

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

EMERSON BARBOZA SIMIANO

**ESTUDO DA APLICABILIDADE DA RFP (REQUEST FOR
PROPOSAL) PARA INFORMATIZAÇÃO DO SUPERMERCADO
IMPERATRIZ LOCALIZADO EM CRICIÚMA SC.**

CRICIÚMA, DEZEMBRO DE 2010

EMERSON BARBOZA SIMIANO

**ESTUDO DA APLICABILIDADE DA RFP (REQUEST FOR
PROPOSAL) PARA INFORMATIZAÇÃO DO SUPERMERCADO
IMPERATRIZ LOCALIZADO EM CRICIÚMA SC**

Monografia apresentada para obtenção do grau de Bacharel em Administração de Empresas, no curso de Administração de Empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof.: João B. da Silva, MSc.

CRICIÚMA, DEZEMBRO DE 2010

EMERSON BARBOZA SIMIANO

ESTUDO DA APLICABILIDADE DA RFP (REQUEST FOR PROPOSAL) PARA INFORMATIZAÇÃO DO SUPERMERCADO IMPERATRIZ LOCALIZADO EM CRICIÚMA SC

Monografia aprovada pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Bacharel em Administração de Empresas, no Curso de Administração de Empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 09 de Dezembro de 2010.

BANCA EXAMINADORA

Prof. João B. da Silva. MSc - (UNESC) - Orientador

Prof. Abel Correa de Souza -Especialista - (UNESC)

Prof. Miguel Angelo Mastella - Especialista - (UNESC)

DEDICATÓRIA

Dedico esta conquista a todos os professores do curso que de alguma forma, seja ela direta ou indiretamente auxiliaram para conclusão e realização do projeto, em especial dedico também a minha família que sempre me apoiaram e me deram muita força para conquista de meus ideais.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus e Nossa Senhora Aparecida que sempre intercede por todos nós e todos os meus anjos da guarda, no qual recebo muita força e saúde para vencer meus obstáculos com sabedoria e dignidade.

Agradeço também ao meu pai e minha mãe que me apoiaram desde o início dessa jornada, principalmente concedendo minhas férias antes do tempo, ajudando muito para que pudesse concluir essa etapa de minha vida. Pela minha namorada que teve compreensão e paciência, durante a minha ausência.

Aos professores que tanto contribuíram para aumentar meus conhecimentos e eliminar todas as dúvidas em que alguns momentos tornavam-se muito preocupantes para a realização do projeto. Ao meu orientador Prof. João pela ajuda, dedicação e principalmente pelo incentivo, reconhecendo minhas limitações e qualidades.

Agradeço aos meus amigos que sempre estavam do meu lado, pelos momentos de felicidade e pelos momentos de tristeza no qual apoiavam-se uns aos outros, pelos momentos de aprendizado, em especial meu grande amigo Otávio, que sempre me ajudou e me auxiliou em minhas dúvidas e também pelos meus amigos Gabriel, Gustavo, Maiara, Tatiane, Luciano, Hévilin e Suelen, os quais eram os mais próximos e sempre estavam prestando muito apoio. Enfim, agradeço todo o pessoal que me acompanhou, muito obrigado.

"Dirigir bem um negócio é administrar seu futuro; dirigir o futuro é administrar informações."

Marion Harper

RESUMO

SIMIANO, Emerson Barboza. **Estudo da aplicabilidade da RFP (Request For Proposal) para informatização do Supermercado Imperatriz localizado em Criciúma SC.** 2010. 82 folhas. Monografia do Curso de Administração, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, Criciúma-SC.

A presente monografia destaca um assunto importante para as empresas que buscam investir em Tecnologia de Informação (TI), com o objetivo de agilizar os processos gerenciais, estratégicas e operacionais, disponibilizando informações em tempo real, para que todos os setores da organização estejam integrados, trazendo benefícios e melhorias para a empresa. O projeto tem por objetivo fazer um levantamento de requisitos para a seleção de Sistemas de Informação (SI) que se aplique na empresa em questão, para isso foi analisado a situação atual da empresa e elaborado o documento de Requisição de Proposta Comercial (RFP) que servirá para auxiliar no processo de seleção de um sistema de gestão. O primeiro capítulo defini-se o tema abordado, juntamente com os objetivos para a realização desse projeto e também a justificativa que ressalta a importância e a viabilidade de implantação do sistema de gestão. No segundo capítulo será apresentado a fundamentação teórica, apresentando opiniões de autores da área, destacando a importância do investimento de TI nas organizações e quais os benefícios que podem trazer para as empresas. O terceiro capítulo tem por finalidade explicar de que forma será feita a pesquisa, qual o método a ser usado para elaboração do projeto, no qual se caracteriza pelos procedimentos metodológicos. Foi feita um pesquisa de levantamento de dados, identificando todos os processos rotineiros da empresa afim de reunir todos os requisitos necessários para a documentação do RFP, ficando a disposição da empresa para enviar aos fornecedores de software, objetivando a seleção de um sistema de gestão que atenda as necessidades da empresa.

Palavras-chave: Tecnologia da Informação; Sistemas de Informação; RFP.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Pirâmide invertida dos problemas	39
Quadro 01 – Níveis de informatização/automação de supermercados	33
Quadro 02 – Estrutura de TI	35
Quadro 03 – Benefícios obtidos com a implementação de tecnologia	37
Quadro 04 – Fluxograma da empresa Mercado Simiano Ltda. ME	47
Quadro 05 – Processo de suprimentos	48
Quadro 06 – Processo Comercial	49
Quadro 07 – Processo Financeiro de Contas a Pagar	50
Quadro 08 – Processo Financeiro de Contas a Receber	51

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

TI – Tecnologia de Informação

SI – Sistemas de Informação

RFP – Request for Proposal (Requisição de Proposta Comercial)

CE – Comércio Eletrônico

EDI – Eletronic Data Interchange (Intercambio Eletrônico de Dados)

TEF – Transferência Eletrônica de Fundos

PDV – Ponto de Venda

BI – Business Intelligence (Inteligência empresarial)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 TEMA	13
1.2 PROBLEMA	13
1.3 OBJETIVOS	13
1.3.1 Objetivo Geral	13
1.3.2 Objetivos Específicos	13
1.4 JUSTIFICATIVA	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1 INVESTIMENTO	15
2.2.1 Porque investir em Tecnologia de Informação	16
2.2.2 O impacto potencial do investimento na empresa	18
2.3 TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO	19
2.3.1 É possível o não uso de TI no mundo de hoje	19
2.3.1.1 Visão com o uso de Tecnologia de Informação	20
2.3.2 O valor de Tecnologia de Informação nas organizações	21
2.3.2.1 A competitividade na era da informação	22
2.3.2.2 Benefícios que a TI oferece dentro das empresas	25
2.4 SETOR DE SUPERMERCADOS	28
2.4.1 Tecnologia de informação e comércio eletrônico em supermercados	29
2.4.2 Sistema de informação e Tecnologia da Informação	30
2.4.2.1 Principais aplicações de TI/SI em Supermercados.	31
2.4.2.2 Fatores críticos de sucesso na gestão de informática	36
2.4.2.3 Impactos e vantagens da TI/SI sobre a empresa e o negócio	36
2.5 SISTEMAS DE INFORMAÇÃO	37
2.5.1 Objetivo, foco, características e benefícios do uso dos sistemas de informação	39
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	41
3.1 TIPOS DE PESQUISA	41
3.1.1 Pesquisa Bibliográfica	42
3.1.2 Levantamento de dados	42
3.2 ABORDAGEM DA PESQUISA	43
3.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	43

3.5 AMBIENTE DE PESQUISA	44
4 EXPERIÊNCIA DE PESQUISA.....	46
4.1 OBJETIVO DA RFP	47
4.1.1 Ambiente tecnológico	47
4.1.2 Processos operacionais	48
4.2 ELABORAÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL	53
4.3 CONTATO.....	53
4.4 ENTREGA DA PROPOSTA.....	53
4.5. CRITÉRIOS DE PREENCHIMENTO.....	54
4.5.1 Instruções	54
4.5.2 Módulos.....	55
6 CONCLUSÃO	58
REFERÊNCIAS.....	60
APÊNDICE	62

1 INTRODUÇÃO

Com o mundo dos negócios cada vez mais competitivo é necessário ter o auxílio de ferramentas que façam o gestor de uma empresa acompanhar essa evolução tão gigantesca, pois o ramo dos negócios empresariais está cada vez mais exigindo agilidade e confiabilidade nas informações que circulam no meio empresarial. Para isso busca-se ferramentas que auxiliem o administrador na tomada de decisão com o objetivo de alcançar o equilíbrio. Essas ferramentas são chamadas de SI (Sistemas de Informação), que tem por função integrar todos os departamentos de uma organização em um programa de computador, disponibilizando dados e informações importantes que ajudam a empresa a dar um novo passo no ramo dos negócios para o alcance do sucesso.

A necessidade de implantação de um sistema de gestão que ofereça uma gama gigantesca de recursos faz com que o administrador de uma empresa analise bem antes de adquirir o investimento, pois existem diversos fornecedores e opções de tecnologias diferenciadas.

A presente pesquisa tem por objetivo principal esclarecer a importância do investimento em um sistema de gestão para a organização como um todo, com o objetivo em auxiliar o gestor a escolher o produto de que necessita com segurança, para tal, o projeto está estruturado em capítulos, divididos em subtítulos para o maior entendimento do assunto.

O primeiro capítulo caracteriza-se apresentando a introdução do trabalho, o tema, o problema exposto para a realização do projeto, os objetivos em gerais e a justificativa para a realização do tema abordado.

O segundo capítulo constitui-se em fundamentação teórica, no qual será abordado opiniões de grandes autores sobre o tema em questão, garantindo o bom entendimento das informações contidas nesse capítulo. O mesmo aborda os títulos: investimento, tecnologia de informação, tecnologia de informação e comércio eletrônico em supermercados e sistemas de informação, sendo que para os mesmos existem os subtítulos, para o maior esclarecimento.

No terceiro capítulo, apresenta-se os procedimentos metodológicos, que também relata opiniões de autores da área, com o objetivo de explicar a forma da realização do projeto.

No último e quarto capítulo, apresenta-se a realização do projeto, com o objetivo de demonstrar o resultado obtido pela pesquisa em prol da empresa para especificar os requisitos necessários para seleção de um sistema de gestão através da RFP.

1.1 TEMA

Estudo da aplicabilidade da RFP (Request For Proposal) para informatização do Supermercado Imperatriz, localizado em Criciúma SC.

1.2 PROBLEMA

Diante da atual situação encontrada no Super Mercado Imperatriz, onde os trabalhos rotineiros administrativos são todos feitos manualmente dificultando o controle, pois não há um sistema para gerenciar as atividades operacionais, gerenciais e estratégicas. Com isso defini-se o problema:

Qual a aplicabilidade de informatização do Supermercado Imperatriz usando a ferramenta RFP?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Definir os requisitos necessários para elaboração da RFP com o intuito de informatizar o Supermercado Imperatriz, para que atenda as necessidades da empresa nas atividades operacionais, gerenciais e estratégicas.

1.3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Identificar as rotinas de trabalho da empresa que possam ser melhoradas com a utilização de um sistema de gestão;
- ✓ Elaborar fluxos dos processos de trabalho;
- ✓ Identificar os módulos de operação do sistema de gestão;
- ✓ Identificar as principais aplicações do comércio eletrônico em Supermercados;
- ✓ Especificar os requisitos para seleção do sistema de gestão;
- ✓ Elaborar a RFP para seleção do sistema de gestão.

1.4 JUSTIFICATIVA

Devido ao crescimento extraordinário da competitividade do mercado de trabalho no ramo dos negócios empresariais, as empresas estão cada vez mais exigindo agilidade e confiabilidade nas informações obtidas no meio empresarial. Para isso surge a necessidade de adequar-se às novas ferramentas de Tecnologia de Informação (TI) e de um Sistema de Gestão capaz de integrar todos os departamentos de uma empresa através de um programa de computador para o auxílio nas tomadas de decisão.

A proposta de especificação dos requisitos para seleção do sistema de gestão com objetivo de controle das atividades operacionais, gerenciais e estratégicas deste projeto, é identificar através da RFP um sistema que atenda às necessidades da empresa, agilizar as tarefas repetitivas, reduzir custos, viabilizar e otimizar um relacionamento personalizado com os clientes para o auxílio na tomada de decisão, a fim de desencadear vantagens competitivas.

O trabalho desenvolvido, primeiro, tem objetivos pessoais, com a intenção de concluir o curso oportunizando por em prática os conhecimentos adquiridos ao longo do curso e segundo, desenvolver um projeto prático visando solucionar os problemas enfrentados pelo Supermercado Imperatriz, a falta de controle em função da ausência de um Sistema de Gestão, para isso foi analisada a situação da empresa em questão, com o objetivo de encontrar a melhor solução em um software que atenda todas as necessidades para controle operacional, gerenciais e estratégico da empresa, unindo assim toda a experiência do pesquisador com a da empresa para a realização do projeto.

Como a empresa necessita de mudança, devido ao pouco controle nas atividades operacionais, gerenciais, estratégicas e por sentir a dificuldade da captura de novos clientes pela falta de um atendimento customizado, a realização desta pesquisa tornou-se viável, no qual a empresa está perdendo o poder de competitividade devido à falta de um atendimento personalizado. Portanto, a ideia é oportunizar novas estratégias de negócio, no qual o objetivo é inovar o cenário da empresa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesse capítulo foi abordado os principais conceitos teóricos para o desenvolvimento desse trabalho, relatando opiniões de autores para o auxílio no desenvolvimento do trabalho.

O trabalho tem por objetivo detalhar os passos a serem seguidos em busca da melhor ferramenta para a solução dos problemas da empresa em questão. Desse modo o assunto inicia-se com conceitos de investimentos e a importância do investimento para empresa quando bem planejado.

Em segundo lugar passa para Tecnologia da Informação, detalhando as vantagens da implantação de TI nas empresas.

Em terceiro foi incorporado Tecnologia de Informação e Sistemas de Informação, relatando as principais ferramentas utilizadas por supermercados que auxiliam para bom desempenho da empresa.

Esse capítulo tem por finalidade contextualizar assuntos que passe a ser de interesse de pequenos empresários que de algum modo estão parados no tempo, no qual a falta de recursos para coleta de dados a serem trabalhados estão inativos, passando assim recursos avançados e simples de serem adaptados ao gestor e toda equipe que faz parte da organização, auxiliando para tomadas de decisão. Todos os tópicos têm por objetivo visar o bom entendimento do assunto.

2.1 INVESTIMENTO

Galesne (1999) afirma que o investimento significa para uma empresa em um capital durável, ou seja, dar continuidade a resultados positivos, onde o objetivo é faturar cada vez mais.

Segundo Suwardy (2003) há uma serie de razões que levam as organizações a investir em TI, onde as principais são: aumento da produtividade, ir de encontro ao cliente, manter competitividade, ganho de vantagens competitivas, aumento da receita e redução de custos.

A decisão de investimento é uma aposta no futuro, onde toda aposta implica riscos, pois o investimento se materializa pelo sacrifício de satisfação

imediate e certa, em troca a esperança de um futuro de retorno esperado. (GALESNE; LAMB, 1999).

Para Galesne e Lamb (1999), faça o que fizer o gestor de uma empresa não estará em condições de eliminar os riscos de um investimento em projeto. O melhor que devera fazer é estudar todas as maneiras possíveis de diminuir estes riscos em estudos preliminares antes de seu lançamento e, em caso de prejuízo, abandonar se o mesmo for considerado insuportável.

Fica claro que a decisão de investimento não deve ser tomada de forma precipitada, mas, ao contrario, é a etapa final de uma série de estudos, em que, percebe-se que o investimento ocorre quando a empresa superou uma serie de obstáculos instituídos pela mesma. (GALESNE; LAMB, 1999).

2.2.1 Porque investir em Tecnologia de Informação

Para Albertin e Albertin (2009), o mercado de trabalho tem se tornado mais competitivo, local e globalmente no qual as empresa buscam aumentar sua eficiência e reduzir custos através de pesquisas e planejamento em processos organizacionais. Porem, as empresas estão percebendo que a competição no mercado de trabalho através de custos não é suficiente para o sucesso da empresa, já que muitos clientes têm maior facilidade de substituição de fornecedores de produtos e serviços devido à alta competitividade. A resposta está no foco ao cliente utilizando ferramentas tecnológicas, inovando o ambiente de trabalho e disponibilizando agilidade e flexibilidade ao cliente, porem estas ferramentas tecnológicas corre o risco de se tornarem obsoletos.

Segundo Albertin e Albertin (2009) a utilização da Tecnologia da Informação ira obrigar capacitações diferenciadas dos profissionais assim como mudar o perfil dos clientes, já que o mesmo passara a ser mais exigente para que suas necessidades sejam atendidas de imediato. O uso de TI também poderá trazer a diminuição de postos de trabalho onde a TI substitui significativamente a mão-de-obra, comprometendo de forma negativa os aspectos sociais do mercado.

Albertin e Albertin (2009, p. 9) ao abordar o uso de TI destacam que:

[...] as pressões de mercado, concorrência, clientes, tecnologia exigem respostas das organizações, melhoria de processos, alianças, sistemas estratégicos, entre outros. As respostas, por sua vez, também mudam o

mercado, alterando as pressões, regulamentação, responsabilidade social e aspectos éticos.

Para Moura (2004 apud ADLER; SBENBAR, 1990), o maior erro das empresas em avaliar a infra estrutura de tecnologia é focar apenas questões de competência técnica, no qual existem quatro dimensões onde cada uma vai contribuir para o sucesso da TI, que são: recursos tecnológicos, recursos organizacionais, recursos externos e os projetos. Através dessas dimensões e a capacidade que as organizações dispuserem no uso da TI, serão as entradas para a definição de projetos desenvolvidos pelas organizações, que conseqüentemente irão interferir positivamente ou negativamente no desempenho tecnológico e de negócio.

