

SISTEMAS DE INFORMAÇÃO II

CAPÍTULO 1.1

SISTEMAS DE DATA WAREHOUSING: INFRA-ESTRUTURA INFORMACIONAL E FUNCIONAL

FILIPPE SÁ
FILIPPE.SA@ISEC.PT

ÍNDICE

- Introdução ao ERP's
- Evolução dos ERP's
- Tipos de ERP's
- Projectos de Instalação
- Introdução ao CRM

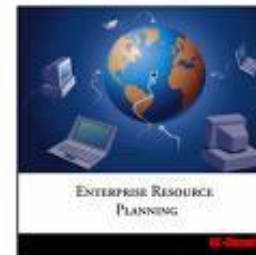
SOLUÇÕES INFORMÁTICAS PARA EMPRESAS

- Depois de analise de temas como TI / SI / GSI /PSI
- Chegou....r



ERP – *ENTERPRISE RESOURCE PLANNING*

- é um termo genérico que pretende identificar :
- conjunto de actividades executadas por um package de software modular e tem por objectivo primário:
- o auxílio dos processos de gestão de uma empresa nas mais importantes fases de seu negócio.



ERP (CONT)

- é um termo usado para sistemas que controlam uma empresa de ponta a ponta, da produção às finanças.
- Geralmente, são baseados num pacote integrado de gestão empresarial, ou seja:
- O ERP é uma série de actividades de gestão empresarial suportadas por aplicações de TI.

OUTRA DEFINIÇÃO PARA ERP

- Sistema informação de gestão empresarial para auxiliar e proporcionar recursos aos utilizadores, para uma gestão de informação com alto grau de desempenho nas actividades operacionais e estratégicas, ao menor custo possível

O QUE É UM ERP?

- “Software que permite a uma organização automatizar, otimizar e integrar a maioria de seus processos de negócio, compartilhar práticas e dados através de toda sua estrutura, além de produzir e permitir acessos á informação em tempo real, com o objectivo de adquirir vantagem competitiva”

ÁREAS DE ACTIVIDADE PARA O ERP

- Desenvolvimento de produtos
- Compra de matéria-prima e componentes
- Interacção com fornecedores e clientes
- Acompanhamento de ordens de produção
- Serviço a clientes
- Gestão de stocks
- Gestão contabilística e financeira
- Gestão de recursos humanos
- Gestão da qualidade
- Gestão de projectos
- etc..

O QUE PERMITE O ERP

- Estes produtos visam essencialmente eliminar a redundância de operações e a burocracia por meio da automatização de processos
- Assim, os módulos que compõem o ERP possibilitam, em tempo real, desenvolver e gerir o negócio de forma integrada.
- Além disso, as informações tornam-se mais consistentes, possibilitando a tomada de decisão com base em dados que reflectem a realidade da empresa num dado momento.

HISTORIA

INICIO - MRP MATERIAL REQUIREMENT PLANNING

- Surgiu em 1960
- Pretendem responder a questões que outros sistemas/modelo não aborda
- Objectivos principais:
- Controlar os niveis de stock,
- Atribuir prioridades das operações para os artigos
- Planear a capacidade para carregar o sistema de produção

DITO POR OUTRAS PALAVRAS

- Os MRP pretendem:
- Manter o nível de stocks o mais baixo possível
- Assegurar que para a produção nunca faltem materiais, componentes ou produtos
- Assegurar que para o consumidor também nunca faltem produtos
- Planear as actividades de compra e de fabrico gerindo os respectivos prazos de entrega ou períodos de duração

MRP – II

MANUFACTURING RESOURCE PLANNING

- Na década de 80
- Evolução dos MRP's
- Marcou o início das redes de computadores ligadas a servidores
- Basicamente é um alargamento dos conceitos aplicados no desenvolvimento de um sistema MRP, para toda a empresa
- Abrange outras actividades
- Quase todos os sistemas MRP II são construídos modelarmente

MRP II (CONT)

- A abordagem MRP II é muito diferente da abordagem de “solução pontual”, onde sistemas individuais são implantados para suportar as actividades de planeamento
- Os módulos do MRPII trocam e partilham dados, informações alinhados com a forma que uma empresa deve funcionar

HISTORIA EM RESUMO

MRP – Planeamento das Necessidades de Materiais

- A partir de 1960 surgiu a técnica que permite calcular a quantidade de materiais que serão necessários e em que tempo

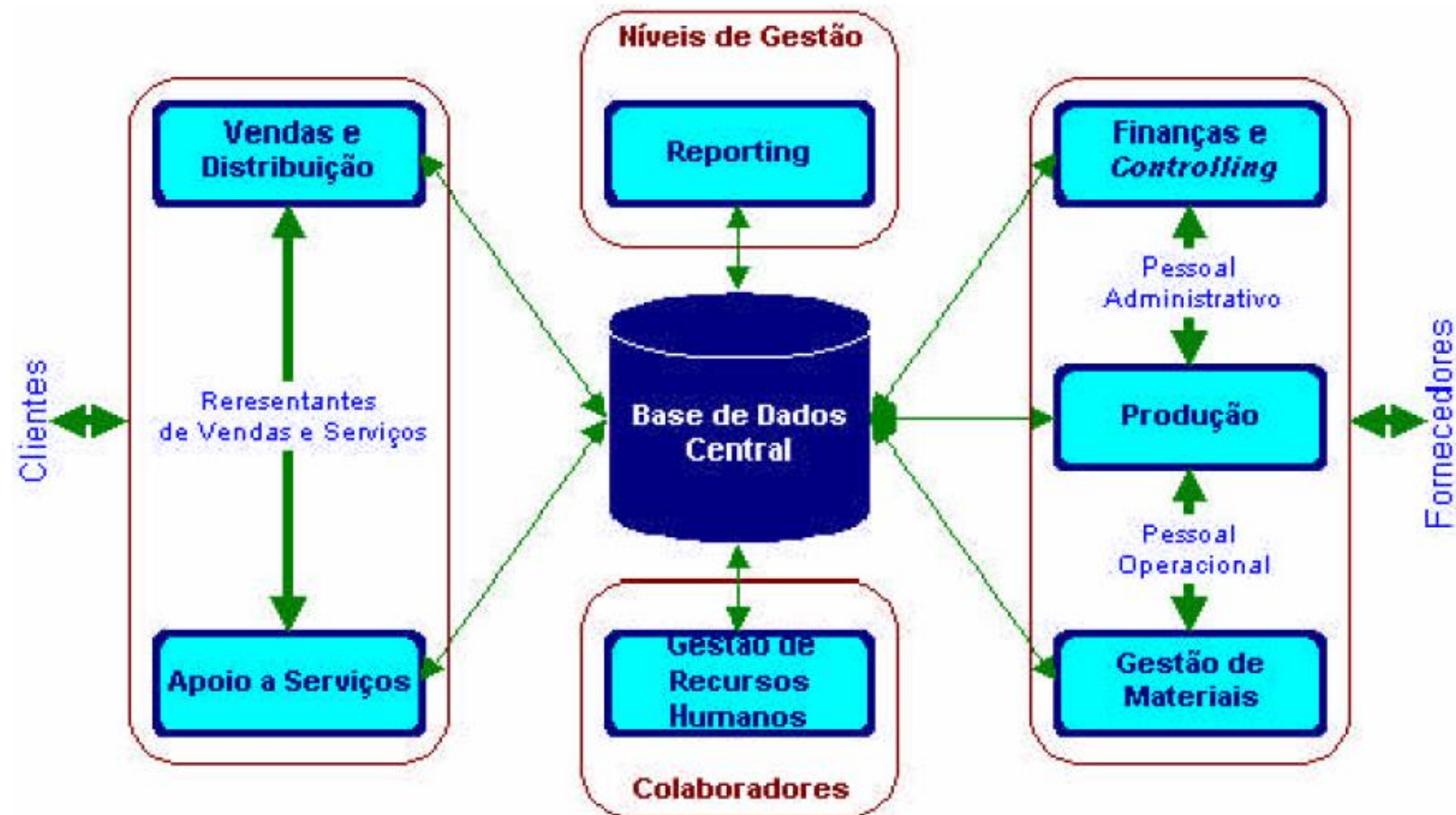
MRP – II - Planeamento dos Recursos de Manufatura

- A partir de 1980 surgiu a técnica com o de calcular e analisar de forma integrada, todos os parâmetros que determinam a produção de um determinado produto, e verificar os recursos técnicos e humanos disponíveis para a produção.

