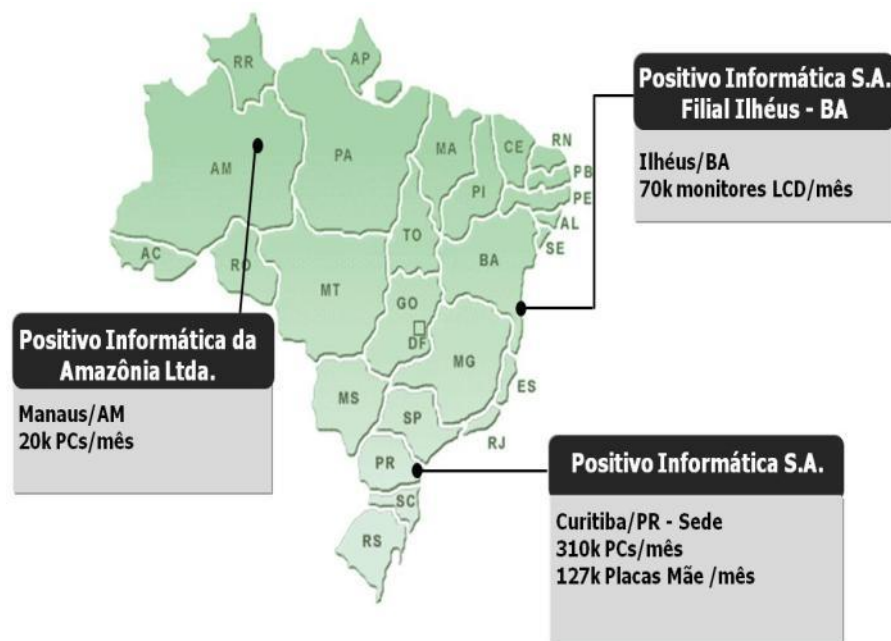
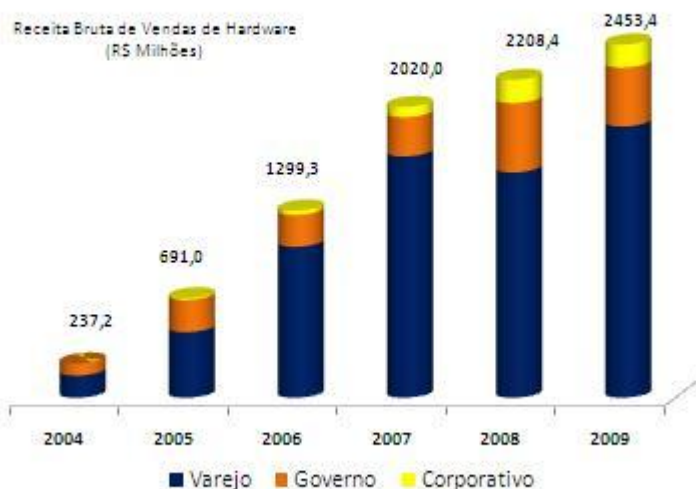
“Ser a marca mais valorizada de computadores no Brasil.
Ser líder absoluta em vendas no mercado de computadores.
Ser considerada uma empresa de vanguarda em tecnologia.”



- Liderança absoluta há mais de 05 anos consecutivos: 17,0% no mercado total e 26,3% no mercado oficial, segundo a IDC – International Data Corporation 3T09.
- Respeito ao consumidor: eleita a empresa que mais respeita o consumidor no segmento de Informática & Eletro, pela TNS InterScience

Visão da Empresa

“Ser a marca mais valorizada de computadores no Brasil.
Ser líder absoluta em vendas no mercado de computadores.
Ser considerada uma empresa de vanguarda em tecnologia.”



- Liderança absoluta há mais de 05 anos consecutivos: 17,0% no mercado total e 26,3% no mercado oficial, segundo a IDC – International Data Corporation 3T09.
- Respeito ao consumidor: eleita a empresa que mais respeita o consumidor no segmento de Informática & Eletro, pela TNS InterScience

Histórico

A Positivo Informática nasceu do Grupo Positivo, que é o maior grupo do segmento de educação no Brasil.

Fundado em 1972, a partir da criação de uma escola e de uma gráfica, o Grupo Positivo possui atualmente empresas líderes nos três segmentos em que atua: educacional, gráfico-editorial e informática.

A Positivo Informática foi criada em maio de 1989 com o objetivo inicial de fabricar e vender computadores para escolas clientes do Grupo Positivo em todo Brasil. Já em 1990, a Companhia identificou a oportunidade de fornecer computadores e soluções de informática para empresas e instituições do poder público, por meio de licitações públicas.

Em 2004, a Companhia estreou no mercado de varejo vendendo computadores para os grandes varejistas do País, e em nove meses se tornou a maior fabricante de computadores do Brasil, permanecendo nessa posição até hoje.

Em 2006, a Positivo Informática iniciou a negociação de suas ações no Novo Mercado, o mais alto nível de governança corporativa da BM&F Bovespa.

Certificações e Afiliações

- **EPEAT**
Certificação voltada ao meio ambiente
- **EPA**
Certificação voltada à eficiência do consumo de energia elétrica
- **DMTF**
Certificação que trata dos recursos do PC para permitir gerenciamento remoto
- **IEC 60950**
Segurança dos usuários
- **IEC 61000**
Imunidade Eletromagnética
- **PPB**
Garantia da origem e fortalecimento da indústria nacional (registro no MCT)
- **Windows Catalog (WHQL)**
Compatibilidade com Windows
- **Certificação Red Hat Linux**
Compatibilidade com Linux
- **ISO 9001:2000**
Qualidade no processo produtivo
- **ISO 14001**
Preocupação com Meio Ambiente



International
Organization for
Standardization



Segmento de Negócios

A Positivo Informática atua no Segmento de Hardware e no Segmento de Tecnologia Educacional.

No Segmento de Hardware, a Companhia atende ao Mercado de Varejo, ao Mercado Corporativo e ao Mercado de Governo.

No Segmento de Tecnologia Educacional, atende principalmente a instituições de ensino públicas e privadas.

Indústria de Informática e Hardware

O mercado brasileiro de PCs possui grande relevância na América Latina, representando 43% de aproximadamente 27,4 milhões de unidades vendidas em 2008.

Neste mesmo período, o crescimento total do mercado da América Latina foi da ordem de 12,1 %. Desde o quarto trimestre de 2004, a Companhia ocupa a liderança no mercado brasileiro, o que lhe proporciona a 4ª posição no ranking de fabricantes na América Latina, vendendo apenas no Brasil.

No mundo, em 2008, a Positivo Informática ocupou o 14º lugar, sendo a 10ª em desktops e 15ª em notebooks.

Positivo - 2008	PCs	Desktops	Notebooks
Brasil	1º	1º	1º
América Latina	4º	3º	4º
Mundo	14º	10º	15º

Indústria de Informática e Hardware

As vendas do mercado legal registraram um crescimento médio anual de 66,2% entre 2004 e 2008.

Em 2008, o crescimento total do mercado brasileiro foi de 10,6%, sendo 6,0% em desktops e 107,9% em notebooks. Esse crescimento foi incentivado por 3 principais fatores: queda do preço - função da desvalorização do dólar e do corte de impostos, aumento do crédito e distribuição através do varejo e aumento da renda.

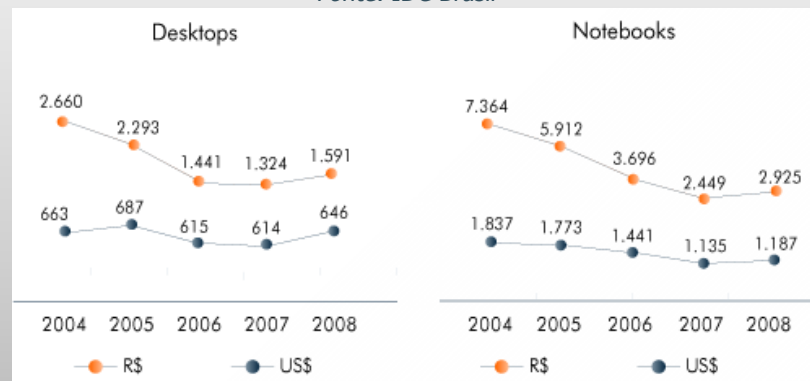
Queda dos Preços

De 2004 a 2008, o preço médio de PCs no Brasil caiu 32,3%, sendo desktops 40,2% e notebooks 60,3%, impulsionado principalmente pela queda de 12,0% do dólar, uma vez que mais de 90% do custo de um PC é vinculado a essa moeda.

