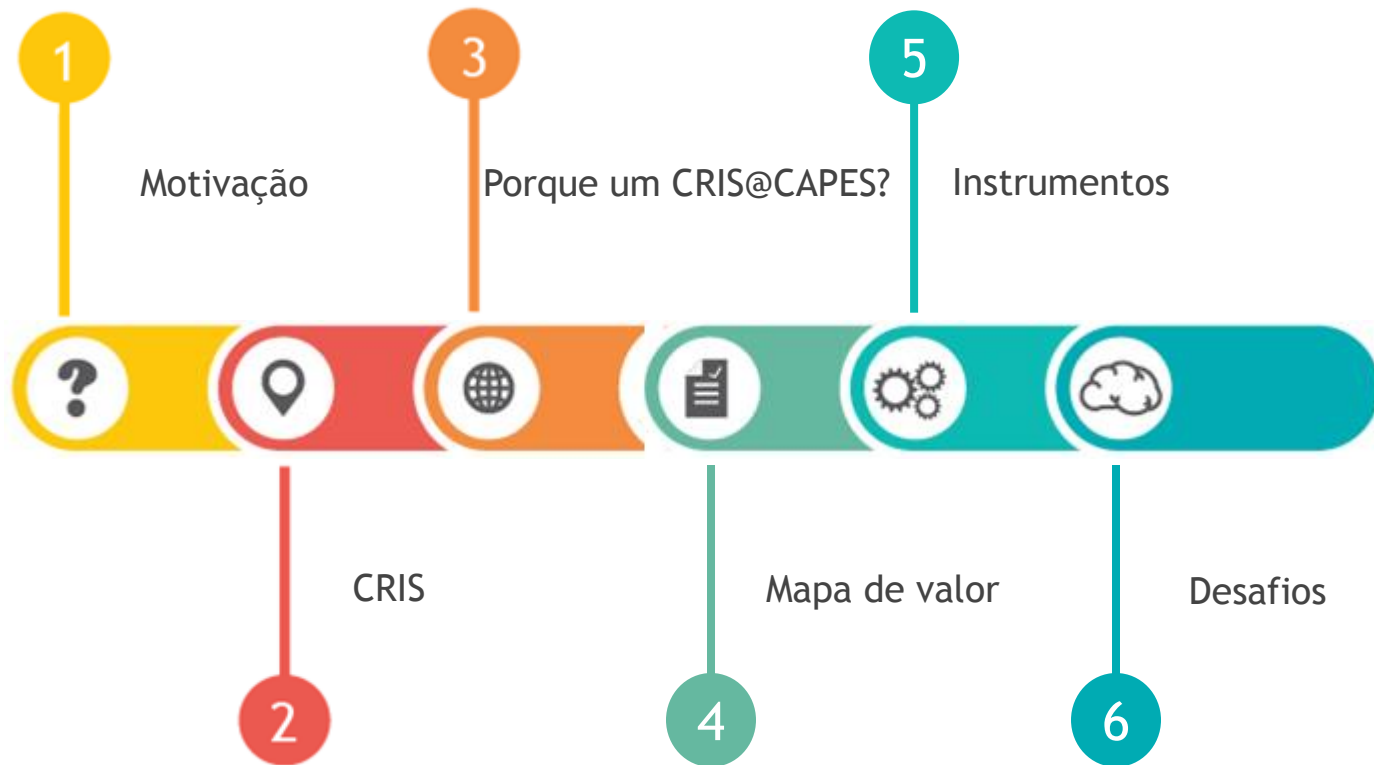


Mapa de Valor de uma plataforma eletrônica orientada à avaliação, fomento e disseminação da informação

Prof. Dr. José Leomar Todesco
Departamento de Engenharia do Conhecimento - UFSC
Pesquisador no Instituto Stela
Maio de 2018