Galesne e Lamb (1999) reforçam que, além do investidor em TI substituir equipamentos antigos ou obsoletos, no qual estão fora do padrão para o bom funcionamento nas operações estratégicas e operacionais de uma empresa, investimento também significa estar se modernizando, cujo objetivo principal é estar apto e pronto a concorrência atual, expandindo a capacidade de estratégias, no qual o objetivo é oferecer com mais intensidade o produto ou serviço do mercado.

Albertin e Moura (2005), afirmam que, a TI tem sido uma das ferramentas mais importante para o gestor no ambiente empresarial atual, sendo que essa tecnologia agrega importância intensamente tanto no nível estratégico como no operacional. A oferta de TI e seu aproveitamento intenso nas organizações, sem dúvida alguma deixa bem claro que é um requisito mínimo para sobrevivência das empresas e de competição no mercado de trabalho.

O uso da TI deve ser entendido por várias dimensões, ou seja, as organizações devem definir suas diretrizes gerenciais, estratégicas e operacionais no ambiente empresarial, em que, a TI é um dos componentes extremamente favoráveis para exercer as ações internas e externas de uma empresa. O investimento em Tecnologia de Informação também será determinado pela visão e valor que tem para empresa, onde a TI tem níveis diferenciados de reconfiguração de negocio, no qual a TI será definida dependendo das necessidades do investidor de TI. (ALBERTIN; MOURA, 2005).

De fato a TI é uma ferramenta que facilita e possibilita o administrador aplicar com grande intensidade essa tecnologia nos níveis estratégicos e operacionais de uma empresa, mas não quer dizer que a TI vá garantir o sucesso e o bom desempenho de uma organização. As características de uma organização

que definem para o uso da TI devem estar de acordo com suas estratégias e operacionalização. Os modelos, cultura, políticas e estrutura da organização, devem ser considerados na utilização da TI. (ALBERTIN; MOURA, 2005).

2.2.2 O impacto potencial do investimento na empresa

Para uma empresa, o investimento é sinônimo de crescimento e dar continuidade no desenvolvimento com objetivo de manter ou melhorar economicamente. O investimento expande a capacidade nas atividades da empresa aos produtos atuais, quanto ao lançamento de um novo produto, independente do setor de atividade. Esses investimentos permitem a empresa a dar um grande passo, em frente ao futuro crescimento da demanda. Existem dois tipos de investimento que agregam para o crescimento de uma empresa, são eles: investimentos correntes e investimentos estratégicos. Os investimentos correntes podem ser considerados em um risco de nível aceitável para empresa ou em um risco de nível mais elevado. O investimento corrente é a substituição, modernização e expansão de equipamentos atuais da empresa, sejam eles de forma material ou imaterial. Quando a organização investe em um novo produto ou uma nova linha de produtos, esse investimento se caracteriza em um investimento de risco elevado. Também são considerados investimentos correntes as obrigações legais, segurança, legislação do trabalho e legislação antipoluição. Já o investimento estratégico em uma empresa pode decidir o futuro de forma positiva ou negativa, que em caso de sucesso trará grandes oportunidades de desenvolvimento, mas caso o investimento fracasse isso poderá arriscar a capacidade de sobrevivência da empresa. (GALESNE; LAMB, 1999).

Galesne (1999) deixa claro que todo investimento não deixa de ser um risco, no qual as empresas muitas vezes tomam a iniciativa de um investimento com o objetivo de obter resultados imediatos em uma esperança futura, sem antes mesmo analisar e estudar as possibilidades de crescimento e oportunidades que o investimento pode ou não trazer para empresa.

Existem vários elementos com base nas previsões para tomada de decisão de um investimento que se tornem desatualizado. Um erro do ritmo da avaliação do mercado pode transformar um sucesso esperado em um terrível

fracasso. Mas, é rara a empresa que um dia não se deparou com o fato. (GALESNE; LAMB, 1999).

2.3 TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO

Na perspectiva de tecnologia, a TI é uma das mais crescentes e utilizadas pelas organizações. As organizações estão cada vez mais presenciando um cenário altamente competitivo que em consequência as exigências de muita agilidade, flexibilidade e inovações tornam se um aliado decisivo para as empresa estarem competindo estrategicamente. Com isso o papel da TI nas organizações tornou se indispensável, pois além de trazer benefícios estrategicamente a TI é uma grande ferramenta como forma de atuação e em vantagens competitivas. Desse modo as organizações estão buscando alinhar se em Tecnologia de Informação de acordo com as estratégias de negocio, com o objetivo de estar aperfeiçoando e se adequando as suas necessidades, proporcionando uma relação de custo e benefício satisfatório ao cliente (ALBERTIN, MOURA, 2004).

Devido ao crescimento agressivo de Tecnologia de Informação e por auxiliar na redução de custos, que é um dos fatores ponderantes nas empresas que estão em introdução do seu negocio, também com maior disponibilização e popularização, visando um grande impacto na estrutura organizacional, operacional e estratégicas nas organizações causadas por tecnologia (ALBERTIN; ALBERTIN, 2009).

Portanto, a utilização bem sucedida de TI na empresa abrange a capacidade para novas estratégias e tomada de decisão, dando novas oportunidades de atuação em clientes externos e internos com produtos e serviços cada vez mais inovadores. (ALBERTIN; ALBERTIN, 2009).

2.3.1 É possível o não uso de TI no mundo de hoje

A cada dia que passa fica mais evidente que sem o uso de TI no mundo atual é quase irreversível, ou seja, não é possível imaginar o mundo sem o uso de TI. Isso não significa que se aplica apenas para o mundo de negócios, mas também para as áreas de educação, saúde, governo e entretenimento, no qual o uso de TI

dentre todos os envolvidos devem ser intensa, para poderem perceber o quanto de benefício a TI pode trazer para as organizações. (ALBERTIN, 2005 apud MOURA 2004).

Segundo Towell (1999 apud ALBERTIN; MOURA, 2005), devido à crescente pressão na área de TI, fica evidente os benefícios que a TI pode trazer antes mesmo do investimento de TI ser feito. Dessa forma é necessário haver uma estrutura para analisar os investimento de TI e planejamento para definir seu sucesso, no qual essa estrutura será organizada em três dimensões, são elas: valor estratégico, valor organizacional e valor de negócios.

Albertin e Moura (2005) afirmam que os benefícios do uso de TI no desempenho empresarial ficam evidente quando a organização de certa forma é afetada buscando assim uma solução em TI para compor este desempenho. Tanto na infra estrutura ou nas organizações.

2.3.1.1 Visão com o uso de Tecnologia de Informação

Para Albertin e Albertin (2009), devido à evolução de TI nas organizações é possível identificar as mudanças significativas que o uso de TI proporciona nas organizações, denominada de visão de TI. A primeira é a visão de controle no qual a TI passava a ser uma despesa e o investimento não era reconhecido em várias áreas da empresa. Em seguida a visão de custo, no qual a TI começou a ser indispensável em muitos processos da empresa. A terceira visão de TI é a visão defensiva, no qual a organização passa cada vez mais a depender da TI, no entanto o crescimento da TI ainda é menor que o próprio negócio. A próxima é a visão agressiva, no qual o uso de TI passa a ser indispensável para alavancar novas realizações dentro da organização. Por ultimo e mais atual a visão estratégica, ou seja, a utilização de TI nas organizações passa a ser o diferencial para competitividade e continuar no mercado de trabalho, no qual é a base para tomada de decisão com agilidade e flexibilidade.

Segundo Murphy (2002, apud ALBERTIN; ALBERTIN, 2009 p. 19), a evolução da TI pode ser dividida em quatro períodos:

- ✓ O período I era caracterizado por automação e informatização para o controle de custo e busca pela eficiência operacional.

- ✓ O período II se caracteriza pela produtividade e descentralização da tomada de ação para os usuários, no qual o fato relevante foi à distribuição de computadores em várias áreas da empresa, que em consequência trouxe o aumento de capacidade de processamento.
- ✓ O período III se caracteriza a novos modelos de negocio no qual o objetivo é que eles se adéquem as novas aplicações de TI, pois as implicações de TI eram muitas visando principalmente rapidez e flexibilidade.
- ✓ O período IV é caracterizado por novos modelos externos, no qual é um dos principais períodos, pois atende as necessidades de toda cadeia de valor que envolve os negócios da empresa.

Cada vez mais as organizações estão preocupadas em ter um conhecimento mais detalhado do uso de TI, devido ao desempenho que ela pode trazer dentro de uma empresa, como por exemplo: satisfação do cliente, participação no mercado, inovação de produtos, entre outros.

2.3.2 O valor de Tecnologia de Informação nas organizações

O valor do uso de TI apresenta outras variáveis em relação ao custo quanto aos benefícios que ela proporciona. (ALBERTIN; ALBERTIN 2009).

Essas variáveis do uso de TI podem ser agrupadas em:

- ✓ Variáveis tecnológicas se caracterizam na evolução tecnológica;
- ✓ Variáveis não tecnológicas entende se pela assimilação da tecnologia escolhida;
- ✓ Variáveis de setor caracterizam se pela estrutura apresentada na empresa, ou seja, o nível de informatização agregado;
- ✓ Por ultimo as variáveis macroeconômicas, no qual gera influência entre países.

Albertin e Albertin (2009), afirmam que as variáveis tecnológicas relacionam se com os direcionadores de TI, as não tecnológicas são direcionadas com os direcionadores organizacionais, já as variáveis de setor e macroeconômicas estão direcionadas com o mercado.

Afirma Albertin e Albertin (2009) que o aproveitamento do uso de TI está diretamente relacionado com essas variáveis. A principal implicação para o uso de TI é que a TI por si só não trará efetivamente benefícios ou algum resultado sem outros recursos, ou seja, a TI tem que estar diretamente envolvida com pessoas capazes

de desenvolver corretamente essa tecnologia. (REMENYI; MONEY e SHERWOOD-SMITH, 2000 apud ALBERTIN; ALBERTIN, 2009).

2.3.2.1 A competitividade na era da informação

As empresas estão em uma nova era, em que grandes transformações irão revolucionar o mundo, no qual a era industrial esta se transformando na competição da era da informação. A tecnologia na era industrial era importante, no entanto as empresas bem sucedidas incorporavam as novas tecnologias em ativos físicos com o objetivo da produção em massa e eficiente de produtos padronizados. (KAPLAN; NORTON, 2003)

A era da informação trouxe um impacto ainda maior para empresas de serviços do que para indústrias, pois as empresas de serviços conviveram por um bom tempo sem a interferência de novos competidores e para facilitar ainda mais a interrupção de novos competidores do mesmo segmento, os órgãos políticos inibiam potenciais que podiam ser mais inovadoras. No entanto, as últimas duas décadas do século XX houve grandes iniciativas de desregulamentação no qual as empresas de serviços passaram a ser empresas privadas em todo o mundo, enfraquecendo a barreira para novos competidores. Na era da informação as organizações do setor de produção tanto no setor de serviços exigem novas capacidades para assim estar aptos a competitividade. (KAPLAN; NORTON, 2003).

Para Kaplan e Norton (2003), as empresas da era da informação tanto no setor de produção quanto no setor de serviços, a capacidade de controle e exploração dos ativos intangíveis ou invisíveis tornou se muito mais importantes do que controlar e gerenciar os tangíveis físicos, no qual os ativos intangíveis podem trazer para uma empresa:

- ✓ Um relacionamento mais profundo com o cliente, ou seja, dar um atendimento superior ao esperado pelo cliente, tornando o fiel a empresa e desenvolver novas técnicas para que novos segmentos sejam atendidos com eficiência e eficácia;
- ✓ Lançamento de novos produtos e serviços exigidos pelos próprios clientes alvos;
- ✓ Produzir e disponibilizar produtos e serviços personalizados com alta qualidade e baixo custo e com rapidez;

- ✓ Treinamento para o aumento de habilidades e motivação dos clientes para estarem prontos a novos clientes e melhoria da empresa;
- ✓ A utilização de Tecnologia de Informação, banco de dados e sistemas.

Kaplan e Norton (2003,) reforçam que as empresas da era de informação terão um novo ambiente operacional no qual é dividido em um conjunto de premissas operacionais:

- ✓ **Processos interfuncionais:** Na era da industrialização as empresas tinham como competitividade o aperfeiçoamento das habilidades funcionais, como: produção, compras, tecnologia, distribuição e marketing, porém com o passar do tempo, as habilidades funcionais tornou-se ineficiente, pois devido à maximização funcional fez com que houve-se troca de documentos internos e lentidão nos processos. As empresas da era de informação trabalham interligados no qual abrange todas as funções tradicionais da empresa, tornando o processo funcional com agilidade, eficiência e qualidade integrada dos processos;
- ✓ **Ligação com clientes e fornecedores:** As empresas da era industrial mantinham os clientes distantes dos fornecedores, em que um pedido de serviço ou matéria prima fornecida era realizado através de planos de produção, retardando o processo de produção da empresa e ao mesmo tempo empurrando bens e serviços pela cadeia de valores abaixo. Na era de informação, o contato do cliente com o fornecedor tornou-se muito mais interligado em que as operações sejam puxadas através do cliente, permitindo que todas as unidades organizacionais obtenham grandes resultados satisfatórios no que se diz respeito a custo e qualidade com o tempo de entrega muito mais rápido;
- ✓ **Segmentação de Clientes:** As empresas da era industrial tinham como critério qualificador para prestação de serviços e produtos os preços de baixo custo, no entanto eram produtos padronizados. Porém o cliente depois de satisfazer suas necessidades básicas cria-se um aspecto mais individualista, fazendo com que o cliente busque serviços ou produtos diferenciados. Na era da informação as empresas devem estar preparadas para atender aos diversos segmentos existentes na sociedade, em que certos segmentos exigirão produtos e serviços personalizados e de ótima qualidade não importando assim o custo do serviço ou produto disponibilizado pela empresa;

- ✓ **Escala global:** Na era da informação as empresas nacionais deixaram de ser um obstáculo para as empresas estrangeiras, pois a Tecnologia da Informação quebra as barreiras de intervenção para concorrência mundial, no qual a empresa que tem competitividade agressiva e agilidade na demanda oferecida compete com as melhores empresas do mundo todo;
- ✓ **Inovação:** Na era da informação o ciclo de vida dos produtos tornaram se mais curtos. As vantagens competitivas para empresas que estão sempre se atualizando as novas tecnologias desenvolvidas para o mundo dos negócios, não garante que as mesmas vão liderar na próxima plataforma tecnológica. As empresas que tem a facilidade de estar inovando tecnologicamente terão que estar aptos as necessidades futuras dos clientes, com produtos e serviços cada vez mais inovadores e atraentes que possam alavancar ainda mais o poder de competitividade das organizações;
- ✓ **Trabalhadores de conhecimento:** Na era industrial as empresas tinham como estratégia dois grupos de funcionários, em que a parte gerencial e estratégica cabia apenas para a elite intelectual, gerentes e engenheiros. Os mesmo tinham como função a elaboração de novos projetos para inovação de novos produtos e serviços a serem prestados aos clientes, supervisionando também as operações do dia a dia. O segundo grupo de funcionários era responsável pela parte operacional, ou seja, a produção não tinha uma participação em equipe para dar novas propostas de melhoria e sugestões para sim estar inovando técnicas da gestão de trabalho. Na era da informação esse cenário teve uma mudança radical, pois os novos gestores perceberam que uma organização não é apenas um grupo de trabalho mais sim uma equipe, em que todos devem estar colaborando e participando em projetos e pesquisas para que a organização ao todo cresça juntos com idéias inovadoras para garantir o bom funcionamento e qualidade nos processos gerenciais, estratégicos e operacionais de uma organização.

Kaplan e Norton (2003) deixam bem claro que, os funcionários devem agregar valor para o que sabem e as informações que podem passar para a empresa. Fica claro que as empresas na era da informação devem ter com principal estratégia de inovação e o sucesso garantido de competitividade no mercado de trabalho é estar explorando o conhecimento dos seus funcionários.

2.3.2.2 Benefícios que a TI oferece dentro das empresas

Segundo Tapscott (1996 apud ALBERTIN; ALBERTIN, 2009), a TI oferece o desempenho individual do usuário e também o desempenho da equipe ao todo integrando todos que se relacionam para o desenvolvimento do negócio, interconectando e maximizando a integração da infra estrutura tecnológica.

Os benefícios que a TI oferece permitem a reconfiguração dos processos organizacionais de uma empresa trazendo resultados eficientes e eficazes. Tais como: a redução de custos, devido às vantagens que a TI proporciona em solucionar problemas de processos e áreas; o aumento agressivo da produtividade devido a novos equipamentos com tecnologia altamente avançada oferecidos pela TI; a qualidade do produto em expansão por ser produzidos com equipamentos de eficiência também ofertados pela TI garantindo a sua efetividade no mercado de trabalho; a flexibilidade, permitindo a expansão de novos produtos; a agilidade, podendo assim estabelecer prazos de entrega, dando ao cliente confiabilidade de prazo para entrega da demanda. (ALBERTIN; ALBERTIN 2009).

Albertin (2004 apud ALBERTIN; ALBERTIN, 2009), reforça que a TI também contribui para o relacionamento direto do fornecedor com o cliente, a inovação de novos produtos e a customização em massa, dando novas oportunidades competitivas expandindo o conhecimento na área, tornando assim uma empresa de nível alavanca dor no critério qualidade.