Também contribuiu para essa queda a isenção de PIS/COFINS em 9,25%, para computadores de até R\$ 4.000,00.

Preço Médio de PCs no Mercado Brasileiro

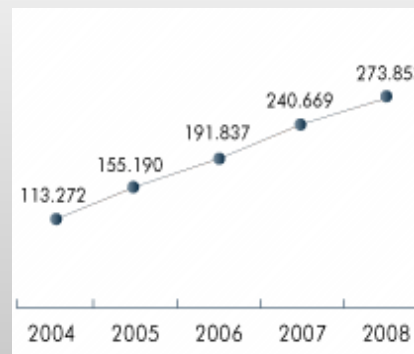
Fonte: IDC Brasil



Aumento do Crédito e Intenção de Compra

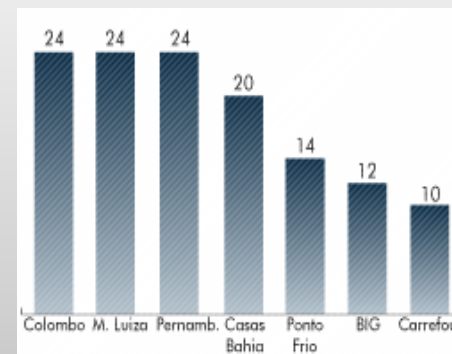
Entre 2004 e 2008, o volume de crédito destinado à pessoa física cresceu a uma taxa média de 24,7%, favorecendo especialmente as classes de renda mais baixa; e o varejo tem exercido papel fundamental nesse aspecto.

O PC está entre os maiores anseios de compra da classe C, e 83% dos pais afirmaram que se empenham em fazer a tecnologia chegar a seus filhos, segundo estudo realizado pelo instituto Data Popular, em março de 2009.



Crédito Destinado à Pessoa Física (R\$ Milhões)

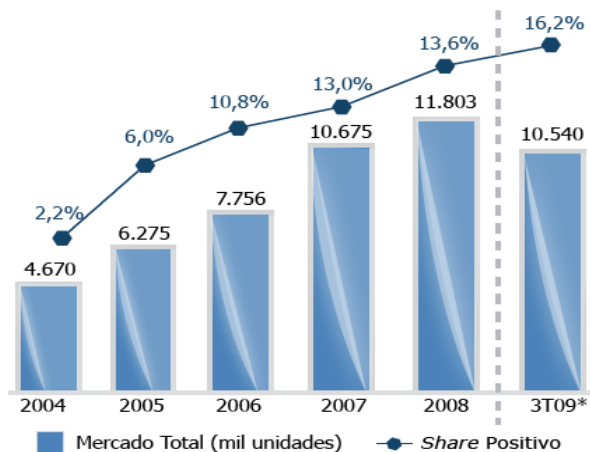
Fonte: Bacen



Nº de parcelas mais Frequente no Varejo (2008)

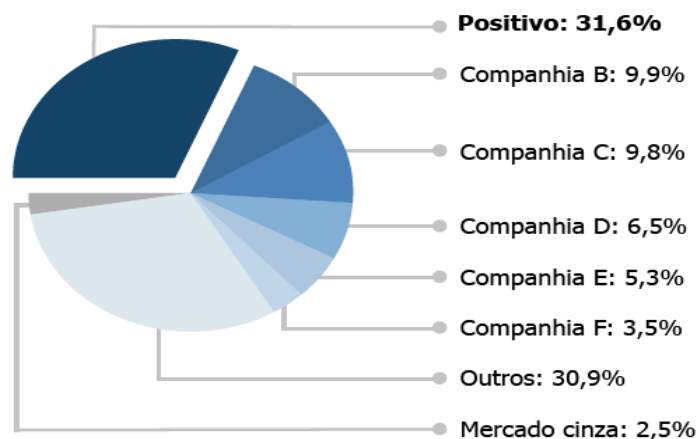
Fonte: Shoppingbrasil, categoria desktops

MERCADO TOTAL E MARKET SHARE POSITIVO INFORMÁTICA⁽¹⁾

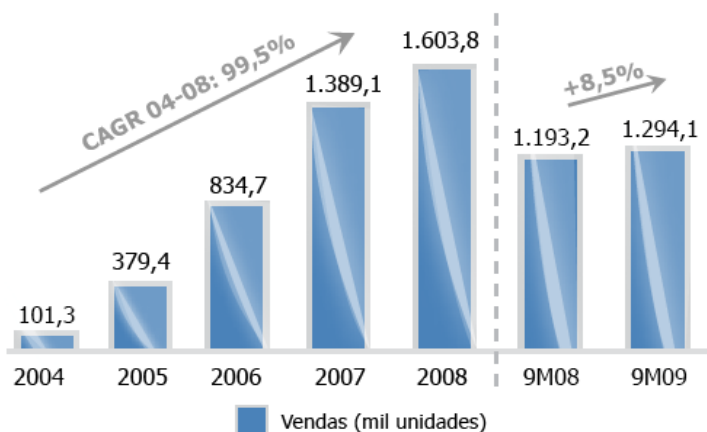


* Anualizado pelos últimos 4 trimestres

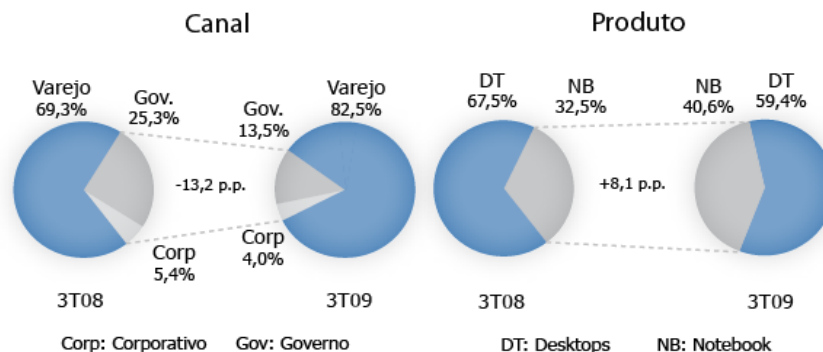
MARKET SHARE: MERCADO VAREJO - 3T09⁽¹⁾



EVOLUÇÃO DE VENDAS DE PCS POSITIVO



COMPOSIÇÃO DAS VENDAS DE PCS (UNIDADES)



Agenda

1. Sumário Executivo
2. Positivo Informática - Descritivo do Negócio
3. **A Estratégia Corporativa, a Estratégia e os Desafios de TI**
4. Modelagem de Processos na Positivo Informática
 - 4.1. Abordagem de Realização
 - 4.2. Metodologia da Implementação
 - 4.3. Estratégia e Etapas
5. Benefícios Esperados

Fatores Críticos de Sucesso

Redução do ciclo de vida dos produtos

- >50% da rentabilidade é gerada no começo do ciclo de vida dos produtos
- Os ciclos de vida de produtos são reduzidos consideravelmente
- Canibalização dos produtos
- Concorrência e exportação aumentam a necessidade de garantir um ótimo time-to-market

Suporte a Canais e novos mercados

- 70% das vendas são feitas através de uma combinação dos canais
- Maior competitividade no mercado

Verticalização dentro da Cadeia de Valor

- Vantagens tributárias do Governo Brasileiro para incentivar a produção local
- Necessidade de uma maior proximidade aos mercados
- Maior complexidade para administrar os processos de negócio

Foco em Custo / Eficiência

Desempenho da Cadeia de Suprimentos

- Perfect order fulfillment é 20% mais baixo que a média das indústrias (ex. Automotiva)
- Foco em redução de custos
- Menor controle da cadeia de suprimentos devido ao outsourcing
- Garantir que os fornecedores entreguem produtos a menor preço e maior fulfillment

Crescimento Sustentável

Requerimentos Legais

- Impacto contínuo de transparência e compliance
 - Normas Bovespa
 - Impacto ambiental

Foco em Flexibilidade / Inovação

Fatores Críticos de Sucesso



Gerar Valor para os Acionistas

Capitalizar a posição de liderança para aproveitar o potencial de crescimento do varejo

