

# Aplicativos Integrados

---

Profa. Dra. Ellen Francine Barbosa  
PAE Lívia Castro Degrossi

# Aplicativos Integrados

- ❑ ERP (*Enterprise Resource Planning*)
- ❑ CRM (*Consumer Relationship Management*)
- ❑ SCM (*Supply Chain Management*)

# Visão Tradicional de Sistemas

- Dentro das empresas há **funções** e cada uma tem seus **usos específicos** para os **sistemas de informação**.
- Além das fronteiras organizacionais, há **clientes** e **fornecedores**.
- As funções tendem a **trabalhar isoladamente**.

# Visão Tradicional de Sistemas



# Visão Tradicional de Sistemas

## Problemas:

- Informações provenientes de **diferentes bancos de dados**.
- Tomada de decisão baseada em **informações desatualizadas**.
- Falta de uma **visão geral** da empresa.
- **Comunicação deficiente** entre os departamentos.
- Falta de **padronização** dos dados e processos.
- **Lentidão** e/ou **ineficácia** dos processos.

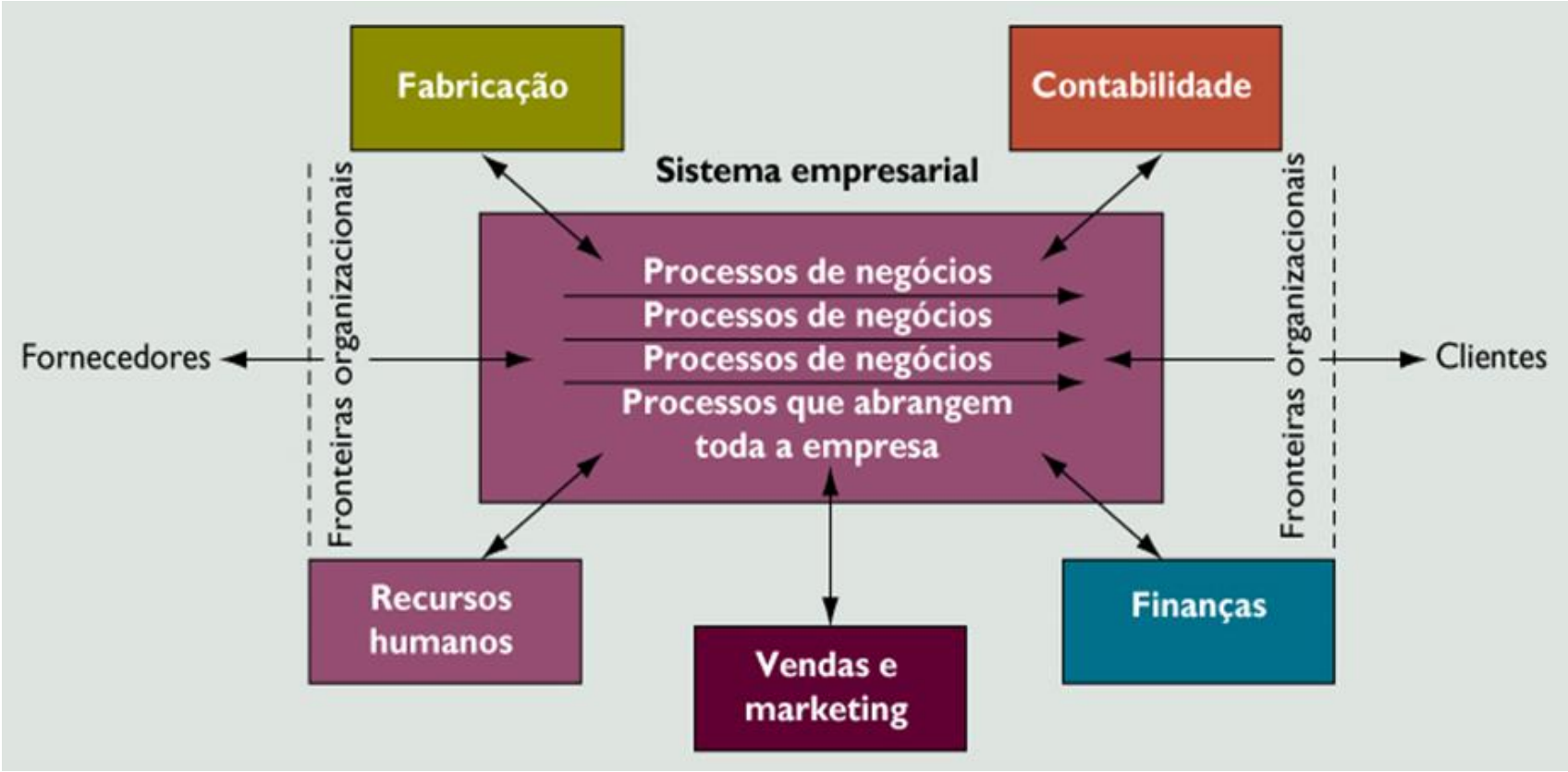
# Sistemas Integrados

Utilizados para **integrar processos de negócio** das diferentes áreas funcionais em um **único sistema**.

**Dados** são armazenados em um **único repositório**.

Fornecem informações sobre a empresa **como um todo**.

# Sistemas Integrados



# Sistemas Integrados

Gestão de Negócios



Controle e integração dos processos produtivos,  
administrativos e processos facilitadores



# ERP (*Enterprise Resource Planning*)

Sistemas de gestão de informação (**SIG**) que utilizam uma base de dados **única**. Possui diversos **módulos** que conversam entre si e trocam informações. Cada módulo é responsável por um função específica do sistema, possibilitando à empresa acesso às informações de forma **integrada**, em uma única ferramenta e com um mesmo padrão de apresentação das informações.

# ERP (*Enterprise Resource Planning*)

ERP é um **sistema integrado** que possibilita um fluxo de informações **único, contínuo e consistente** por toda a empresa sob uma única base de dados.

É um instrumento para a melhoria de **processos de negócio**.

- Produção, compras, distribuição.

Informações **online** e em **tempo real**.

# ERP (*Enterprise Resource Planning*)

Desenvolvidos de forma que uma **solução genérica** seja **customizada**.

Possui **arquitetura aberta**, possibilitando utilizar diferentes sistemas operacionais, bancos de dados, etc.

# ERP (*Enterprise Resource Planning*)

## **Principal Objetivo:**

Colocar **cada processo** da empresa sob controle informatizado e, ao mesmo tempo, **integrar** as informações resultantes desse controle.