Para Albertin e Moura (2003, apud ALBERTIN; ALBERTIN, 2005), a TI também amplia a visão dentro das empresas, que também trás benefícios para empresa estar competindo com mais agressividade, acredita se que os tipos de visão mais importante são:

- ✓ Visão de controle: devido às grandes despesas dentro da empresa, a TI torna se uma justificativa para as despesas e não como um investimento, no qual a TI disponibiliza dados das reis despesas, portanto, uma importante ferramenta para o auxilio do controle gerencial;
- ✓ Visão de custo: a visão de custo é um fator muito importante para que a empresa não tome decisões precipitadas. A TI abrange a capacidade de

perceber os recursos que a empresa tem para um novo investimento, auxiliando a diminuir os custos nos processos;

- ✓ Visão defensiva: atualmente as empresas tendem a ser mais dependentes da TI, no entanto, o crescimento de TI dentro das organizações ainda é menor do que a taxa de crescimento do negócio. Empresas do mesmo setor investem em TI com o objetivo de estar se igualando as mesmas;
- ✓ Visão agressiva: as empresas entendem por TI, a ferramenta principal para expandir o seu negócio facilitando as funções operacionais estratégicas e gerenciais da empresa, comprometendo todos da organização, em busca do benefício oferecido e esperado;
- ✓ Visão estratégica: a TI passa a ser um diferencial competitivo da organização, pois facilita os processos gerenciais da empresa auxiliando na tomada de decisão, atingindo os objetivos da empresa com o intuito de explorar novas oportunidades no mercado de trabalho.

Para Albertin e Moura (2002, apud ALBERTIN; ALBERTIN 2009), os benefícios de TI podem ser definidos por: custo, produtividade, flexibilidade, qualidade e inovação, no qual esses benefícios devem ser definidos pelos usuários de TI.

Os custos tradicionalmente são utilizados pelas empresas com intuito de analisar a eficiência e a lucratividade que certo produto traz para a empresa. Os custos podem ser classificados em quatro categorias, para assim entender melhor a sua relação ao critério de qualidade, são eles: custo de prevenção, que define o preço do produto de acordo com os padrões de qualidade que o produto oferece; custos de avaliação, no qual é inspeção de produtos para garantir que as exigências do cliente interno ou externo sejam atendidas; custos de falha interna, que ocorre quando a empresa detecta que algum produto de certa forma apresenta algum defeito, no qual a empresa repara os erros antes mesmo de ser entregue ao cliente externo evitando o retrabalho; custos de falha externa, no qual o cliente descobre algum defeito do produto ou serviço adotado pelo fornecedor. (ALBERTIN; ALBERTIN 2009)

Para muitas empresas o custo não é o único fator crítico de sucesso do negócio, pois há uma série de fatores que influenciam uma empresa a estar cada vez mais num mercado competitivo, como por exemplo: a não perda de tempo em

uma demanda menor, a confiabilidade de prazo e principalmente a qualidade do produto oferecido. A produtividade requer eficiências nos processos realizados, pois a maioria dos problemas em produtividade reflete a má qualidade do produto, ou seja, a empresa não deve apenas estar preocupada em diminuir os gastos, embora seja um dos fatores a colaborar para o sucesso de uma empresa, no entanto o aumento da qualidade nos processos operacionais de produtividade, conseqüentemente ocorre o aumento na produtividade e qualidade do produto. (ALBERTIN; ALBERTIN, 2009)

Kaplan e Norton (1996, apud ALBERTIN; ALBERTIN, 2009 p. 33) ao relatar sobre produtividade afirmam que:

A redução de custo não é o único ou mais importante aspecto para as empresas, em especial para aquelas em crescimento. Isto poderia afetar a flexibilidade necessária num mercado exigente por produtos e serviços customizados, uma vez que a redução de custo pode implicar automação específica e de processos padronizados. Portanto, as empresas buscam a produtividade como forma de aumento de receita, por exemplo, receita por funcionário, visando ao aumento do valor agregado aos produtos e serviços.

A qualidade em si pode ter diversos significados, ou seja, depende do perfil ou exigência de cada cliente. Um produto de qualidade tem como característica confiabilidade, conformidade, durabilidade e aparência. Em serviços os aspectos principais de qualidade é confiabilidade, segurança e prontidão. (KAYDOS, 1991 apud ALBERTIN; ALBERTIN, 2009). Por tanto um produto de qualidade é a medida da satisfação do cliente pelo produto, no qual o cliente interno é responsável pela qualidade final do produto, visando o desempenho da empresa (ALBERTIN; ALBERTIN, 2009).

A flexibilidade pode ser dividida em flexibilidade de operação e de recursos individuais, que, juntas formam um sistema, no qual os tipos de flexibilidade que podem contribuir para competitividade são: flexibilidade de novos produtos, ou seja, expandir a capacidade de novos produtos ou de modifica los; flexibilidade de carteira de produtos no qual se estabelece um período de tempo para estar variando novos produtos; flexibilidade de volume é habilidade de estar mudando o nível de saídas; e flexibilidade de entrega, o fornecedor tem a habilidade de estar modificando ou alterando o prazo de entrega de certo produto (SLACK, 1991 apud ALBERTIN; ALBERTIN, 2009).

A inovação nos últimos anos tem sido um fator crítico para continuar no mercado de trabalho, pois a cada dia que passa as empresas competitivas estão mostrando que o cliente está em busca de produtos novos, de novos serviços, em que a empresa ganha pontos no mercado de trabalho oferecendo atendimento diferenciado, ou seja, personalizado destacando assim produtos e serviços de qualidade que irão agregar valor para o cliente (KUCZMARSKI, 1996 apud ALBERTIN; ALBERTIN, 2009).

Segundo Bolwijn e Kumpe (1990, apud ALBERTIN; ALBERTIN, 2009), a empresa que se caracteriza por inovação tem a habilidade de aplicar tecnologia em vários negócios da empresa, visando à importância de TI na administração. Inovar não significa apenas o investimento em equipamentos novos gerando novos produtos ou serviços, mas também a forma que a empresa atua em geral na constante evolução de fazer negócios.

2.4 SETOR DE SUPERMERCADOS

“Os canais de distribuição são intermediadores entre o fabricante e o consumidor final” (FERREIRA; SILVEIRA apud COBRA, 1992, p. 491). Esses canais tem por função a venda rápida dos produtos de bens em geral, sendo eles: consumo, industriais ou mesmo serviços. Sendo então canais de atacado ou varejo, algumas dessas empresas possuem estruturas amplas para que possam atender todos os tipos de clientes ou consumidores, atendendo assim de maneira suficiente aos mercados alvo.

Os supermercados também são chamados de varejistas de auto serviço, pois tem a finalidade de atender clientes que executem por si próprio o processo de procura, ou seja, o próprio cliente seleciona o produto de maior agrado ou o que melhor atender suas necessidades (FERREIRA; SILVEIRA, 2007). “O auto-serviço é a base de todas as operações de desconto, e é comumente usado por quem vende produtos de conveniência e bens de consumo rápido de marcas nacionais” (FERREIRA; SILVEIRA apud TURBAN; KING, 2004 p. 338).

2.4.1 Tecnologia de informação e comércio eletrônico em supermercados

Os supermercados podem utilizar os métodos da Tecnologia da Informação (Sistemas de Informação), através da telecomunicação e de banco de dados para melhorar o relacionamento com os clientes, bancos e fornecedores (FERREIRA; SILVEIRA, 2007). Para Kotler (2000, apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007), "somente com o auxílio dos bancos de dados aliados a ferramentas avançadas é possível detectar grupos específicos de clientes, definir melhor seus mercados alvo e aumentar o índice de respostas."

Nas próximas décadas a internet, as intranets e extranets darão informações do qual as empresas precisam para realizar operações eficientes, ou seja, administração eficaz e vantagens competitivas. De fato a informação será a maior fonte para gerar riquezas e oportunidades para as empresas. Fica nítido que com a evolução de TI/SI a economia e os mercados em geral sofreram grandes revoluções e evoluções no mercado de trabalho (FERREIRA; SILVEIRA, 2007).

Kotler (2000, apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007), afirmam que com o advento de novas tecnologias será possível alterar o destino dos participantes para o processo de fornecimento dos valores para o negocio. O objetivo é poder atender o cliente sem que ele saia de sua casa ou do trabalho para que suas necessidades de bens e serviços sejam atendidas independente de onde ele esteja, ou seja, em casa ou no serviço etc., diminuindo assim canais de vendas e distribuição que concorrem um com o outro. Mas é importante reforçar que, é de grande interesse do consumidor analisar as vantagens que os supermercados comuns e virtuais oferecem afinal o objetivo dos dois é atender e satisfazer as necessidades de seu cliente.

O Comércio Eletrônico (CE) é intensamente utilizado por supermercados virtuais e por todas as formas de varejo atacado e também por supermercados comuns. Isso ocorre quando o consumidor final ao finalizar suas compras faz um pagamento por cartão de crédito ou débito, quando o atacadista transfere dinheiro para o fabricante via transferência de fundos ou quando o atacadista recebe do varejista através de um boleto bancário em que todos são exemplos de transação via CE (FERREIRA; SILVEIRA, 2007).

Segundo Ferreira e Silveira (2007, apud ALBERTIN, 2002, p. 15), o CE representa “[...] a realização de toda a cadeia de valor dos processos de negócio num ambiente eletrônico”. Os autores Ferreira e Silveira (2007) concluem que as negociações podem ser efetuadas e concluídas através de meios eletrônicos, como telefones ou internet entre negócios diferentes, nas organizações e empresa consumidora.

Ferreira e Silveira (2007, apud ALBERTIN, 2002 p. 22), afirmam que existem várias maneiras de aplicar o CE, em que as variáveis mais comuns são: Eletronic Data Interchange (EDI), no qual ocorre à troca de informação eletrônica, a Transferência Eletrônica de Fundos (TEF), e o correio eletrônico. As utilizações para a realização do CE envolvem o acompanhamento e gerenciamento de cargas e estoque, pagamentos e transferências, a entrada e processamento de pedidos, disponibilização de catálogos eletrônicos, propaganda e marketing, atendimento e suporte aos clientes e por fim coleta de dados para o ponto de venda (PDV).

Ferreira e Silveira (2007) reforçam que apesar de ser um campo novo para a transação de negócios via eletronicamente, estão sendo criadas novas bases teóricas e científicas, no qual as três primeiras modalidades mais conhecidas e utilizadas para as transações de CE são: o B2B, B2C e o B2B2C, são essas modalidades que envolvem as negociações entre fabricantes, varejistas e o consumidor final, sendo negociações intermediadas por aplicações específicas de CE, ou seja, TEF e EDI.

2.4.2 Sistema de informação e Tecnologia da Informação

Segundo Ferreira e Silveira (2007), existe uma quantidade excessiva de informações que precisam ser processadas para a tomada de decisão, no entanto existe uma carência muito grande para torna las legíveis, no qual a TI/SI entra para suprir tais necessidades.

Segundo Maia (2000, apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007), muitas empresas passaram a usar os recursos tecnológicos de TI/SI para agilizar as tarefas nos processos repetitivos, reduzir custos e viabilizar e otimizar um relacionamento personalizado com os clientes e mercado, a fim de desencadear vantagens competitivas em seus negócios.

Para Laudon e Laudon (2000, apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007), os SI são componentes inter relacionados entre si, com o objetivo de coletar, processar, armazenar e distribuir as informações para que o executivo responsável possa ter a tomada de decisão através dos dados analisados.

Para Laudon e Laudon (2004, apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007), a TI não se limita mais a computadores, pois engloba uma variedade de tecnologias capazes de interligar diversos computadores em rede, com o intuito de passar e receber informações em longas distâncias, inclusive fora das fronteiras organizacionais.

Os SI juntamente com a tecnologia avançada no intuito de atender a economia globalizada e o conhecimento, de fato são os principais instrumentos para a mudança organizacional e de grande evolução no mundo dos negócios (FERREIRA; SILVEIRA, 2007).

2.4.2.1 Principais aplicações de TI/SI em Supermercados.

Segundo Ferreira e Silveira (2007), o uso de TI/SI nas organizações passou de operacional para estratégico, viabilizando nas tomada de decisão para gerentes, executivos e diretores. Seguindo a idéia do autor, essas mudanças vieram com a necessidade das organizações para a melhoria com os clientes e fornecedores.

Segundo Torres (1995, apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007), os supermercados puderam com a implementação de TI/SI oferecer com mais intensidade os seus produtos e também com preços mais atrativos, garantindo o aumento da circulação de clientes em suas lojas e obtendo cada vez mais vantagens competitivas.

Para Ferreira e Silveira (2007), a crescente presença de computadores e recursos tecnológicos para o uso nos negócios, tornou se necessário desenvolver ferramentas para o apoio nas transações. Afirmam que essa necessidade evidenciou o uso dessas ferramentas para o gerenciamento de informações. Para isso existem várias ferramentas de TI/SI utilizadas em quase todos os segmentos, sejam eles: industriais, comerciais ou de serviços. Por serem inúmeras as ferramentas e os

projetos de TI/SI existentes, serão citados as mais conhecidas e aplicadas no setor varejista:

- ✓ **Electronic data interchange (EDI):** Os sistemas de EDI que significa o Intercâmbio de Dados Eletrônicos têm por finalidade a troca de informações em redes corporativas, ou seja, a troca de documentos e informações entre empresas, eliminando papeis e burocracias, obtendo agilidade no envio de documentos e a redução de custos. (FERREIRA; SILVEIRA, 2007).

O EDI é uma ferramenta utilizada para conectar clientes e fornecedores, enviando pedidos e faturas entre outras coisas, de um computador para o outro no qual esses dados podem ser enviados por redes corporativas ou pela internet. As empresas têm por objetivo buscar novos parceiros que as ajudem a encontrar novas oportunidades que auxiliam para o seu negocio. De certa forma esses parceiros podem ter muito pouco algo em comum, no entanto essas parcerias podem auxiliar na origem de novas formas de relacionamento com clientes, fornecedores, grupos de interesse ou até mesmo concorrentes. (TUUNAINEN, 1998 apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007).

Takaoka e Navajas (1997, apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007), frisam que a adoção do EDI nos supermercados é de suma importância caso a empresa queira manter sua posição no segmento, devido às grandes mudanças no setor, no qual ocorre a abertura de importações e ingresso de concorrentes estrangeiros.

Para Ferreira e Silveira (2007), o EDI pode ser considerado um dos principais projetos e ferramentas atualmente utilizadas nos supermercados.

O'Brien (2001 apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007), afirmam que, empresas como Wal Mart obtiveram sucesso em seus negócios, através de suas redes de computadores entre clientes e fornecedores, usando os recursos da transferência eletrônica de dados.

- ✓ **Transferência eletrônica de fundos (TEF):** Também conhecido como eletronic funds transfer (EFT), esse sistema é muito utilizado nos setores bancários e também nos setores de varejo. (FERREIRA; SILVEIRA, 2007).

Tem por função a transferência eletrônica de capital ou de fundos, no qual capta e processa a transferência de dinheiro para um banco e outro, empresas e seus clientes. (O'BRIEN, 2001 apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007).

O TEF pode ser conectados em terminais de compras, como supermercados, posto de gasolina, lojas e vários outros tipos de segmento que vende algum tipo de produto ou serviço, no qual o pagamento é realizado por cartões de crédito ou débito, os quais fornecidos pelas agências bancárias em que o cliente possua conta. O sistema também pode ser utilizado para pagamento de contas dos clientes em check outs, (o mesmo que caixa ou balcões de pagamentos), pagamentos do salário de funcionários do estabelecimento e pagamentos de faturas a fornecedores (FERREIRA; SILVEIRA, 2007).

- ✓ **Ponto de venda (PV):** Ponto de venda (PDV) significa qualquer atividade que se relaciona a venda de produtos ou serviços ao consumidor final, ou seja, a entrega desse produto ou serviço diretamente ao usuário, no qual entende se pelo processo da venda, desde a oferta do produto até o pagamento, caracterizado pelo check out comumente chamado de PDV (KOTLER, 2000 apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007).

Para Ferreira e Silveira (2007), o PDV pode estar automatizado e interligado com algum sistema de gerenciamento em redes de computadores do estabelecimento. Os mesmo afirmam que, o sistema conecta o PDV ao estoque da loja, em que o funcionário ou responsável alimenta a base dos dados com informações de entrada e recebimento de dinheiro, também fornece o controle de saída e baixa do estoque de produtos que estão sendo vendidos e disponibiliza a consulta de preços dos produtos.

No ponto de vista supermercadista o PDV é um conjunto de itens tecnológicos interligados com o sistema para sim efetuar o processo de venda, desde a oferta até o pagamento, como caixa registradora automatizada, leitor de código de barras e a emissão de cupom fiscal que se refere à impressora fiscal (FERREIRA; SILVEIRA, 2007).

- ✓ **Data Warehouse, data marts e data mining:** o mesmo que armazenamento de dados, repositórios de dados e mineração de dados, o (DW) juntamente com essas ferramentas é um grande repositório de dados que armazenam dados originais de fontes internas e externas de dados padronizados de um modelo de dados comum e consolidado para o uso de toda empresa afim de que essas ferramentas sirvam para análise gerencial na tomada de decisões.