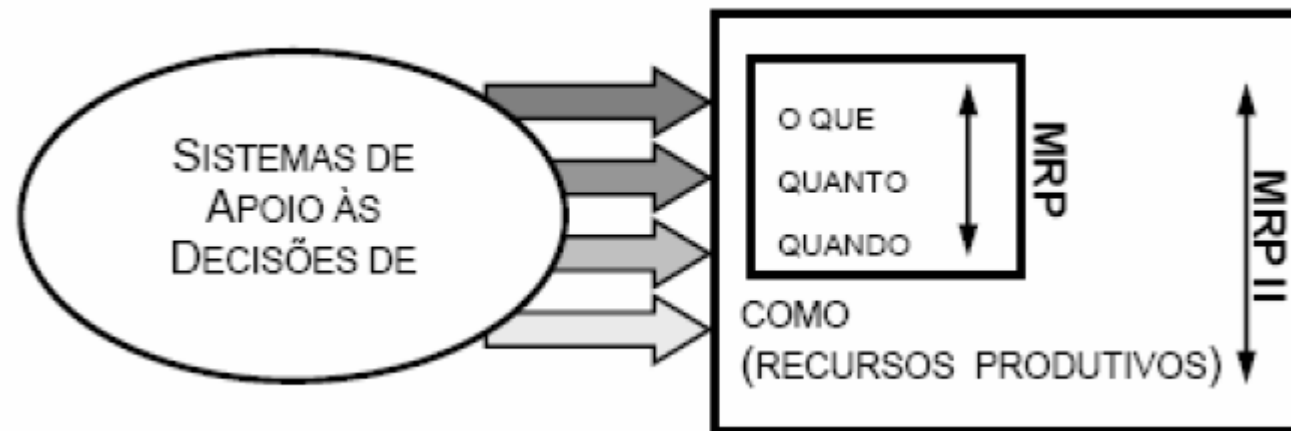
ERP – Planeamento de Recursos Empresariais

- A partir de 1990 surgiu o ERP, que engloba os conceitos do MRP – II e outras funções empresariais.

ESTRUTURA TÍPICA DE UM ERP



ORIGEM DO ERP



ERP

- O sistema ERP é a espinha dorsal da gestão da informação do negócio da organização.
- Permite estabelecer e criar uma metodologia de trabalho segundo o padrão definido para o seu sistema de informação
- Dependendo das aplicações, o ERP pode permitir a gestão de um conjunto de actividades que viabilizam o acompanhamento dos níveis de fabrico tendo em conta a carteira de pedidos ou previsão de vendas

ERP - RESULTADO

- organização passa a ter um fluxo de informação consistente que é irrigada entre as diferentes interfaces do negócio
- “Na sua essência, o ERP propicia a informação oportuna, para a pessoa certa, no momento ideal”

CARACTERÍSTICAS ERP

- Flexibilidade
- Modular
- Compreensivo
- Conectividade
- Formas de negociação
- Simulação da Realidade
- Incorporam padrões de processos de negócio, procurando as melhores práticas;

CONCEITOS IMPORTANTES

- 1. Funcionalidades
- 2. Módulos
- 3. Parametrização
- 4. Configuração
- 5. Customização
- 6. Localização
- 7. Actualização

FUNCIONALIDADES DO ERP

- Sistema de informação que integra todas as áreas funcionais da empresa
- Troca de informação em ambientes distribuídos
- Ajuste fácil a novas inovações tecnológicas
- Ferramentas inteligentes para facilitar tomadas de decisão

PRINCIPAIS MÓDULOS

- Vendas, distribuição e marketing
- Planeamento de capacidades
- Recursos humanos
- Contabilidade
- Gestão da produção
- Gestão de projecto
- Transporte
- Gestão
- Financeira
- etc.

FORNECEDORES DE ERP

- SAP R/3 da SAP (Alemanha)
- PeopleSoft\Oracle, da Oracle (USA)
- One World da J.D.Edwards (Adquirida pela Oracle)
- Microsoft Dynamics da Microsoft (USA)
- Primavera
- Phc
- RCSOft
- etc.

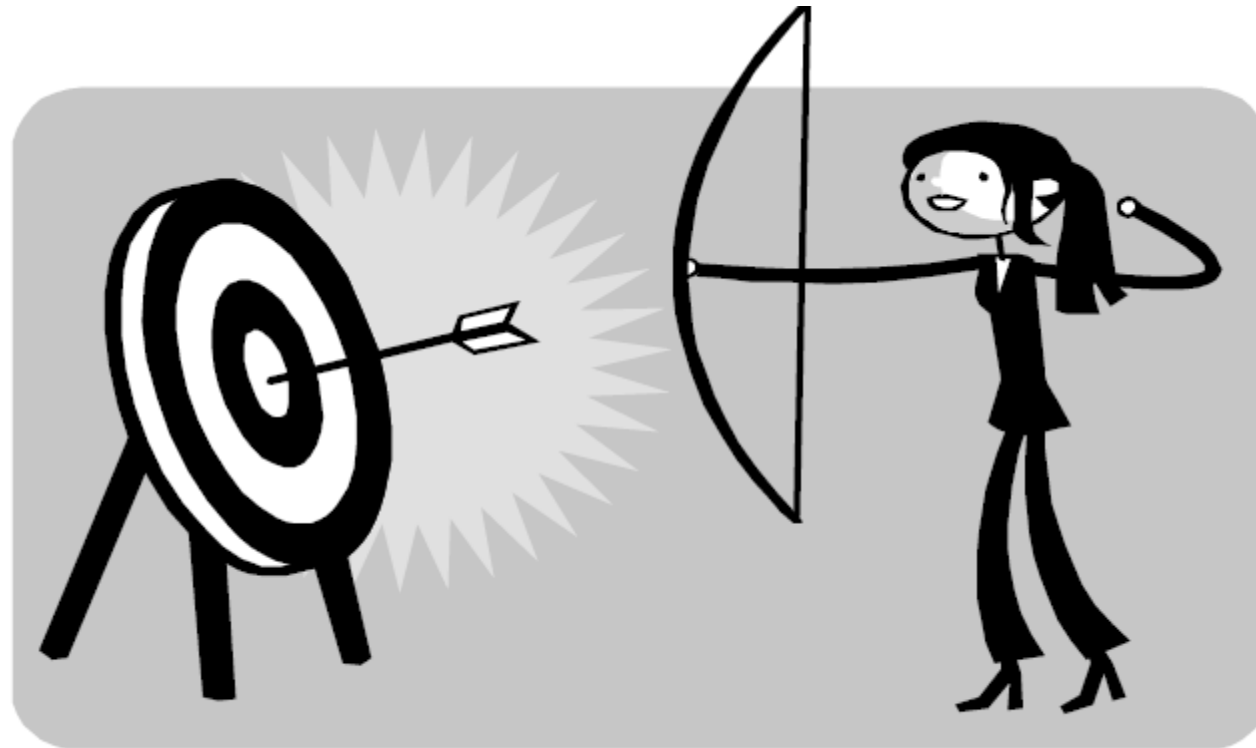
PROCESSOS DE DESENVOLVIMENTO, AQUISIÇÃO E IMPLANTAÇÃO DE ERP

- **Investimentos em TI?**
- Retorno?
- Avaliação?
- – Aspectos tangíveis
- – Aspectos intangíveis
- Custos envolvidos?
- **Metodologias para calcular investimentos em TI**
- – ROI
- – TCO
- Custos directos
- Custos indirectos

AQUISIÇÃO – JUSTIFICATIVAS

- Automatização das actividades
- Racionalização de dados
- Processos de mudança
- Mudança estrutural
- Informação optimizada
- Melhoria de receitas
- Diminuir custo da área de informática
- Descentralização do processamento
- Utilização de novas tecnologias

SELECÇÃO DE UM ERP?



