



Sistemas de Informação Gerencial

Aula 5

Prof. Luciano Frontino
de Medeiros

Organização da Aula

Aula 5

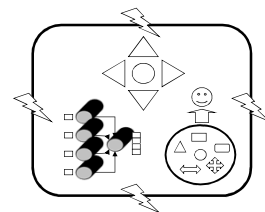
- Sistemas Integrados de Gestão (ERP, CRM e SCM)
- Sistemas de conhecimento
- *E-Commerce*

Sistemas de Informação Gerencial

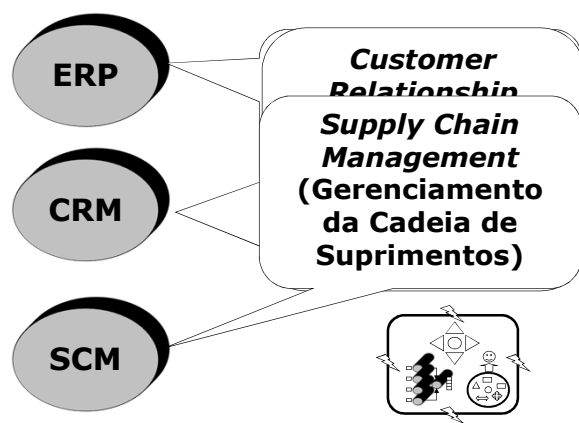
- Sistemas Integrados de Gestão
- ERP, SCM e CRM

Sistemas Integrados

- Apresentam um enorme potencial para agregar valor, integrando a arquitetura de *e-business*



- A integração de aplicações empresariais repercute em vantagem competitiva para a organização





ERP

Ferramenta que possibilitou a integração de sistemas e a reengenharia de processos de negócios

Utiliza uma única base de dados

Elimina as barreiras entre as áreas da empresa e a gestão orientada por processos

Antes do ERP

As primeiras aplicações comerciais tinham objetivos específicos

Foram desenvolvidas para resolver problemas pontuais das diversas áreas da empresa

Não havia a preocupação com a integração dos processos e dados

MRP

Material Requirement Planning
(Planejamento de Requisitos de Material)

Tinha uma finalidade de atender o setor de produção industrial

Voltado ao cálculo de necessidades de matéria-prima e componentes

MRP II

Evolução do MRP

Envolvia também as informações sobre os processos de produção

Planejamento da Produção
Plano Mestre de Produção
Necessidade de Materiais
Capacidade de Produção

MRP e MRP II

Representaram um grande passo em termos de sistematização da produção e integração de informações

Vendas

ERP

Contabilidade

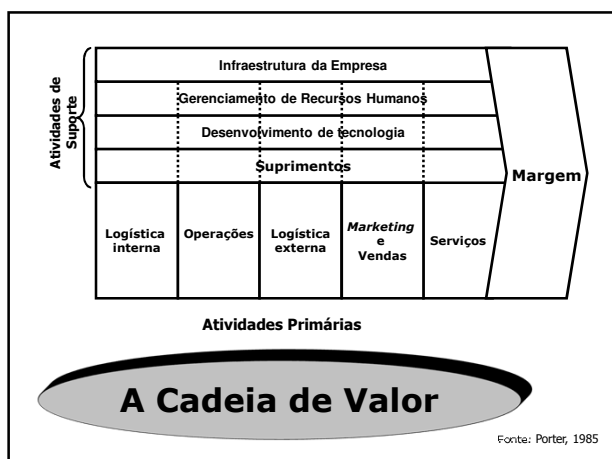
Finanças

Definição de ERP

É uma tecnologia de suporte

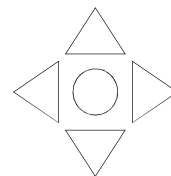
Formam o núcleo responsável pelo processamento interno de transações