O quadro 01 apresenta uma proposta que categoriza a automação e informação existentes nos estabelecimentos do ramo supermercadistas

BAIXO GRAU	MÉDIO GRAU	ALTO GRAU
Sem automação/ informatização	Caixas eletrônicos isolados	Caixas eletrônicos integrados (PDV)
Caixas eletrônicos isolados	Balanças eletrônicas	Balanças eletrônicas
Balanças eletrônicas		
	Preenchimento de cheque automático	Preenchimento de cheque automático
	TEF ou EFT (eletronic funds transfer)	TEF ou EFT (eletronic funds transfer)
	Impressora de nota fiscal nos caixas	Impressora de nota fiscal nos caixas
	Terminais ou computadores isolados nas atividades de suporte	Terminais ou computadores isolados nas atividades de suporte
		Módulos contábil/ financeiro/ Folha de pagamento etc.
		Scanners (mais equipamentos afins)
		Redes de computadores
		EDI central/ filiais
		EDI fornecedores/ empresa
		Sites próprios na internet
		Data Warehouse
		Data mining

Quadro 01 – Níveis de informatização/ automação de supermercados

Fonte: Adaptado de Prado; Marchett (1996, p. 19).

No Quadro 01 foi detalhado as definições propostas por Prado e Marchatti (1996), no qual representa os três níveis (baixo, médio e alto grau) de informatização e automação.

Os itens desse quadro foi separado de duas formas: básico e avançado. Os itens básicos são compostos por PDV, terminais ou computadores isolados, redes de computadores e outros. Quando refere se aos itens avançados então esse são representados por TEF, EDI-central/filiais (EDI-C/F), EDI-supermercados/fornecedores (EDI-Fornec), data warehouse (DW), data mining (DM) e sites próprios na internet (empresa virtual). (FERREIRA; SILVEIRA, 2007).

Os itens do Quadro 02 também são relevantes para a informatização dos supermercados, sendo considerado como os principais componentes possíveis da estrutura de TI para o mesmo (FERREIRA; SILVEIRA, 2007).

1 Computadores de grande porte	São muito caros e utilizados em empresas grandes que processam grande volume de dados e informações.
2 Computadores de médio porte	São mais acessíveis que os computadores de grande porte, trata se de uma alternativa mais barata para gerenciar redes e sites na web.
3 Redes de microcomputadores	Servem para conectar dois ou mais computadores que necessitam compartilhar equipamentos e informações.
4 Acesso à internet	Rede global integrada de computadores que proporciona aos usuários acesso a informação e documentos.
5 Intranets	Utilizam o mesmo padrão da internet e são redes corporativas internas às empresas.
6 Terminais ou computadores isolados nas atividades de suporte	Trata se de determinantes burros ou inteligentes (desktops) conectados ou não a uma rede de computadores. Esses terminais são usados para acesso às informações, às telas de preenchimento padronizadas etc., e também como base para a maioria dos projetos de TI/SI.
7 Scanners	Trata se de leitores de código de barras conectados à rede de computadores e localizados nos caixas, nos corredores, para consulta de informações pelo cliente, ou na forma de terminais remotos, para controle de estoque.
8 Sites próprios na internet (empresa virtual)	Página do estabelecimento na internet, na qual os clientes têm acesso às informações dos produtos e serviços oferecidos e das promoções. Em alguns casos, esses sites são utilizados para fazer compras.

Quadro 02 – Estrutura de TI

Fonte: Adaptado de Ferreira; Silveira (2007, p. 119)

2.4.2.2 Fatores críticos de sucesso na gestão de informática

Os fatores críticos de sucesso, (FCS) disponibiliza ao administrador a identificar quais são as áreas mais vulneráveis e quais as que precisam de maior atenção para sim planejar a implementação de TI/SI. Através da abordagem da ferramenta FCS pode se analisar e investigar quais são as necessidades de uma devida área e como elas podem ser administradas pelo responsável. Os FCS são fatores essenciais para o sucesso do negócio, é de extrema importância e possui a capacidade de auxiliar os executivos para as necessidades mais relevantes de informação (ALBERTIN, 2002 apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007).

Segundo Albertin (2002, apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007), os FCS considerados críticos devem receber atenção e investimento, pois devido a esse investimento a organização terá informações que servira para os ajustes necessários de manter ou alcançar o sucesso da mesma. O autor ainda reforça que as definições dos FCS devem ser feitas pelos próprios executivos ou administradores da organização.

Para Albertin (2002, apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007. p. 121), os principais FCS na gestão de informática são:

[...] apoio/comprometimento da gerencia, experiência previa com TI/SI, integração entre as áreas internas da empresa, adaptação das decisões de informática as decisões de negocio, satisfação dos usuários com os sistemas já instalados, parcerias com terceiros (relacionados à área de informática), estrutura organizacional bem definida e uso de terceirização para administração/implementação de TI.

2.4.2.3 Impactos e vantagens da TI/SI sobre a empresa e o negócio

Devido à necessidade em construir sistemas de informação que auxiliem para o bom desempenho e controle gerencial nas organizações, permitiu se a superar as travas dos limites organizacionais e departamentais, que frequentemente impediam a união de diferentes segmentos de atuação nas áreas e divisões da empresa (DAVENPORT, 1994 apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007).

Torres (1995, apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007), confirma o quanto a implementação de TI/SI pode trazer de benefícios para a empresa, como no aumento da competitividade, aumento das probabilidades para identificação de

oportunidades no mercado e grande auxílio para o fortalecimento da empresa em criar barreiras para as possíveis entradas de novos concorrentes.

Com base em Torres (1995), o Quadro 03 mostra quais os benefícios e o impacto que adoção de TI/SI podem causar nas organizações.

Segurança

Menor desvio de verba

Diminuição do número de funcionários

Menos burocracia/papelada

Agilidade no atendimento ao cliente

Cliente mais satisfeito

Diminuição da incidência de itens com estoque = zero

Redução de custos via economia de escala

Prazo adequado de entrega

Aumento dos lucros

Maior controle dos gastos

Diminuição da inadimplência

Melhores prazos de pagamento

Benefícios de negócio de curto prazo

Flexibilidade de longo prazo

Quadro 03 – Benefícios obtidos com a implementação de tecnologia

Fonte: Adaptado de Torres (1995, p.24-26 apud FERREIRA; SILVEIRA, 2007. p. 121)

2.5 SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

Todo sistema, usando ou não os recursos de TI, que de algum modo gera ou manipula as informações pode ser considerados sistemas de informação (REZENDE 1999, apud REZENDE; ABREU 2006).

Para Rezende e Abreu (2000), devido ao próprio conceito de sistemas, é difícil acreditar em algum sistema que não gere informação, independentemente do tipo, forma que é usado ou do nível que agrega para a organização.

Rezende e Abreu (2006), afirmam que informação, são dados coletados e trabalhados, em que representam um grande valor agregado e com um sentido coerente para quem usa essas informações. Os mesmo definem dados como um

elemento da informação, no qual são representados por um conjunto de letras, números ou dígitos, que, tomados isoladamente, não representam nada, ou seja, não transmitem nenhum conhecimento sem um significado claro.

Quando a informação é trabalhada por recursos computacionais e organizados por pessoas gerando um cenário organizacional possibilitando assim oportunidades, esse sim pode ser chamado de conhecimento. Conhecimento tem por característica complementar a informação tornando se relevante para um propósito definido (REZENDE; ABREU, 2006).

Para Rezende e Abreu (2006), o conhecimento é uma informação valiosa da mente humana, incluindo reflexão, síntese e contexto. “Normalmente, é de difícil estruturação, trabalhosa captura em máquinas, frequentemente tácito ou subentendido, de transferência dificultosa e complexo de gerenciar” (DAVENPORT e PRUSACK, 1998 apud REZENDE; ABREU 2006).

Segundo Rezende e Abreu (2006), as informações apresentam se em grande volume atualmente, através da imensa variedade de meios de comunicação, exigindo a todos os usuários a selecionar e organizar essas informações para sua efetiva utilização.

As empresas se deparam com inúmeros problemas, no qual os considerados mais relevantes e complexos concentram se no topo. Esses problemas podem ser incessantes a sobrevivência da empresa como, manutenção de clientes, análise de concorrentes, influencia do mercado e do governo, exigindo dos grandes administradores atenção especial (REZENDE; ABREU, 2006).

Esses problemas podem ser vistos em forma de pirâmide invertida, no qual os problemas considerados mais relevantes estão concentrados na parte estratégica da empresa (DIAS e GAZZANEO, 1975; CHIAVENATO, 2000 apud REZENDE E ABREU, 2006).

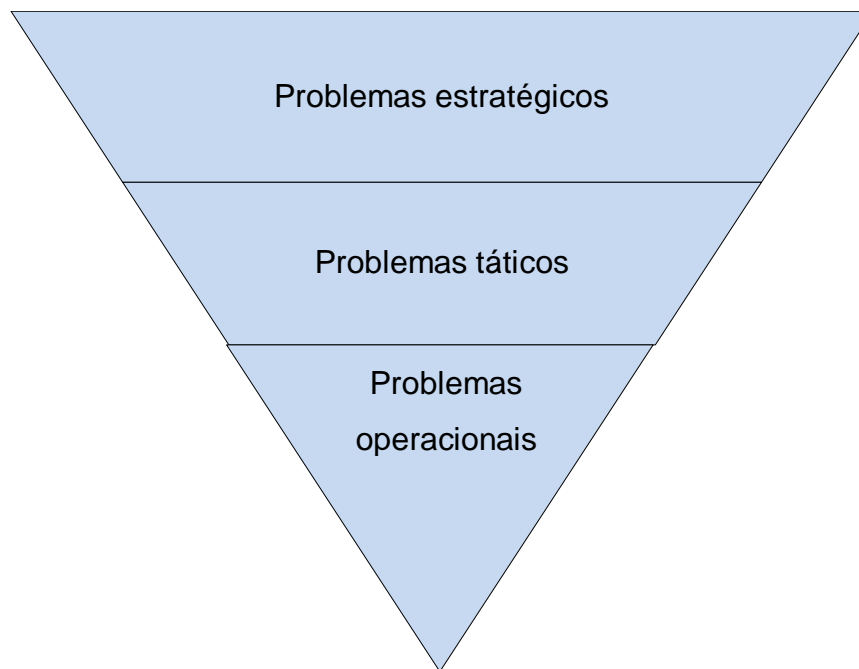


Figura 2.5 - Pirâmide invertida dos problemas.

Para Rezende e Abreu (2006, p. 63) conceituam que:

Os sistemas de informação poderão contribuir significativamente para a solução de muitos problemas empresariais. Assim, o esforço das empresas deve se concentrar nos níveis superiores dos Sistemas de Informação Empresariais, ou seja, Sistemas de Informação Estratégico de Gestão.

2.5.1 Objetivo, foco, características e benefícios do uso dos sistemas de informação

Para Rezende e Abreu (2006), os Sistemas de Informação tem por objetivo maior auxiliar os processos de tomada de decisão na empresa, independentemente de seu nível ou classificação. Os mesmos ainda afirmam que, se os Sistemas de Informação não atenderem as esses objetivos para o auxílio da tomada de decisão, o mesmo não tem significado algum para a empresa.

Segundo Rezende e Abreu (2006), o foco dos Sistemas de Informação está direcionado para o principal negocio empresarial, caso contrario seria se os sistemas de informação estivessem direcionados aos negócios secundários ou de apoio. Seguindo a idéia dos autores, para melhor entendimento desse foco, é dado como exemplo uma indústria, no qual tem seus Sistemas de Informação direcionados ao processo fabril, para assim auxiliar nos processos de produção e

comercialização dos produtos produzidos pela mesma. Esse foco deve estar relacionado com os quesitos de qualidade, no qual refere se a produtividade, rentabilidade e competitividade empresarial.

Rezende e Abreu (2006, p. 65) afirmam que os Sistemas de Informação se caracterizam pelos seguintes fatores:

- ✓ Grande volume de dados e informações;
- ✓ Complexidade de processamento;
- ✓ Muitos clientes e/ ou usuários envolvidos
- ✓ Contexto abrangente, mutável e dinâmico;
- ✓ Interligação de diversas técnicas e tecnologias;
- ✓ Suporte à tomada de decisões empresariais;
- ✓ Auxílio na qualidade, produtividade e competitividade organizacional.

Para atender todas essas características e alcançar os objetivos e o foco relatado logo acima, Rezende e Abreu (2006), afirmam que será preciso planejar, organizar e ter um Sistema de Informação para assim obter resultados significativos.

Segundo Oliveira e Stair (1998, apud REZENDE e ABREU, 2006), um Sistema de Informação com eficiência pode ter um grande impacto para o sucesso da empresa. Os mesmo reforçam que, esse impacto tende a beneficiar qualquer individuo ou grupo que interage com Sistemas de Informação.

Rezende e Abreu (2006. p. 66) destacam os principais benefícios que as empresas procuram obter através dos Sistemas de Informação.

- ✓ Suporte à tomada de decisão profícua;
- ✓ Valor agregado ao produto (bens e serviços);
- ✓ Melhor serviço e vantagens competitivas;
- ✓ Produtos de melhor qualidade;
- ✓ Oportunidade de negócios e aumento da rentabilidade;
- ✓ Mais segurança nas informações, menos erros, mais precisão;
- ✓ Aperfeiçoamento nos sistemas, eficiência, eficácia, efetividade, produtividade;
- ✓ Carga de trabalho reduzida;
- ✓ Redução de custos e desperdícios;
- ✓ Controle das operações etc.

Diante de todos esses benefícios construídos através dos Sistemas de Informação, fica claro que a implantação de SI nas empresas é sim de grande vantagem para melhorar ou alcançar o sucesso. (REZENDE; ABREU, 2006).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo Oliveira (1999, p. 47) “a ciência abrange praticamente todos os campos do conhecimento humano, relacionados com fatos ou acontecimentos e agrupados por princípios que são as regras.”

Oliveira (1999) reforça que, trata se do estudo, no qual o estudioso através de critérios metodológicos vai à busca da verdade em fatos de uma causa e efeitos de um fenômeno qualquer. Segundo os cientistas, qualquer assunto que for estudado pelo homem através do método científico com objetivo de um pensamento lógico para obter conclusões verdadeiras pode ser chamada de ciência.

Para Filho e Santos (2000), ciência é o conhecimento verdadeiro obtido pelas razões ou causas. Os mesmo reforçam que, diferente do conhecimento vulgar que se preocupam apenas com o fato e não com os efeitos e causas, o conhecimento científico procura descobrir o porquê do fenômeno, demonstrar as verdadeiras causas ou razões dos fatos existentes.

Na definição de Cervo e Bervian (2002, p. 24), o Método, “é apenas um conjunto ordenado de procedimentos que se mostram eficientes, ao longo da historia na busca do saber. O método científico é, pois, um instrumento de trabalho.” O método não deixa de ser um meio de acesso, apenas com inteligência e muita reflexão que se descobre o que os fatos e os fenômenos realmente são, no qual o método científico segue o caminho da duvida sistemática e metódica não se confundindo assim com a duvida universal. (CERVO; BERVIAN, 2002).

3.1 TIPOS DE PESQUISA

De acordo com (CERVO; BERVIAN, 1996, p. 44), “A pesquisa é uma atividade voltada para a solução de problema, através do emprego de processos científicos.”

Para Andrade (2005), a pesquisa é o conjunto de procedimentos sistemáticos que se baseiam no raciocínio lógico com o intuito de encontrar soluções para os problemas propostos através dos métodos científicos. O autor (2005) ainda afirma que todos os conceitos de pesquisa apontam para caráter racional predominante.

Para finalizar, os tipos de pesquisa podem ser classificados de varias formas, no qual a pesquisa será realizada conforme o enfoque de cada pesquisador. Para a Ciência pesquisa pode ser biológica, medica, físico-química, matemática, histórica, pedagógica, social etc. (ANDRADE 2005).

3.1.1 Pesquisa Bibliográfica

Gil (1996) afirma que a pesquisa bibliográfica e desenvolvida de material já elaborado, se constitui principalmente por livros e artigos científicos.

Segundo Cervo e Bervian (1996) a pesquisa bibliográfica caracteriza se em procurar e explicar um determinado assunto ou problema através de referencias publicadas em documentos, podendo ser realizada com parte em pesquisa independente de parte descritiva ou experimental.

Portando no presente estudo foi utilizado a pesquisa bibliográfica no momento da fundamentação teórica a fim de sustentar os assuntos descritos.

3.1.2 Levantamento de dados

Marconi e Lakatos (2008, p. 12) afirmam que, “a pesquisa bibliográfica é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema.”

Marconi e Lakatos (2008), ainda dizem que, antes de iniciar qualquer pesquisa de campo, deve se analisar minuciosamente todas as fontes documentais que darão suporte para a construção do projeto em elaboração.

Portando no presente estudo a pesquisa bibliográfica foi utilizada para mostrar a importância do investimento em TI nas organizações para o melhor controle nas atividades gerenciais da empresa.

3.2 ABORDAGEM DA PESQUISA

A pesquisa utilizada para desenvolvimento deste trabalho foi a de natureza qualitativa, pois tem como característica ampliar o interesse do pesquisador, no qual o projeto definiu se na medida em que os estudos se desenvolveram.

Para Oliveira (1999), o método qualitativo caracteriza-se como método exploratório e tem por finalidade auxiliar na pesquisa científica, assim como o método bibliográfico.

O novo paradigma de ciência direciona o método científico para uma nova base de concepção teórica na mensuração, para análises de dados científicos. (OLIVEIRA 1999). Em termos gerais, o estudo qualitativo envolve a coleta de dados com técnicas que não pretendem associar as medições a números. (SAMPIERI, 2006).

Oliveira (1999) reforça que o método qualitativo mensura suas categorias e atributos em qualidade, relação, ação, dor, amor, hábitos, prazer e preferências.

Sampieri (2006) conclui que, a pesquisa qualitativa da profundidade aos dados coletados, desenvolvendo assim conclusões óbvias, amplia a visão no problema exposto e a clareza na interpretação na contextualização do ambiente de pesquisa. O autor (2000) também diz que a pesquisa qualitativa oferece um ponto de vista natural e holístico dos fenômenos, assim como flexibilidade.