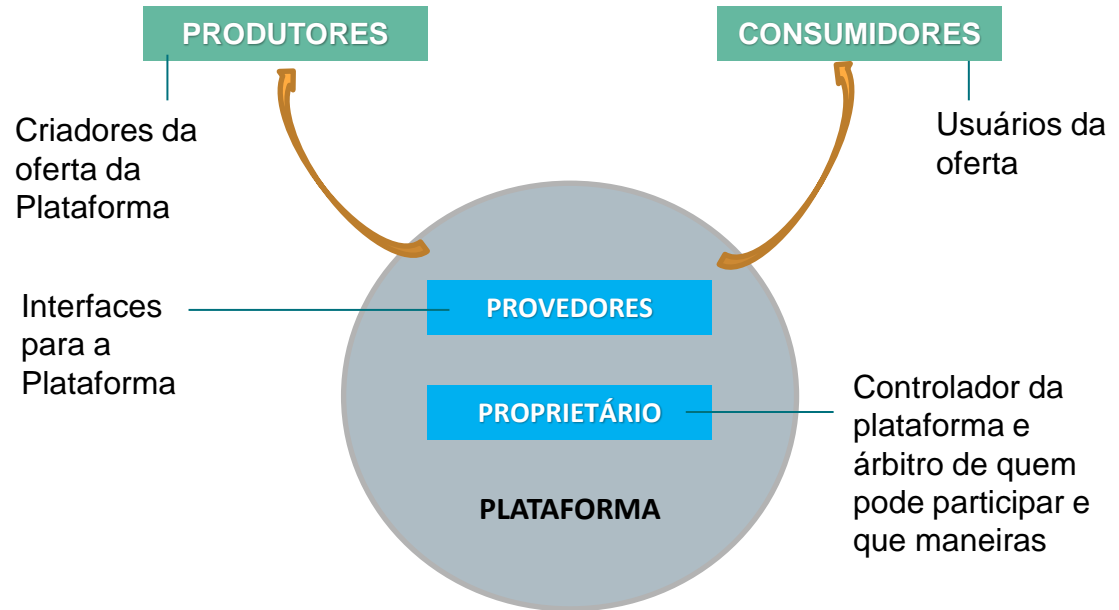
Motivação

“Se você não consegue descrever o que você está fazendo na forma de um processo, você não sabe o que está fazendo”. William Edwards Deming



Participantes do ecossistema de uma plataforma

Uma plataforma fornece a infraestrutura e regras para um mercado/demanda que reúne produtores e consumidores. Os participantes do ecossistema preenchem quatro papéis mais importantes, mas podem mudar rapidamente de um para outro. **É uma ferramenta que uma organização cria para tornar mais fácil o processo de criação de valor para um ecossistema.**



Razões pelas quais uma plataforma não alcança sucesso

1. Falha em otimizar a “abertura”
2. Falha em engajar desenvolvedores
3. Não compartilhar o excedente
4. Falha ao lançar o lado direito
5. Falta de colocar massa crítica à frente do dinheiro
6. Fracasso da imaginação

Como as plataformas dependem do valor criado pelos participantes, é essencial gerenciar com cuidado a "abertura" da plataforma - o grau de acesso que os consumidores, produtores e outros têm a uma plataforma e o que podem fazer lá. Se as plataformas estiverem muito fechadas, mantendo os participantes potencialmente desejáveis, os efeitos de rede estagnam; Se eles forem muito abertos, pode haver outros efeitos que destroem o valor, como contribuições de baixa qualidade ou mau comportamento de alguns participantes, que fazem com que os outros desertem.

Razões pelas quais uma plataforma não alcança sucesso

1. Falha em otimizar a “abertura”
2. Falha em engajar desenvolvedores
3. Não compartilhar o excedente
4. Falha ao lançar o lado direito
5. Falta de colocar massa crítica à frente do dinheiro
6. Fracasso da imaginação

Abrir Plataformas para a quantidade certa é necessária, mas não é suficiente. O proprietário da plataforma também deve mostrar aos desenvolvedores de software o que têm para eles, caso eles contribuam. Não é suficiente abrir a porta e arrumar a mesa. Plataformas de sucesso participam do evangelismo da plataforma, fornecendo aos desenvolvedores recursos para inovar, feedback sobre design e desempenho e recompensas pela participação. Pense desta maneira: Para sediar um evento de sucesso, você deve planejar cuidadosamente, convidar as pessoas certas, ter a comida certa e administrar a competição com a festa ao lado.

Razões pelas quais uma plataforma não alcança sucesso

1. Falha em otimizar a “abertura”
2. Falha em engajar desenvolvedores
3. Não compartilhar o excedente
4. Falha ao lançar o lado direito
5. Falta de colocar massa crítica à frente do dinheiro
6. Fracasso da imaginação

Ter interações valiosas é o motivo para participar de uma plataforma. O consumidor, o produtor e a plataforma ganham todos se a divisão de valor funcionar para todos. Mas se uma das partes obtém valor insuficiente, não tem motivos para participar.

