**Abertura:**

Boa noite banca, boa noite a todos aqui presentes. Este projeto de pesquisa foi realizado pelas acadêmicas Aline Mara de Souza e Hellen de Souza Castro, que é Gerenciamento de Relacionamento com o Cliente, sob orientação da Mestre Crishna Irion.

**Introdução:**

Com o processo de globalização e o crescimento das tecnologias, as empresas buscam estratégias para se manter a frente, visando o sucesso competitivo. As empresas estão investindo cada vez mais em sistemas de informação, para apoiar nas tomadas de decisões. Os sistemas de informações possui vários níveis, no qual auxilia nas diversas áreas das organizações. Os sistemas de informações gerenciais, tratado como SIG, dão suporte a nível gerencial, auxiliando no monitoramento de processos, tomadas de decisões e nas atividades administrativas. O SIG pode proporcionar redução de custos nas operações, melhoria ao acesso as informações, propiciando relatórios mais rápidos e precisos.

*Outros Sistemas de Informação:*

**SAD** - Sistema de Apoio a Decisão - atende também em nível de gerencia, auxiliando nas tomadas de decisões não usuais com rapidez e antecedência.

**SAEs** - Sistema de Apoio ao Executivo - atende a nível gerencial, os gerentes seniores que tem pouco ou nenhuma experiência com computadores, servem para tomadas de decisões não rotineiras que exigem bom senso, avaliação e percepção.

À medida que o gerenciamento na empresa foi se tornando fundamental para as tomadas de decisões, percebeu-se a grande importância de gerenciar o relacionamento com o cliente. O relacionamento com o cliente nada mais é do que estreitar o vinculo entre clientes e empresa. O conhecimento das suas necessidades e desejos são importantes para as empresas terem um diferencial competitivo e o crescimento de suas vendas.

Surgiu então o conceito de Gerenciamento de Relacionamento com o Cliente, que vem do inglês *Customer Relationship Management*, ou simplesmente, CRM. No qual as tomadas de decisões são com base nos clientes. A estratégia de CRM visa conquistar a fidelização e satisfação de seus clientes, diante da grande concorrência no mercado. Gerando maior lucratividade e a vantagem competitiva. Tendo como auxilio a tecnologia como forma de automatizar os diversos processos de negócio.

A implantação do CRM não é algo fácil, deve estar disposto a mudar a visão de um todo para o cliente. Mas estando disposto a mudar, havendo o planejamento necessário e conhecer o uso do CRM, são grandes as chances de sucesso na implantação.

*CRM Analítico x Operacional:*

Analítico: trata de operações voltadas ao cliente, como ferramenta para automação de vendas.

Operacional: analisam os dados coletados dos clientes a fim de gerenciar o melhor desempenho da empresa.

Um trabalho na área é o de Resende (2008), no qual cita que CRM’s bem projetados oferecem visão única dos clientes e melhora tanto nas vendas quanto nos atendimentos.

**ALINE**

As empresas estão cada vez mais procurando informatizar seus processos, existem softwares chamados livres que são de baixo custo ou até mesmo gratuitos, o software livre é um software que trás o termo livre, porém nem todo software livre é gratuito, o termo free é no quesito liberdade que a Free Software Foudation criou, estes softwares devem seguir as 4 liberdades que são a liberdade de executar o programa a qualquer propósito, de estudar o funcionamento e adapta lo, também distribui lo de forma que ajude o próximo e a liberdade de melhorar e distribuir os aperfeiçoamentos.

Apartir destas liberdades são geradas as licenças de uso do sistema, a mais utilizada é a General Public License, que é a licença que segue o ideal copyleft que é baseada em que qualquer alteração deve ser distribuída.

Tem também a licença Affero General Public License, que se enquadra melhor nos softwares webs, pois seu objetivo é que qualquer alteração do código deve ser divulgada para que todos tenham acesso na rede.

E também temos a GNU Lesser General Public License que é uma licença no qual é organizado por bibliotecas e estas podem usadas em outros softwares.

Nem todo software que é Open Source é considerado software livre, pois o Open Source fundado pela Open Source Initiative, tem com objetivo que os softwares sejam de código aberto porém a podem ter restrições quanto a distribuição do código e alterações.

Após ser analisada que não existe na empresa um sistema de gerenciamento com o cliente e também por não ter recursos para implantação de softwares privados, foi proposto a implantação de um CRM livre.

**Objetivo Geral:**

Para a realização do projeto de pesquisa temos como objetivo geral: Compreender o funcionamento de um *software* livre de CRM e implantá-lo em uma empresa.

**Objetivos Específicos:**

Para que seja alcançado o objetivo geral, temos 2 objetivos específicos:

Pesquisar um CRM de software livre que Atenda as necessidades da empresa. E finalmente implantar o software escolhido, e analisar as vantagens após a implantação.

**Justificativa:**

Empresa: diante do mercado tão competitivo com o auxilio das tecnologias, notou-se a necessidade de se destacar entre as demais empresas. O SIG juntamente com o CRM vem auxiliar nas estratégias de negócios voltadas aos clientes, atendendo suas necessidades e desejos, pois um cliente satisfeito é melhor do que qualquer propaganda.