Então, para que se possa estudar a melhor proposta através dos requisitos atendidos no documento RFP a fim de selecionar o melhor sistema de gestão e também para concluir o projeto, foi praticado a pesquisa de natureza qualitativa.

3.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Essa etapa inicia-se a aplicação dos instrumentos a ser utilizado e das técnicas escolhidas, para a coleta dos dados da empresa em questão. Para a coleta dos dados foi utilizado a técnica de observação direta, no qual a empresa apresenta a falta de um sistema de gestão para controle gerencial e administrativo. Então foi elaborado um formulário de RFP com perguntas e respostas sendo analisados e

organizados para a possível solução do problema.

Segundo (SELLTIZ, 1967 apud GIL, 1996, p. 94), para o levantamento da coleta de dados é utilizado às técnicas de interrogação: o questionário, a entrevista e o formulário.

[...] As técnicas de interrogação possibilitam a obtenção de dados a partir do ponto de vista do pesquisados. Assim, o levantamento apresentara sempre algumas limitações no que se refere ao estudo das relações sociais mais amplas, sobretudo quando estas envolvem variáveis de natureza institucional. No entanto, essas técnicas mostram se bastante úteis para a obtenção de informações acerca do que a pessoa “sabe, crê ou espera, sente ou deseja, pretende fazer, faz ou fez, bem como a respeito de suas explicações ou razões para quaisquer das coisas precedentes.

3.5 AMBIENTE DE PESQUISA

A pesquisa será realizada no Supermercado Imperatriz, que fica situado na região carbonífera de Criciúma. O Supermercado Imperatriz é uma empresa 100% familiar, no qual está em desenvolvimento e vem atuando no ramo varejista desde o ano de 2003, começou suas atividades de forma bem simples numa pequena mercearia, sendo inicialmente guiada por três representantes, que seriam pai e filhos.

Com o passar dos tempos a pequena empresa foi tomando rumo e desenvolvendo técnicas de melhor atender o cliente, no qual a pequena empresa sentiu se a necessidade de expandir seu negocio.

Foi investido em um terreno próprio localizada na avenida do bairro em questão, que a partir de 2005 tornou se um supermercado.

A empresa por sua vez está em crescimento, devido o desenvolvimento da região onde se localiza o supermercado, percebendo assim a necessidade de uma nova mudança de melhoria no ambiente de trabalho para melhor atender os clientes.

Atualmente a empresa tem 10 integrantes, sendo 3 representantes. Mesmo sendo uma empresa de pequeno porte, sentiu se a necessidade de um sistema de gestão para agilizar as tarefas do dia a dia, disponibilizar um atendimento personalizado e auxiliar nas tomada de decisão.

Atuando então em Criciúma, seus principais dados cadastrais são:

Razão Social: Supermercado Imperatriz

Ramo de Atividade: Varejista

Endereço: Av. Assembléia de Deus, 1200, bairro: Mineira Velha CEP: 88806-300

Criciúma – SC

Telefone/Fax: (0**48) 3438-4575

Endereço eletrônico: mercado.imperatriz_@hotmail.com

Número de clientes cadastrados: 485

Carro para entrega: 1

Funcionários: 6

Representantes: 3

Faturamento Bruto aproximado/mês: 95.000,00

4 EXPERIÊNCIA DE PESQUISA

Devido ao desenvolvimento que vem ocorrendo, identificou-se a necessidade de implantar um sistema de gestão para controle das atividades operacionais, gerenciais e estratégica, com isso iniciou-se o processo de elaboração do RFP. Para a isso a empresa sentiu a necessidade de estar fazendo um levantamento para a construção dos requisitos da RFP, no qual todos os integrantes da empresa tiveram sua participação, dando sugestões e expondo suas opiniões, com o intuito de identificar um sistema de gestão que se aplique às necessidades da empresa, obtendo o melhor funcionamento nas atividades administrativas e em todos os processos que envolvam clientes e fornecedores, tendo como meta alcançar o equilíbrio.

A organização atualmente efetua todos os processos operacionais e gerenciais manualmente, de um lado a empresa consegue realizar todas as atividades e funções mantendo o funcionamento e a sustentação do negócio, no entanto, do outro lado, por falta de meios de informações rápidas e precisas para o melhor funcionamento nas atividades rotineiras da empresa, todos os processos tornam-se muito lentos e desgastante, com risco em prejudicar o futuro da empresa.

Para que fosse possível identificar todos os requisitos necessários para a elaboração da RFP, foi preciso analisar e conhecer todos os processos do dia-a-dia da empresa, identificando as principais tarefas e a área a qual estão sendo executadas, podendo assim identificar e implantar o sistema de gestão que atenda o interesse da empresa, oferecendo recursos de melhoria.

Com base nas características em todos os processos apresentados pela organização, foi possível identificar todos os requisitos necessários que o sistema de gestão deveria atender, convertendo assim as principais atividades que atualmente são realizadas manualmente em processos automáticos, agilizando de forma significativa a gestão da empresa. Com os requisitos analisados e agrupados foi possível elaborar a documentação que será entregue aos fornecedores, à RFP.

Por fim, será apresentada a RFP que foi elaborada para a seleção de um sistema de gestão, ficando a disposição da empresa para que possa ser entregue aos fornecedores a serem selecionados em apresentar o sistema adequado às necessidades da empresa.

4.1 OBJETIVO DA RFP

O objetivo deste documento através de sua lista de requisitos é solicitar propostas de fornecimento de um sistema de gestão ideal, que atenda as atividades no ramo de varejo, atendendo principalmente as áreas de: venda, contas a pagar, contas a receber, faturamento, fornecedores, compras, controle de estoque, cadastro de clientes, gerar documentos para a sincronização de serviços terceirizado de contabilidade, enfim, um sistema de gestão que atende a todos esses processos em busca do objetivo maior, ter um ponto de partida para a tomada de decisão.

A tarefa do sistema de gestão a ser implantado será de facilitar o gerenciamento das informações referente à organização, compactando todos os setores da empresa e os processos de cada um, facilitando assim o gerenciamento da empresa como um todo.

Com base nesse documento descrito, sua organização para o desenvolvimento de software foi selecionada para receber essa RFP. Desse modo, gostaríamos de convidar o representante ou individuo selecionado pela empresa, a uma visita com objetivo de submeter me a uma proposta como resposta a esta RFP, de acordo com os requisitos selecionados. Esse documento tem como objetivo principal identificar o fornecedor que atenda a todos esses requisitos ou que se aproxime mais dessas características.

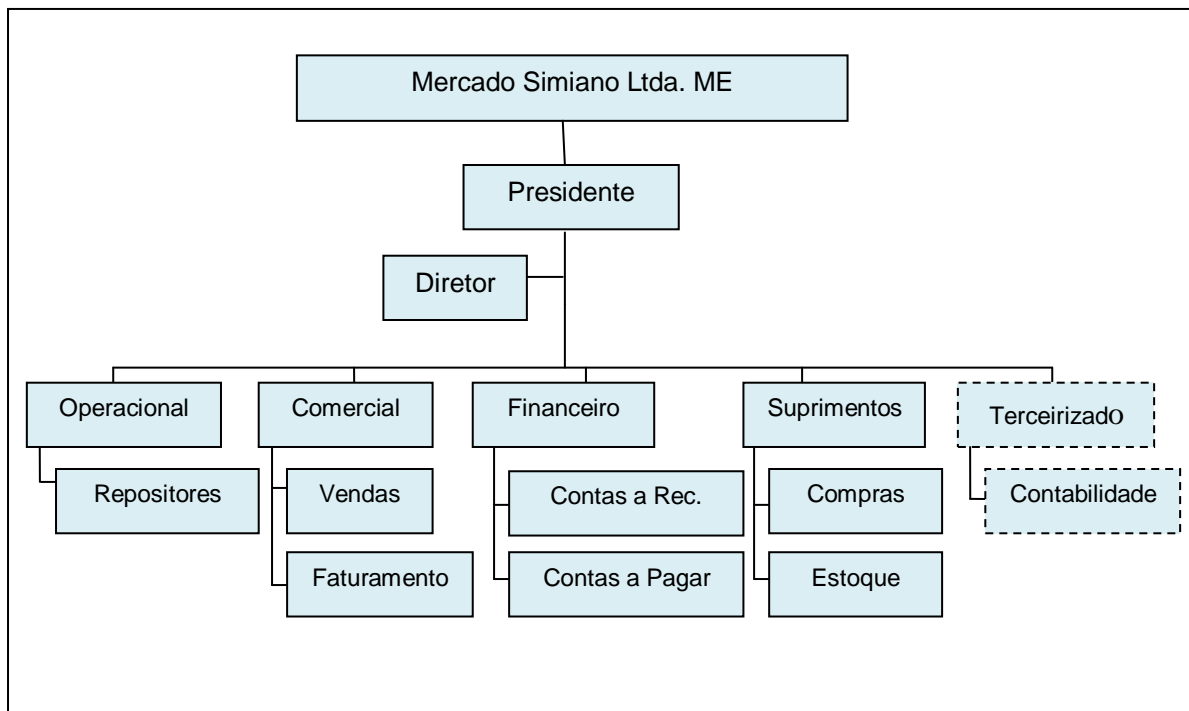
4.1.1 Ambiente tecnológico

Atualmente a empresa possui apenas um computador em funcionamento com acesso a internet, que tem por finalidade verificar a situação cadastral do cliente em outras empresas, ou seja, o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), com objetivo de identificar se o cliente age de boa ou má fé na abertura de um novo crediário. Desse modo, apresenta as seguintes configurações:

- ✓ Memória RAM de 1 GB;
- ✓ HD de 80 GB;
- ✓ Processador INTEL de 2.00 GHz;
- ✓ Sistema operacional Windows XP Profissional;
- ✓ Rede 100mbps com acesso a internet a radio de 1MB.

4.1.2 Processos operacionais

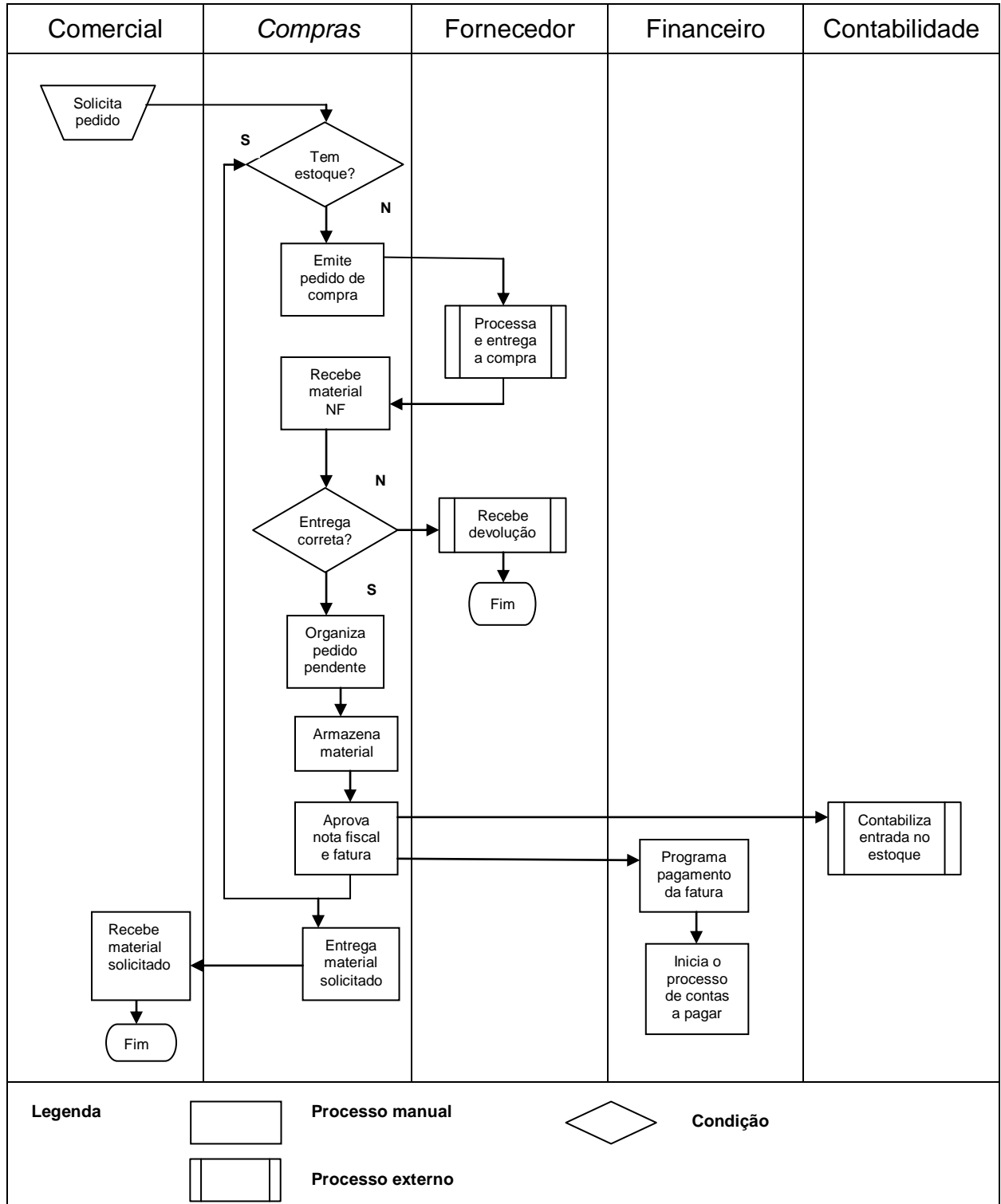
A empresa constitui-se pela família, sendo representada por três representantes, no qual a realização das atividades do dia a dia da organização necessita do auxílio de mais dez pessoas. As tarefas rotineiras da empresa são divididas em setores, onde as pessoas que fazem parte da empresa, sendo elas os representantes ou todo o grupo envolvido na organização exercem várias funções simultaneamente, ou seja, cada membro do grupo pode executar mais de uma função. No quadro 04 pode se perceber a estrutura departamental da empresa, no qual é executada todas as tarefas operacionais e gerenciais da organização.



Quadro 04 – Fluxograma da empresa Mercado Simiano Ltda. ME

Fonte: Dados da empresa, adaptado pelo autor.

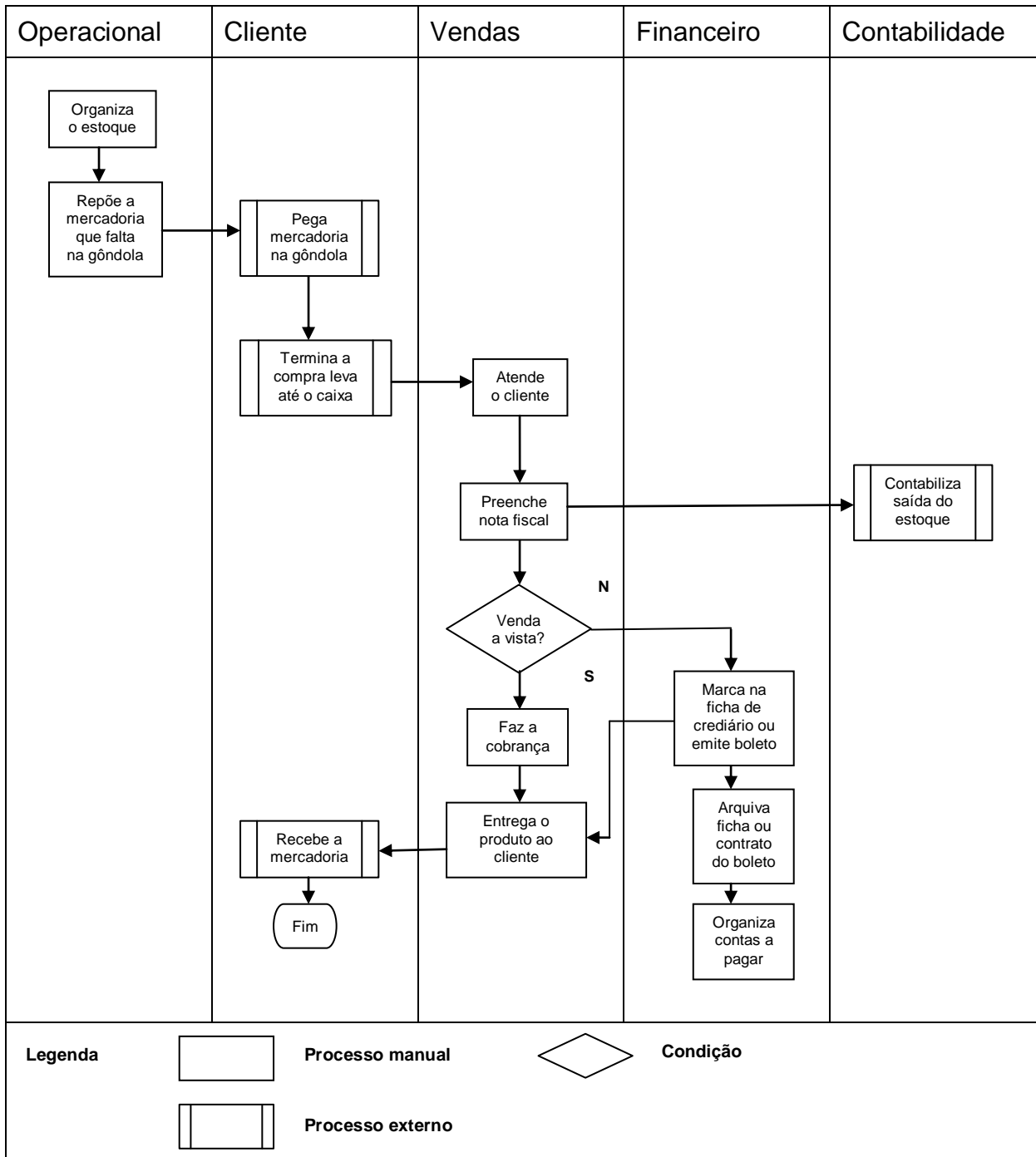
O processo de suprimentos passa por quatro setores para a total realização da tarefa. Começa no setor comercial, em seguida vêm compras envolvendo o fornecedor e por fim conclui se em financeiro e contabilidade. Através do quadro 5 é possível compreender todo o processo de suprimentos.