PERGUNTAS QUE DEVEM SER ANALISADAS

- Em quantas empresas o software já foi instalado?
- Qual o valor do investimento?
- Qual a estrutura e porte da empresa fornecedora do software?
- Qual o grau de flexibilidade do sistema?
- Infra-estrutura necessária?

LIÇÕES QUE DEVERIAM SER APRENDIDAS

- O ERP deve ser aderente aos processos de negócio, o preço é secundário e só deve ser considerado nas últimas fases;
- O ERP deve dar suporte ao crescimento da empresa, portanto a escalabilidade da solução deve ser fortemente considerada;
- O fornecedor do software deve ser uma empresa bem posicionada no mercado e que tenha condições de manter a evolução funcional e tecnológica do produto;

LIÇÕES QUE DEVERIAM SER APRENDIDAS

- Certifiquem-se que o fornecedor dos serviços de implementação tem a experiência necessária, devem procurar conhecer a equipa técnica, a metodologia de trabalho e não deixem de visitar alguns clientes de referência;
- Certifiquem-se da qualidade do suporte, disponibilidade e facilidade de acesso aos serviços pós-venda, mais uma vez, consultem alguns clientes de referência;
- O ERP deve ser capaz de se integrar com outros ERP's.

IMPLEMENTAÇÃO DO ERP

- **Objectivos**

- Informação deve ser integrada, actualizada, partilhada e acessível;
- Melhoria da qualidade dos serviços;
- Redução e controle de custos;
- Suporte a diversos sistemas monetários;
- Redução do tempo de produção;
- Melhoria na relação/satisfação do cliente final;
- Aumento da produtividade.

- **Problemas que podem aparecer**

- Custos elevados;
- Processos muito demorados;
- Possibilidade de resultados aquém do esperado;
- Retorno lento do investimento.

METODOLOGIA DE IMPLANTAÇÃO

Estratégias mais comuns

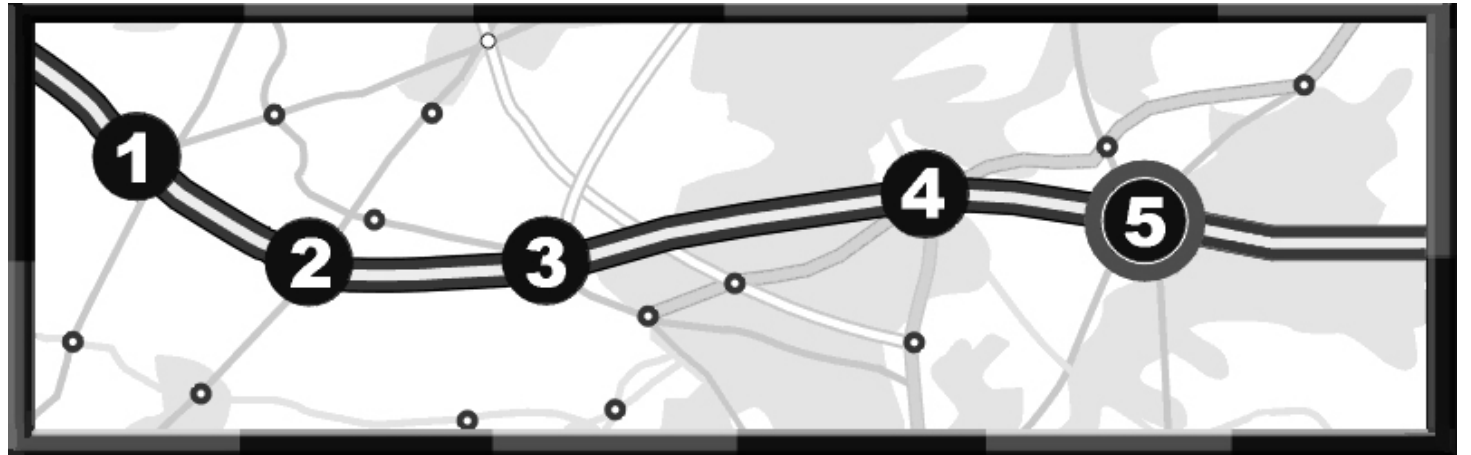
- Big Bang
- Gradual, ou passo a passo
- Iniciar pelos processos mais críticos
- Iniciar pelos processos que representem menores riscos para o projecto
- Roll-out

PASSOS

- Levantamento das necessidades do cliente
- Planeamento
- Consciencialização
- Formação
- Desenvolvimento de soluções específicas
- Acompanhamento
- Validação

METODOLOGIA ASAP (SAP/R3)

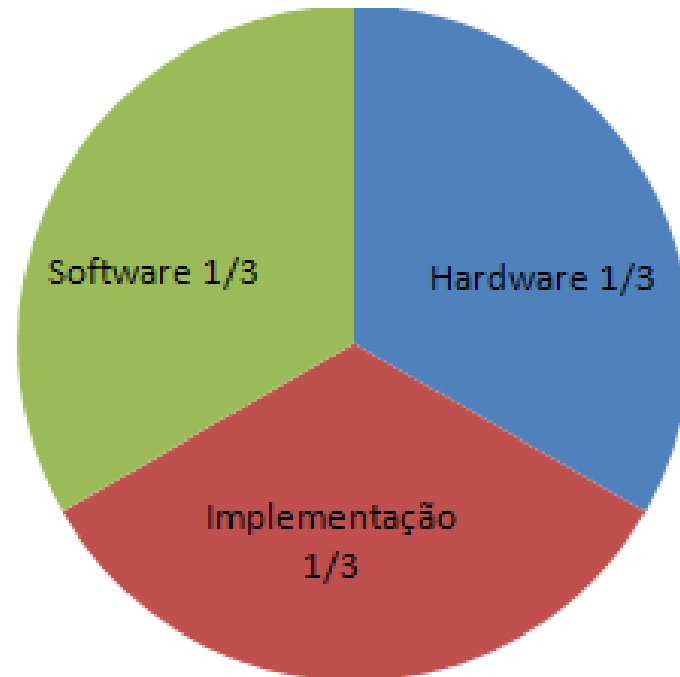
- 1 - Preparação do projecto
- 2 - Desenho da solução
- 3 - Realização
- 4 - Preparação final
- 5 - Suporte



