Gestão de Informação

Vantagem competitiva e valor acrescentado

- Vantagem competitiva: estratégias genéricas e valências
- desenvolvimento de uma estratégia de empresa
- integração
- adicionando valor

Gestão de Informação

Sistemas de informação estratégicos

Sistemas informáticos a qualquer nível da organização que modificam objectivos, operações, produtos, serviços ou relações de ambiente, permitindo à organização ganhos de vantagem competitiva

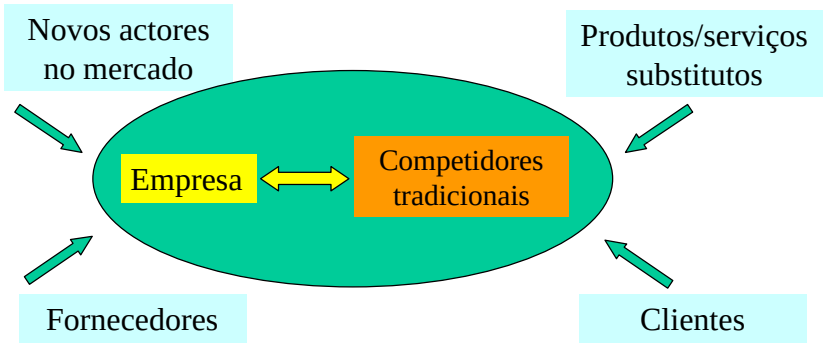
- diferentes dos sistemas de informação de nível estratégico

- para usar um sistema de informação como arma competitiva, é necessário entender onde podem ser encontradas as oportunidades estratégicas para o negócio

Oportunidades estratégicas para o negócio

- dois modelos da empresa/ambiente para identificar as áreas de negócio em que os sistemas de informação podem proporcionar potenciais vantagens sobre a competição
  - modelo de forças competitivas (Porter, 1980)
  - modelo da cadeia de valor (Porter, 1985)

Modelo de forças competitivas



Modelo usado para descrever a interacção das influências externas (ameaças e oportunidades) que afectam a estratégia da organização e a sua habilidade para competir

Modelo de forças competitivas, estratégias

diferenciação de produtos

- estratégia competitiva para criar lealdade à marca através do desenvolvimento de novos e únicos produtos e serviços, que não são facilmente duplicaveis pelos competidores (Citibank e os cartões de débito/ATM, em 1977)

diferenciação focalizada

- estratégia competitiva para desenvolvimento de nichos de mercado para produtos/serviços especializados, onde se torne possível competir melhor que os adversários (um SI proporciona uma vantagem competitiva ao produzir dados que melhorem as vendas e as técnicas de marketing utilizadas - o custo de um cliente novo está estimado em cerca de 5 vezes o custo de manutenção de um cliente actual)

Modelo de forças competitivas, estratégias

desenvolvimento de laços fortes com clientes e fornecedores

- capacidade de criação de laços a clientes que os “prendam” a uma estrutura de preços e distribuição concebida pela empresa (desta forma aumentam os custos de troca que o cliente toma para trocar para os produtos/serviços dos competidores, reduzindo a sua capacidade de negociação e a dos fornecedores).

optar por uma estratégia de baixo custo

- assegurar a produção de produtose serviços a um preço mais baixo que a concorrência. Existem SI que ajudam a manter baixos os custos internos de uma empresa (e mantendo a qualidade), pelo menos mais baixos que os dos competidores.

Uso estratégico da Internet

Estratégia	Aplicação da Internet
diferenciação de produtos	Banca virtual: permitir aos clientes o acesso à conta bancária, ao pagamento de serviços, saldos e extratos e obter serviço 24 horas por dia através da WWW
diferenciação focalizada	Turismo: proporcionar informação electrónica, fornecendo apoio personalizado para criar produtos específicos às expectativas e preferências dos clientes
desenvolvimento de laços fortes com clientes e fornecedores	Distribuição: manutenção de informação actualizada sobre a localização de uma encomenda postal 24 horas por dia, qualquer que seja a sua origem e destino
optar por uma estratégia de baixo	Comércio electrónico: redução de custos por envio electrónico de informação técnica e contabilística