Quadro 05 – Processo de suprimentos

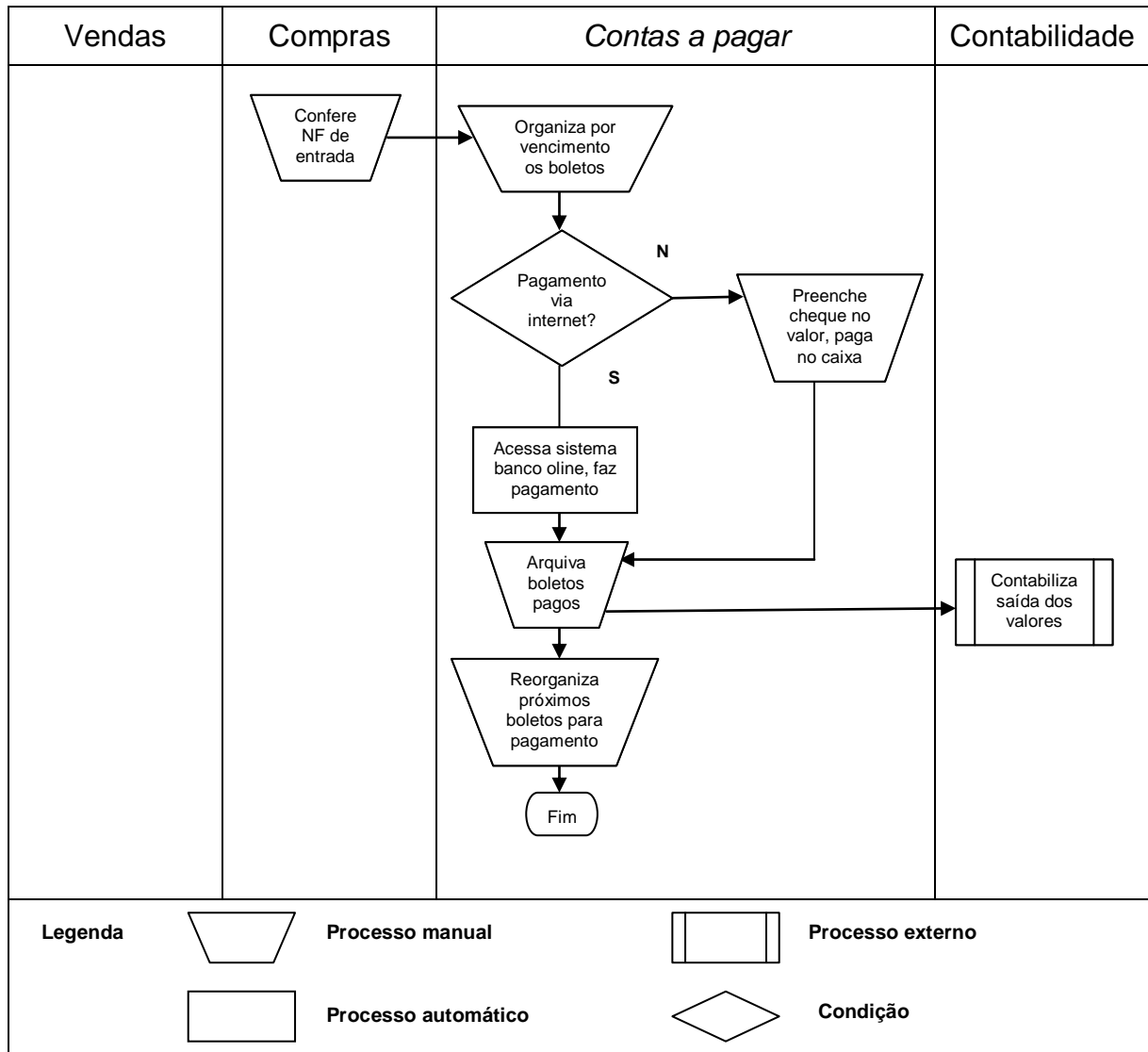
Fontes: Dados da empresa, adaptado pelo autor.

O processo comercial passa por quatro setores para a total realização da tarefa. Tem por início o operacional, em seguida envolve o cliente, passando então por vendas, financeiro, contabilidade e retorna novamente para vendas concluindo a compra do cliente fazendo a entrega da mercadoria. Através do quadro 06 é possível compreender todo o processo comercial.



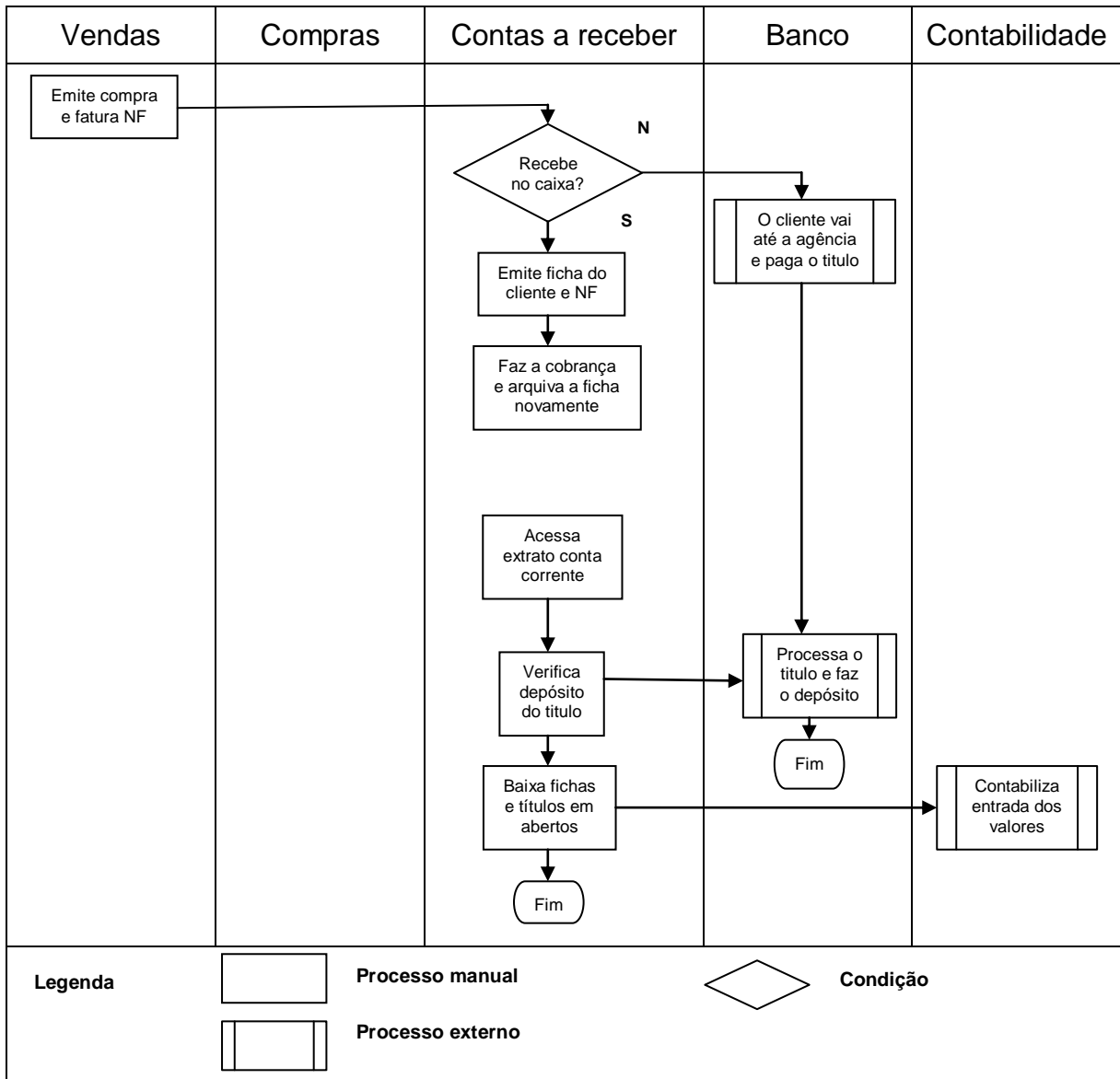
Quadro 06 – Processo Comercial
Fonte: Dados da empresa, adaptado pelo autor.

O processo de contas a pagar passa por quatro setores para a total realização da tarefa. Inicia-se no setor de compras, em seguida passa por contas a pagar, envolvendo o banco, passando por contabilidade e retornando novamente em contas a pagar, finalizando assim o processo de contas a pagar. Através do quadro 07 é possível compreender todo o processo financeiro de contas a pagar.



Quadro 07 – Processo Financeiro de Contas a Pagar
Fonte: Dados da empresa, adaptado pelo autor.

O processo de contas a receber passa por quatro setores para a total realização da tarefa. Inicia-se através das vendas efetuadas, passando então por contas a receber, envolvendo o banco, em seguida passa pela contabilidade no qual retorna em contas a receber, finalizando todo o processo financeiro. Através do quadro 08 é possível compreender todo o processo financeiro de contas a receber.



Quadro 08 – Processo Financeiro de Contas a Receber

Fonte: Dados da empresa, adaptado pelo autor.

4.2 ELABORAÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL

Para a plena satisfação da empresa, as propostas a serem apresentadas devem atender pelo menos a 90% dos requisitos definidos na RFP. Para que se tenha uma negociação agradável nas propostas a serem ofertadas para seleção do sistema de gestão, devem ser esclarecido a forma de atuação da empresa em relação aos itens abaixo, ou em qualquer outro que sua empresa considere ser importante:

- ✓ Atualizações tecnológicas;
- ✓ Reajustes de preço;
- ✓ Direito de uso;
- ✓ Implantação do projeto;
- ✓ Versão do banco de dados;
- ✓ Personalização do sistema, implementação;
- ✓ Forma de pagamento.

4.3 CONTATO

Caso ocorra alguma dúvida em relação aos requisitos da elaboração dessa RFP que tem por objetivo selecionar um sistema de gestão de acordo com as necessidades da empresa, entrar em contato pelo e-mail: mercado.imperatriz_@hotmail.com ou pelo telefone (48) 3438-4575 em qualquer dia da semana de segunda a sexta.

4.4 ENTREGA DA PROPOSTA

As propostas podem ser enviadas via e-mail ou impressas e entregues até o dia xx de xx de xxxx, no seguinte endereço:

Mercado Simiano Ltda. Me

Av. assembléia de Deus, 1200.

Bairro: Mineira velha – Criciúma – SC – Cep: 88806 -300

4.5. CRITÉRIOS DE PREENCHIMENTO

GRAU	SIGNIFICADO
A	Atende
AP	Atende Parcial
NA	Não Atende

4.5.1 Instruções

O documento de requisitos devera ser preenchido conforme apresenta os critérios de preenchimento, ou seja, os fornecedores selecionados a receber esse documento irão marcar com A (atende), AP (atende parcial) ou NA (não atende) esses requisitos da RFP. A tabela do documento RFP é composta por duas colunas, **função** e **status**, no qual a função destaca os requisitos nela exposto e status então será de que forma os fornecedores irão preencher, ou seja, atende, atende parcial, ou não atende tal requisito do documento.

Marketing

Função	Status		
– Promover eventos e campanhas;	A		
– Planejar eventos e campanhas;			NA
– Cadastrar tipos de eventos e campanhas;		PA	
– Realizar eventos e campanhas		PA	
– Manter dados cadastrais de eventos e campanhas, com indicação das verbas orçadas e registrando, quando for o caso, tipos de ações e quantidade de vagas disponíveis;	A		
– Associar eventos e campanhas a produtos e marcas;			NA
– Cadastrar materiais e associá-los a eventos e campanhas;	A		

4.5.2 Módulos

Nesse quadro apresenta se os módulos que o sistema de gestão selecionado irá atender e quais suas perspectivas áreas de atuação.

5	MERCADO
5.1	Marketing
5.1.1	Pedidos – Mercado Interno
5.1.1.1	Atendimento a Clientes
5.1.1.2	Manter tabelas de Preços p/ Produtos Acabados e Descontos
5.1.1.3	Analisar Performance de Vendas
5.1.1.4	Configuração de Produtos
5.1.1.5	Administração de Faturamento
5.2	LOGÍSTICA
5.2.1	Planejamento de Compras
5.2.1.1	Ordens de Compras
5.2.1.2	Contratos de Suprimentos e Prestação de Serviços
5.2.1.3	Administração de Compras
5.2.1.4	Recebimento Físico
5.2.1.5	Recebimento Fiscal
5.2.1.6	Controle de Estoques
5.3	FINANÇAS
5.3.1	Contas a Pagar
5.3.1.1	Contas a Receber
5.3.1.2	Gestão de Caixa/Bancos
5.4	CONTROLES E GESTÃO
5.4.1	Contabilidade
5.4.1.1	Registros Fiscais
5.4.1.2	Informação p/ Tomada de Decisão / Suporte à Decisão e Análise de Resultados

Tendo os módulos Mercado, Logística, Finanças e Controles e Gestão, pode se perceber a imensidão de praticidade que um sistema de gestão oferece para as organizações.

Dentre esses módulos existem as áreas de atuação e as respectivas funções de cada atuação, no qual em seguida será apresentado os módulos e algumas funções de cada um. Começando então pelo módulo Mercado apresentando umas de suas principais áreas de atuação, sendo elas:

- ✓ **Marketing:** que tem por objetivo influenciar a publicidade, fazer propagandas, com o objetivo de ganhar mais clientes.
- ✓ **Atendimento a clientes:** no qual se caracteriza ao cadastro de novos clientes, manter cadastros de clientes já existentes, impor regras para devidos clientes.
- ✓ **Analisar performance de vendas:** recuperar dados de vendas realizadas e preparar informes comparativos entre preços de lista e preços praticados, registrar e consultar o histórico do cliente, preço praticado, devoluções, relacionando a respectiva nota de venda.

Em seguida temos o módulo de Logística que também caracteriza se na atuação de várias áreas, sendo algumas delas:

- ✓ **Planejamento de compras:** administrar o “Lead Time” dos fornecedores, parametrizar regras para emissão de ordens de compra, controlar saldos de pedidos, programar o recebimento de materiais.
- ✓ **Ordens de Compras:** manter cadastro de fornecedores, registrar e tratar ordens de compras, administrar carteira de pedidos em fornecedores.
- ✓ **Controle de Estoques:** permitir a consulta de saldos de estoque por grupo de produtos, por reserva, por disponível, físico, etc, controlar a localização física dos materiais no estoque.

Temos também o módulo de Finanças, que atende dois requisitos muito importantes para o bom funcionamento da empresa, sendo eles:

- ✓ **Contas a Pagar:** controlar as contas a pagar da empresa fornecedora, tributos e outros compromissos, permitir o controle integrado das contas a pagar da empresa, prevendo diversas pessoas jurídicas e locais de pagamento.
- ✓ **Contas a receber:** controlar os devedores por contratos/pedidos/clientes, permitir o controle de carteiras bancárias de cobrança simples, desconto e caução, assim como de títulos em carteira, permitir, para carteiras determinadas, a emissão de bloqu岸tos de cobrança (cobrança direta).

Por último temos o módulo Controles e Gestão, que tem por finalidade apresentar dados e informações importantes para o auxílio na tomada de decisão como por exemplo:

- ✓ **Contabilidade:** manter o plano de contas e sua interligação com tabelas para consolidação gerencial de informações, emitir demonstrativos contábeis diário, razão e balancete, gerar informações para o acompanhamento orçamentário e análises de resultado
- ✓ **Informação p/ Tomada de Decisão / Suporte à Decisão e Análise de Resultados:** possibilitar a geração de informações contábeis e financeiras, gerando Indicadores e demonstrativos gerenciais para análise de resultados e tomada de decisões, permitir simulações com “n” variáveis, permitir visualização gráfica de qualquer informação.

Através dos dados relatados fica mais claro de entender a imensidão de recursos que um sistema de gestão pode disponibilizar as empresas para que se possa gerenciar com eficácia, no entanto foi relatado apenas alguns dos requisitos expostos no documento RFP, para que se tenha um bom entendimento e conhecimento de todos os requisitos levantados para cada módulo em questão, fica a disposição todo o documento RFP em Apêndice a partir da página 62.

6 CONCLUSÃO

A utilização de recursos tecnológicos dentro de uma organização como ferramentas de gestão é um grande passo para o sucesso. Em meio a tanta competitividade é difícil em não recorrer para esses recursos e não tornar se dependente após o seu uso.

Através do estudo realizado, pode se perceber o quanto o uso de sistemas de informação, tecnologia da informação em forma de uma ferramenta de gestão contribuirá para o desenvolvimento e também para a solução dos problemas da empresa em questão, agilizando os processos operacionais, estratégicos e gerencias, alavancando novas estratégias de negócio oferecendo assim mais competitividade.

