

Gestão da Tecnologia da Informação

Prof. Dr. Eng. Fred Sauer
fred@sauersecurity.com.br

- Ementa: Conceitos gerais de recursos do ambiente de Tecnologia da Informação e Comunicação. Processos e serviços no ambiente de Tecnologia da Informação e Comunicação. Governança em Tecnologia da Informação e Comunicação. Governança Corporativa. Governança de TI. Alinhamento entre Estratégia Corporativa e a Tecnologia da Informação. Normas, processos e indicadores de desempenho para a área de TI. Modelos de apoio para Governança de TI. Maturidade dos modelos de governança de TI. Estruturação de um Plano de Implantação de um modelo de Governança de TI.
- Livro-texto: Valle, André B., “Gestão da Tecnologia da Informação”. Coleção Gestão Empresarial, Editora FGV, 2013.

- Provas regulamentares (AV1, AV2 e AV3)
- Três trabalhos práticos (30% da nota)
- Material no repositório <http://www.fredsauer.com.br>

- Recursos de TI são essenciais para o sucesso de qualquer organização
- Se não empregados, ou pior, se empregados inadequadamente, podem comprometer o sucesso do negócio
 - Infraestrutura
 - Segurança das Informações
 - Comércio eletrônico
 - Sistemas de Informações
- Governança de TI
 - Mensuração, identificação de necessidades (Tempo/Pessoas/Recursos), planejamento

- Geração Virtual
 - Empresas Digitais (às vezes 100% digitais)
 - Alcance e envolvimento de clientes
 - Aumento da produtividade dos colaboradores
 - Uso da tecnologia nos processos de negócio
 - Perfil do consumidor
 - Redes sociais, jogos online
 - Blogs, notícias online, *Mídia on-demand*
 - Compras pela Internet
- O aumento da violência urbana, poluição, doenças e outros fatores favorecem o crescimento desse fenômeno

- Maior segurança nos meios de pagamento digital
- Nível de automatização cada vez maior (RFID, biometria, etc.)
- Aumento da capacidade de processamento e de armazenamento
- Evolução das tecnologias de comunicação sem fio
- Recursos de robótica e de IA em franca evolução
- Qualidade dos dispositivos de reprodução em evolução
- Modelos de comercialização e distribuição de software mais acessíveis (SaaS: AWS, etc.)

Princípios fundamentais de Michael Porter

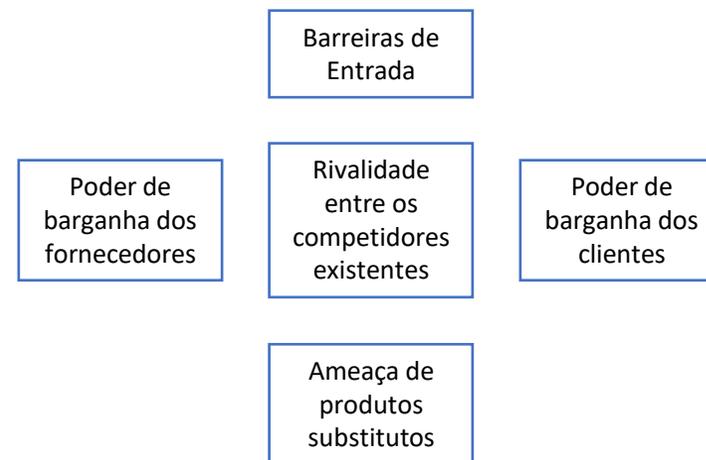
1. Retorno do investimento em longo prazo
Valor econômico = rentabilidade sustentada
2. Benefícios diferenciados
Rentabilidade sustentada = valores diferentes da concorrência
3. Operação diferenciada
Vantagem competitiva sustentada = atividades diferentes
4. Estratégia versátil
Diferenciação no mercado = ser único
5. Independência entre os setores
Independência = setores interligados, porém independentes
6. Continuidade
Continuidade = definição e perseguição de valores distintos

Posicionamento Estratégico:
Além do produto e seu marketing,

- Produção
- Distribuição
- Logística
- Serviços

- Forças Competitivas

1. Barreiras de entrada no mercado
2. Poder de barganha dos fornecedores
3. Poder de barganha dos clientes
4. Ameaça de produtos ou serviços substitutos
5. Rivalidade existente entre os competidores



- Barreiras de entrada
 - Economias de escala
 - Efeitos da rede ou benefícios de escala do lado da demanda
 - Custos da mudança
 - Necessidade de capital
 - Vantagens das pioneiras
 - Acesso desigual aos canais de distribuição
 - Políticas restritivas dos governos