# ERP (*Enterprise Resource Planning*)

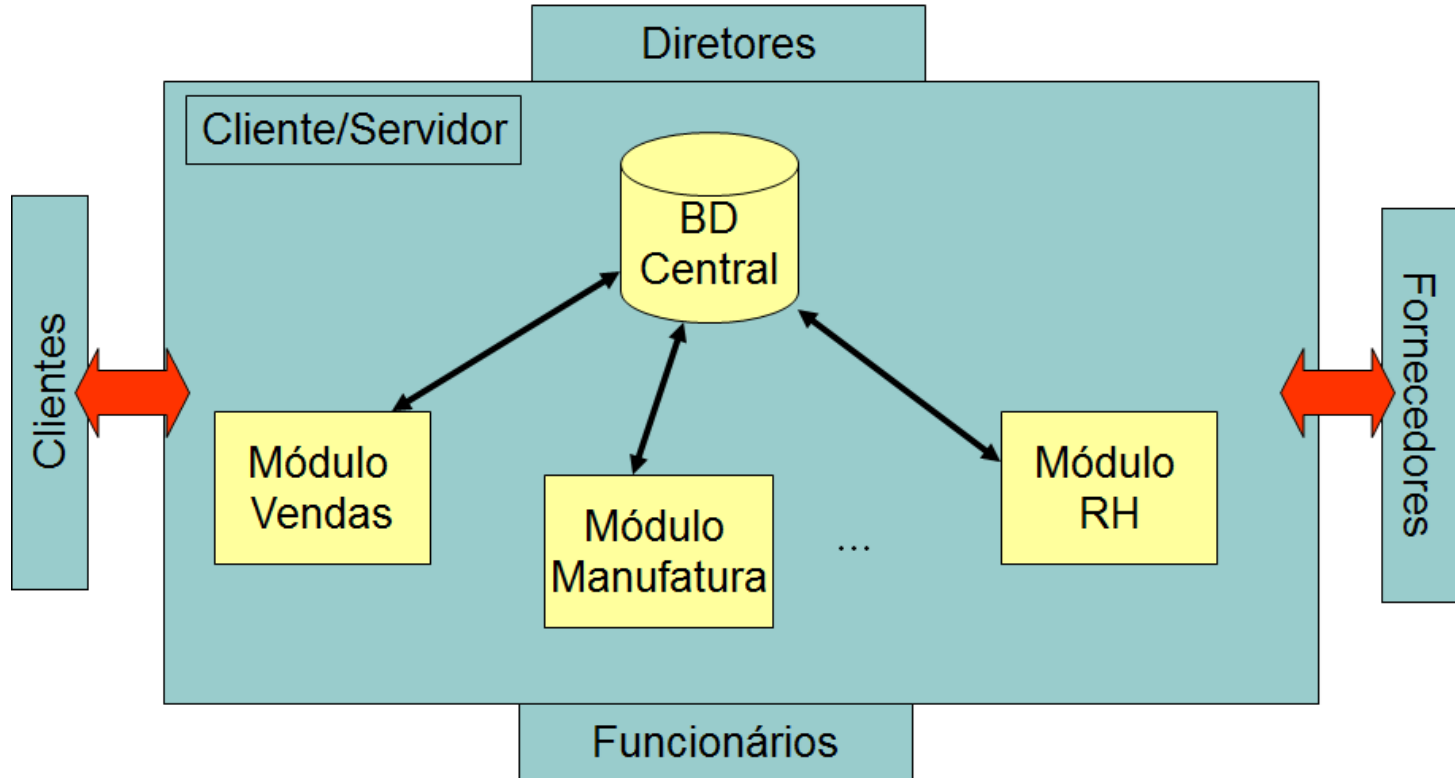
## **Outros objetivos:**

- Alta integração entre funções.
- Troca maciça de informações dentro da cadeia de valor.
- Diminuição da dispersão geográfica.
- Eliminação da redundância dos dados.
- Atender pedidos ao invés de criar estoques.

# ERP (*Enterprise Resource Planning*)

O ERP serve para **integrar** todos os **departamentos** e funções de uma empresa em um sistema de computador que pode servir às necessidades particulares de cada um de seus diferentes departamentos.

# ERP (*Enterprise Resource Planning*)



# ERP (*Enterprise Resource Planning*)

## **Benefícios:**

- Integração dos sistemas de informação da empresa.
  - Integração das diferentes funções do negócio.
- Visão global dos negócios.
- Maior controle dos processos produtivos e das atividades de suporte a estes processos.
  - Melhor gestão do negócio.
- Automatização e maior agilidade nos processos de negócios.
  - Ganhos de produtividade e velocidade de resposta.



# ERP (*Enterprise Resource Planning*)

## **Benefícios:**

- Padronização dos dados, otimização do fluxo de informações e facilitação do acesso dos dados operacionais.
  - Adoção de estruturas organizacionais mais flexíveis.
- Informações mais consistentes.
- Maior confiabilidade nos dados.

# ERP (*Enterprise Resource Planning*)

## **Benefícios:**

- Redução da complexidade do acompanhamento de todo o processo de produção → mais recursos para planejar, diminuir gastos e repensar a cadeia de produção.