Na pesquisa de levantamento de dados para a seleção dos requisitos de um sistema de gestão, foi possível perceber o quanto a empresa em questão deixou de evoluir nos últimos tempos devido à falta de um sistema de gestão integrado, oferecendo controle nas atividades, disponibilizando dados e informações importantes e principalmente auxiliando na tomada de decisão, no qual é o grande segredo para dar continuidade ao negócio. Identificou se também os vários módulos de operações de um sistema de gestão, sendo os de grande interesse da empresa Comercial, Financeiro e Suprimentos, pois há uma grande falta de controle nesses setores no qual o grande objetivo da empresa é obter maior controle nas atividades, tornando se assim altamente viável a implantação de um sistema de gestão, onde grandes melhorias poderão acontecer. Na área comercial poderá oferecer um atendimento personalizado ao cliente e com mais agilidade. A área financeira poderá ter maior controle nas contas a pagar e também nas contas a receber, obter extratos de contas bancárias, podendo também através da conexão com bancos o envio e retorne de remessas de pagamento e cobranças. Na área de suprimentos poderá fazer compras com mais eficácia podendo assim ter controle no estoque e não deixando mercadoria parada tendo assim maior capital de giro.

Para que a empresa possa adquirir um sistema de gestão que atenda as necessidades da mesma foi elaborado um documento de RFP, destacando a sua importância aos fornecedores de software, em um documento detalhado com todos os requisitos necessários, objetivando que a organização tenha mais segurança

para seleção de um sistema de gestão, visando também um bom entendimento dos fornecedores. Desse modo foram classificados e organizados os requisitos necessários em um documento RFP, podendo então ficar a disposição da empresa para a entrega aos fornecedores de seu critério.

No decorrer do projeto e de toda pesquisa bibliográfica, inspirado nos autores na área de TI, foi possível mensurar a importância dos recursos de TI dentro de uma organização, perceber também o quanto um sistema de gestão dentro de uma organização pode criar oportunidades de melhoria, trazendo grandes benefícios para empresa ao todo.

Toda empresa tem por meta, buscar atingir a perfeição o sucesso, prosperar no mundo dos negócios, o mesmo busca a empresa em questão e para que isso aconteça é necessário planejar, analisar e estudar os métodos viáveis para que se torne realidade. Desse modo, com a seleção, aquisição e implantação do sistema de gestão, a empresa busca melhorar, agilizando seus processos operacionais, podendo contar com um banco de dados com históricos e disponibilizar informações importantes para o dia a dia da empresa.

REFERÊNCIAS

ALBERTIN, Alberto Luiz; MOURA, Rosa Maria de. **Tecnologia de Informação**: São Paulo: Atlas, 2004.

ALBERTIN, Alberto Luiz; ALBERTIN, Rosa Maria de Moura. **Tecnologia de Informação**: desafios da tecnologia de informação aplicada aos negócios. São Paulo: Atlas, 2005.

ALBERTIN, Alberto Luiz; ALBERTIN, Rosa Maria de Moura. **Tecnologia de Informação e desempenho empresarial**: as dimensões de seu uso e sua relação com os benefícios de negócio. 2ª São Paulo: Atlas, 2009.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 4 ed. São Paulo: Makron Books, c1996. xiv 209 p.

FERREIRA, Nilson Gessoni Sapata Aguilar; SILVEIRA, Marco Antonio Pinheiro Da. **Impactos da informatização na gestão de supermercados**. Disponível em: <http://www3.mackenzie.br/editora/index.php/RAM/article/view/117/117> Acesso em 27 abr. 2010.

FILHO, Domingos Parra; SANTOS, João Almeida. **Metodologia Científica**. 3ª edição. São Paulo: Ed. Futura, 2000. 277 p.

GALESNE, Alain; FENTERSEIFER, Jaime E; LAMB, Roberto. **Decisões de Investimentos na Empresa**. São Paulo: Atlas, 1999 p. 15 – 34.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas, 3ª edição, 1996, 159 p.

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. **A estratégia em Ação**. 16ª edição. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2003.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 7ª edição. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2008. 277 p.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de Metodologia Científica**. Projetos de pesquisa, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira, 2000. 320 p.

PEREIRA, Aisa. Disponível em: http://vensso.sourceforge.net/doc/VENSSO_RFP.pdf Acesso em: 20 out. 2010.

REZENDE, Denis Alcides; ABREU, Aline França de. **Tecnologia da Informação: aplicada a sistemas de informação empresariais**. 4ª edição São Paulo: Editora Atlas S.A, 2006. 327p.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernandez; LUCIO, Pilar Baptista. **Metodologia de Pesquisa**. 3ª edição São Paulo: McGraw-Hill, 2006. 583p.

XXV ENEGEP Porto Alegre, RS, Brasil, 29 de Outubro a 01 de Novembro de 2005. **Avaliação de Investimentos em Tecnologia da Informação – TI**. Disponível em: <http://www.iepg.unifei.edu.br/edson/download/ArtUbiratamEnegep05.pdf>. Acesso em 05 maio 2010.

APÉNDICE

5 MERCADO

5.1 Marketing

Função	Status		
– Promover eventos e campanhas;			
– Planejar eventos e campanhas;			
– Cadastrar tipos de eventos e campanhas;			
– Realizar eventos e campanhas			
– Manter dados cadastrais de eventos e campanhas, com indicação das verbas orçadas e registrando, quando for o caso, tipos de ações e quantidade de vagas disponíveis;			
– Associar eventos e campanhas a produtos e marcas;			
– Cadastrar materiais e associá-los a eventos e campanhas;			
– Associar eventos e campanhas a clientes e tipos de clientes, preparando listas de pessoas-alvo;			
– Preparar cartas personalizadas e etiquetas de endereçamento para remessa de correspondências e materiais de campanhas;			
– Aprovar notas fiscais representativas de gastos realizados com eventos e campanhas;			
• Gerir materiais de marketing			
– Tratar materiais relativos a produtos;			
– Cadastrar tipos de materiais de marketing;			
– Cadastrar materiais de marketing e associá-los a produtos e marcas;			
– Pesquisar o acervo de materiais de marketing, utilizando diversos argumentos distintos de pesquisa (tais como tipo de material, produto e marca, entre outros) e obter em tela, com opção para gráficos e impressão, os resultados dessas pesquisas;			
– Registrar regras para eliminação de materiais de marketing cuja presença não se faça mais necessária no cadastro;			
– Cadastrar atributos para classificação de receitas (tipo de uso, faixa de custo etc.);			
– Cadastrar receitas, promovendo sua classificação e associação a produtos e marcas;			
– Permitir configuração de telas de entrada de dados e consultas/relatórios para acesso pela internet (intranet e extranet) com controle de workflow;			

5.1.1 Pedidos – Mercado Interno

Função	Status		
– Registrar/ alterar/ consultar dados cadastrais de pedidos de venda;			
– Consultar dados dos limites de crédito dos clientes;			
– Consultar dados do histórico de atendimento dos clientes;			
– Consultar dados da curva ABC dos clientes;			
– Receber pedidos de vendas, provenientes de vendedores e clientes (via Internet e EDI), digitação interna e tele-vendas, de produtos acabados, disponibilizando-os para consistência, faturamento e transporte;			
– Efetuar processo de consistência de crédito do pedido que não seja de transferência e remessa, para todos os produtos, com base nos limites de crédito do cliente;			
– Registrar como pendentes os pedidos sem crédito;			
– Liquidar os pedidos pendentes após transcorrido um dado período de tempo			
– Registrar como pendentes os pedidos com preço não aprovado (abaixo do preço mínimo);			
– Efetuar consistência de estoque dos itens de pedido com base nos cadastros de itens e estoques;			
– Aprovar automaticamente os pedidos de produtos acabados, dentro de tolerâncias informadas por parâmetros (estoque mínimo de estacas);			
– Aprovar os pedidos de após verificação dos estoques;			
– Registrar como pendentes os pedidos sem estoque suficiente;			
– Permitir o controle e acompanhamento comercial de produtos sob encomenda e fora de linha;			
– Recuperar e visualizar em tela, com opção para impressão, dados das consistências efetuadas sobre os pedidos de venda;			
– Recuperar e visualizar em tela, com opção para impressão, pedidos de venda, selecionados, no mínimo, por período de cadastramento, status, mercado, negócio, regional de venda, setor de venda, cliente e produto;			

Continua...

...Continuação

— Calcular comissões sobre vendas;			
— Enviar via eletrônica as fichas de entrada e pré-pedidos para emissão de pedidos próprios;			
— Receber via eletrônica as fichas de entrada e pré-pedidos;			
— Consistir os pedidos recebidos contra os registrados, emitindo relatório de pedidos inconsistentes;			

5.1.1.1 Atendimento a Clientes

Função	Status		
• Prospectar e cadastrar novos clientes;			
— Manter dados cadastrais de clientes e suas filiais, levando em consideração a possibilidade de existência de pessoas jurídicas estrangeiras e endereços no exterior;			
— Manter atributos associados a clientes que indiquem categorização e dados/restrições adicionais para efeito de atendimento de pedidos de venda, tais como, zona de venda, local de entrega, parâmetros para consistência, níveis de prioridade, etc;			
— Manter dados de pessoas de contato por cliente, contemplando, no mínimo, dados particulares e endereço eletrônico para correspondência;			
— Permitir a atribuição de limite de crédito por cliente/grupo empresarial e por divisão gerencial;			
— Pesquisar o acervo de clientes cadastrados, utilizando diversos argumentos distintos de pesquisa (tais como nome, nome fantasia, grupo empresarial, CNPJ e CPF, entre outros) e obter em tela, com opção para impressão, os resultados dessas pesquisas;			
— Registrar regras para eliminação de clientes cuja presença não se faça mais necessária no cadastro;			
• Tratar manifestações de clientes:			
— Preparar infra-estrutura para atendimento;			
— Cadastrar atendentes e estrutura de atendimento;			

Continua...

...Continuação

— Cadastrar tipos de manifestações;			
— Registrar roteiros de processamento de manifestações ("workflows");			
— Processar manifestações de clientes:			
— Registrar chamados e manifestações, promovendo sua classificação e associação a clientes, produtos, marcas e lotes de fabricação;			
— Recuperar e visualizar em tela "scripts" para tratamento de manifestações;			
— Encaminhar manifestações para destinatários definidos para seu tratamento;			
— Registrar respostas/soluções de manifestações;			
— Registrar regras para eliminação de chamados e manifestações cuja presença não se faça mais necessária no cadastro;			

5.1.1.2 Manter tabelas de Preços p/ Produtos Acabados e Descontos

Função	Status		
— Associar aos preços cadastrados a opção de status ativo ou inativo;			
— Manter dados da estrutura hierárquica da tabelas de preços, contemplando, no mínimo, os níveis de divisão de negócio, empresa/filial de origem e código do destino;			
— Vincular a tabela de preços à estrutura hierárquica;			
— Manter tabelas de preços derivadas da básica, contemplando preços com adição de custo financeiro por condição de pagamento, preços distintos por força de diferenças de alíquotas ICMS etc., considerando, pelo menos, duas moedas distintas;			
— Permitir o arquivamento de tabelas de preço antigas para referência histórica;			
— Permitir a preparação de novas tabelas de preços, baseadas no acervo, para vigorarem a partir de datas futuras;			
— Registrar regras para eliminação de tabelas de preços cuja presença no cadastro não se faça mais necessária;			

5.1.1.3 Analisar Performance de Vendas

Função	Status		
– Recuperar dados de vendas realizadas e preparar informes comparativos entre preços de lista e preços praticados;			
– Permitir o registro de dados relativos a concorrentes e a realização de análises comparativas de performance e participação no mercado;			
– Permitir o acesso seletivo e controlado via Internet, a todos os informes estatísticos e de acompanhamento de vendas;			
– Registrar e consultar o histórico do Cliente – preço praticado, devoluções, relacionando a respectiva nota de venda;			
– Preparar estatísticas de faturamento por Divisão, Cliente e Produto;			
– Preparar estatísticas de vendas – totais, por grupo e Cliente;			
– Fornecer Informações gerenciais de estatísticas de venda através de consultas parametrizadas;			
– Permitir parcelamento do crédito de prêmios e comissões, em decorrência do faturamento e do recebimento de Clientes;			
– Calcular os prêmios de Vendedores;			
– Tratar comissão no nível de Pedido e Vendedor por Divisão de Produtos;			
– Consultar a posição do pedido nas etapas do processo produtivo;			

5.1.1.4 Configuração de Produtos

aFunção	Grau		
– Customizar produtos combinando variáveis e padrões, com base em históricos de “Produto/Cliente” e “Cliente/Produto”;			
– Apurar variações no custo dos produtos em função da customização;			
– Permitir a customização comandada pelo processo de negociação, através de solicitação de pré-cálculo;			
– Determinar itens e quantidades para a lista de materiais para orçamento;			
– Permitir configurar itens de uma ficha técnica existente, adicionando novo item na composição;			
– Calcular a porcentagem de participação do item no Produto através de curva ABC;			
– Efetuar evoluções de custos ;			
– Permitir manutenção de dados históricos de pré-cálculos, possibilitando recuperação em diversos formatos e diferentes argumentos de pesquisa;			

5.1.1.5 Administração de Faturamento

Função	Status		
– Permitir parametrização dos dados fiscais e contábeis;			
– Proceder à emissão das Notas Fiscais de Venda de mercadorias e mão de obra			
– Pela emissão da Nota Fiscal, fazer interface automático com Contas a Receber e Livros Fiscais;			
– Controlar as Devoluções de Clientes, com emissão automática de Nota de Crédito;			
– Permitir entrar com todos os campos necessários à emissão da Nota Fiscal, caracterizando assim uma emissão manual;			
– Permitir integração automática com NFs emitidas fora do sistema nos casos de contingência;			
– Capturar dados para emissão de Notas Fiscais não associadas a pedidos de venda, permitindo a obtenção e através de digitação manual;			
– Capturar dados fiscais que complementem Notas não associadas a pedidos de venda e permitir a liberação dessas notas para efetiva emissão;			
– Para as Notas Fiscais não associadas a pedidos de venda, possibilitar o tratamento diferenciado para remessas em geral (para conserto ou beneficiamento), vendas diversas (sucata, itens de ativo imobilizado, matérias-primas, produtos acabados etc.) e devoluções;			
– Para Notas Fiscais não associadas a pedidos de venda e que se refiram a produtos acabados ou itens mantidos em almoxarifados, verificar, quando da emissão das Notas Fiscais, o status dos materiais envolvidos e, conforme o caso, emitir as respectivas requisições ou efetuar as baixas de estoque;			
– Permitir consultas às Notas Fiscais não associadas a Pedidos de Venda, a partir de diversos argumentos de pesquisa, bem como elaborar consultas a conjuntos específicos de dados, inclusive relacionando-os com outros da base de dados;			
– Controlar o crédito no momento do faturamento, bloquear pedidos com problemas e manter controle de pendências no nível de cliente;			
– Emitir Notas Complementares de Preço;			
– Emitir NFs complementares de IPI e ICMS para as todas as categorias de NFs;			

Continua...

...Continuação

— Permitir antecipar data de faturamento deixando em aberto a data da saída;			
— Emitir Notas Fiscais associadas a pedidos de venda, de forma automática ou por comando específico, levando em consideração o status dos pedidos de venda e a situação de crédito dos clientes, bloqueando a emissão no caso de irregularidades e mantendo controle destas pendências;			
— Controlar saídas para beneficiamento;			
— Permitir controlar devolução para Fornecedores;			
— Controlar remessa de manutenção;			
— Selecionar pedidos para faturamento de forma automática ou manual;			
— Manter controle sobre prazo de pagamento a partir da data de saída e não do faturamento;			
— Visualizar a separação de produtos por localização no estoque e local de entrega;			
— Permitir a emissão de uma única Nota Fiscal com diferentes Alíquotas e Naturezas de Operação;			
— Eliminar controles de entrega e de saída não mais requeridos, após transcorrido um dado período de tempo;			
— Emitir NF de abatimento;			
— Permitir a emissão de cartas de correção;			
— Permitir faturar numa única vez o total de serviços num período previamente cadastrado, para um cliente previamente parametrizado para tal operação;			
— Permitir faturamento de um pedido em várias NF ;			
— Permitir cálculo de ICMS substituto;			
— Permitir faturamento acima da quantidade do pedido;			

5.2 LOGÍSTICA

5.2.1 Planejamento de Compras

Função	Status
– Administrar o “Lead Time” dos Fornecedores;	
– Parametrizar regras para emissão de Ordens de Compra;	
– Controlar saldos de pedidos;	
– Programar o recebimento de materiais;	
– Controlar o “lead time” interno, inclusive o controle de qualidade;	
– Gerar ordens de compras programadas para materiais “Não Estoque” e para material de uso normal na produção;	
– Calcular necessidades por vários critérios: consumo histórico, lead time de reposição;	
– Alertas automáticos de pedidos das vendas ainda não confirmadas pelo departamento de produção;	
– Alertas automáticos de itens abaixo do estoque mínimo;	
– Integração com sistema financeiro para verificação e disponibilidade de caixa futuro;	
– Permitir rastreamento de alterações nos pedidos;	
– Permitir compras com entregas programadas e em locais diferentes;	

5.2.1.1 Ordens de Compras

Função	Status
– Permitir integração com sistema de correio eletrônico para o envio de avisos aos aprovadores e/ou emitentes relativos ao processo de aprovação (fax , internet, EDI);	
– Controlar saldo orçamentário do Centro de Custo emitente da ordem de compra;	
– Alertar automaticamente quando houver ordem de compra aguardando aprovação;	
– Contabilizar automaticamente valores relativos às ordens de compras atendidas;	
– Atualizar estoques no atendimento de requisições para aqueles itens mantidos em estoque;	

Continua...

...Continuação

– Atender ordens de compras parciais ou totais, atualizando dados de estoque e integrando automaticamente com a contabilidade;			
– Atualizar estoques no atendimento de ordem de compra para aqueles itens mantidos em estoque;			
– Agrupar ordem de compra por item/fornecedor e comprador de acordo com a família de produto;			
– Visualizar ordens de compra por comprador;			
– Limitar itens e quantidades requisitadas por departamento;			
– Permitir digitar dados técnico-complementares numa ordem de compra;			
– Visualizar nome do aprovador e data de aprovação;			
– Possibilitar ao comprador solicitar informações adicionais através do sistema.			