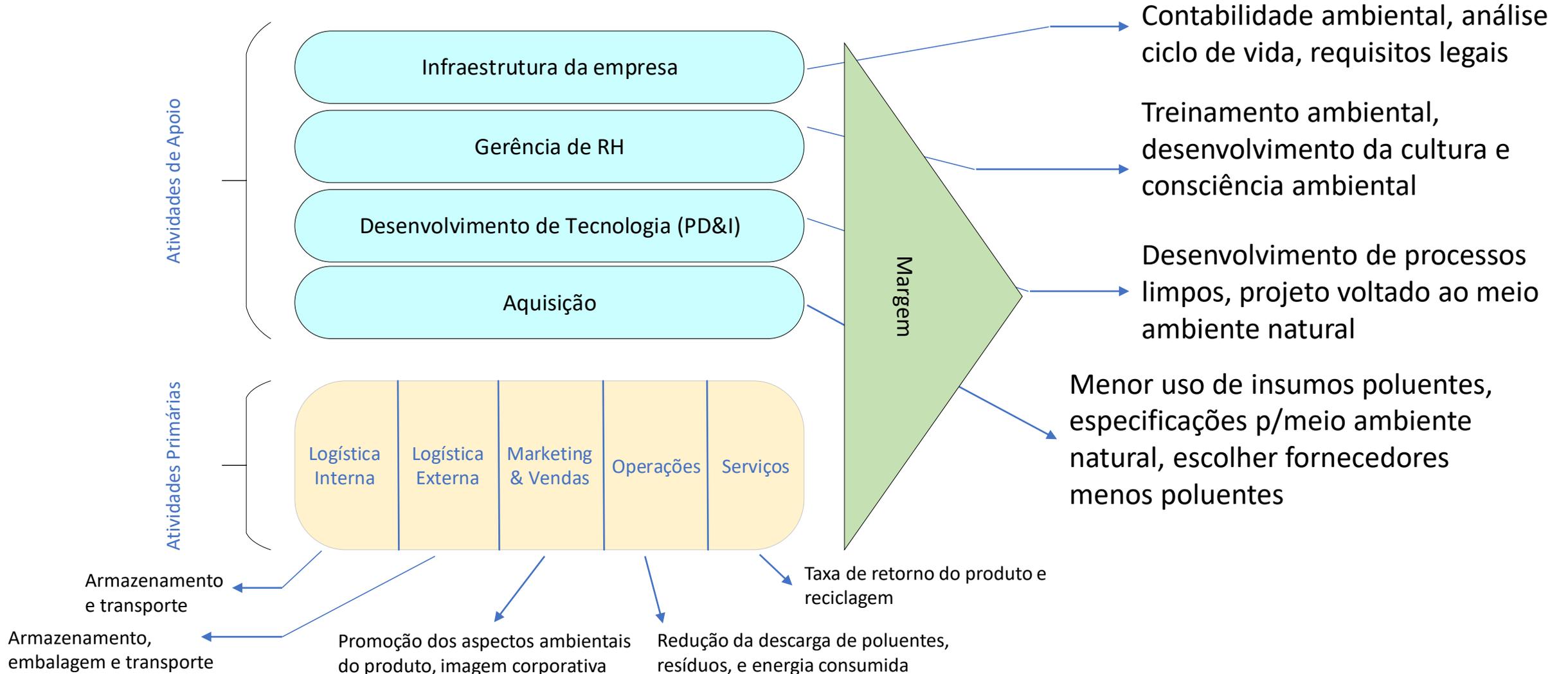
- Poder de barganha dos fornecedores
 - Aumento artificial de preços
 - Limitação da qualidade ou quantidade
- Poder de barganha dos clientes
 - Aumento da demanda de qualidade ou menores preços
 - Internet facilitou a pesquisa para os clientes
- Ameaça de produtos substitutos
 - Limitam a lucratividade
- Rivalidade entre competidores
 - Descontos, novos produtos, marketing agressivo

- Reduz barreiras de entrada
- Aplicações na Internet tendem a ser padronizadas
- Novos entrantes e oportunidades foram trazidos com a Internet
- Mas...
 - Demanda uma força de vendas especializada
 - Acesso aos canais
 - Requisitos físicos, tecnológicos e humanos
- Paradoxo da Internet: Enquanto aumenta a visibilidade para o produtor/fornecedor, também aumenta para o cliente

- Valor = montante que o cliente está disposto a pagar
- Meta de uma estratégia → criar e manter o valor de seus produtos
- Cadeia de valor → MARGEM + ATIVIDADES DE VALOR
 - Margem = VALOR – CUSTO
 - Atividades de Valor – usadas para produzir o bem
- Elementos da Cadeia de Valor
 - Atividades Primárias – criação, venda, entrega e pós-venda do bem
 - Logística interna e externa, operações, marketing, etc.
 - Atividades de Apoio – insumos, tecnologia, pessoas, infraestrutura e outros
 - Compras, PD&I, capacitação, etc.

Modelo da Cadeira de Valor

Exemplo para a Gestão Ambiental



- Pioneiros da Internet
 - Voracidade no lugar da estratégia
 - Perda da identidade
- Tecnologia disponível para empresas com posicionamento diferenciado
 - Sistemas integrados e customizados → ajuste entre as atividades
- Demanda de complementaridade entre atividades virtuais e físicas
- Atividades na Internet devem estar integradas à cadeia de valor
- Web 2.0, Bittorrent e *Apps* → fenômenos atuais !

- Escolha um ramo para a elaboração do trabalho da disciplina. Para ele, descreva:
 1. Pontos fortes e fracos observados, de acordo com os Princípios Fundamentais de Porter;
 2. Detalhe mais a sua ideia, com o uso dos modelos de Porter, detalhando barreiras e ameaças existentes; e
 3. Descreva o papel pretendido da Internet na Cadeia de Valor de seu produto.