- Fornecer produtos com baixo custo e alta qualidade
- Oferecer serviços diferenciados de assistência técnica e suporte pós-venda
- Fortalecer o relacionamento com as redes varejistas
- Aumentar a capilaridade através da venda em novas localidades (estratégia de verticalização – maior proximidade aos mercados ex. Manaus)
- Aumentar a participação no crescente mercado de notebooks

Aumentar a participação no setor corporativo

- Aumentar a participação num mercado que representou em 2005 mais de 50% do mercado total de PCs, e no qual a participação do Positivo foi de 0,3%
- Ampliar a força de vendas e a oferta de novos produtos, beneficiando-se da reputação e posição de liderança do Positivo no fornecimento às empresas Estatais e ao Mercado de Varejo

Consolidar a posição de vanguarda no lançamento de novos negócios

- Lançar produtos inovadores e de fácil utilização (exemplo: “PCTV”, “GamePC” e “PhonePC”)
- Manter a liderança no fornecimento de computadores às diferentes esferas do Governo Brasileiro através da agilidade na adaptação de produtos e no fornecimento de soluções integradas

Aproveitar oportunidades adicionais de crescimento do negócio

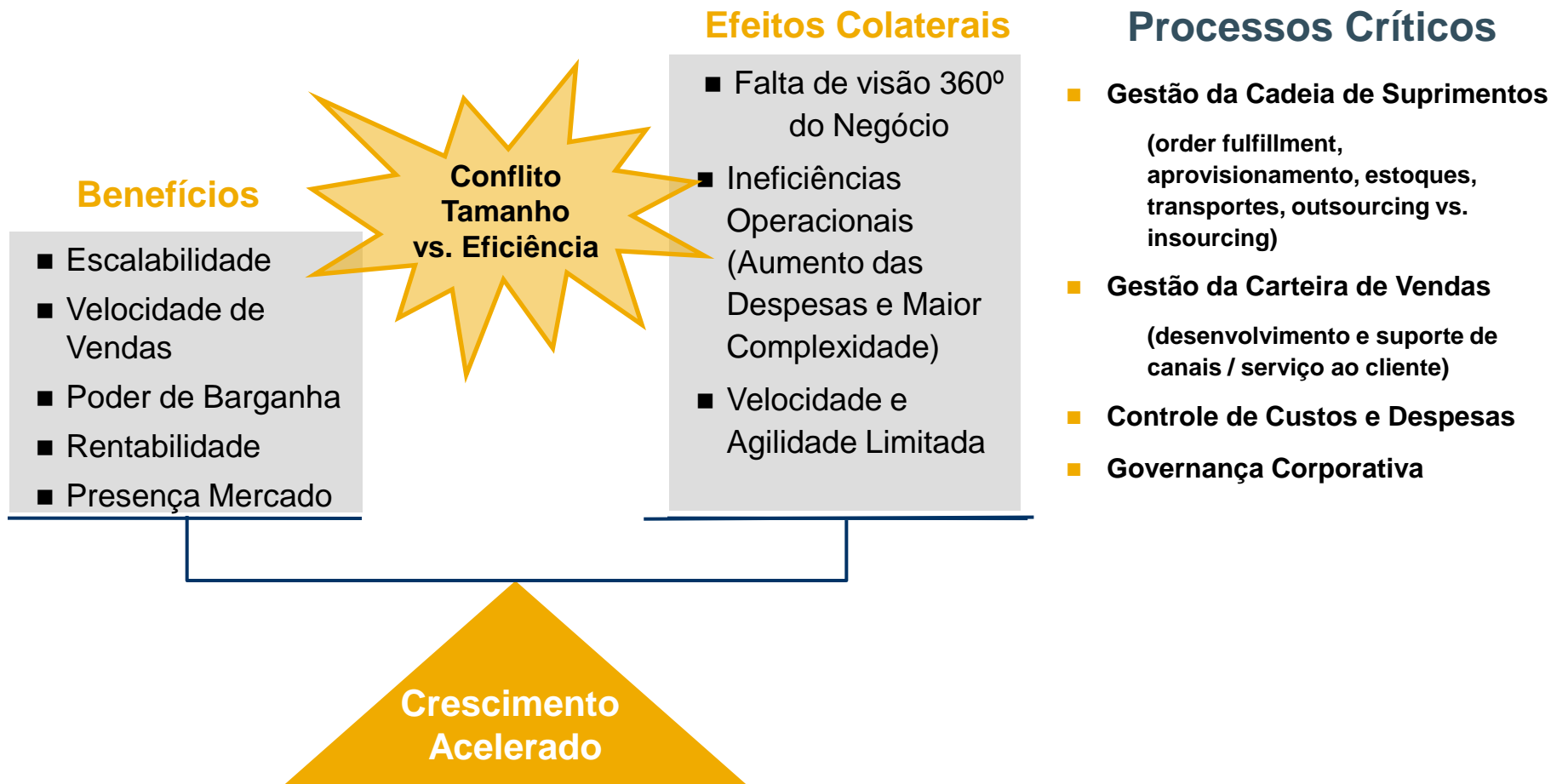
- Fornecer soluções inovadoras de tecnologia educacional, com portais e softwares adaptados às diferentes realidades dos mais de 50 milhões de alunos do sistema educacional brasileiro
- Atender ao segmento universitário com o portal educacional
- Aumentar as exportações de soluções inovadoras, como o EBlocks

Focar em eficiência operacional e controle de custos

- Aproveitar o crescimento do mercado e os consequentes ganhos de escala, aumentando a eficiência na produção e aprimorando o sistema logístico
- Estudar oportunidades de verticalizar determinados processos da cadeia de valor ou de instalar unidades fabris em locais que ofereçam vantagens logísticas e fiscais

Manter uma sólida posição financeira

- Manter a flexibilidade financeira para viabilizar as oportunidades de crescimento atraentes que surgirem e reduzir a susceptibilidade às eventuais oscilações no mercado
- Fazer o hedge cambial de quase a totalidade das obrigações em moeda estrangeira



Maior complexidade organizacional, falta de informação do negócio e menor velocidade e agilidade emergem como efeitos colaterais do crescimento

Alinhamento de TI a Estratégia Corporativa

Principais drivers de negócio que justificaram o ERP como ferramenta de suporte

- Ganhar Escala
- Aumentar a Eficiência Operacional
- Diferenciação/ Poder de Precificação

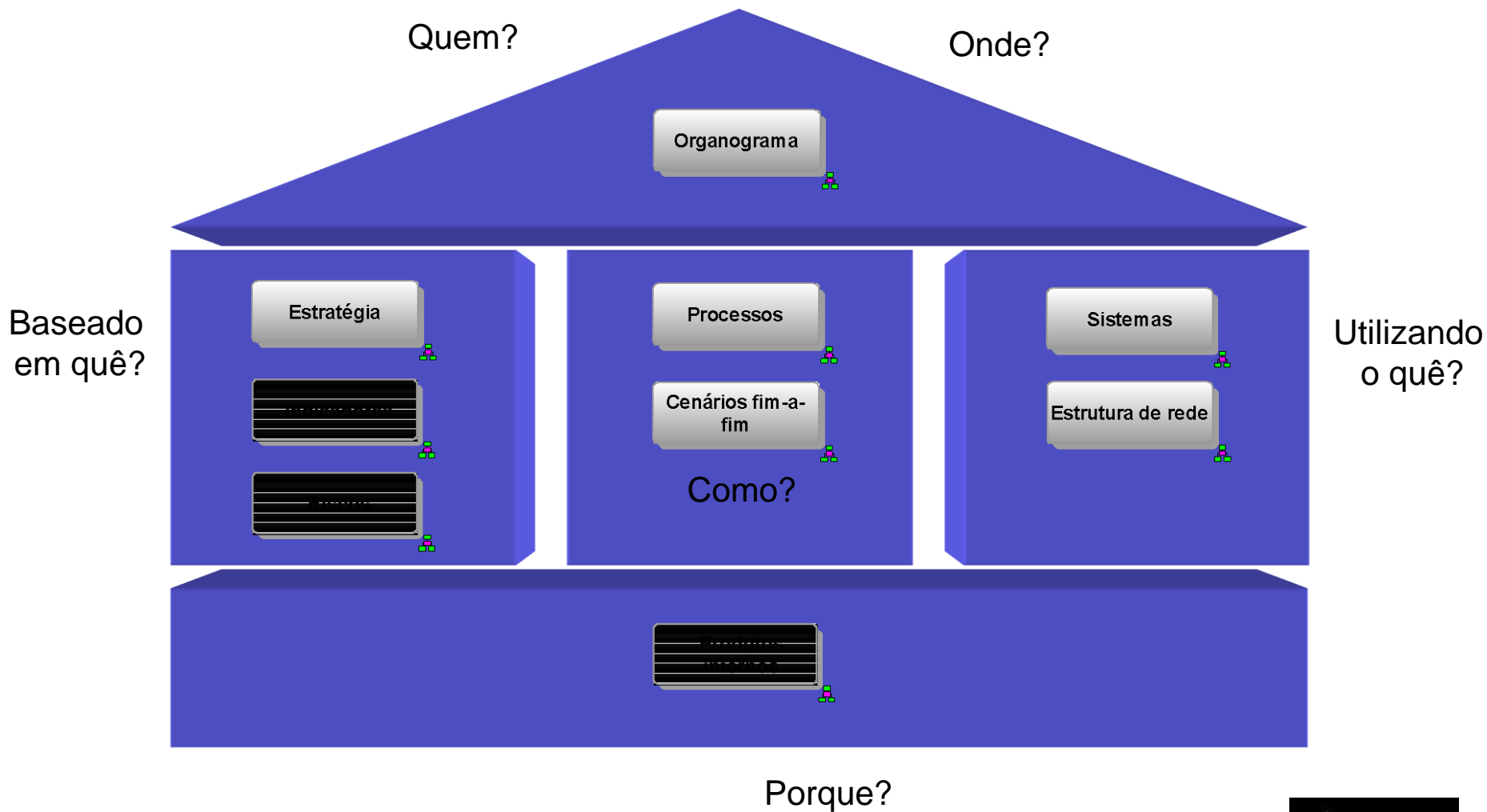
Missão de TI no projeto:

Buscar a excelência na integração dos processos de negócio com aderência à solução, visando eficiência e agilidade operacional, eliminando controles paralelos e provendo integridade de informações.

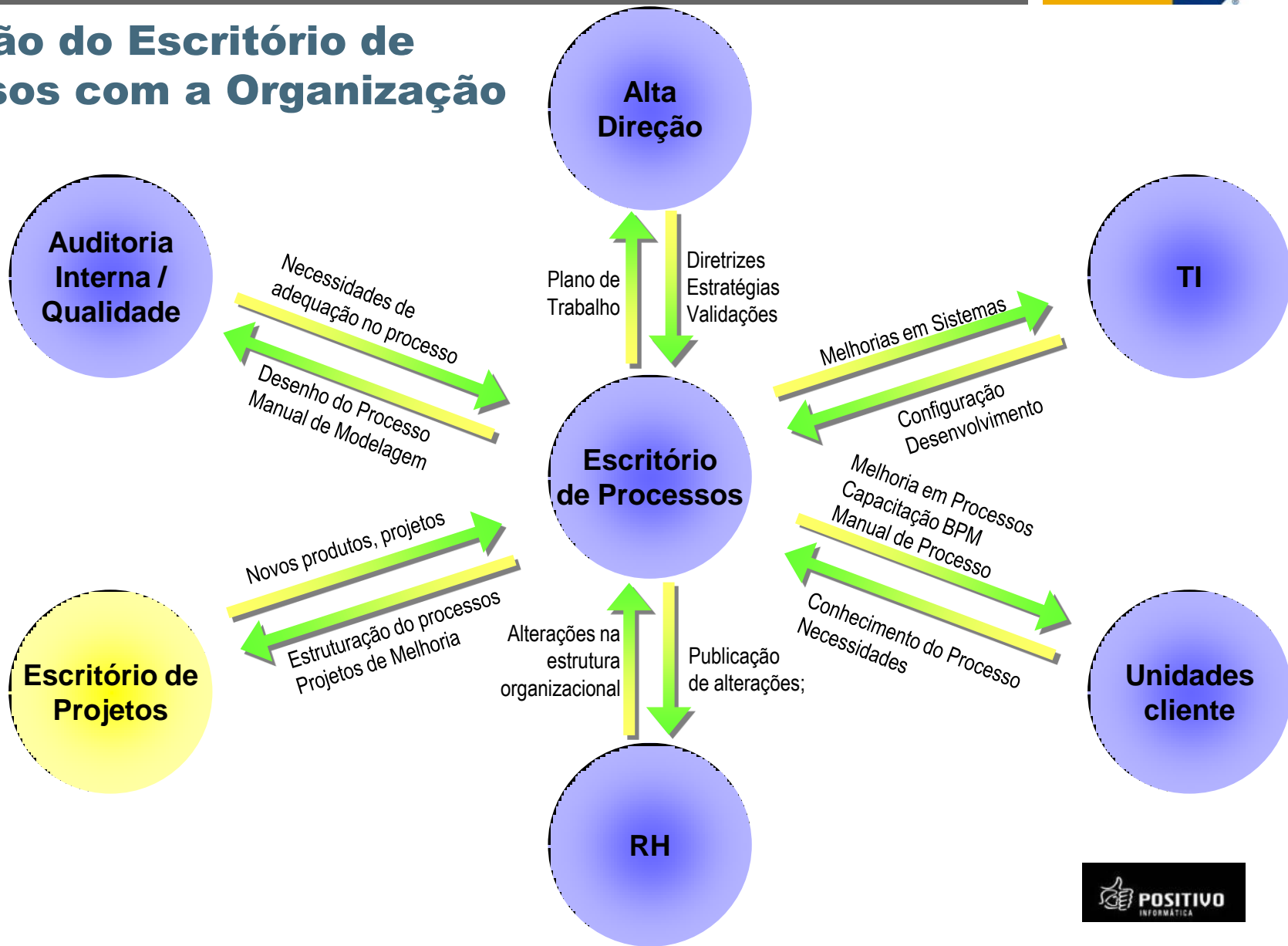
Agenda

1. Sumário Executivo
2. Positivo Informática - Descritivo do Negócio
3. A Estratégia Corporativa, a Estratégia e os Desafios de TI
4. **Modelagem de Processos na Positivo Informática**
 - 4.1. Abordagem de Execução
 - 4.2. Metodologia da Implementação
 - 4.3. Estratégia e Etapas
5. Benefícios Esperados

Framework Processos



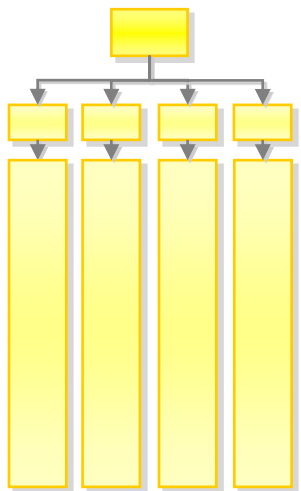
Interação do Escritório de Processos com a Organização