Uma regra simples para os gerentes de plataforma é ter menos valor pelo que você faz e compartilhar valor de forma justa com todos os participantes.

Razões pelas quais uma plataforma não alcança sucesso

1. Falha em otimizar a “abertura”
2. Falha em engajar desenvolvedores
3. Não compartilhar o excedente
4. Falha ao lançar o lado direito
5. Falta de colocar massa crítica à frente do dinheiro
6. Fracasso da imaginação

Os gerentes de plataforma precisam determinar cuidadosamente qual lado do mercado de plataformas deve enfatizar e quando. Às vezes, no lançamento, é importante se concentrar em atrair os consumidores em detrimento dos produtores, às vezes é o contrário, e em algum momento os dois lados precisam de atenção igual desde o início.

Razões pelas quais uma plataforma não alcança sucesso

1. Falha em otimizar a “abertura”
2. Falha em engajar desenvolvedores
3. Não compartilhar o excedente
4. Falha ao lançar o lado direito
5. Falta de colocar massa crítica à frente do dinheiro
6. Fracasso da imaginação

O Billpoint foi o sistema de pagamento digital que o eBay tentou usar antes de adquirir o PayPal. O Billpoint enfatizou a prevenção contra fraudes, o PayPal enfatizou a facilidade de uso. Enquanto a Billpoint cobrava taxas de transação mais altas, o PayPal doava pagamentos de US \$ 5 e US \$ 10 aos usuários que inscreviam outros usuários. A prevenção contra fraudes pode manter os custos da plataforma baixos a longo prazo, mas atrapalha as transações dos usuários, o que dissuadiu a criação de valor. O PayPal reduziu os custos da fraude e enfatizou o rápido crescimento, simplificando as transações e incentivando os participantes a atrair outros. Como resultado, o PayPal ultrapassou rapidamente o Billpoint como o sistema de pagamento escolhido no eBay. Billpoint cometeu o erro de enfatizar a geração de receita no início, em vez de, primeiro, atrair uma massa crítica de participantes.

Razões pelas quais uma plataforma não alcança sucesso

1. Falha em otimizar a “abertura”
2. Falha em engajar desenvolvedores
3. Não compartilhar o excedente
4. Falha ao lançar o lado direito
5. Falta de colocar massa crítica à frente do dinheiro
6. **Fracasso da imaginação**

Talvez a falha mais notória da plataforma seja simplesmente não ver o jogo da plataforma. É também um dos mais difíceis para as empresas tradicionais evitarem. As empresas culpadas por essa supervisão nunca superam a ideia de vender produtos quando poderiam estar construindo ecossistemas.

A Sony vendeu alguns dos melhores produtos eletrônicos de todos os tempos. Em 2011, seu PlayStation se tornou o console de videogames mais vendido de todos os tempos. No entanto, apesar de toda a sua capacidade tecnológica, a Sony se concentrou demais em produtos e não conseguiu criar plataformas.

Razões pelas quais uma plataforma não tem sucesso

1. Falha em otimizar a “abertura”
2. Falha em engajar de
3. Não com
4. Fal
5. Fal
6. Fracas

Segundo Marshall e Geofre, o sucesso de uma plataforma é determinado por três fatores:

Conexão: a facilidade com que pessoas podem se conectar à plataforma para compartilhar e realizar transações/atividades