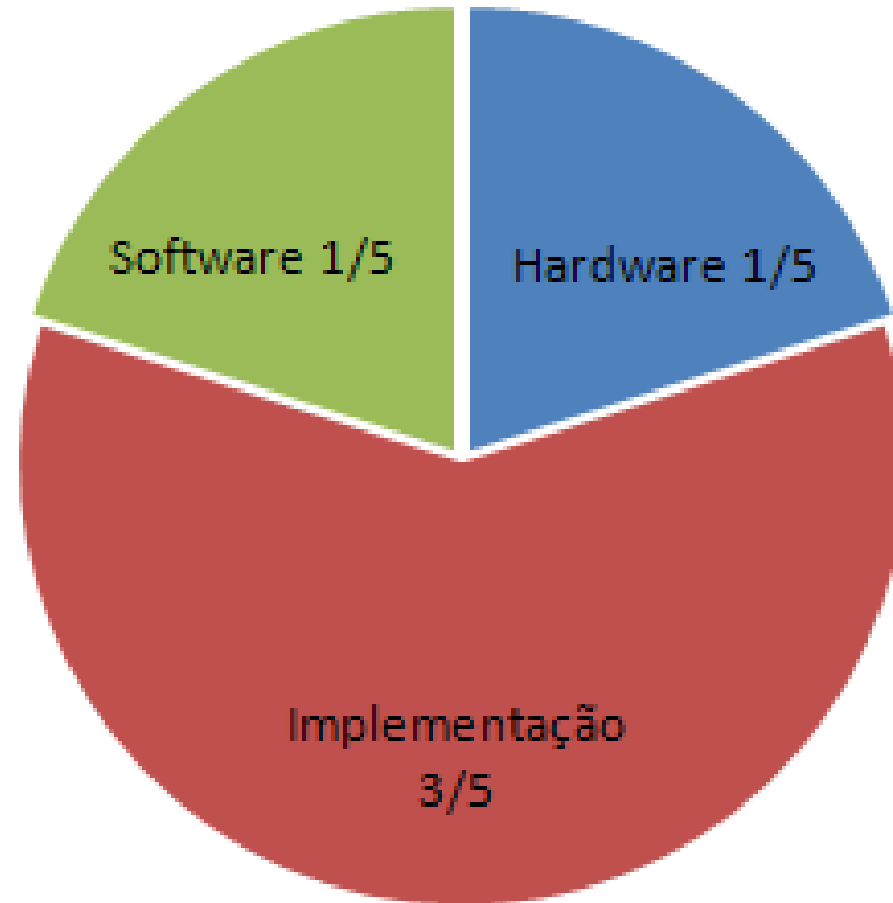
FASES DE IMPLEMENTAÇÃO

Fase de análise	Planeamento Definição
Fase de Instalação /parametrização	Prototipagem Construção/Customização
Fase de Adaptação	Implantação Acompanhamento

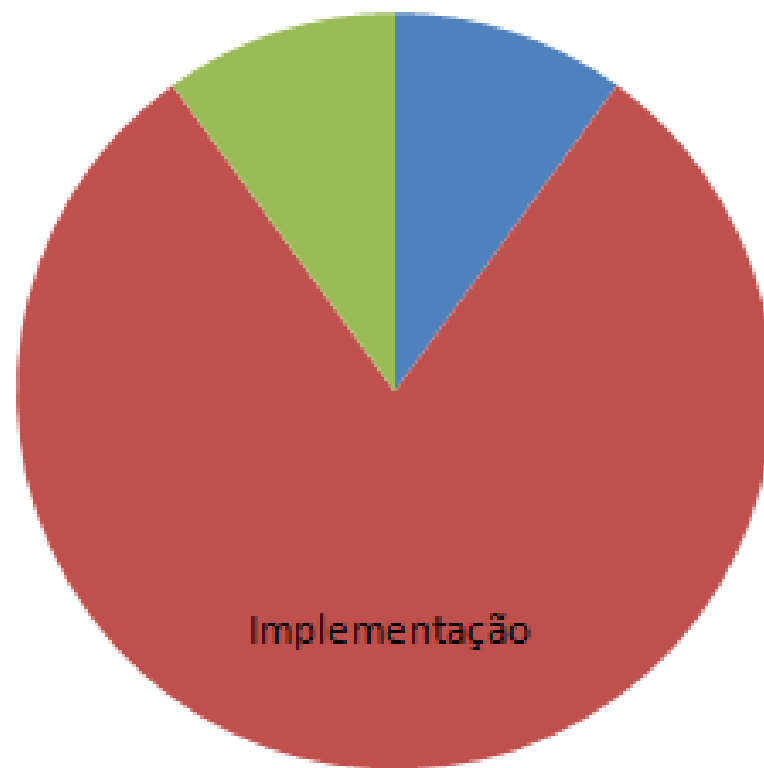
EVOLUÇÃO DOS CUSTOS – ANOS 80



EVOLUÇÃO DOS CUSTOS – ANOS 90



EVOLUÇÃO DOS CUSTOS – FUTURO



ORGANIZAÇÃO NA IMPLEMENTAÇÃO

- Equipa Funcional:
- Realiza o desenho da solução de negócio abrangendo os processos actuais e a definição dos processos futuros
- Parametrização e customização do ERP para cobrir as necessidades da empresa
- Apoio e suporte à formação
- Elaboração e fornecimento material de apoio.

ORGANIZAÇÃO NA IMPLANTAÇÃO

- Equipa de Tecnologia:
- Responsável pela estrutura tecnológica do projecto
- Analisa as características/definições das máquinas utilizadas no projecto e pós implementação,
- Responsável pela definição e selecção de fornecedores
- Responsável pelo suporte e apoio das infra-estrutura tecnologias do projecto.

ORGANIZAÇÃO NA IMPLANTAÇÃO

- **Equipa de Desenvolvimento:**
- Responsável pela construção e desenvolvimento necessário para parametrizar o software padrão à necessidade da empresa.
- Responsável pelo desenvolvimento de pequenos módulos não existentes no software padrão

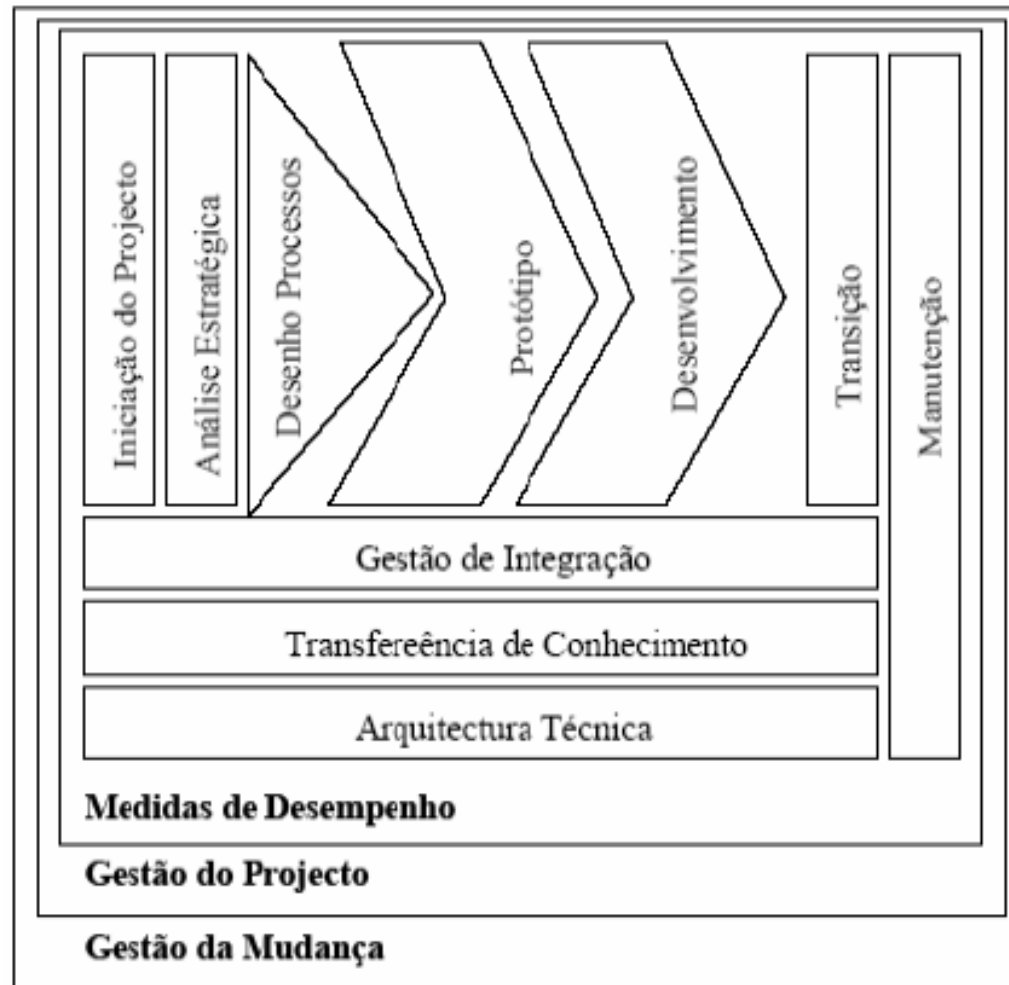
ORGANIZAÇÃO NA IMPLANTAÇÃO

- **Equipa de Gestão de Mudança:**
- Responsável pela estrutura organizacional do projecto
- Responsável pela identificação e negociação com patrocinadores do projecto e formadores de opinião;
- Avaliar a disposição para mudança
- Realizar a comunicação do projecto
- Avaliar os impactos organizacionais proporcionados pela mudança de processos e tecnologia modificada pelo projecto.
- Também cabe a essa equipa realizar a formação e educação dos utilizadores.