Conjunto de Módulos Integrados de Software



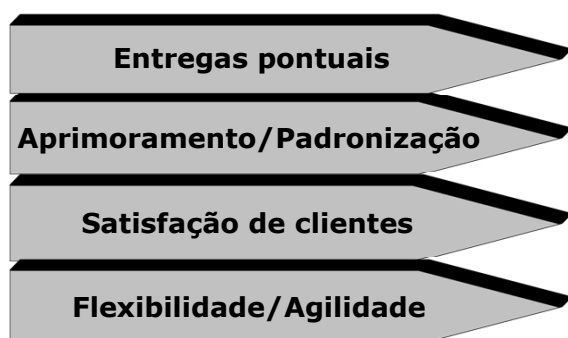
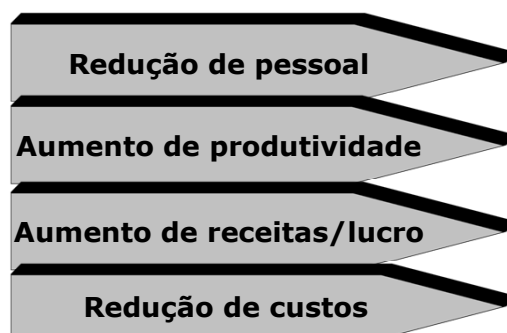
Características

- Pacotes comerciais de *software*
- Incorporam modelos de negócios com base nas melhores práticas
- Sistemas integrados (BD único)
- Uso em tempo real



- Compostos por módulos, grande abrangência funcional
- Parametrização para a empresa
- Não são desenvolvidos para um cliente específico

Benefícios



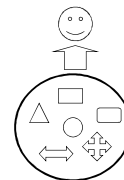
Adoção de um ERP

- Deve ser encarada como um projeto estratégico
- Planejamento e execução cuidadosa
- É um processo complexo e moroso

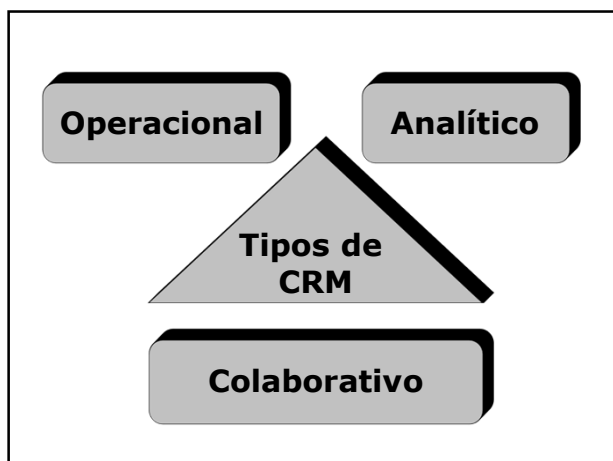
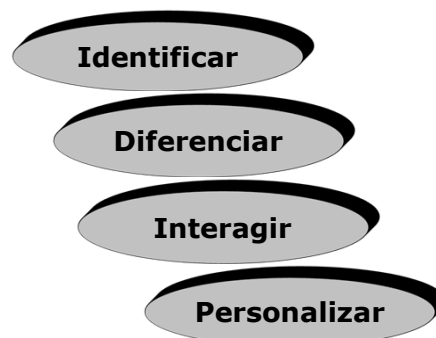


CRM

- O mercado competitivo global está forçando as empresas a mudarem a sua estratégia
- Precisam criar diferenciais que se reflitam em valor agregado aos clientes

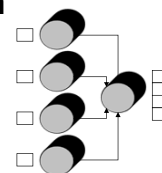


Estratégia do CRM



SCM

- Obtenção de **sinergia** dentro da cadeia de suprimentos
- Promover uma postura **colaborativa**
- Implantar um sistema que permita a **integração**

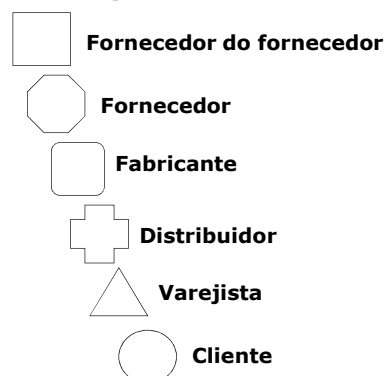




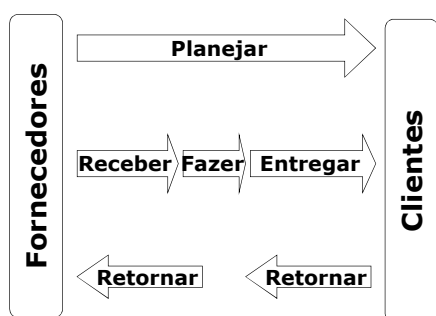
Conceito de SCM

- É a integração dos diversos processos de negócios e organizações, desde o usuário final até os fornecedores originais, que proporcionam os produtos, serviços e informações que agregam valor para o cliente