- Apoio ao processo de tomada de decisão.

# ERP (*Enterprise Resource Planning*)

## **Problemas:**

- Custo de implantação.
- Necessidade de treinamento, infraestrutura adequada, integração, testes, etc.
- Problemas com funcionários (mudança cultural!!)
- Solução genérica.
- Sistemas legados.

# ERP (*Enterprise Resource Planning*)

## **Principais fornecedores:**

- SAP
- Oracle Peoplesoft
- Totvs
- Infor/Baan
- ...



imagination at work



# CRM (*Consumer Relationship Management*)

80% dos negócios são realizados com 20% dos clientes.

Atrair um novo cliente pode custar, em média, até 5 vezes mais do que manter o atual.

Segundo pesquisa da Xerox, a diferença entre um cliente satisfeito e um cliente muito satisfeito é de 6 vezes.

- Comprar novamente.
- Lealdade do cliente.

# CRM (*Consumer Relationship Management*)

O **cliente** é **centro** da empresa.

Construção e gerenciamento de **relações** a longo prazo entre o cliente e o vendedor (empresa).

Oferecer ferramentas para **conhecer melhor o cliente**.

- Consolidar dados do cliente de várias fontes e fornecer **ferramentas analíticas** para responder a perguntas.

# CRM (*Consumer Relationship Management*)

Provê **coordenação integrada** entre vendas, atendimento ao cliente, *marketing*, suporte e outras funções de interação com o cliente.