ORGANIZAÇÃO NA IMPLANTAÇÃO

- **Equipa do PMO** (Escritório de Gestão do Projecto):
 - Responsável pelo acompanhamento e gestão do projecto
 - Apoio aos chefes do projecto e se existir ao Comité Executivo para que eles ganhem uma visão ampla do desempenho
 - comunicação dos problemas e riscos identificados
 - análise das necessidades de alterações estratégicas e operacionais do projecto.

ORGANIZAÇÃO NA IMPLEMENTAÇÃO



VANTAGENS DO ERP

- **Redução de custos**
- Otimização dos fluxos de informação;
- Adopção das melhores práticas do mercado;
- Reduz o número de documentos
- Informação detalhada de várias áreas;
- Controle de custos;
- Reduz o tempo de reposta e assistência ao cliente;
- Torna mais eficiente a cobrança de dívidas
- Permite rápidas alterações conforme ajustes de mercado;



Desvantagens ???

FCS

- 1. Compreender a cultura da empresa;
- 2. Iniciar a mudança dos processos de negócio antes da implantação;
- 3. Manter uma comunicação constante;
- 4. Garantir um forte apoio dos executivos para o projecto;
- 5. Possuir um gestor de projecto que possa negociar em todos os níveis;

FCS

- 6. Escolher uma equipa de projecto equilibrada (entre a área de sistemas e as áreas de negócios);
- 7. Escolher uma boa metodologia de projecto;
- 8. Treinar os utilizadores e garantir apoio para mudanças de cargos;
- 9. Esperar que surjam problemas.

REV ERP

- Infelizmente, é normal, que as empresas ao tentarem vender os ERP's publicitem que os seus sistemas façam a cobertura de todos os recursos de um negócio, porém, é sabido, que na prática apesar da constante inovação das empresas produtoras dos ERP, isso não corresponda à realidade.
- Segundo Tonini (2003) em seis ERP's avaliados por uma empresa conceituada (universo de 63 inicialmente analisados), nenhum ERP se ajusta totalmente às suas necessidades.

- Deve-se, então, tomar “cuidado com o canto da sereia dos fornecedores - uma solução tecnológica por si só não é nada, é só uma miragem.” (CORRÊA)
- Isto demonstra a dificuldade na decisão de aquisição de um Sistema Integrado de Gestão.

ADERÊNCIA E DIVERGÊNCIA DE SISTEMAS ERP

- A decisão de aquisição é um problema que atinge as empresas em todo o mundo
- No entanto atinge em maior intensidade as de médio e pequeno porte,
- Isto deve-se ao facto que as grandes empresas procuram prevenir-se do insucesso com análises detalhadas sobre a aquisição.
- Mesmo assim elas erram, o que é bem conhecido pela comunidade da Tecnologia de Informação.

ADERÊNCIA E DIVERGÊNCIA DE SISTEMAS ERP

- Como vimos, as organizações têm diversas razões para adquirir um ERP
- No entanto, devido à sua complexidade, quase nenhuma constrói um sistema próprio à sua medida,
- e dificilmente uma solução no mercado tem aderência total às suas estratégias e às suas infra-estruturas.

ADERÊNCIA E DIVERGÊNCIA DE SISTEMAS ERP

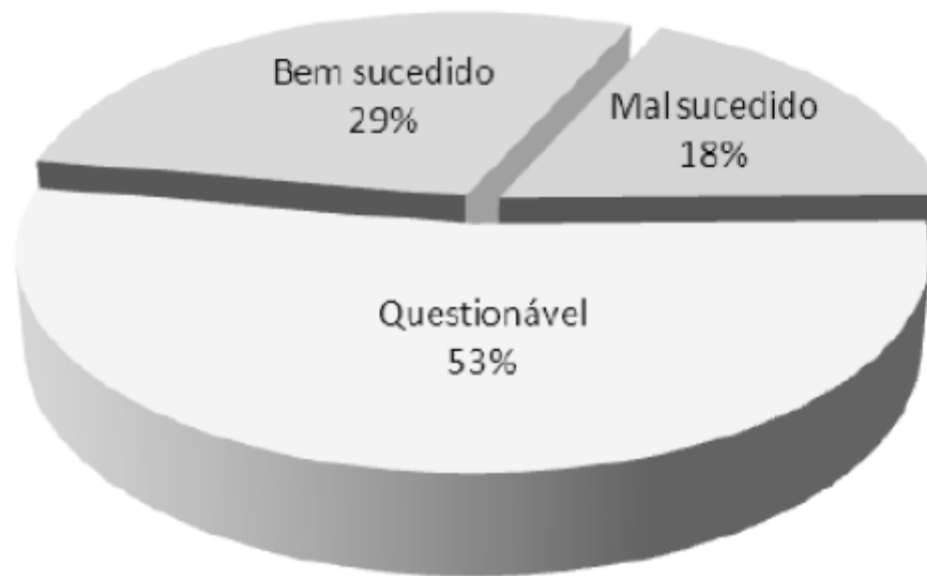
- Para Colângelo Filho (2001), quanto maior for a aderência, menor será a sua quantidade de lacunas (gaps)
- è necessário fazer uma avaliação apropriada e profunda na escolha de sistemas
- Muitas Lacunas são descobertas com a configuração dos ERP`S (Parametrização)

INSTALAÇÃO DE ERP

- Os fornecedores de sistemas de gestão desenvolveram metodologias próprias não somente para a implementação, como também, para diagnóstico de aderência.
- Os seus resultados, porém, normalmente servem para atender aos próprios interesses e não aos dos clientes.

IMPLEMENTAÇÃO ERP

- Após a instalação em massa de ERP's nas grandes empresas/organizações, os sistemas de gestão atingem cada vez mais o chamado middle market (empresas de médio porte), sendo que alguns componentes do ERP se encontram também a ser instalados em empresas de médio para pequeno porte, as quais não têm, obviamente, a mesma estrutura de Tecnologia de Informação (TI) das grandes corporações.
- São frequentes e conhecidos pela comunidade da TI os casos de insucesso na instalação de sistemas de gestão em pequenas e medias corporações.



- Finalização de projectos de implantação de ERP em 2004.
- Fonte: Adaptado de Extreme Chaos (2004).

NÚMEROS IMPLEMENTAÇÃO

- Finalização de Projectos de
Implementação de ERP's entre 1994 e 2004

Finalização de projetos de implantação de ERP entre 1994 e 2004 (terceiro trimestre) – em %

	1994	1996	1998	2000	2004
Bem sucedido	16	27	26	28	29
Mal sucedido	31	40	28	23	18
Questionável	53	33	46	49	53

Fonte: Adaptado de Extreme Chaos (2001, 2004).

EVOLUÇÃO DO ERP (ERP 2?)

- Os Sistemas Integrados de Gestão são constituídos de diversos componentes com a finalidade de abranger todas as áreas das empresas.
- Uma tendência na evolução do ERP passa pela disponibilização por parte dos fornecedores módulos e soluções para melhorar e facilitar a gestão empresarial.