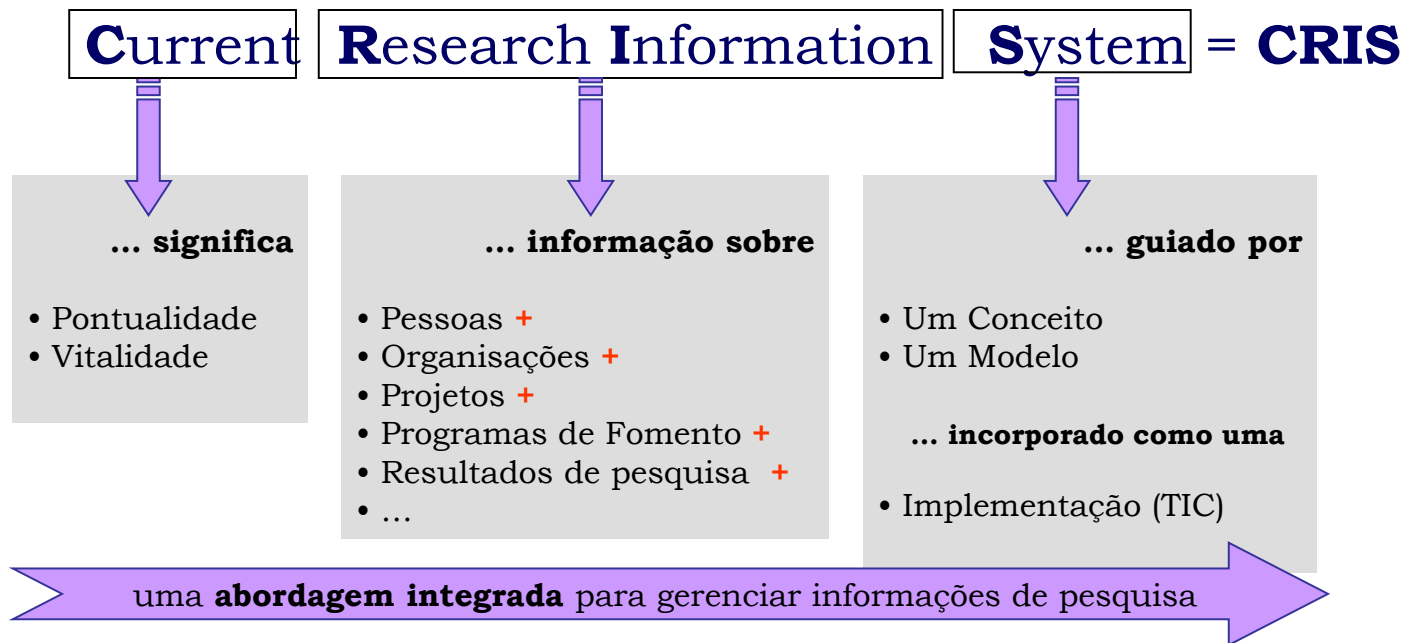
Gravidade: como a plataforma atrai participantes, produtores e consumidores

Fluxo: quão bem a plataforma promove a troca e co-criação de valor.