- Visão empresarial única dos clientes.
- Visão da empresa é única para os clientes.

O sucesso do CRM consiste em:

- Identificar o que **cria/agrega valor** para os clientes.
- Oferecer precisamente o que os clientes querem.



### Vendas

Vendas por telefone  
Vendas pela Web  
Vendas em campo  
Vendas no varejo

### Marketing

Dados de campanha  
Conteúdo  
Análise de dados

### Atendimento do cliente

Central de atendimento  
Dados de auto-atendimento pela Web  
Dados de atendimento em campo  
Dados por equipamentos sem fio

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

# CRM (*Consumer Relationship Management*)

## Histórico:

- Não é uma filosofia nova... o comércio já atendia o cliente de forma **personalizada** nas décadas passadas.
- Crescimento das empresas e grandes ganhos com a produção **mudaram o foco** para o **produto**.
- Durante muito tempo, o CRM foi visto como exclusivo da indústria ou entre empresas.
- A TI possibilitou a criação de **relacionamentos** com um grande número de clientes.

# CRM (*Consumer Relationship Management*)

## Vantagens:

- Otimizar recursos durante o marketing (**público alvo**).
- Redução de custos: oferecer o produto ou serviço mais **adequado**.
- Identificar clientes em **potencial**.
- **Feedback** dos clientes: qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

# CRM (*Consumer Relationship Management*)

## Dificuldades na implantação:

- Fundamental o **envolvimento** dos diretores da empresa.
- Definição de uma **política de relacionamento** com o cliente (processos de gerenciamento).
- **Treinamento** dos usuários.
- **Compartilhamento** das informações.
- Disponibilidade de **recursos financeiros**.
- **Privacidade** do cliente.

# CRM (*Consumer Relationship Management*)

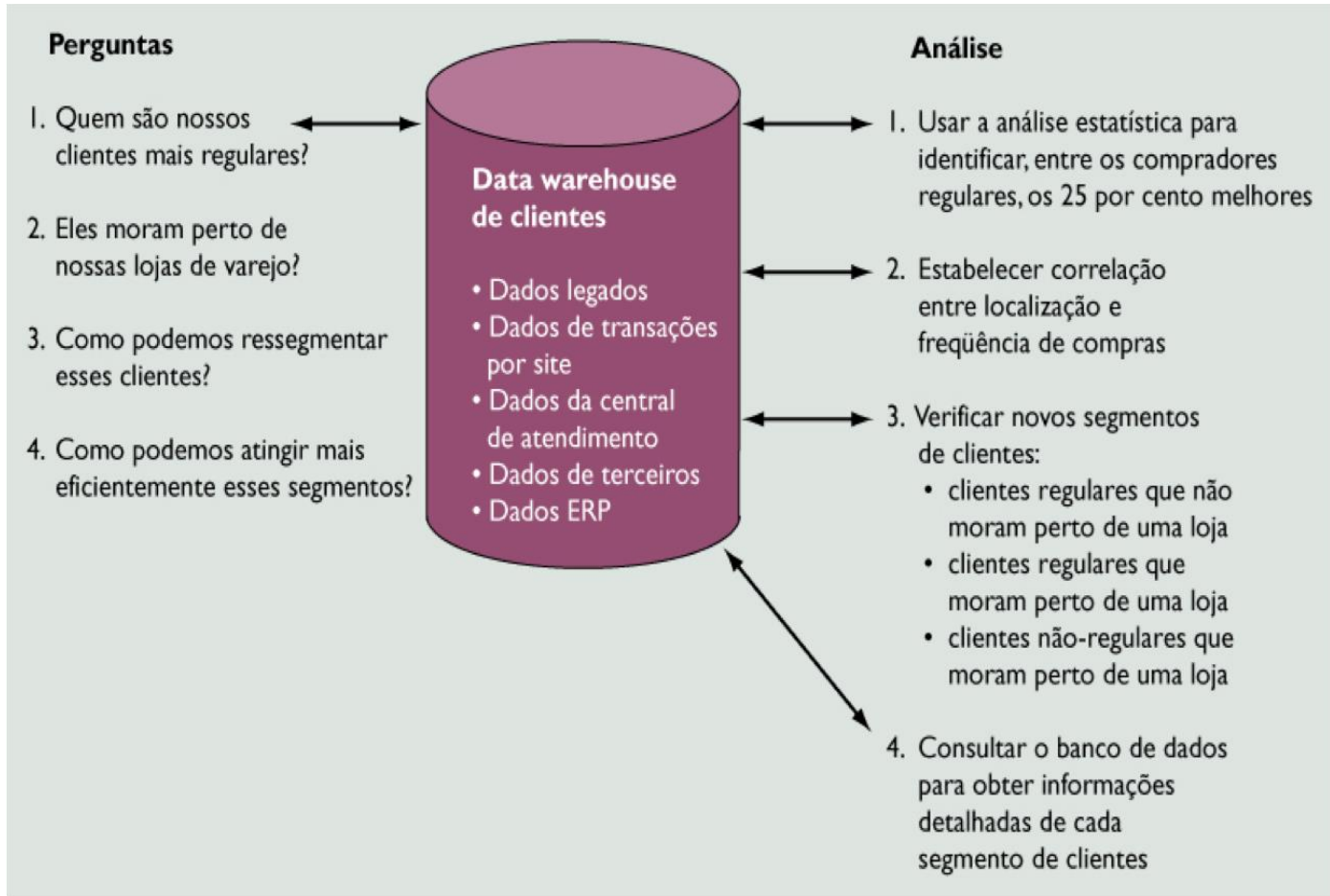
## **CRM Operacional** (aplicações voltadas ao cliente):