EVOLUÇÃO DO ERP - SAP

- O sistema alemão SAP (System analyse und Program ment wicklung ou “Engenharia de Sistemas e Desenvolvimento de Programas”), reconhecido como o principal ERP do mercado, junta cada vez mais, novas soluções tais como:
 - administração de relacionamento com clientes (conhecido pela sigla CRM);
 - administração de relacionamento com fornecedores;
 - administração do ciclo de vida de um produto;
 - entre outros
- além de outras soluções de negócios, como melhorar a gestão, riscos e conformidades, e administração de desempenho da empresa.

EVOLUÇÃO DO ERP

- SCM (Supply Chain Management)
- SRM (Supplier Relationship Management)
- BSC (Balance Score Card)
- EIP (Enterprise Information Portal)
- BPM (Business Process Management)
- CRM (Customer Relationship Management)
- DW (Data Warehouse)
- BI (Business Intelligence)

CRM (*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*)

Ou simplesmente:

- **Gestor de relações com os clientes.**
- Gere todos os modos como as empresas lidam com seus clientes actuais e potenciais.
- Usa sistemas de informação para coordenar todos os processos de negócios de uma empresa.
- Disciplina empresarial e tecnológica.

CRM - CONT

- O CRM é um sistema de gestão integrado, com foco no conhecimento e na interacção com o cliente, constituído por um conjunto de procedimentos/processos organizados e integrados num modelo de gestão de negócios.
- Está geralmente associado a um software que auxilia a gestão - o sistema de CRM.
- Baseia-se em processos e sistemas de gestão de relacionamento com o cliente, permitindo com isto obter um maior e melhor conhecimento sobre os clientes.

CRM

Abrange três áreas:

- Automatização da gestão de marketing;
- Automatização da gestão comercial, dos canais e da força de vendas;
- Gestão dos serviços aos clientes.

CRM (*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*)

- Cuida do cliente de ponta a ponta.
- Permite que todas as divisões da empresa apresentem uma face coerente ao cliente.
- Consolida dados do cliente de várias fontes e fornece ferramentas analíticas para responder a perguntas.

CRM (*Customer Relationship Management*)



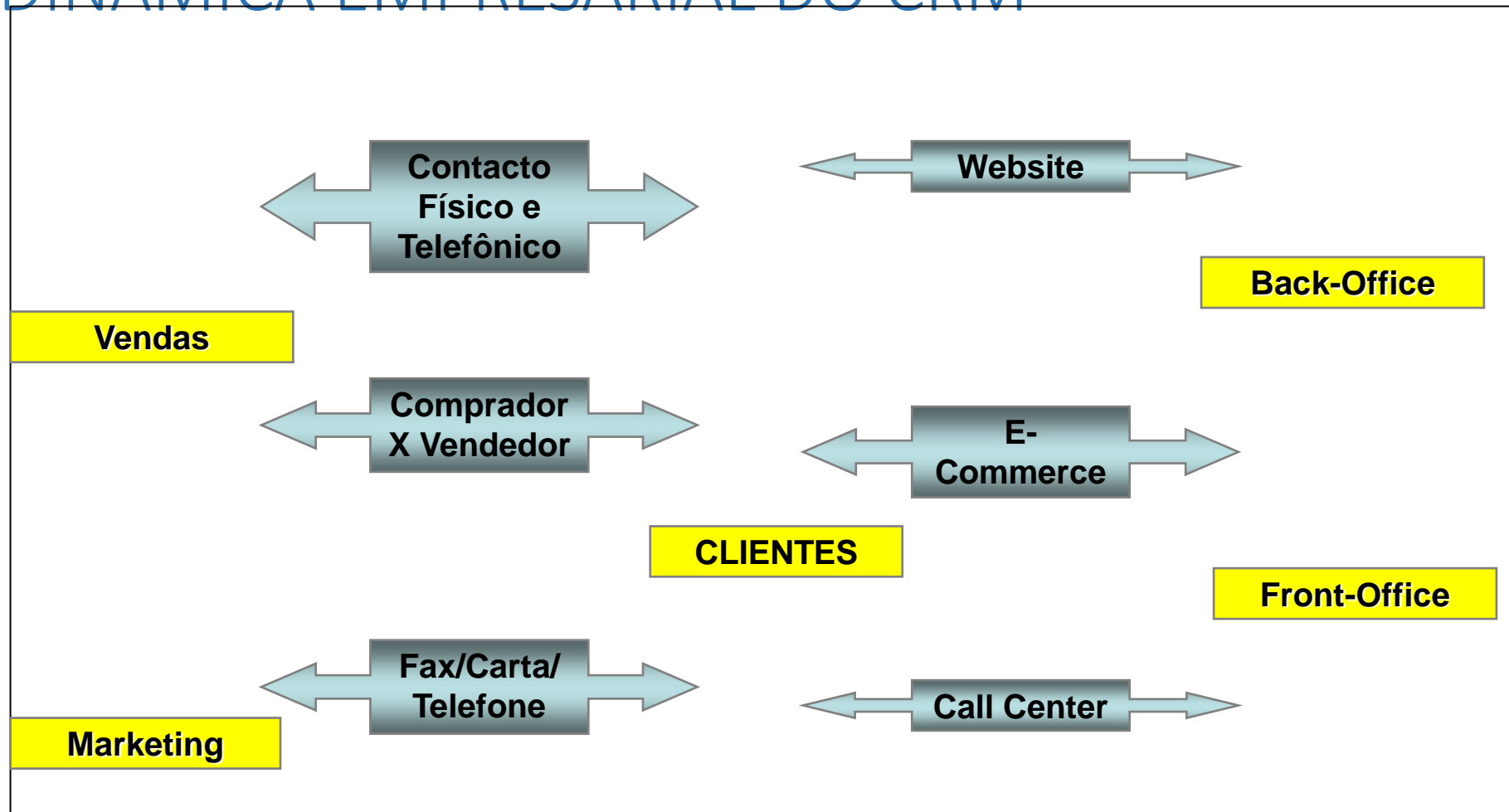
- Visão única dos clientes
- Mensagem consistente aos clientes
- Cuidado ponta a ponta com os clientes
- Relacionamentos duradouros com os clientes
- Identificação dos melhores clientes

Fonte: Laudon e Laudon (2007)

OBJECTIVOS CRM

- Facilitar a coordenação dos processos relacionados com os clientes.
- Conhecer exactamente o perfil de consumo dos clientes.
- Descobrir que tipos de produtos e serviços que os clientes mais se interessam.
- Criar um histórico de atendimento.
- Reter e fidelizar mais clientes.
- Identificar e atrair os clientes mais lucrativos.
- Incrementar/Aumentar o nível de vendas.
- Aumentar a satisfação dos clientes.
- Entre outras.

DINÂMICA EMPRESARIAL DO CRM



DESTACAM-SE TRÊS TIPOLOGIAS DE SISTEMAS DE GESTÃO CRM:

- CRM Operacional - que visa a criação de canais de relacionamento com o cliente.
- CRM Analítico - propõe obter uma visão consistente do cliente, usando os dados recolhidos pelo CRM Operacional para obter o conhecimento que permita otimizar e gerar negócios.
- CRM Colaborativo - focaliza-se na obtenção do valor do cliente através da colaboração inteligente, baseada em conhecimento.

CLASSIFICAÇÃO - CRM

- **CRM Operacional**

- Envolve as tarefas e os processos de negócios de back-office.
- Processos relacionados às centrais de atendimento (call centers).
- Aplicativos voltados para o cliente.
- Telemarketing.
- Vendas de campo.
- Entre outras.

CLASSIFICAÇÃO - CRM

CRM Analítico

- Envolve informações relativas a clientes, as suas interações com a organização.
- Análises para criar o perfil dos clientes.
- Identificar tendências relativas á duração do ciclo de vendas.
- Analisar a produtividade dos membros das vendas e de atendimento
- Entre outras.