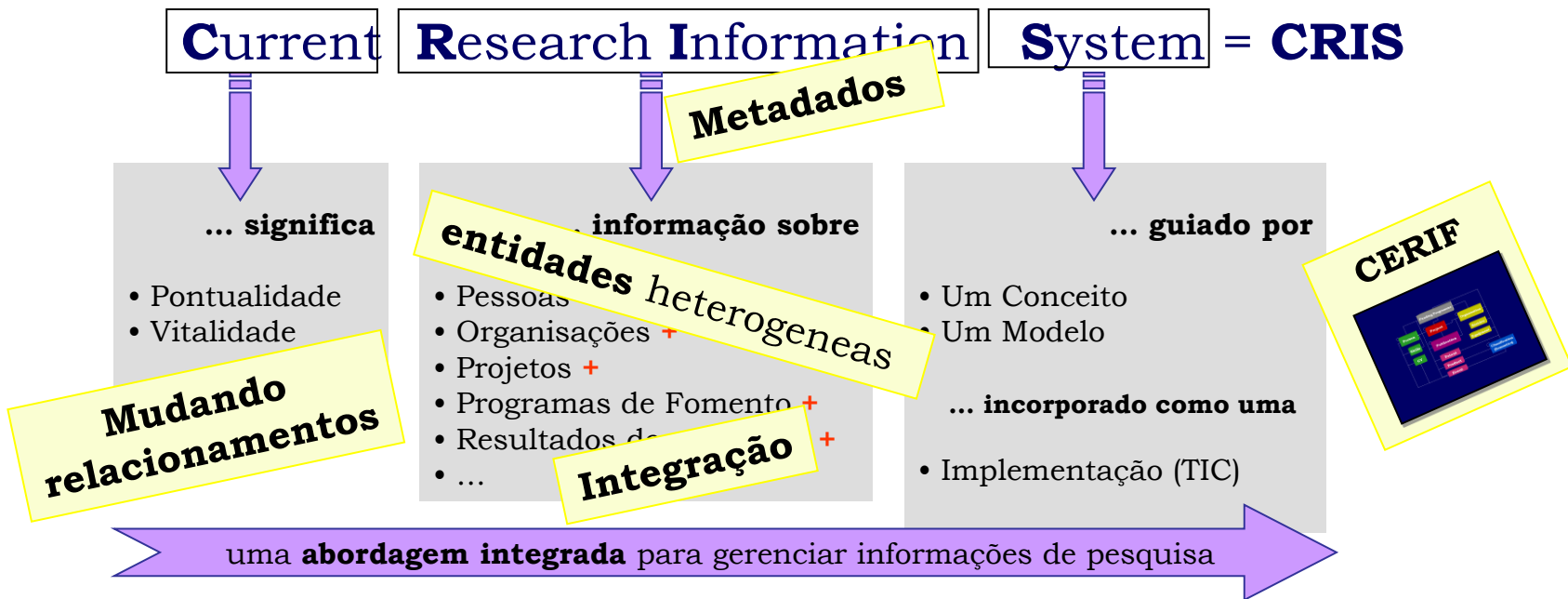


Current Research Information System

O que é um CRIS?



O que é um CRIS?

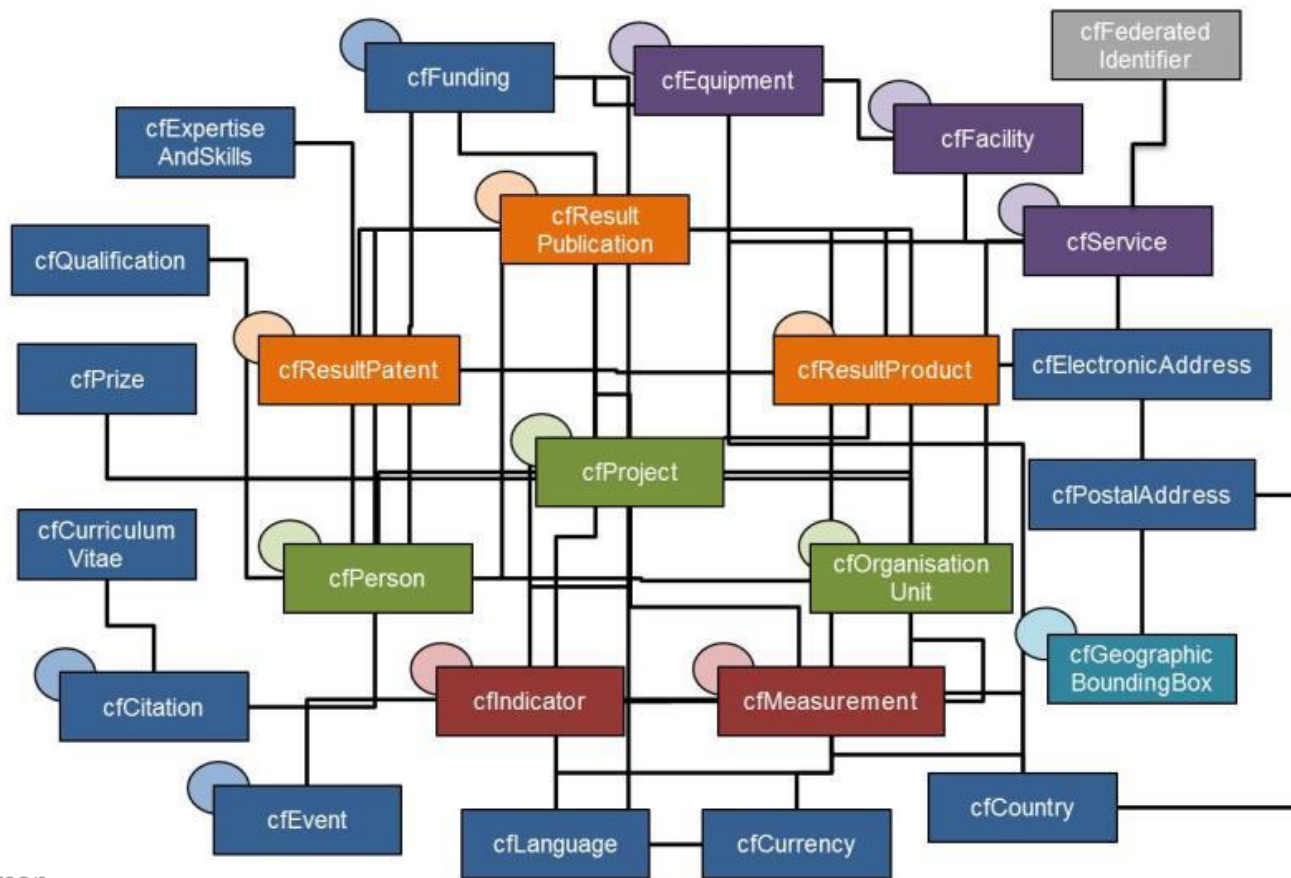


Common European Research Information Format



O padrão CERIF usa técnicas de modelagem Entidade-Relacionamento (E-R) para capturar informações de pesquisa em entidades (Pessoa, Projeto e Unidade Organizacional) que estão ligadas por meio de relações com registro de data e hora a outras entidades.