Tipos de estruturas organizacionais

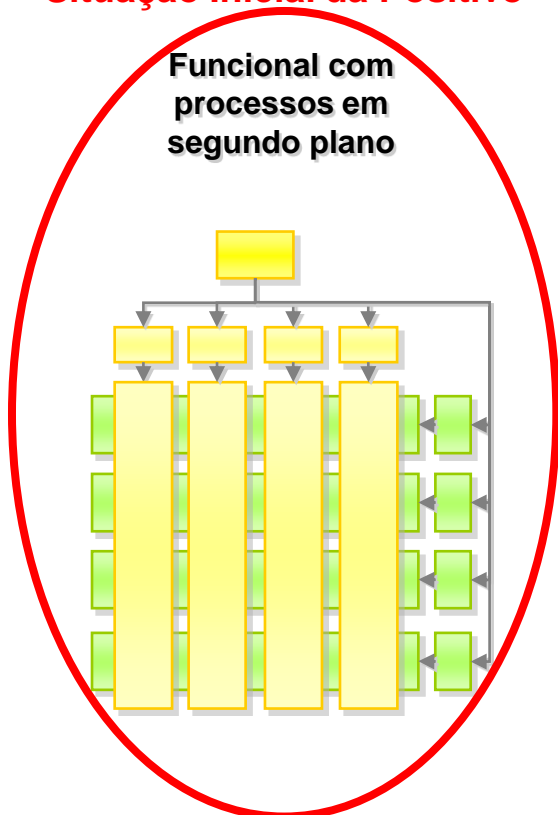
Situação Inicial da Positivo

Vertical funcional

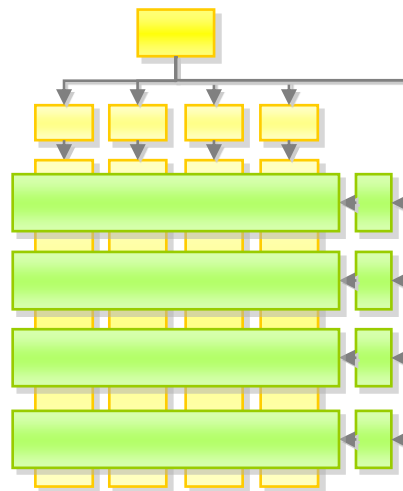


Gestão funcional tradicional

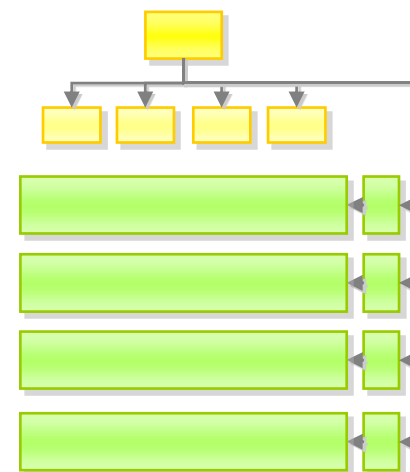
Funcional com processos em segundo plano



Funcional com processos em primeiro plano



Processos horizontais



Gestão orientada por processo

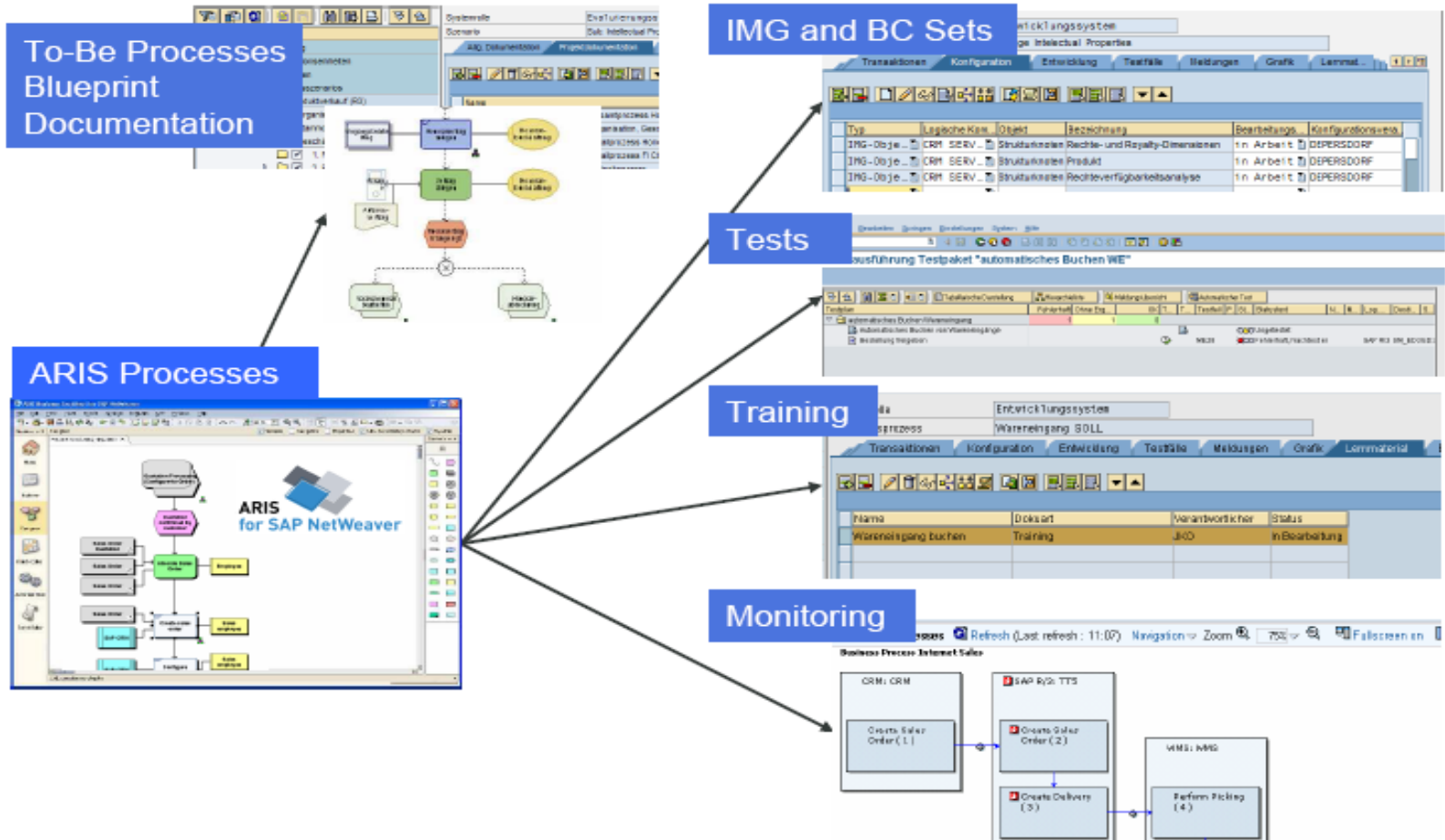


Como evoluir de uma gestão funcional para uma orientada por processos?

Agenda

1. Sumário Executivo
2. Positivo Informática - Descritivo do Negócio
3. A Estratégia Corporativa, a Estratégia e os Desafios de TI
4. **Modelagem de Processos na Positivo Informática**
 - 4.1. **Estratégia e Etapas**
 - 4.2 .Abordagem de Realização
 - 4.3. Metodologia da Implementação
5. Benefícios Esperados

ARIS Support in SAP Implementation Project

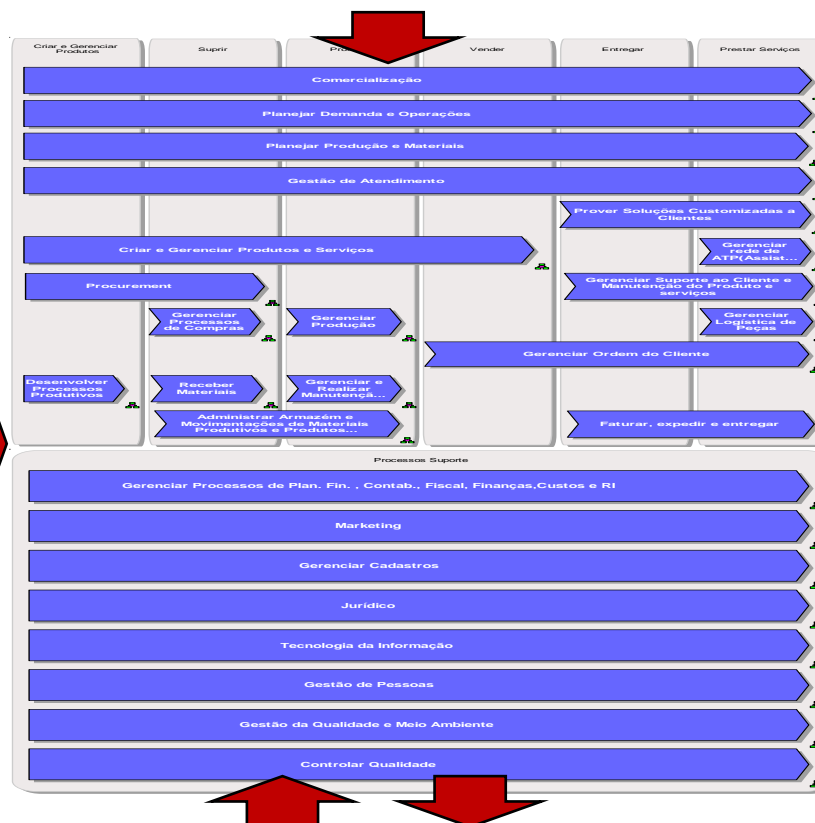


Agenda

1. Sumário Executivo
2. Positivo Informática - Descritivo do Negócio
3. A Estratégia Corporativa, a Estratégia e os Desafios de TI
4. **Modelagem de Processos na Positivo Informática**
 - 4.1. Estratégia e Etapas
 - 4.2 .Abordagem de Execução**
 - 4.3. Metodologia da Implementação
5. Benefícios Esperados