CRM – EM RESUMO

- Muda o foco do produto para o cliente e transforma pessoas, processos, organização e tecnologia.
- Assistimos à transição do marketing de massas para o marketing de relacionamento.
- É um dos métodos de gestão mais sofisticados e eficientes, que transformam a maneira como as empresas podem vir a aumentar e rentabilidade dos clientes actuais.

SISTEMA DE ESPECIFICAÇÃO DE REQUISITOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO CRM

- O CRM é uma sucessão de três etapas fundamentais:
- O conhecimento do cliente: quem é, o que quer e o que compra?
- O planeamento de campanhas de marketing e interacção com o cliente, baseadas no conhecimento previamente obtido na primeira etapa;
- A realização das acções de marketing e vendas.

Este ciclo deve ser sistematicamente e repetidamente continuado, a fim de procurar o aperfeiçoamento do processo.

SISTEMA DE ESPECIFICAÇÃO DE REQUISITOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO CRM

- **O CRM é uma interacção contínua entre:**
 - O Data Warehouse que mantém e disponibiliza as informações sobre os clientes;
 - Os sistemas operativos de produção que mantêm os dados sobre as transacções comerciais efectuadas;
 - Os sistemas de contacto com os clientes.

SISTEMA DE ESPECIFICAÇÃO DE REQUISITOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO CRM

- O conceito de marketing personalizado, de CRM, identifica quatro premissas de actuação fundamentais:
 - Identificar os clientes;
 - Diferenciar os clientes em segmentos;
 - Interagir de forma diferenciada em função dos segmentos;
 - Customizar progressivamente a interacção.

SISTEMA DE ESPECIFICAÇÃO DE REQUISITOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO CRM

- **A implementação de uma solução CRM deverá encontrar-se suportada por:**
 - Um desenho de processos que tenha no cliente o seu alvo de atenções e que seja disseminado horizontalmente na organização;
 - Uma forte utilização da informação relacionada com o cliente integrada com as áreas de Marketing, de Vendas e de Serviços da organização.

SISTEMA DE ESPECIFICAÇÃO DE REQUISITOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO CRM

- **Quatro etapas num projecto CRM:**
 - Definição do modelo de relacionamento;
 - Redesenho dos processos de atendimento ao cliente;
 - Selecção da solução de informação;
 - Implementação do CRM.

SISTEMA DE ESPECIFICAÇÃO DE REQUISITOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO CRM

- **Factores de sucesso para a implementação CRM:**
 - Envolvimento e comprometimento da alta direcção;
 - Focalização nos processos em detrimento da tecnologia;
 - Aplicação da tecnologia ideal para o negócio;

SISTEMA DE ESPECIFICAÇÃO DE REQUISITOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO CRM

- Competência multidisciplinar da equipa de projecto;
- Acompanhamento de utilizadores – essencial para a viabilidade do novo sistema;
- Estratégia do go live – etapa a etapa;
- Consistência da integração do sistema.

SISTEMA DE ESPECIFICAÇÃO DE REQUISITOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO CRM

■ ENTREVISTA EXPLORATÓRIA

- O que pretendem de um sistema de CRM;
- O que visam modificar no relacionamento empresa - cliente;
- Como se desenrolam e inter-relacionam os serviços de apoio ao cliente, gestão de informação de clientes e serviço de marketing e vendas;
- Como decorrem as operações destes três sistemas (existentes ou não);
- Qual a importância e peso na decisão de negócio de cada sistema;
- O que pretendem melhorar nestes sistemas;
- O que pretendem implementar nestes sistemas com a introdução de um sistema de gestão CRM;

PRINCIPAIS SOFTWARES - CRM

- Fornecedores
 - TOTVS S/A: http://www.totvs.com/seg_atendimento
 - ORACLE:
<http://crmondemand.oracle.com/pt/products/product-demos/index.htm>
 - MICROSOFT -
<http://www.microsoft.com/brasil/dynamics/default.mspx>

LOGÍSTICA

- Actividade que planeia, implementa e controla de forma eficaz e eficiente, o fluxo de bens e armazenamento, serviços e informação, do ponto de origem ao ponto de consumo.



LOGÍSTICA – SURGE PORQUÊ

- **Objectivo de fornecer os meios para que seja possível executar diferentes actividades alocando recursos:**
 - no local certo
 - na hora certa
 - na quantidade certa
 - com a qualidade certa
 - ao preço certo
 - com a linguagem certa

PODEM SER IDENTIFICADOS CINCO GRUPOS GENÉRICOS DE ACTIVIDADES LOGÍSTICAS

- Gestão das infra-estruturas da empresa
- Constituição e gestão de stocks
- Comunicação e informação (e os sistemas logísticos relacionados)
- Movimentação de materiais/produtos
- Transporte



DECISÕES NA CADEIA LOGÍSTICA



SCM (*SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*)

Ou simplesmente:

- **Gestão da rede de cadeia logística..**
- Ligação e coordenação estreita das actividades envolvidas na compra, fabricação e na movimentação de um produto.
- Integra fornecedores, fabricantes, distribuidores e clientes.
- Reduz tempo, esforço redundante e custos de stock.

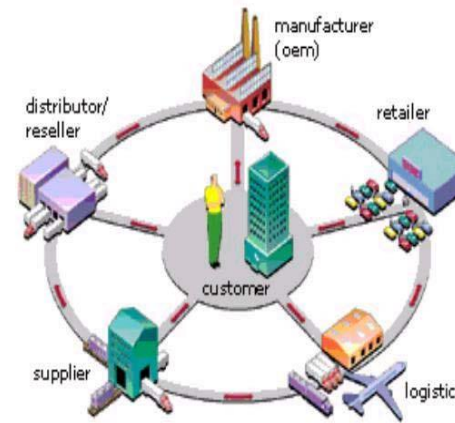
SCM (*SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*)

- **Na Cadeia Logística**

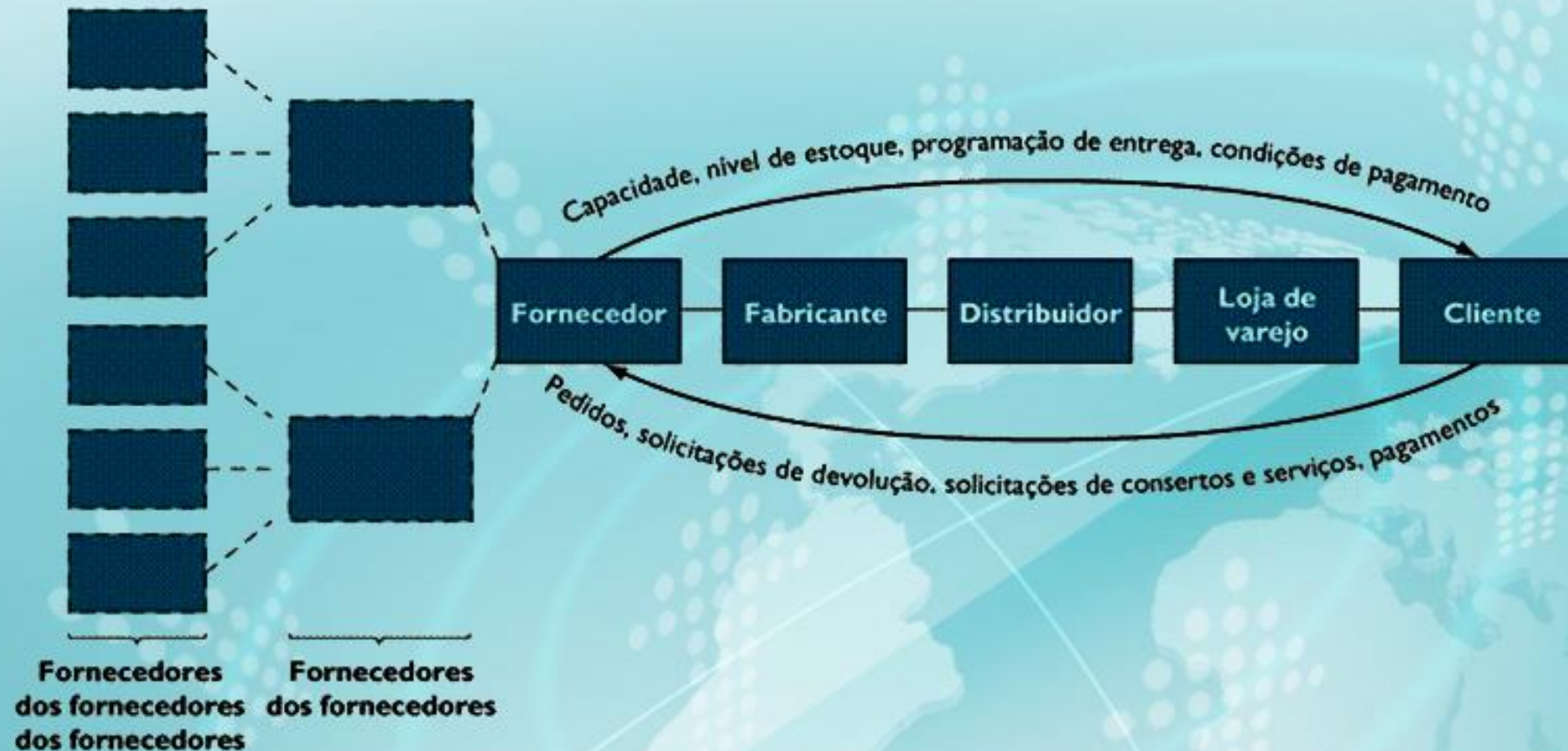
- Rede de organizações e processos de negócios;
- Ajuda na compra de materiais e na transformação de matéria-prima em produtos semi-acabados e acabados;
- Ajuda na distribuição de produtos acabados aos clientes;
- Inclui logística reversa – itens devolvidos fluem na direção contrária do comprador ao vendedor.