- Recomendado pela União Europeia para os países membros
- Usado em 42 países, sendo padrão Nacional em 10
- Mantido, desenvolvido e promovido pelo euroCRIS



CRIS@CAPES - Quem necessita e para que?

Os usuários

- Gestores públicos
 - Agências de fomento
 - Instituições de pesquisa
 - Pesquisadores individuais
 - Empreendedores e inovadores
 - Mídia e público em geral
- Para auxiliar os usuários no registro, relato e tomada de decisões sobre o processo de pesquisa.
 - Para desenvolver programas, alocando fundos, avaliando projetos, executando projetos, gerando resultados, avaliando resultados ou transferindo tecnologia.
 - Para apoiar na avaliação de programas de pós-graduação.
 - Ciência aberta.
 - Gerar negócios.

No nível institucional

- Como ferramenta para elaboração de políticas
- Para avaliação de pesquisas baseadas em resultados
- Documentação das atividades de pesquisa
- Documentação da produção da pesquisa
- Para registro formal de pesquisa em andamento
- Para auxiliar o planejamento de projetos
- Benchmarking dos cursos de pós-graduação
- ...

Propósito para pesquisadores individuais

- Avaliar oportunidades de financiamento para pesquisa
- Evitar a duplicação de atividades de pesquisa
- Analisar tendências de pesquisa, local, regional e internacional
- Referências / links para texto completo
- Para localizar novos contatos / redes
- Identificar novos mercados para produtos de pesquisa



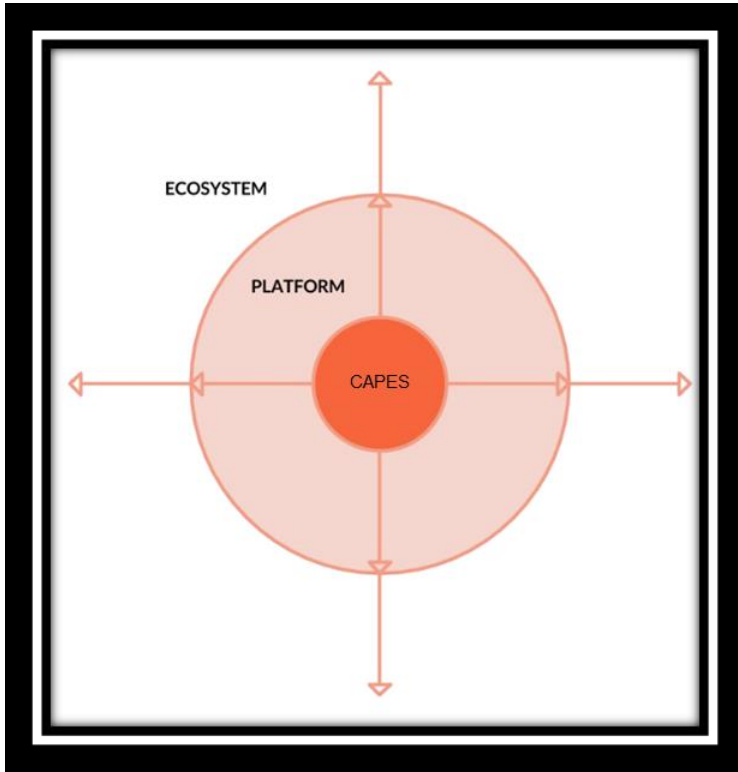
Mapa de valor

Trabalho em andamento

- Definir o ecossistema (atores e redes)
- Definir a Proposta de Valor do CRIS@CAPES
- Identificar a MFV (Mapa de Fluxo de Valor)