- Serviços a clientes.
- Gerenciamento de pedidos.
- Faturamento e cobranças.
- Automação de marketing e vendas.
- Apoio ao atendimento e ao *call center*.

# CRM (*Consumer Relationship Management*)

## CRM Analítico:

- Aplicações que analisam os dados do cliente gerados pelas aplicações CRM operacionais.
- Baseado em *data warehouse* que consolidam os dados dos sistemas CRM operacionais e dos pontos de contato com o cliente.
  - Captação, armazenagem, extração, processamento, interpretação e apresentação dos dados.



# CRM (*Consumer Relationship Management*)

## **Principais fornecedores:**

- Oracle
- Clarify
- Salesforce.com
- Microsoft Dynamics CRM
- SAP
- ...



# SCM (*Supply Chain Management*)

## **Cenário empresarial:**

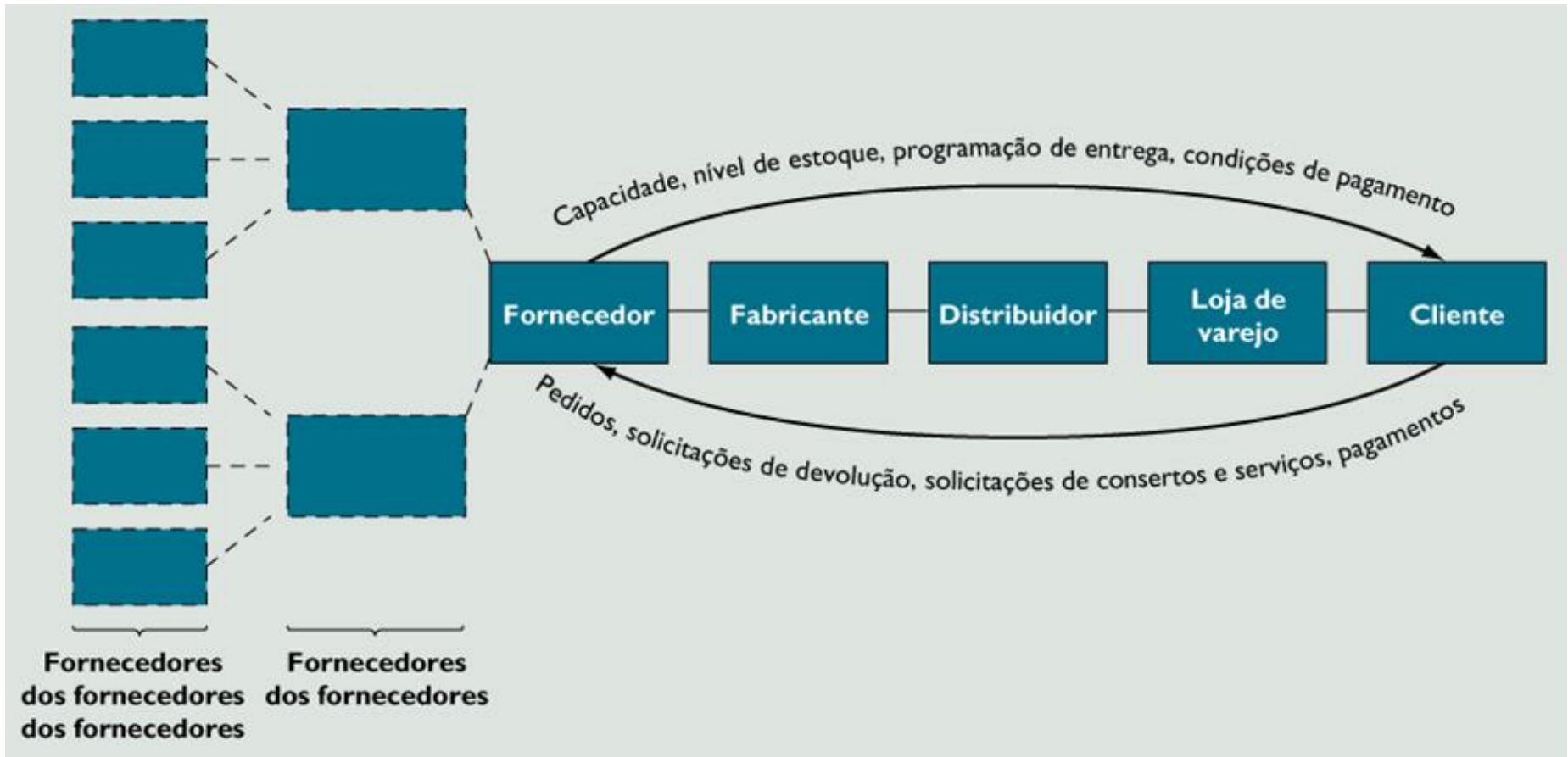
Antigamente: as indústrias produziam a maior parte dos componentes.