**ALINE**

A relevância acadêmica é por termos priorizado o software a ser implantado teria que permitir acesso ao código fonte para que possamos conhecer a lógica de outras pessoas e também, que estes softwares livre podem distribuídos a todos não criando barreiras para novos aprendizados.

Pelo dos softwares livres ter a característica de baixo custo ou nenhum custo, torna mais acessível aos pessoas estarem em contato com vários tipos de ferramentas e as empresas podem estar reduzindo custos e adquirindo maior de seus processos, como por o relacionamento com o cliente.

**Quadro Teórico:**

A realização deste projeto de pesquisa com a utilização de estratégias do SIG nos auxiliará no entendimento dos processos das empresas, onde são coletadas e armazenadas dados de pessoas, equipamentos, procedimentos e documentos das várias áreas da empresa a nível gerencial. A implantação de um *software* de CRM nos propiciará a entender o relacionamento entre cliente e empresa, conhecer na prática as etapas de implantação de um *software* e acompanhar a dificuldade dos usuários na sua utilização.

Hipergate: É um *software* de CRM Livre, sua licença é baseada na GNU AGPL. Desenvolvido na plataforma Java EE. Disponível para Windows, Linux e Mac. Usa banco de dados para acesso a dados SQL como: Oracle, PostgreSQL, Microsoft Server SQL. Pode ser utilizado em pequenas ou grandes empresas.

Funcionalidades Hipergate: Source Forge.

Automação de vendas, atendimento ao cliente, intranet, email marketing, agenda entre outras funcionalidades relacionada à empresa cliente.

JSP é a abreviação de Java Server Pages, que em português seria algo como Páginas de Servidor Java.

Inicialmente tínhamos a ideal de escolher um software no qual pudéssemos acessar o código fonte e pudéssemos modelar eles conforme as necessidades do cliente, portanto vimos que o software livre é mais flexível, possui baixo custo, proporciona maior consistência do código e segurança pelo fato de várias pessoas estarem dia a dia verificando o código, e distribuição não ser tão rigorosa quanto softwares open source.

Portanto escolhemos dois softwares livres que serão implantados na empresa conforme a sua aprovação.

Sugar

O Sugar CRM é um software livre no qual sua licença é a Affero General Public License, em que qualquer alteração do SugarCRM deve ser disponibilizada na rede, é um software desenvolvido em PHP, utiliza o banco de dados mySQL Server e pode ser executado em sistemas operacionais Windows e Linux. Este software disponibiliza apoio a rotinas comerciais, campanhas de marketing, calendário partilhado, controle de atividades e tarefas, possui gestão de projeto, gestão de ocorrências.

**Metodologia:**

**Tipo de pesquisa:** Pesquisa é a maneira de se obter, de forma simples, respostas para indagações propostas, aliando a conhecimentos já existentes. Nosso projeto é do tipo de pesquisa aplicada, que segundo Cooper e Schindler (2003) pesquisa é conduzida a revelar respostas de questões específicas. Utilizaremos nossos conhecimentos nas teorias de SIG, CRM, *Software* Livre e aplicaremos num projeto real, no qual iremos descobrir seus resultados.

**Contexto:** A empresa onde realizaremos o projeto de pesquisa foi notada a falta de um *software* para o gerenciamento dos clientes, por isso a utilização de um CRM e por estar evitando custos o *software* livre atenderia suas necessidades, com baixo ou nenhum custo. A empresa é do setor alimentício, produtora de geleias orgânicas, com sua produção artesanal, de pequeno porte conta com aproximadamente dez funcionários, localizada em uma fazenda no sul de Minas Gerais e uma filial na cidade de São Paulo, possui a marca própria e é distribuidora para duas grandes linhas de orgânicos.

Participantes: Este projeto será realizado pelas acadêmicas Hellen de Souza Castro e Aline de Souza no qual realizaremos os procedimentos juntas sob orientação da Mestre Crishna Irion.

Instrumentos: Os instrumentos para a realização desta pesquisa será por meio de reuniões com a orientadora, entre as acadêmicas e também com a responsável pela empresa, por meio de email’s, programa de mensagens instantâneas e presencial.

Procedimentos:

Levantar os pré-requisitos da empresa;

Selecionar o software de CRM livre;

Estudar e testar o software escolhido;

Apresentar o software ao responsável da empresa;

Ajustar o software de acordo com as necessidades da empresa;

Verificar os equipamentos para implantação;

Implantar o software;

Treinar e acompanhar os usuários do software;

Analisar o software após implantação para recolhimento de dados;

**Cronograma:** O cronograma mostra como serão realizadas as etapas do projeto e seu tempo de duração. Tem como inicio a banca de qualificação do projeto, em seguida o desenvolvimento do projeto, a pré - banca, posteriormente serão revisadas e feitas as correções sugeridas pela banca para a apresentação final, banca final e os acertos finais para a entrega da capa dura.