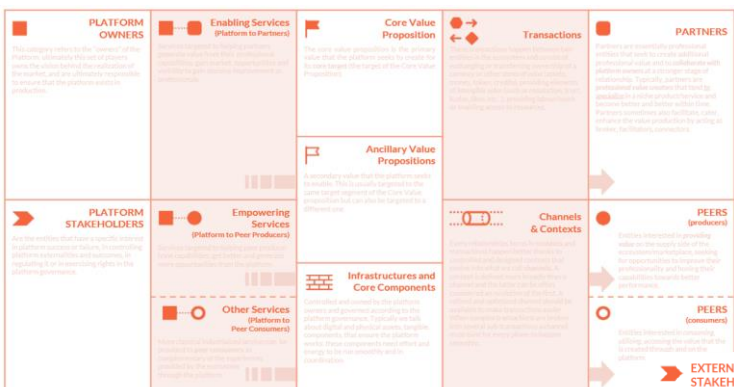


A importância de entender os atores



- Segmentos / Participantes da Rede
- Stakeholders
- Parceiros / Canais

Instrumentos de apoio



VALUE CREATING ACTIVITIES	BY THE PLATFORM	BY THE PARTNERS	BY THE PEERS	EXTERNALITIES generated on STAKEHOLDERS	
Describe if and how the entity mentioned is involved in the value generation activity and what are the impacts that such a value proposition generates (in terms of externalities) on the platform stakeholders.	EXCHANGES				▶
	INFRASTRUCTURE & SERVICES				▶
GOVERNANCE ACTIVITIES	PLATFORM	PARTNERS	PEERS	STAKEHOLDERS	
	Describe if and how the entity mentioned is involved in the governance activities.				
RESOLVE CONFLICTS					
	DESIGN & EVOLVE				
OWNERSHIP	PLATFORM	PARTNERS	PEERS	STAKEHOLDERS	
	DATA/ INFORMATION				
IP / CODE					
EQUITY					

PLATFORM VISION → ECOSYSTEM DY



PEER CONSUMERS PEER PRODUCERS PARTNERS PLATFORM OWNERS

Proprietários da Plataforma

Projetos de Pesquisa em andamento

- REVISÃO DE PROPOSTAS DE PROJETO
- ANÁLISE DE PROPOSTAS DE PROJETO
- ANÁLISE DE PROPOSTAS DE PROJETO

Proposta de Valor (auxiliar)

Stakeholders da Plataforma

Serviços de empoderamento (plataforma e parceiros)

Serviços de plataformas para os beneficiários

Outros Serviços (plataformas para os beneficiários)

Transações

Parceiros

Canais e Contexto

MEC, MEC, CAPES, CAPES, CAPES, CAPES

Parceiros Interiores

Secretaria de Educação Superior

Entidades e entidades associadas

Sociedade Civil

Entidades e entidades associadas

Microssistema Maria Diana

Proprietários da Plataforma

Capes | Cadeira de Avaliação

Serviços de empoderamento (plataforma e parceiros)

Proposta de Valor (principal)

Transações

Parceiros

Canais e Contexto

Stakeholders da Plataforma

Serviços de empoderamento (plataforma para os beneficiários)

Outros Serviços (plataformas para os beneficiários)