Requisitos de Negócio



Cadeia de SCM

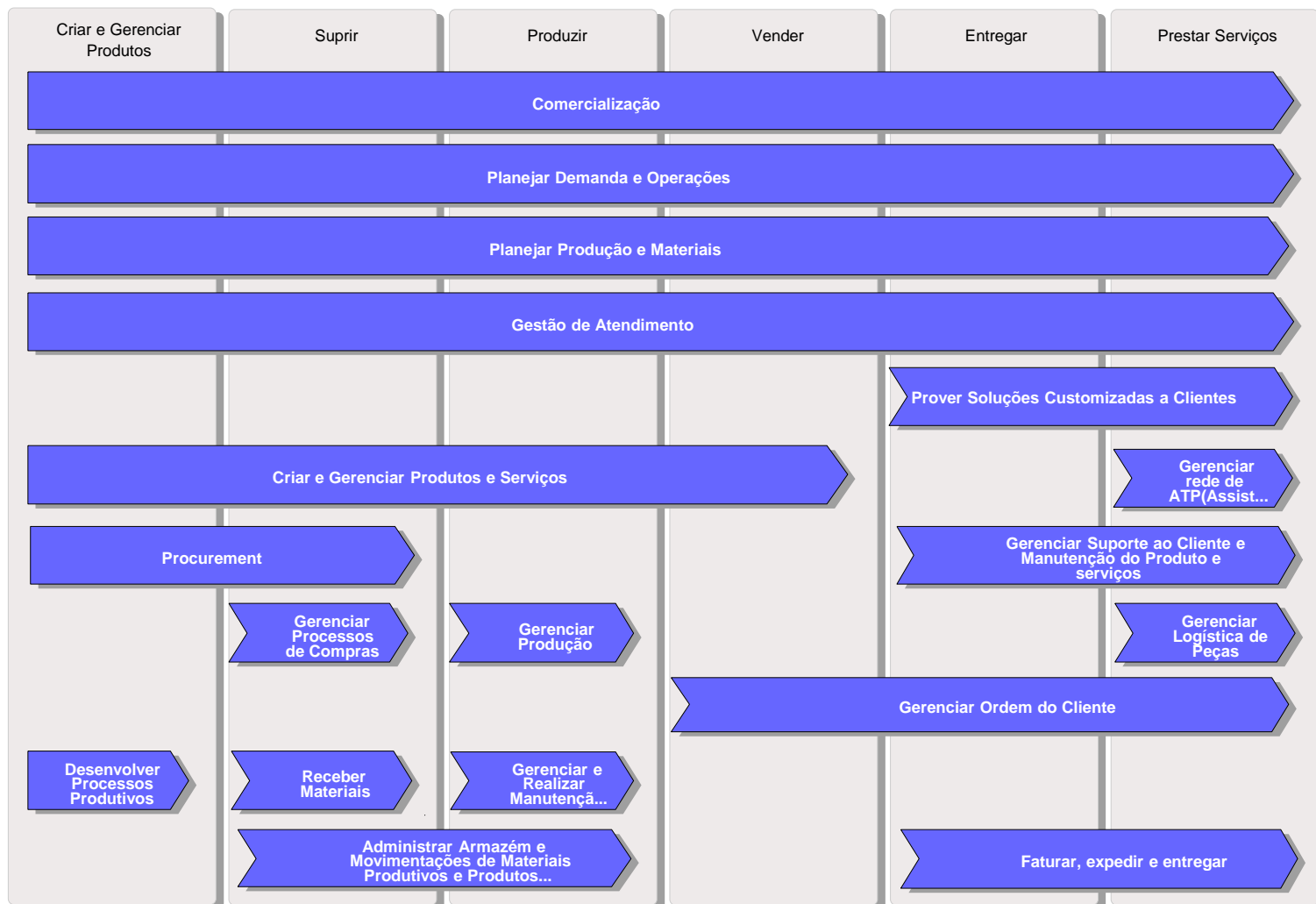
Modelagem de Processos



ERP



Cadeia de Valor da Positivo Informática



Gerar Valor para os Acionistas

Modelagem de Processos de Negócio



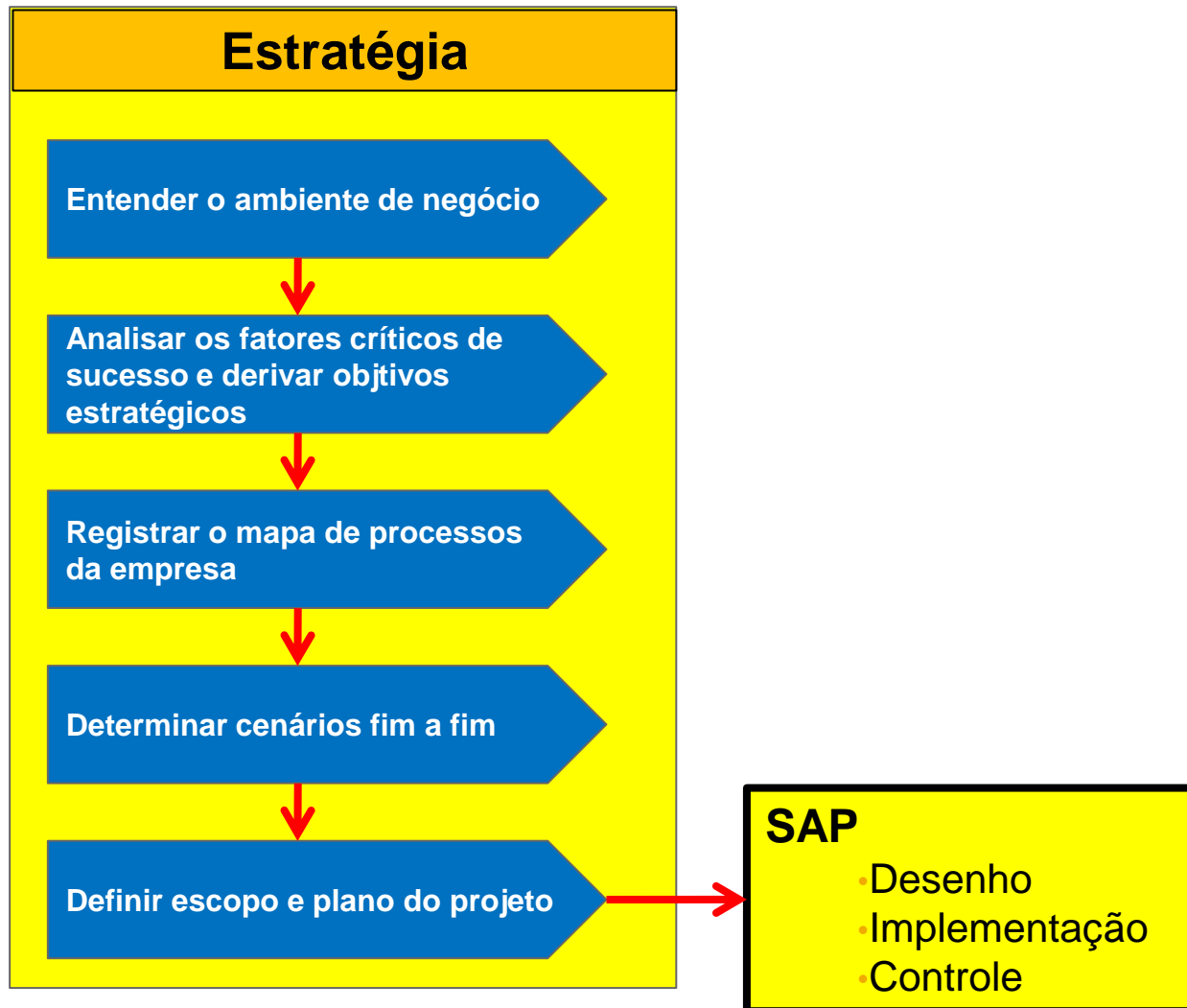
	Planejados Onda 1	REALIZADO						
		Estoque 1 03/10	Estoque 2 06/10	Estoque 3 20/10	Estoque 4 03/11	Estoque 5 17/11	Estoque 6 em 21/11	Estoque 7 01/12
SCM	97	29	35	65	84	97	108	108
Vendas	40	16	17	26	36	40	63	65
Compras	29	19	20	20	24	29	29	31
Finanças + Controladoria	75	25	26	31	55	75	99	101
Pós-Venda	62	51	57	58	62	62	70	70
Desenv. Produtos	27	9	9	11	21	27	27	27
Total de Processos	330	149	164	211	282	330	396	402

