



INTRODUÇÃO À GESTÃO ESTRATÉGICA

Msc. Josimeire do Amaral Tavares

ILES/ULBRA Itumbiara-GO

MODELAGEM DE SISTEMAS



O Que é Estratégia?

- Uma sequência de pensamentos e comportamentos para atingir um determinado objetivo.
- Conceito representativo da lógica de funcionamento de uma empresa. Determina os motivos da vantagem competitiva da empresa e suas competências centrais.
- É identificável no conjunto de políticas que concretizam os objetivos da empresa.



Estratégia da Informação

- Uso eficiente das informações de modo a ajudar a empresa a alcançar seus objetivos.
- Exemplo de Estratégia da Informação:
 - Objetivo da empresa: melhorar as vendas de determinados produtos.
 - Estratégia:
 - Uso de informações de clientes sobre preferências por determinados produtos como forma de oferecer promoções.

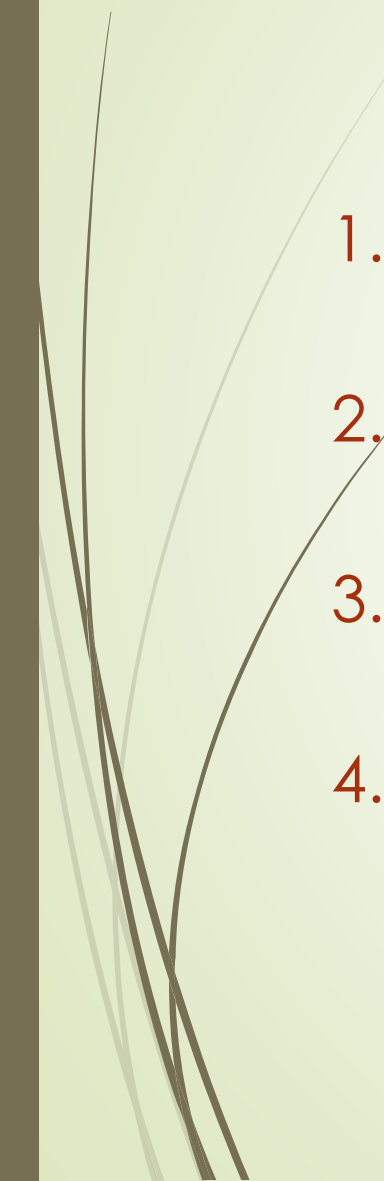


O Papel do Ecologista da Informação

- Identificar os tipos de informação que devem ser focalizadas;
- Identificar as atividades da empresa que devem ser enfatizadas;
- Definir como a informação poderá ajudar a empresa alcançar seus objetivos.



Por que precisamos de uma Estratégia da Informação?

1. Os ambientes informacionais, por muitas vezes, são um desastre;
 2. Os recursos informacionais sempre podem ser mais bem alocados;
 3. As estratégias da informação ajudam as empresas a se adaptar às mudanças;
 4. As estratégias informacionais tornam a informação mais significativa.
- 



ENTÃO?!

- Quais são os passos necessários à uma empresa para o desenvolvimento de uma estratégia informacional?




RESPOSTA:

- ➡ Pode-se dar um enfoque ao **conteúdo da informação**, utilizar **informações comuns**, **analisar os processos de informação e/ou os novos mercados de informação**.



Conteúdo da Informação

- Definição das informações que são mais importantes para rentabilidade da empresa.
- 



Conteúdo da Informação

- Deve-se obter informações mais consistentes sobre produtos dentro da empresa;
- Usar a informação conseguida junto a fornecedores e parceiros;
- Aperfeiçoar a informação logística, para melhorar a coordenação e o serviço aos clientes;
- Conseguir melhores informações sobre funcionários existentes e potenciais.



Exemplo:

- Uma empresa desenvolvedora de medicamentos descobriu que seus potenciais clientes seriam os médicos.
- Neste caso, ofertas de brindes e amostras grátis não seria suficiente para atrair suas atenções;



Exemplo:

Os vendedores da empresa receberam treinamento quanto às propriedades químicas e medicinais dos medicamentos que vendem, além de disporem de informações sobre resultados clínicos dos mesmos.

Os médicos aprovaram a abordagem e passaram a prescrever os medicamentos da empresa.

Informação Comum

- Significado: utilização e compartilhamento de informação comum (informações semelhantes sobre produtos ou serviços).
- Deve-se compartilhar informes comuns como forma de diminuir a diversidade de produtos que são semelhantes e facilitar a coordenação e o gerenciamento dos mesmos.



Exemplo prático:

- Em 1990, a General Motors tinha 65 diferentes alavancas de seta em seus veículos. No final de 1993, esse número caiu para 26 devido à troca de informações comuns (número de peças, descrição de informações comuns (número de peças, descrição de produtos e segmentos de mercado) entre os diversos departamentos.
- Manter essa troca requer cooperação entre as divisões de projetos, engenharia, fabricação e marketing.



Processos de Informação

- Significado: os processos de informação referem-se ao gerenciamento da informação.
- Criar novas formas de gerenciar as informações para aperfeiçoar o seu uso e, com isso, competir com mais eficiência no mercado.
- Por muitas vezes uma empresa não obtém sucesso por falta ou dificuldade no acesso à informação.



Exemplo:

Um projetista de veículos, por exemplo, deve ter acesso rápido a informações consistentes de pesquisa de mercado contendo as preferências de clientes, antes de iniciar um projeto.



Novos Mercados de Informação

- Significado: utilização da informação de forma a render lucros para empresa.
- Muitas vezes, em função da atividade que uma empresa se dedica, ela gera uma quantidade enorme de informações valiosas acerca de seus próprios negócios ou de seus clientes.
- Essas informações podem ser uma nova fonte de renda para a empresa.



Exemplo

- ➡ Supermercados negociam com empresas de pesquisa informações sobre os produtos mais comercializados em seus estabelecimentos, que, por sua vez, vendem as mesmas às empresas que fabricam os produtos ao consumidor.



Fonte

- Notas de Aula cedidas pelo professor Fábio Martins.
- 