

**Referência completa para citação:**

FREITAS (H.), BECKER (J. L.), CUNHA Jr. (M. V. M.), DE BEM (R. F.), FRANCESCHINI (A. R.), DICKOW (L.) e outros. Sistema de informações de marketing (SIM-GET). Porto Alegre - RS: **VI Salão de iniciação científica, UFRGS**, 17 a 21 Outubro 1994, Área de Ciências Sociais Aplicadas, trabalho N° 752, p. 222.

---

**SISTEMA DE INFORMAÇÕES DE MARKETING (S.I.M.-GET).** *R. F. De Bem, M. V. M. Cunha Jr., A. R. Franceschini, L. Dickow, J. L. Becker (orientador), H. M. R. de Freitas (orientador).* (Programa de Pós-Graduação Administração – PPGA – FCE – UFRGS).

O sistema desenvolvido vem solucionar principalmente uma necessidade específica de uma empresa do ramo de compra e venda de veículos, na área de suporte à venda, estendendo sua utilidade a mais quatro áreas da empresa, a saber: administrativa, contábil, estoques e financeira. Como prioridade, a utilização do SIM-GET pretende elevar o nível de qualidade, rapidez e eficiência no atendimento aos clientes, seja por via telefônica ou em contato pessoal. A base de dados, contendo todas as informações e ofertas disponíveis, após cuidadosamente definida pode ser acessada com facilidade, através de poucos “cliques” e do “mouse”, de maneira rápida e direta, facilitando assim, o trabalho do vendedor e garantindo a informação correta e instantânea ao cliente, proporcionando á empresa vantagens relativas a rapidez, controle das operações e satisfação dos clientes. Para o desenvolvimento de tal sistema, foi utilizado o gerenciador de banco de dados “Microsoft Access”. A escolha desta ferramenta de desenvolvimento foi motivada pela utilização do ambiente operacional “Windows”, o que proporciona uma interface extremamente amigável, fator crítico de sucesso para o êxito do projeto, uma vez que os usuários do sistema não são especialistas em informática. (CNPq, FAPERGS)