- 437 Processos Identificados
- 402 Mapeados até 01/12/08
- 282 Processos AS IS formando a base para TO BE
- 228 Processos TO BE
- 222 Processos TO BE envolvendo o ERP

Agenda

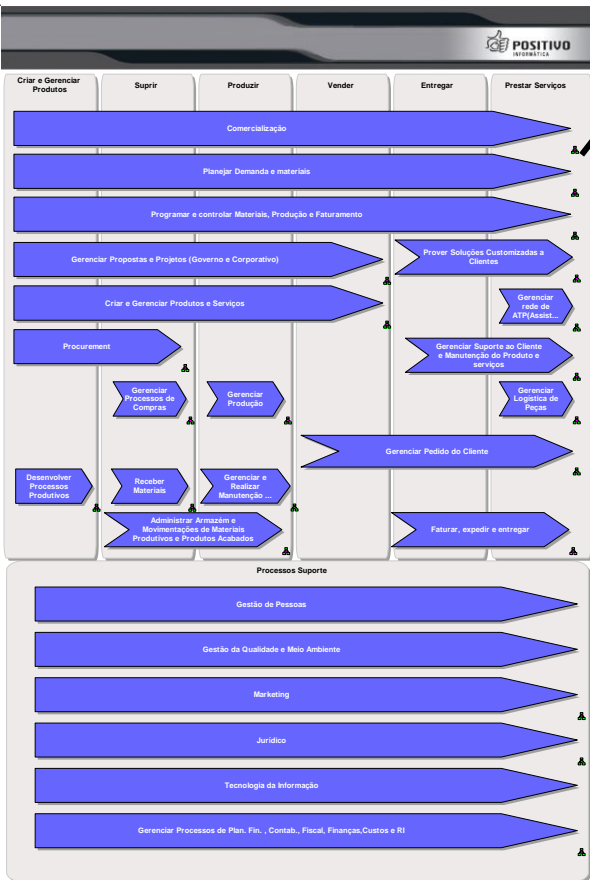
1. Sumário Executivo
2. Positivo Informática - Descritivo do Negócio
3. A Estratégia Corporativa, a Estratégia e os Desafios de TI
4. **Modelagem de Processos na Positivo Informática**
 - 4.1. Estratégia e Etapas
 - 4.2 .Abordagem de Execução
 - 4.3. Metodologia de Execução**
5. Benefícios Esperados

Modelagem de Processos de Negócio e o ERP

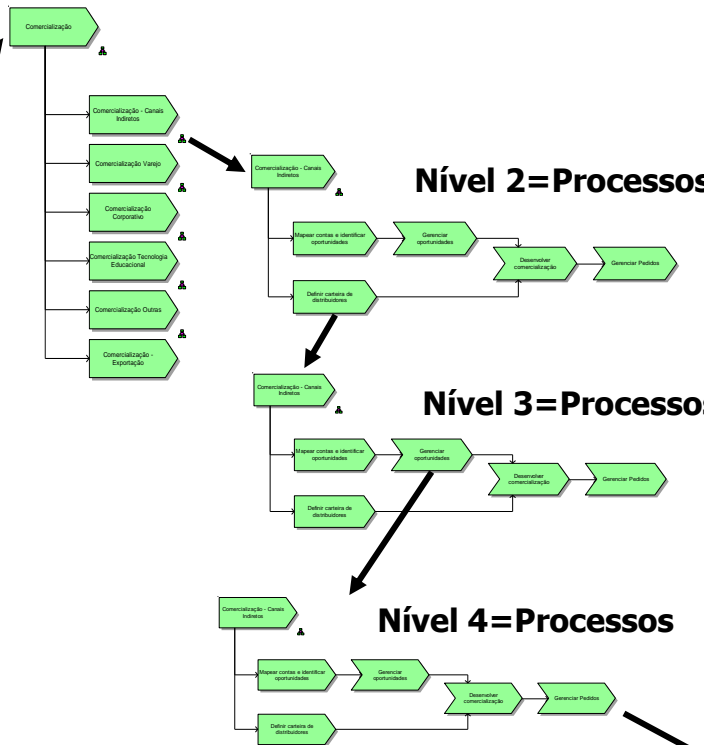


Mapeamento de Processos As IS

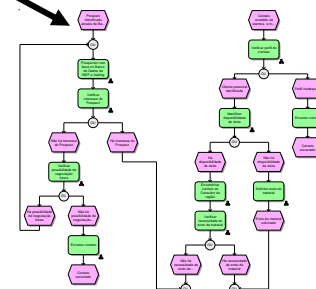
Nível 0=Macro Processos



Nível 1=Processos



Nível 5=Atividades



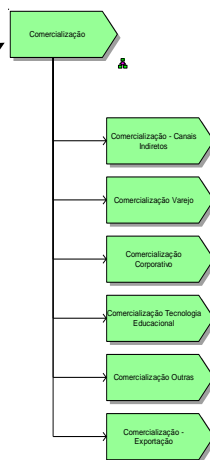
- **N Níveis de Processos**
- **~ 437 Processos**
- **~ 15 Processos até Nível 6**
- **~ 26 Processos até Nível 5**