Atualmente: ambiente de acirrada competição, empresa concentra atividades em sua especialização.

# SCM (*Supply Chain Management*)

## **Cenário empresarial (Ambiente Cooperativo):**

- Operação integrada entre os membros da **cadeia de suprimentos** (*supply chain*)
- A necessidade de gerenciar esta cadeia de suprimentos originou a denominação SCM ou GCS (Gerenciamento de Cadeias de Suprimentos).



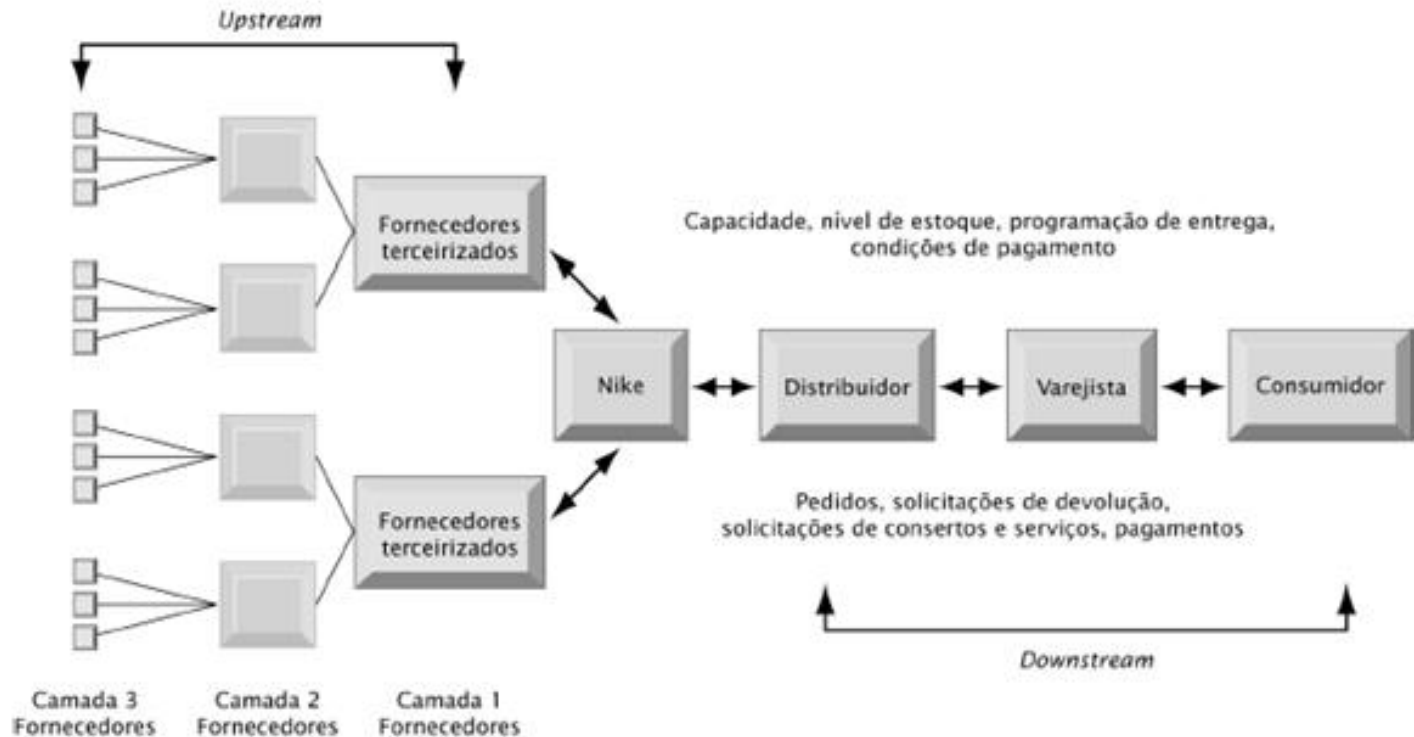
# SCM (*Supply Chain Management*)