Estágios de uma SC



Modelo SCOR



Componentes do SCM

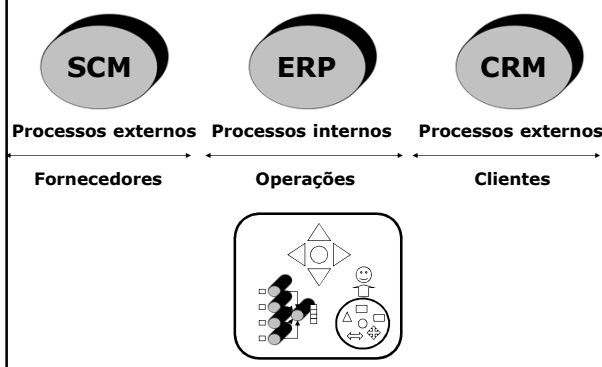
- Obtenção de **sinergia** dentro da cadeia de suprimentos
- Promover uma postura **colaborativa**
- Implantar um sistema que permita a **integração**

- Planejamento
- Colaboração
- Promessa de Pedidos
- Otimização de Rede

- Produção e Planejamento de Distribuição
- Calendário
- Planejamento de Redução de Custos/Gerência de Desempenho

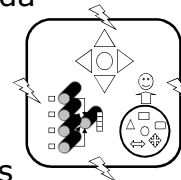


Integração ERP/CRM/SCM

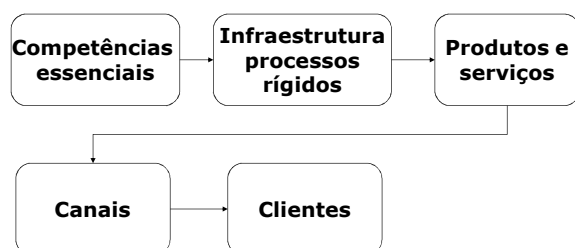


ERP/CRM/SCM + e-Business

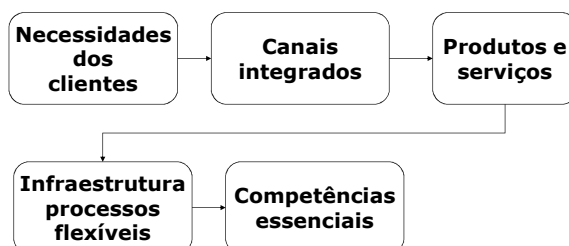
- Criar uma empresa focada no cliente exige mudar os fundamentos do modelo de negócios, buscando novos arranjos de cadeia de suprimentos, envolvendo novas tecnologias



Projeto Tradicional



Projeto de e-Business



Benefícios de TI

- Compartilhar informações e planejar com fornecedores
- Facilitar a implementação de programas conjuntos

- Aumentar a velocidade de lançamento de novos produtos
- Comunicar promoções e mudanças nos produtos
- Desenvolver novos canais de vendas em nível global



- Aumentar a satisfação do consumidor pela oferta de serviços *on-line*
- Automatizar as iniciativas com os fornecedores na gestão do atendimento ao cliente

Sistemas de Informação Gerencial

- Sistemas de Conhecimento

Sistemas de Conhecimento

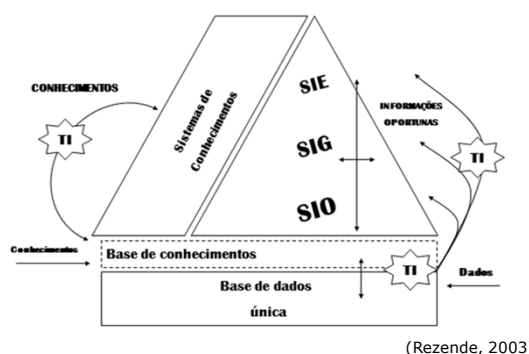
- O conhecimento empresarial, que é único e de difícil reprodução, tem a capacidade de proporcionar à organização benefícios de longo prazo

- Tais empresas possuem sistemas para a gestão do conhecimento que auxiliam a administrar melhor os processos para maximizar a aplicação de tais conhecimentos

- Estes sistemas buscam coletar e armazenar conhecimentos e experiências relevantes e disponibilizá-los quando necessário para os departamentos

