# Sistemas de Informação P2

SPT: Sistema de Processamento de Transação

SIG: Sistema de Informação Gerencial

SAD: Sistema de Apoio à Decisão

SAE: Sistema de Apoio ao Executivo

ERP: *Enterprise Resource Planning*

(sistema integrado de gestão empresarial)

SCM: *Suply Chain Management*

(gestão de cadeia de suprimentos)

CRM: *Customer Relationship Management*

(gestão de relacionamento com o cliente)

1. Por que o SPT é crítico para a empresa? Cite um exemplo de SPT que você costuma utilizar e justifique sua resposta.

Os **Sistemas de Processamento de Transação** (SPTs) automatizam processos de transações, ou seja, processos de vendas, trocas, negociações, acordos, entre outros.

A automatização desses processos acarreta em ganho de tempo e, consequentemente, dinheiro.

Exemplos: sistemas de pagamentos em e-commerce, nota fiscal eletrônica, catraca do metrô.

1. Em relação ao SIG, explique no que consiste um indicador e como ele é gerado.

**Sistemas de Informação Gerencial** fornecem informações baseadas em indicadores gerados por fontes de dados **internas** e **externas**, que visam auxiliar no gerenciamento dos sistemas fornecendo relatórios.

As fontes de dados **internas**, normalmente, são os SPTs do sistema.

As fontes de dados **externas** são clientes, fornecedores, concorrentes e acionistas cujos dados não foram coletados pelos SPTs.

1. Explique a diferença entre as duas abordagens dos SAD (simulação e business Intelligence).

Os **Sistemas de Apoio à Decisão** são aqueles que fornecem ao usuário um acesso fácil a fim de dar apoio a atividades de tomada de decisão semi-estruturadas ou não-estruturadas.

Sua abordagem por **simulação** proporciona uma gama de opções viáveis do que você pretende decidir, como usuário do sistema; simula suas tomadas de decisão para que você visualize qual a melhor opção.

Já a abordagem por **Business Intelligence** minera uma grande quantidade de dados, filtra e os seleciona para posterior análise.

1. Caracterize a interface e o usuário de um SAE.

No **Sistema de Apoio ao Executivo**, temos uma interface simples e flexível (à entrada de novos dados) pois o usuário é alguém altamente instruído e que possui urgência nas decisões pois *tempo é dinheiro*.

Exemplo de SAE: gerenciador de contratos, contabilidade.

1. Conceitue o sistema ERP.

O ***Enterprise Resource Planning*** é um sistema queintegra todas as áreas da empresa, para facilitar a comunicação entre elas. Trata-se de uma intranet com um conjunto de dados disponíveis a todos os colaboradores.

1. Explique a diferença entre customização e parametrização em um sistema ERP.

A **customização** de um ERP é quando a empresa é modificada para se adequar às novidades de implantação do sistema ou muda o sistema para se adequar à empresa.

Já a **parametrização** é quando o sistema já existe e esta será feita a adequação do mesmo a novos parâmetros, por exemplo.

1. Qual a diferença entre SCM de planejamento e SCM de execução?

Suply Chain Management, ou Gestão de Cadeia de Recursos é um sistema para gerenciamento dos recursos que a empresa utiliza.

Atividades:

Qualificação e seleção de fornecedores;

Gestão de estoque e matéria prima de insumos;

Planejamento e controle da produção;

Gestão de qualidade e operação de armazéns;

De Transporte...

SCM de planejamento:

Fornecedores;

Gestão de qualidade

SCM de execução:

Estoque

Matéria prima

Transporte

Sistemas de planejamento da cadeia de suprimentos: habilitam a empresa a gerar previsões de demanda para um produto e a desenvolver planos de aquisição de matériasprimas e fabricação daquele produto. Tais sistemas ajudam as empresas a tomar decisões operacionais, tais como a determinar a quantidade de produto específico a ser fabricada em dado período, estabelecer níveis de estoque para matérias-primas, produtos intermediários e produtos acabados, determinar onde armazenar os produtos acabados e até mesmo identificar o meio de transporte a ser usado para a entrega.

 Sistemas de execução da cadeia de suprimentos: gerenciam o fluxo de produtos pelos centros de distribuição e depósitos para garantir que sejam entregues nos locais certos, da maneira mais eficiente possível. Eles monitoram a situação física dos produtos, o gerenciamento de materiais, as operações de armazenamento e transporte e as informações financeiras referentes a todas as partes.

1. Cite benefícios e desafios de um SCM.

+ Redução de custos

+ Agilidade

+ Qualidade

- Lidar com fornecedores

- Manter o estoque condizente com o SCM

1. Quais são as características do CRM analítico e do CRM operacional?

Customer relationship management são sistemas que visam aprimorar o relacionamento com o cliente. O CRM analítico é aquele que

CRM Operacional: O CRM operacional trata da automação dos processos de relacionamento. É onde hoje a maioria das empresas está focada. Envolve o back office como o gerenciamento de pedidos, produção, gerência de cadeia de fornecimento e sistemas legados, o front office pela automação de vendas, de marketing e de atendimento e ainda o sistema móvel de vendas e o atendimento em campo.

 CRM Analítico: É o estratégico do CRM, contempla as funções de análise do desempenho e da inteligência dos negócios. Com o CRM analítico é possível identificar os clientes e determinar como cada um deve ser tratado.



1. Cite benefícios e desafios de um CRM.

Desafios do CRM:

 Dificuldades para medir e avaliar benefícios intangíveis.

 Falha em identificar e focalizar problemas empresariais específicos.

 Pouca aceitação do usuário (“para que vou ajudar?”).

 Tentativa de automatizar processos mal-definidos.

Benefícios do CRM:

Se implantados corretamente, os sistemas CRM ajudam as empresas a aumentar a satisfação do cliente, e a reduzir os custos de marketing direto e os custos de aquisição e retenção de clientes. As informações fornecidas pelo Sistema de CRM podem aumentar a receita de vendas, pois permitem identificar segmentos e clientes mais lucrativos para marketing focado, cross-selling (venda cruzada, ou seja, de produtos complementares) e up-selling (venda a mais, ou seja, a ação de oferecer produtos ou serviços de maior valor a clientes novos ou atuais) e bundling (venda em pacote, isto é, a venda cruzada em que uma combinação de produtos é vendida na forma de pacote, a um preço inferior à soma dos produtos).