**Cadeia de suprimentos:** é uma **rede de organizações e processos de negócios** para selecionar matérias-primas, transformá-las em produtos intermediários e acabados e distribuir os produtos acabados aos clientes.

**Montante ou *upstream*:** fornecedores da empresa, fornecedores de fornecedores e processos para gerenciar as relações entre eles.

**Jusante ou *downstream*:** processos e organizações envolvidos na distribuição e entrega de produtos ao consumidor final.

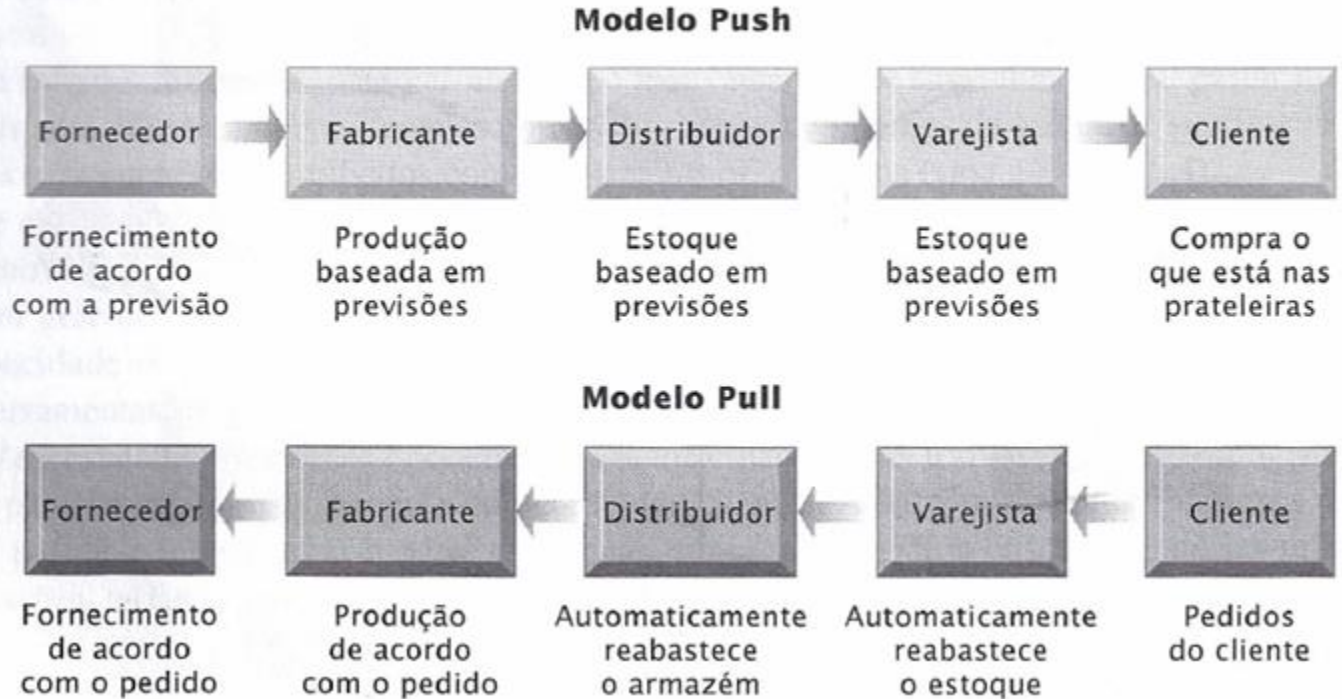
# SCM (*Supply Chain Management*)