(LAUDON e LAUDON, 2010)

Modelo Dinâmico de SI/TI





Exemplos de SC

- Sistemas Especialistas
- Raciocínio Baseado em Casos
- Sistemas de Lógica Difusa
- Redes Neurais Artificiais
- Algoritmos Genéticos

Sistemas de Informação Gerencial

- *e-Commerce*

e-Commerce (Comércio Eletrônico)

- Relaciona-se ao uso da internet ou *web* para negócios
- São as transações comerciais realizadas digitalmente entre organizações e indivíduos ou mesmo entre organizações

Início do *e-Commerce*

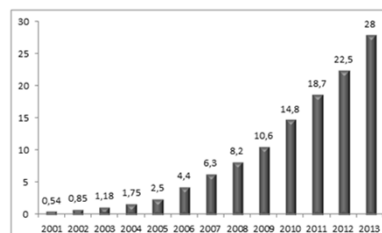
- O comércio eletrônico teve seu início em 1995 quando um dos primeiros portais (Netscape.com) colocou anúncios de grandes corporações (...)

(...) e assim popularizou a ideia de que a *web* poderia ser utilizada como uma nova mídia para fazer publicidade e negócios

(LAUDON e LAUDON, 2010)

Evolução

Vendas de *e-commerce* no Brasil (em bilhões de R\$)



Fonte: <http://www.ecommerce.org.br>



m-Commerce

- Com o aparecimento de dispositivos móveis com acesso à *web*, o comércio eletrônico utilizando estes equipamentos tem sido denominado de *m-commerce* (comércio móvel)

Integração do e-Commerce e SI

- Um *site* de *e-commerce* geralmente está integrado ao sistema de informação de uma empresa

- A construção de um *site* de *e-commerce* exige uma compreensão relevante sobre diversas questões, sejam empresariais, tecnológicas e mesmo sociais

- Conforme os objetivos do que a empresa, certas funcionalidades devem ser planejadas, fornecendo as informações necessárias aos clientes para a concretização das compras

Evolução

Objetivos organizacionais	Funcionalidades	Requisitos da informação
Exibição de produtos	Catálogo digital	Catálogo de textos e gráfico dinâmicos
Oferecer informações sobre produtos (<i>site</i> de conteúdo)	Banco de dados de produtos	Descrição de produtos, quantidades de itens em estoque, indicadores de estoque

Personalizar/ customizar produtos	Rastreamento de clientes no portal	Registro no <i>site</i> das visitas, recurso de mineração de dados para identificar percursos comuns dos clientes e respostas apropriadas
--	------------------------------------	---



Executar transações de pagamento	Carrinho de compras	Garantia de segurança dos dados de cartões de crédito ou outros meios de pagamento
Acumular informações sobre clientes	Banco de dados de clientes	Dados do cliente: nome, endereço, e-mail, registros online

Oferecer suporte pós-venda	Banco de dados de vendas	Identificação dos clientes, produtos, frete, pagamento, remessa e recebimento
Coordenar propaganda/marketing	Servidor de anúncios e de e-mails, gerenciador de campanhas e anúncios	Registro do comportamento no site para clientes reais e potenciais

Compreender a eficiência do marketing	Rastreamento do site e sistema de relatórios	Indicadores de visitantes, páginas visitadas, produtos comprados e visualizados
Prover links para produção e fornecedores	Sistema de gerenciamento de estoque	Indicadores de estoque, contatos com fornecedores, quantidades solicitadas de produtos

Referências de Apoio

- CAIÇARA JUNIOR, C. **Sistemas Integrados de Gestão: ERP**, 3. ed.. Curitiba: Ibpex, 2008.
- DAVENPORT, T.; PRUSAK, L. **Conhecimento Empresarial**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

- DAVENPORT, T. **Ecologia da Informação**. São Paulo: Futura, 1998.
- LAUDON, K; LAUDON, J. **Sistemas de Informação Gerenciais**. 9. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- REZENDE, D. **Planejamento de Sistemas de Informação e Informática**. Atlas, 2003. p. 65.

- RODRIGUEZ, M. V. C. **Ações para a Qualidade: GEIQ**, gestão integrada para a qualidade: padrão seis sigma, classe mundial. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.
- TURBAN, E.; RAINER JUNIOR, R. K.; POTTER, R. E. **Administração de tecnologia da informação**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.