Preparação dos Processos TO BE no ARIS

Nível 0 = Macro Processos

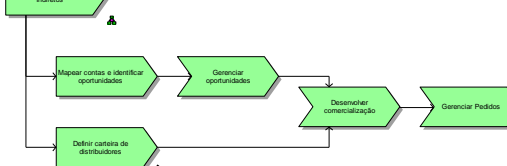


Nível 1 = Cenários

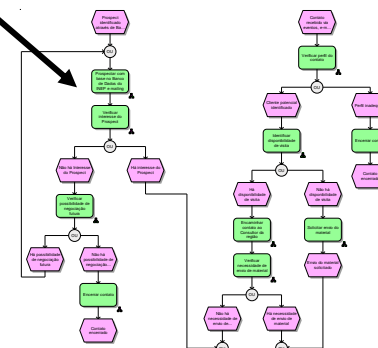


• **3 Níveis**

Nível 2 = Processos

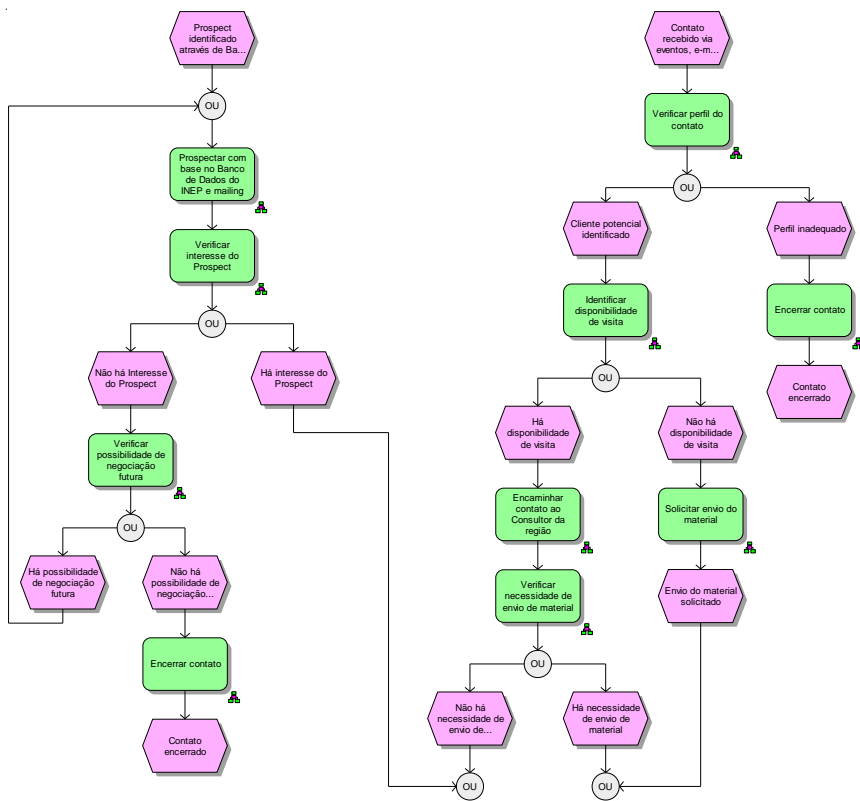


Nível 3 = Atividades



Detalhamento dos processos

228 Processos detalhados

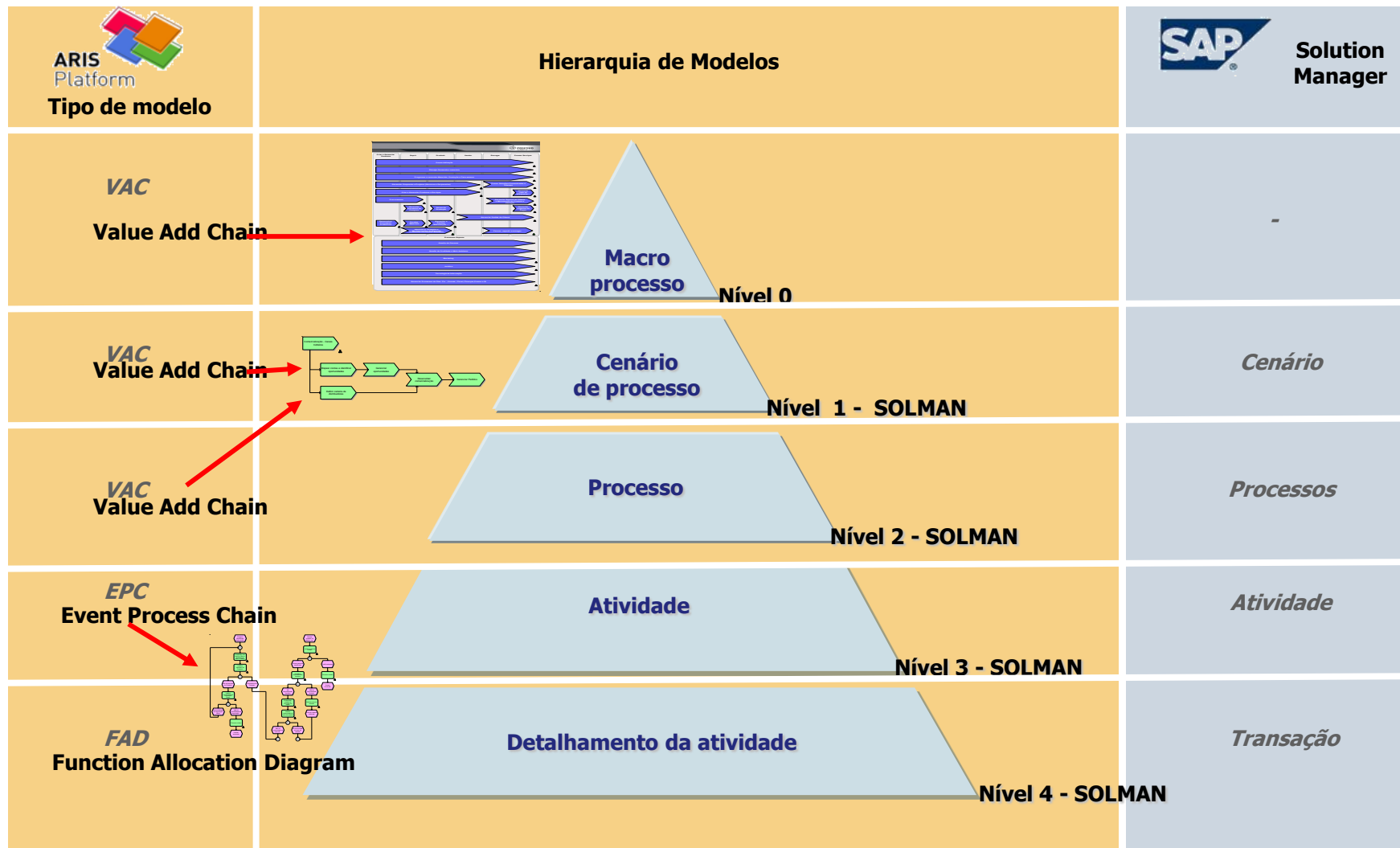


- Padronização da linguagem comum de negócios e Identificação da integração entre as áreas através do conhecimento de seus processos.

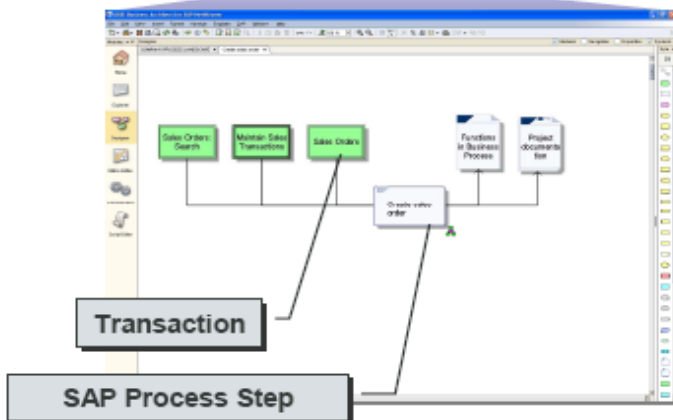
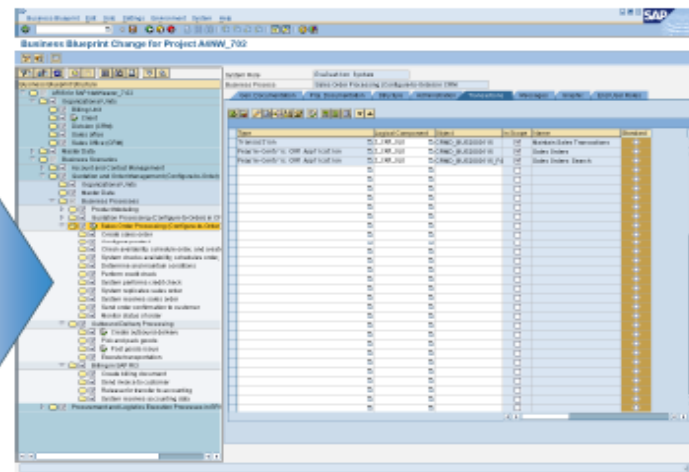
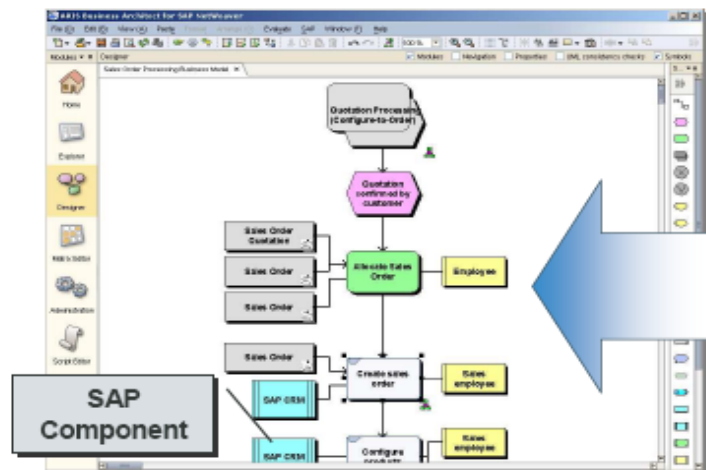
Esforço:

- ~350 reuniões com as áreas
- ~5919 horas de consultores

Relação do modelo ARIS com Solution Manager



Sincronização ARIS <=> SAP Solution Manager



Objetos que podem ser sincronizados em ambos os sentidos:

- ▶ Cenários
- ▶ Processos
- ▶ Process Steps
- ▶ Transações

Benefícios

- Criação de uma ponte entre o negócio e TI
- Introdução e sustentação de cultura de processos
- Maior garantia de alinhamento e integração entre os requerimentos, o blueprint e a solução implementada, através dos processos.
- Menos issues e conflitos durante a implementação, por facilitar a prototipação de desenhos dos processos.
- Customização acelerada e orientada aos processos.
- Testes melhor orientados aos processos de negócio e mais efetivos.
- Treinamentos de usuários mais efetivos resultando em maior competência nos processos de negócio



SAP FORUM 2010

CLAREZA PARA UM NOVO BRASIL

Thank you!

THE BEST-RUN BUSINESSES RUN SAP™