# SCM (*Supply Chain Management*)

**Figura 8.5**

Modelos de cadeia de suprimentos push e pull. A diferença entre os modelos push e pull pode ser resumida nesta frase: "Vamos produzir o que vendemos, não vender o que produzimos".



# SCM (*Supply Chain Management*)

Trocar informação com **fornecedores** sobre:

- Disponibilidade de materiais e componentes.
- Datas de remessa e entrega de suprimentos.
- Requisitos de produção.

# SCM (*Supply Chain Management*)

Trocar informação com **expedidores** e **distribuidores**:

- Níveis de estoque.
- Andamento dos pedidos.
- Datas de expedição e entrega de produtos.



# SCM (*Supply Chain Management*)

O SCM alinha todas as atividades de produção de forma concomitante e sincronizada, visando **reduzir custos, minimizar ciclos e maximizar o valor percebido pelo cliente final**. Isso implica em **parcerias com fornecedores, redução de estoques** em toda a cadeia de fornecimento, **revisão do sistema de distribuição** e **melhoria da previsão de vendas**.

# SCM (*Supply Chain Management*)

Monitora todo o **fluxo de produção** de um produto:

- Desde a aquisição da matéria prima até o produto acabado e enviado para o cliente.

Abrange toda a **cadeia produtiva** de uma forma estratégica e integrada.

Integra os **processos logísticos** do fornecedor, do fabricante, do distribuidor e do cliente.

- Reduzir tempo, esforço redundantes e custos de estoque.

# SCM (*Supply Chain Management*)

Considera que a competição no mercado ocorre no **nível das cadeias produtivas** e não apenas no nível de negócios isolados.

Visa a criar uma “**unidade virtual de negócio**”

- Formada por empresas distintas que são unidades de negócio.
- Uma unidade de negócio pode fazer parte de várias unidades virtuais de negócio.

# SCM (*Supply Chain Management*)

## Objetivos:

- Maximizar as relações entre os envolvidos na cadeia produtiva, visando atender com mais eficiência o consumidor final e contribuindo na **geração de valor**.
- **Agregação de valor ao produto**
  - Criação de bens e serviços customizados.
- **Redução de custos**
  - Menor volume de transações de informações.
  - Menor variabilidade de produtos e serviços
  - Menor tempo de desenvolvimento.

# SCM (*Supply Chain Management*)

## Benefícios:

- Reestruturação e consolidação do número de fornecedores e clientes.
- Compartilhamento e integração de informações de infraestrutura com clientes e fornecedores.
  - Diminuição do estoque (entregas *just-in-time*)
- Desenvolvimento do conjunto de produtos.
  - Fornecedor está envolvido em todo o processo.
- Logística.
- Integração das **estratégias competitivas** da cadeia produtiva.

# SCM (*Supply Chain Management*)

- “Sintonia” entre oferta e demanda.
- Redução dos níveis de estoque.
- Melhoria do serviço de entrega.
- Redução do tempo que o produto leva para chegar ao mercado.
- Uso mais eficiente de recursos.
- Redução de custos da cadeia de suprimentos.
- Aumento da lucratividade.
- Aumento das vendas.

# SCM (*Supply Chain Management*)

## **Principais fornecedores:**

- Manugistis
- i2Technologies
- SAP
- Oracle Peoplesoft (módulos específicos)
- IBM Global Business Service
- ....

# Atividades

(duplas)

1. Encontre um exemplo de empresa na qual foi implantado algum tipo de sistema de informação integrado (ERP, CRM, SCM).
  - a) Descreva o problema da empresa que motivou a adoção do sistema.
  - b) Identifique os benefícios obtidos com a implantação do sistema.
  - c) Discuta os problemas ocorridos no processo de implantação do sistema.
  
2. Leia o estudo de caso da iHOP (moodle) e responda às questões solicitadas.

Moodle, 08/05, 18:55 hrs.



# Aplicativos Integrados

---