Modelo da cadeia de valor

Modelo que favorece as actividades primárias (ou de suporte) que acrescentam valor aos produtos/ serviços da organização, de modo a que os sistemas de informação possam ser empregues, atingindo vantagens competitivas

- o modelo toma em atenção as actividades do negócio onde as estratégias competitivas posssam ser melhor aplicadas e onde os sistemas de informação possuam maior impacto estratégico

Modelo da cadeia de valor - actividades

- actividades primárias
  - actividades relacionadas directamente com a produção e distribuição dos produtos/serviços da empresa
- actividades de suporte
  - actividades que tornam possível a ocorrência das actividades primárias da empresa. São resultado da infaestrutura da organização, dos recursos humanos, da tecnologia e dos sistemas de compras da empresa

Modelo da cadeia de valor - exemplo

actividades de suporte

administração e gestão: planeamento e troca electrónica de mensagens

recursos humanos: sistemas de gestão integrada de recursos humanos

tecnologia: projecto assistido por computador

aquisição: tratamento electrónico de encomendas

logística interna sistemas automáticos de stocks	**operações** máquinas de controlo numérico	**logística externa** distribuição e envio automático	**vendas e marketing** sistemas automáticos de vendas	**serviços** sistemas de manutenção de equipamento

actividades primárias

Sistemas de informação estratégicos - impacto

- pode afectar:
  - a organização
  - produtos e serviços
  - procedimentos internos
  - e conduzir a organização a novos padrões de comportamento
- exige(!):
  - novos gestores ou nova postura
  - novos ou difrentes quadros da empresa
  - um relacionamento estreito com clientes e fornecedores

Sistemas de informação estratégicos - impacto

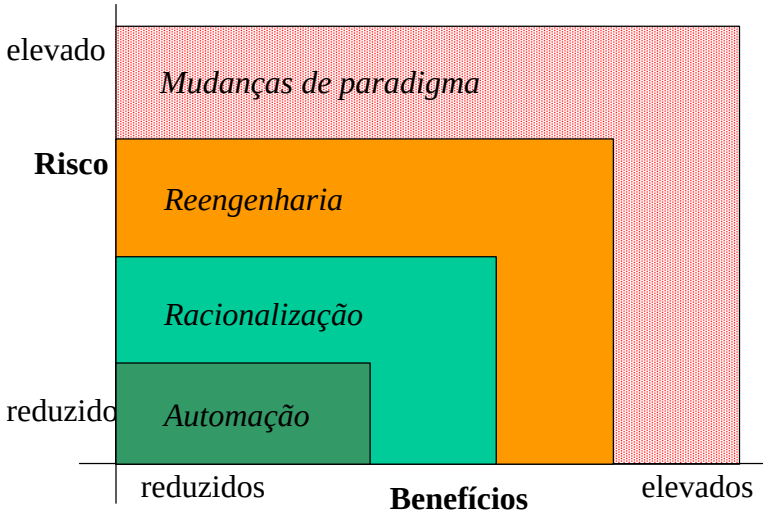
partenariado de informação

- aliança de cooperação entre duas empresas com o objectivo de partilharem informação de modo a ganharem uma vantagem competitiva

transições estratégicas

- movimento de evolução de um nível do sistema sociotecnologico para outro. Estas transições são geralmente requeridas quando são adoptados sistemas estratégicos que exigem mudanças nos elementos sociais e tecnologicos da organização

Tipos de sistemas com potencial estratégico

- como é que o sector usa os sistemas de informação? quem são os líderes na utilização da tecnologia de SI's?
- existem oportunidades a obter pela introdução de novas tecnologias de SI's? onde é que os novos sistemas de informação proporcionam maior valor acrescentado?
- qual é o actual plano estratégico de negócio? E como se relaciona esse plano com a estratégia de serviços de informação existente?
- possui a empresa a tecnologia e o capital necessário para desenvolver iniciativas para sistemas de informação estratégicos

Riscos e benefícios na mudança