SCM

- Modulo ou um Conjunto de Módulos de Software
- Pode ser usado sozinho ou integrado num ERP standart



SCM (*Supply Chain Management*)



Fonte: adaptado de Bowersox, Closs e Cooper (2006)

COMO OS SCM PODEM FACILITAR A GESTÃO

- Decidir quando e o que produzir, armazenar e movimentar;
- Transmitir pedidos rapidamente;
- Comunicar pedidos, acompanhar o andamento de pedidos;
- Verificar a disponibilidade de stok's, monitorizar níveis;
- Acompanhar processos de entrega;

COMO OS SCM PODEM FACILITAR A GESTÃO

- Planear a produção com base na procura real;
- Comunicar rapidamente as alterações no projecto do produto;
- Fornecer especificações de produto;
- Partilhar informações sobre taxas de defeito, devoluções.

PRINCIPAIS SOFTWARES - SCM

- **Fornecedores**

- **IBM** – <http://www.ibm.com/br/industries/wholesale/solution/areas/scm/>
- **ORACLE** - http://www.oracle.com/global/pt/pmes/business_solutions/supply_chain_management.html

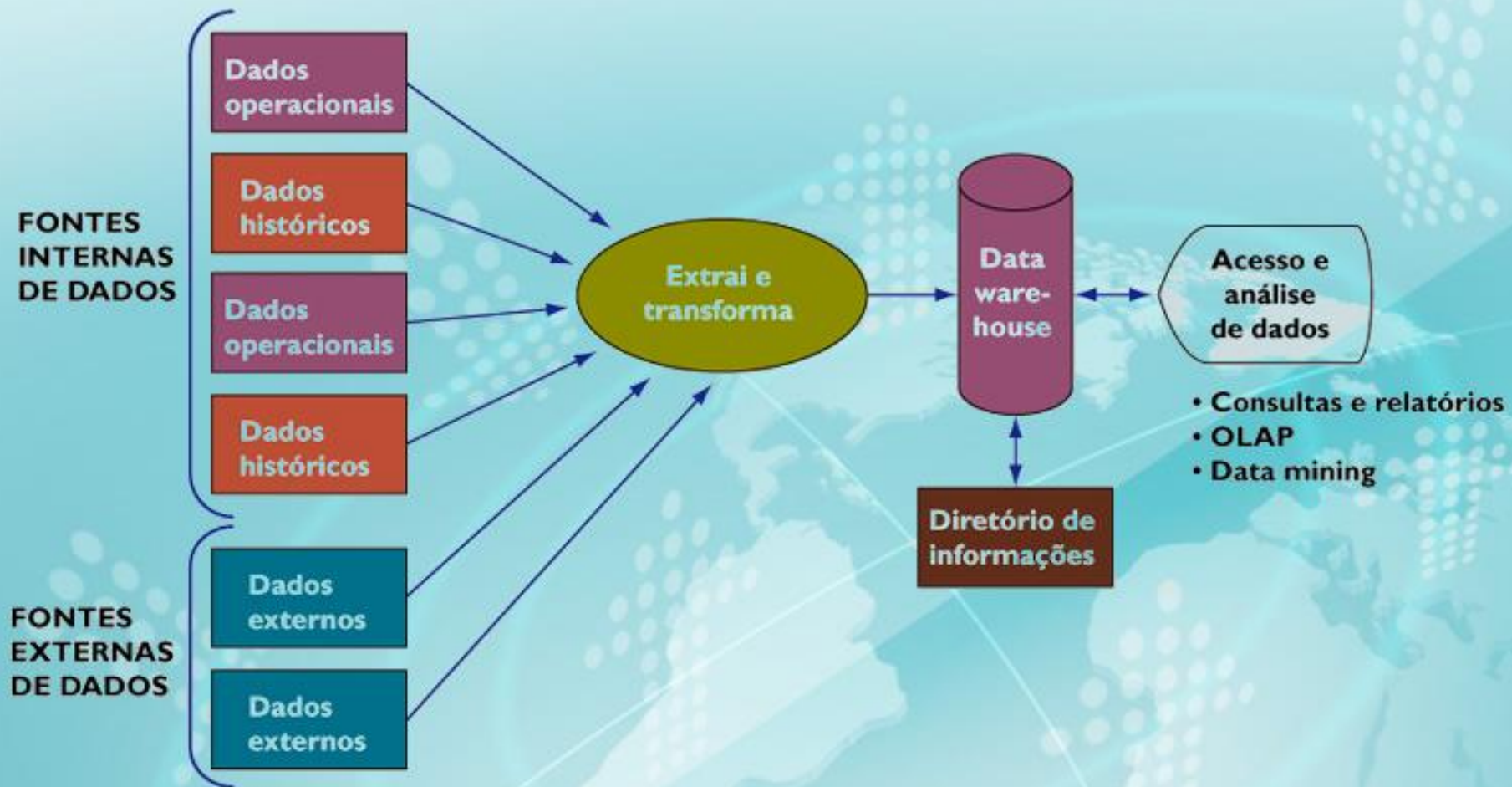
BI (*BUSINESS INTELLIGENCE*)

- Ou simplesmente:
 - Inteligência empresarial.
- Objectivos:
 - Possibilitar de uma maneira simples e eficaz aos utilizadores a possibilidade de recolher e obter informações corporativas.
- Permitem às empresas acederem e recolherem informações contidas, por exemplo, em DWs, com a finalidade de gerir os recursos para a tomadas de decisão e definições de estratégias.

BI (*BUSINESS INTELLIGENCE*)

- Extrair e integrar dados de múltiplas fontes.
- Fazer uso da experiência já existente.
- Actualizar dados contextualizados.
- Trabalhar com cenários hipotéticos.
- Procurar relações de causa e efeito.
- Transformar os registos obtidos em informações úteis para o conhecimento empresarial.

Onde ficam os dados do BI?



QUESTÕES

Filipe Sá

Filipe.sa@isec.pt