5.2.1.2 Contratos de Suprimentos e Prestação de Serviços

Função	Status		
– Controlar prazo de garantia dos contratos;			
– Controlar pagamentos a Fornecedores;			
– Processar reajustes contratuais;			
– Controlar contratos vinculados e subcontratação;			
– Permitir alterações nos contratos;			
– Cadastrar contratos de compra			
– Manter tabela de preços por Fornecedor e produto;			
– Permitir fórmulas de reajuste de preços contratados, em valores e percentuais (por exemplo data início e fim);			
– Gerar informações para previsão do fluxo de caixa;			
– Gerar informações gerenciais por contrato, Fornecedor, tipo de contrato, etc;			
– Manter registro dos recebimentos do serviço/produto;			
– Controlar adiantamentos e retenções;			
– Manter registro dos pagamentos liberados;			
– Integrar-se com os módulos de Recebimento e Contas a Pagar;			

5.2.1.3 Administração de Compras

Função	Status		
– Efetuar compras de materiais e matérias primas para atendimento principalmente à produção, manutenção industrial e reforma, e aquisição de bens patrimoniais e contratação de serviços;			
– Manter cadastro de Fornecedores;			
– Consultar o fornecedor pelo “apelido”;			
– Identificar itens de material x fornecedor e vice-versa;			
– Avaliar desempenho de Fornecedores por quantidade, qualidade e entrega;			
– Registrar e tratar ordens de compras;			
– Administrar carteira de pedidos em Fornecedores;			
– Manter política de compras com aprovação manual e automática com gerenciamento de níveis de alçada;			
– Efetuar cotações de preços e compras de materiais e serviços;			
– Permitir troca de dados com Fornecedores por fax e Internet ;			
– Equalizar cotações de compra considerando índices financeiros;			
– Administrar compras, comparando “orçado x real”;			
– Integrar-se com o sistema de correio eletrônico interno para envio de avisos;			
– Cancelar pedidos e manter registro do responsável e motivo;			
– Encerrar/cancelar ordem de compra ;			
– Gerar estatísticas e demonstrativos gerenciais com classificação ABC dos itens de estoque;			
– Efetuar rastreamento do processo de compras, desde a solicitação até a colocação nos estoques;			
– Permitir identificação única dos Fornecedores em toda Organização;			
– Manter tabelas de preço por Fornecedor;			
– Controlar o fluxo de aprovação pelas diversas alçadas da Organização;			
– Gerar demonstrativos, por comprador, com informações sobre “lead time” (para a área requisitante), qualidade do produto recebido, preço e divergências na documentação;			
– Manter registro do responsável e motivo do cancelamento;			

Continua...

...Continuação

– Manter registro do responsável e motivo da desativação;			
– Manter histórico de alterações nos pedidos por Fornecedor;			
– Associar vários e-mails por fornecedor, de acordo com o contato;			
– Associar ordens de compra a comprador de acordo com a classe, grupo e subgrupo;			
– Permitir análise e visualizar últimas compras por fornecedor e item, preço, NF;			
– Controlar os pagamentos envolvendo financiamentos a Fornecedores, disponibilizando as informações necessárias para os módulos financeiros;			
– Geração automática de ordens de compra baseado em ponto de reposição de estoques;			
– Geração automática de ordens de produção baseado em ponto de reposição de estoques;			
– Permitir o planejamento baseado em lotes mínimos;			

5.2.1.4 Recebimento Físico

Função	Status		
– Gerar recebimento físico gerando interface automático com módulo financeiro e contábil;			
– Permitir administração de impostos por produto;			
– Controlar divergências nas entregas entre preço, prazo e quantidade;			
– Consultar as entregas previstas;			
– Permitir utilizar sistema de códigos de barras para identificação do recebimento;			
– Permitir efetuar o registro automático da leitura de balança eletrônica;			
– Controlar o retorno de equipamentos/ferramentas enviados a Clientes;			
– Bloquear automaticamente lotes para materiais sujeitos a controle de qualidade;			
– Gerar instruções para coleta de amostras para inspeções de qualidade;			
– Bloquear entregas com divergências;			

Continua...

...Continuação

– Permitir imprimir etiqueta adesiva com o respectivo código de barra do material recebido fisicamente;			
– Permitir reimprimir etiquetas adesivas;			
– Permitir controlar localização no recebimento através de impressão na etiqueta adesiva do Item recebido;			
– Permitir baixa de produto por código de barra, informando código funcional do Funcionário (nº. da chapa no crachá), através de coletor laser;			
– Gerar registro para controle dos materiais a serem inspecionados;			

5.2.1.5 Recebimento Fiscal

Função	Status		
– Gerar recebimento fiscal gerando interface automático com módulo financeiro;			
– Efetuar a devolução de mercadorias reabrindo controle sobre os pedidos;			
– Gerar lançamentos fiscais, financeiros e contábeis por Centro de Custo e/ou Área de Negócios, com base nas requisições;			
– Controlar os dados de Notas Fiscais de Produtos transferidos entre plantas da Organização;			
– Administrar rateio do valor do produto, do frete, impostos, nos custos dos produtos recebidos com uma mesma NF por centros de custos;;			
– Permitir desbloquear entradas mediante alçada de decisão;			
– Encerrar ordens de compra e pedidos de compras, inclusive prevendo encerramento mesmo através de baixas parciais;			
– Permitir o desmembramento de títulos a pagar e lançamentos contábeis por centro de custo e/ou área de negócios, com base nas ordens de compra;			
– Encerrar automaticamente as Ordens de Compra através do módulo de Recebimento;			
– Emitir documento interno para autorização do recebimento de materiais;			

5.2.1.6 Controle de Estoques

Função	Status		
– Manter o cadastro de materiais com administração de até 03 códigos por material;			
– Definir estrutura de almoxarifados, tipos de endereço, critérios de armazenamento e endereços;			
– Efetuar a rastreabilidade dos materiais por lote;			
– Emitir eletronicamente requisições de materiais para reposição, conforme regra aplicada;			
– Calcular consumos, giro, tempo médio de estocagem;			
– Permitir a consulta de saldos de estoque por grupo de produtos, por reserva, por disponível, físico, etc;			
– Permitir cálculo e acompanhamento de custos de estoque em tempo real, em diversas moedas;			
– Controlar a localização física dos materiais no estoque;			
– Processar transferências entre Unidades/Filiais (inclusive sem documentos fiscais);			
– Manter registro histórico de fornecimento;			
– Inventariar os estoques utilizando procedimentos de obsolescência;			
– Manter dados de itens inativos no estoque – para troca, venda, transferência;			
– Manter trilha de auditoria para movimentação dos estoques;			
– Fornecer a valorização dos produtos em estoque;			

5.3 FINANÇAS

5.3.1 Contas a Pagar

Função	Status		
— Controlar as contas a pagar da empresa fornecedora, tributos e outros compromissos;			
— Importar diretamente do subsistema de recebimentos as notas fiscais de fornecedores, para pagamento;			
— Importar diretamente do subsistema de registros fiscais os lançamentos referentes a guias de recolhimento de impostos;			
— Permitir a inserção direta de títulos a pagar no sistema e de contratos de pagamentos contínuos;			
— Controlar adiantamentos a fornecedores, efetuando a correspondente dedução no pagamento das notas fiscais;			
— Trocar informações eletrônicas com bancos relativas aos processos de pagamento;			
— Processar e contabilizar os pagamentos;			
— Permitir o tratamento de liquidações de câmbio, no caso de importações;			
— Gerar informações para emissão da DIRF e Informe de Rendimentos relativos aos Fornecedores;			
— Manter vínculos entre os títulos correspondentes às Notas de Devolução aos títulos originais;			
— Registrar as previsões de pagamento para efeito de projeção da dívida;			
— Emitir demonstrativos de apoio à conciliação de Fornecedores;			
— Efetuar o pagamento escritural com vários Bancos;			
— Possibilitar o tratamento de Ordens de Pagamento;			
— Disponibilizar relatórios para acompanhamento das duplicatas a pagar;			
— Permitir o controle integrado das contas a pagar da Empresa, prevendo diversas pessoas jurídicas e locais de pagamento;			
— Permitir a análise e contabilização dos pagamentos por plano de contas/centros de custo;			
— Permitir o tratamento de pagamentos a maior e a menor, gerando juros, descontos e possíveis desdobros;			

Continua...

...Continuação

— Permitir o lançamento de títulos como consórcios, carnês, financiamentos, etc;			
— Permitir o controle de financiamentos e aplicações financeiras para obtenção de posições consolidadas;			
— Permitir o agrupamento de várias NF em uma única fatura e diversas faturas em um ou vários títulos;			
— Permitir a emissão de cheques na baixa de títulos;			
— Permitir previsão de pagamentos futuros;			
— Permitir geração de relatórios de contas a pagar por período, contratos/pedidos, região, fornecedores, centros de custo, contas e outros;			
— Efetuar a análise, aprovação e contabilização dos pagamentos por Unidade de Negócio/ Filial, por conta e centros de custo;			
— Calcular e controlar retenções de impostos nos pagamentos, consolidando os valores, emitindo as guias para pagamento e gerando os títulos a pagar correspondentes;			
— Possibilitar o tratamento de juros e descontos nos pagamentos;			
— Possibilitar o tratamento de notas fiscais com pagamento parcelado;			

5.3.1.1 Contas a Receber

Função	Status		
— Controlar os devedores por contratos/pedidos/clientes ;			
— Permitir o controle de carteiras bancárias de cobrança simples, desconto e caução, assim como de títulos em carteira;			
— Trocar informações eletrônicas com bancos relativas aos processos de cobrança;			
— Permitir, para carteiras determinadas, a emissão de bloquetes de cobrança (cobrança direta);			
— Manter histórico de pagamentos para análise de crédito, segundo regras flexíveis;			
— Processar e contabilizar os recebimentos — arquivo retorno dos bancos e baixas manuais;			

Continua...

...Continuação

— Processar devoluções de títulos dos bancos, cancelamento de títulos e transferências de carteiras;			
— Controlar o envio automático de instruções de cobrança aos Bancos;			
— Efetuar periodicamente o cálculo de encargos por atraso no pagamento de títulos, emitindo Notas de Débito consolidadas por Cliente, quando o valor dos encargos superar um mínimo pré-estabelecido;			
— Possibilitar a geração automática ou manual de instruções de protesto de títulos para os Bancos;			
— Permitir soluções automáticas para baixas com divergências;			
— Tratar notas de devolução de mercadorias, efetuando a baixa parcial ou total do respectivo título;			
— Possibilitar alteração de vencimentos ou prorrogação de títulos;			
— Possibilitar o desdobramento de títulos, assim como títulos com pagamento			
— Efetuar baixas manuais, devidas a pagamentos, créditos, cancelamentos,			
— Manter histórico dos títulos por 05 (cinco) anos;			
— Controlar a emissão de cartas de cobrança por atraso;			
— Efetuar o controle integrado das contas a receber da Empresa, prevendo diversas pessoas jurídicas e locais de cobrança;			
— Efetuar a alocação automática de bancos para cobrança, a partir de informação			
— Realizar a previsão de recebimentos considerando índices de pontualidade de Clientes;			
— Controlar as Notas Promissórias emitidas por confissão de dívida (inclusão, pagamento e juros);			
— Possibilitar interface das confissões de dívidas com devedores, contratos de vendas, contencioso e contábil;			

Continua...

...Continuação

— Controlar títulos no contencioso, mantendo informações sobre o estado do processo, gerando demonstrativos de saldos e calculando provisões para devedores duvidosos;			
— Controlar e contabilizar os cheques devolvidos por contratos/pedidos ;			
— Emitir os saldos dos contratos/pedidos de vendas, das confissões de dívida, dos cheques devolvidos;			
— Permitir consulta por qualquer dado cadastral do cliente;			
— Permitir baixa do título com registro de justificativas mediante alçada de decisão eletrônica;			
— Permitir geração de relatórios de contas a receber por período, contratos/pedidos, região, clientes, centros de custo, contas e outros;			
— Permitir previsão de recebimentos futuros.			
— Permitir parametrização dos documentos de cobrança;			
— Permitir o cálculo de encargos por atraso para conjunto de títulos emitindo notas de débito consolidadas por cliente;			
— Permitir o tratamento de recebimentos a maior e a menor, gerando juros, descontos e possíveis desdobros;			

5.3.1.2 Gestão de Caixa/Bancos

Função	Status		
— Manter informações sobre as contas de caixa e as correspondentes contas bancárias;			
— Registrar pagamentos e recebimentos, provendo a integração com os sistemas de Contas a Pagar e Contas a Receber e efetuando a conciliação dos extratos bancários;			
— Efetuar a emissão de Cheques e Borderô Bancário;			
— “Projetar o fluxo de caixa e gerar demonstrativo previsto x realizado”			
— Contabilizar movimentos de caixa e bancos;			
— Controlar e contabilizar a cobrança do CPMF;			

Continua...

...Continuação

— Registrar e acompanhar o desempenho das previsões de necessidade de numerário dos diversos caixas;			
— Controlar as pendências de lançamentos não identificados;			
— Prover interface automático com sistemas de contas a pagar, contas a receber e aplicação e captação;			
— Permitir registro manual de previsões de entradas e saídas de caixa;			
— Emitir relatórios e permitir consultas do previsto x realizado;			
— Conciliar automaticamente, de forma centralizada ou não, os extratos bancários a partir de arquivos eletrônicos, tratando os padrões dos diversos bancos;			
— Cancelar automaticamente a conciliação no caso de haver lançamento excluído do razão do Banco;			
— Controlar a reciprocidade bancária;			
— Demonstrativo de variação da posição de caixa;			
— Emitir fluxo de caixa com períodos determinados e com possibilidade de trazer para o valor presente;			

5.4 CONTROLES E GESTÃO

5.4.1 Contabilidade

Função	Status		
– Manter o plano de contas e sua interligação com tabelas para consolidação gerencial de informações;			
– Efetuar a escrituração contábil através de lançamentos diretos ou da integração com os demais sistemas;			
– Ratear Centro de Custos, pré-definidos por contratos, baseados no período de competência mensal;			
– Efetuar fechamentos e conciliações contábeis;			
– Emitir demonstrativos contábeis — diário, razão e balancete;			
– Gerar informações para o acompanhamento orçamentário e análises de resultado;			
– Possibilitar a atualização monetária segundo os critérios específicos;			
– Controlar, calcular e contabilizar PIS e COFINS;			
– Elaborar o balanço patrimonial e a análise ;			
– Utilizar códigos de outras entidades do sistema como um sub-nível adicional nas contas (Fornecedor, Cliente, Banco, etc.);			
– Registrar os dados associados aos lançamentos para efeito de análises gerenciais;			
– Permitir consultas flexíveis de forma descentralizada, incluindo dados sobre a origem dos lançamentos;			
– Oferecer critérios de rateios flexíveis para apuração de resultados;			
– Possibilitar lançamentos “on-line” descentralizados, com consistência na origem e geração de lançamentos complementares para o fechamento legal e gerencial de resultados;			

5.4.1.1 Registros Fiscais

Função	Status		
— Processar lançamentos correspondentes às emissões de Notas Fiscais de Entrada e Saída de Mercadorias e de Serviços, prevendo o tratamento fiscal de todas as naturezas de operação;			
— Calcular os impostos devidos e gerar os demonstrativos correspondentes;			
— Gerar as informações fiscais em meio magnético, exigidas pelo Fisco ;			
— Faturamento — integração on line;			
— Tratar as diferenças de legislação dos diversos Estados, possibilitar substituições tributárias, regimes especiais e impostos indiretos;			
— Emitir todos os livros fiscais exigidos pela Legislação:			
— Registro de entradas – RE;			
— Registro de saídas – RS;			
— Registro da produção e do estoque – RCPE;			
— Registro do inventário – RI;			
— Registro de apuração do ICMS e resumo;			
— Registro de apuração do IPI e resumo;			
— Registro de apuração do ISS (Notas Fiscais de Serviço);			
— Relatório de operações interestaduais – LOI;			
— Relatório de prestações interestaduais – LPI;			
— Rotina de extração de informações para o Fisco por Estado / Município;			
— Termos de abertura e encerramento;			
— Controlar o ICMS do ativo permanente – CIAP;			
— Gravar os dados das movimentações mensais em fita ou CD, para atendimento exigência legal;			
— Gerar guias de recolhimento de impostos e integrá-las automaticamente ao sistema de contas a pagar;			

5.4.1.2 Informação p/ Tomada de Decisão / Suporte à Decisão e Análise de Resultados

Função	Status		
— Possibilitar a geração de informações contábeis e financeiras, gerando Indicadores e demonstrativos gerenciais para análise de resultados e tomada de decisões;			
— Permitir importação e exportação de dados para ferramentas de eficácia pessoal, como planilhas, editores de textos etc;			
— Definir as estruturas parametrizáveis para estabelecimento de hierarquias entre as contas, centros de custos e demais dimensões dos lançamentos;			
— Visualizar os dados em valor presente, segundo os critérios utilizados nos demonstrativos contábeis;			
— Registrar mensagens (textos) em um “painel” com informações adicionais relativas aos dados apresentados;			
— Permitir o re-agrupamento das informações apresentadas nas telas e relatórios, com seleção de colunas, seqüência dos dados, totalizações etc;			
— Permitir simulações com “n” variáveis;			
— Permitir visualização gráfica de qualquer informação;			
— Possibilitar uso de ferramentas de “BI”.			
— Permitir acompanhamento do orçamento da empresa e realizado a qualquer tempo com curva ABC.			