Os sistemas de informação estão ajudando os carros

da Kia a permanecer na pista. A fabricante automobilística Kia Motors se lançou no mercado norte-americano prometendo veículos de alta qualidade a preços bem abaixo da concorrência. Em 1995, a Kia vendeu 12 mil carros e, em 2004, esse número havia subido para 270 mil. Sob o ponto de vista de marketing e vendas, a Kia era um sucesso fenomenal. Mas até 2002 ela estava entre os últimos colocados na pesquisa anual de qualidade inicial que a J. D. Power and Associates realiza entre proprietários de veículos novos. Em 1997, enquanto o carro norte-americano médio apresentava 1,1 defeito por veículo, os da Kia apresentavam 2,75. Em 2002, esse índice havia melhorado para 2,12 defeitos por veículo, mas a média da indústria era 1,33. A Kia tinha um longo caminho a percorrer, e isso estava afetando sua habilidade de vender carros, reter clientes e manter custos operacionais baixos.

Assim como todos os fabricantes de veículos vendidos na América do Norte, até 1º de dezembro de 2003 a Kia precisava criar um sistema para comunicar à U.S. National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA) qualquer defeito, acidente ou danos envolvendo seus veículos. Isso representou um grande desafio para a empresa. Afinal, as informações que a Kia devia transmitir estavam armazenadas em pelo menos sete sistemas diferentes mantidos pelos departamentos de assuntos jurídicos, clientes, peças e garantia.

Essa fragmentação de informações em diferentes sistemas não permitia que a Kia tivesse uma idéia completa dos defeitos. Vendas de peças são o primeiro indicador de um defeito; pedidos de garantia, o segundo; e queixas de clientes, o terceiro. Contudo, o simples exame das vendas de peças não leva a nenhuma conclusão. Um súbito aumento nos pedidos de pastilhas de freios por parte dos revendedores pode indicar um problema com uma pastilha específica. Examinando os pedidos de garantia, a Kia pode descobrir que as pastilhas de freio só estão sendo pedidas para os modelos de tração nas quatro rodas de um de seus modelos. Essa informação adicional pode mostrar que o problema está, na verdade, no excesso de vibração causado pelo design do veículo, e não nas pastilhas de freio em si.

A Kia poderia ter criado uma série de programas de software emergenciais para extrair as informações requeridas desses vários sistemas computacionais e, depois, organizá-las manualmente. Mas isso levaria muito tempo e não traria outros benefícios para a empresa.

A administração da Kia decidiu, então, criar um sistema de alerta precoce de defeitos, capaz de identificar problemas potenciais — como peças de freio defeituosas —, combinando pedidos de garantia, encomendas de peças, relatórios de campo e reclamações de clientes.

Para ajudá-la a projetar a nova solução de sistema, a Kia convocou a Infogain, uma empresa de consultoria em software de Los Gatos, Califórnia. A Infogain criou um software 'motor' que vasculha seis sistemas da Kia em busca de arquivos mestres de pedidos de garantia, vendas de peças, número de identificação de veículos, além de estoques de veículos, e armazena as informações essenciais em um único repositório de dados comum. O sistema automaticamente separa e categoriza relatórios com base em componentes individuais, tais como sistemas de direção ou faróis, e interage com o sistema de gerenciamento do relacionamento com o cliente da Kia, fabricado pela Clarify, rastreando as queixas de clientes recebidas por telefone, e-mail ou correio.

Com os dados armazenados em um único lugar, a Kia pode usar o software Crystal Analysis para analisá-los, ressaltando, em um painel de alerta luminoso, eventos como picos nos pedidos de garantia relacionados a um modelo de veículo particular, aumentos incomuns em encomendas de peças ou número elevado de acidentes resultando em danos graves ou morte. Os gerentes podem analisar os dados por meio de relatórios diários, semanais ou mensais, e por modelo específico, por ano de fabricação de um modelo ou, ainda, por componente. Eles também podem detalhar os dados para ver quantas queixas ou pedidos de garantia estão associados a um item específico, como o sistema de direção.

As informações advindas desse sistema estão ajudando a Kia a determinar a porcentagem de seus veículos sujeitos a apresentar problemas. Agora, a empresa é capaz de determinar a estratégia com a melhor relação custo-benefício para lidar com defeitos. Por exemplo, se a bateria apresenta defeitos sob calor intenso, a Kia deve fazer um *recall* de todas as baterias ou apenas daquelas vendidas nos estados meridionais dos Estados Unidos? Em *rankings* de qualidade lançados em 18 de maio de 2005, a J. D. Power relatou que a Kia apresentava 1,4 problema por veículo, ficando em segundo lugar na categoria de carros compactos, atrás do Toyota Prius. ■