Transações

Parceiros

Canais e Contexto

- Condições

- Pós-graduação

- Professores dos IES

Infraestrutura

Condições de trabalho

Qualificação dos professores

Atividade acadêmica

Influência dos IES

Integração

Conectividade

Qualidade de serviço

Experiência do usuário

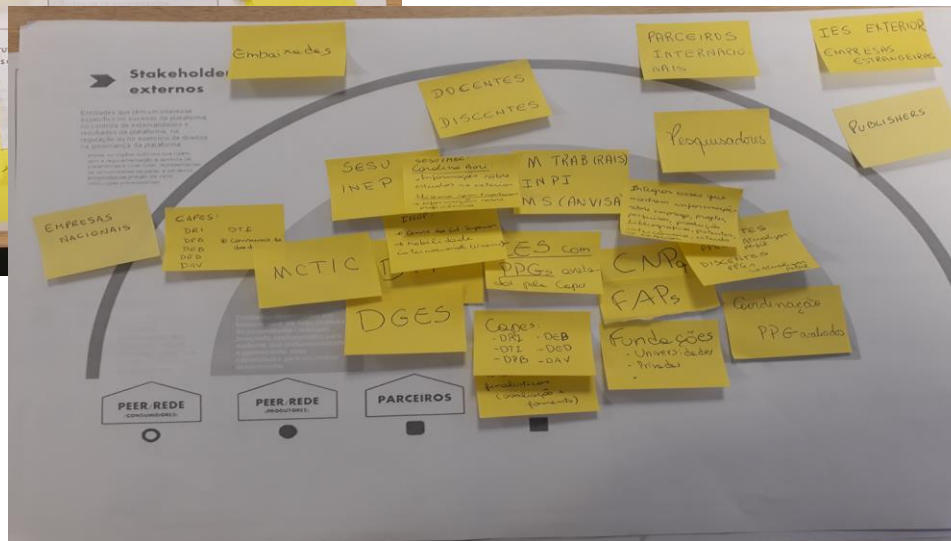
Redução de custos

Segurança

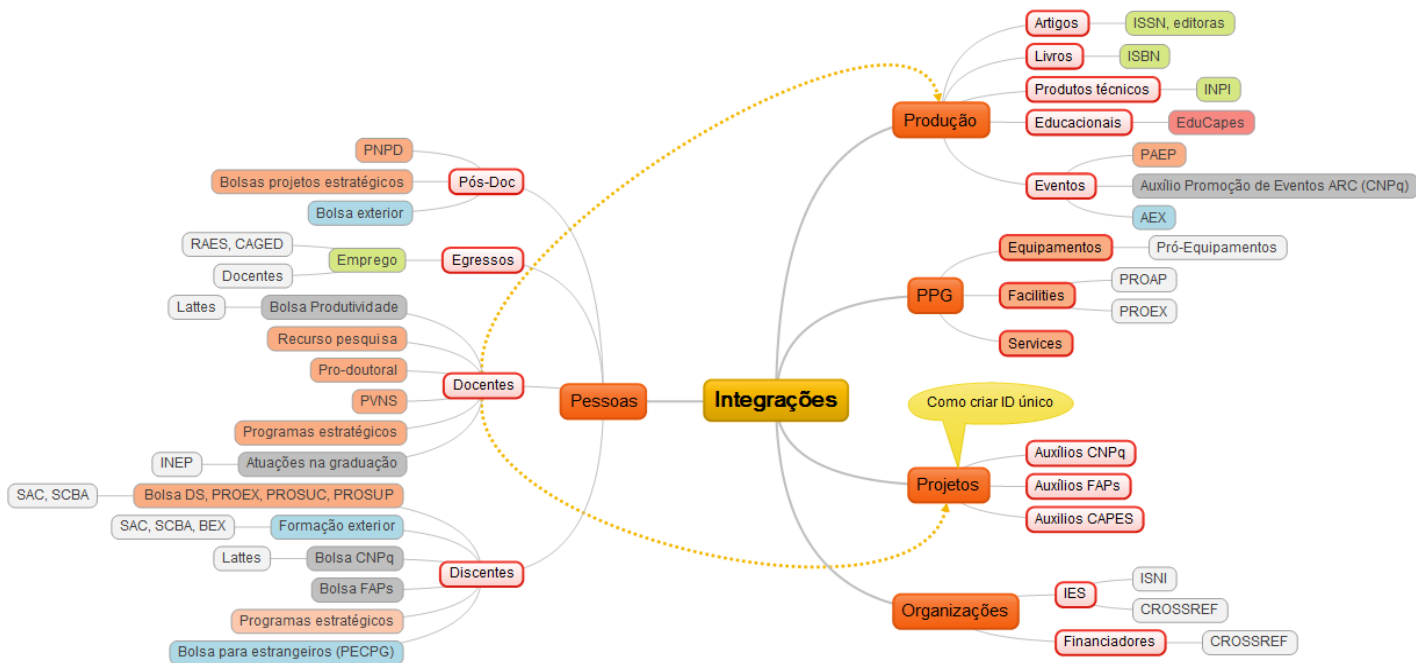
Simplicidade

Reduzir ansiedade

Clareza



Overview da Integração e Interoperabilidade





Desafios

Algumas considerações

- O desenvolvimento do CRIS não produziu nenhuma tipologia de dados especial.
- Os atuais sistemas de informações de pesquisa geralmente não avaliam dados de pesquisa no sentido estrito, mas o gerenciamento de dados, juntamente com uma descrição mais ou menos genérica e padrão.
- A natureza exata dos dados parece mais ou menos irrelevante para a avaliação da pesquisa, porque o objeto real de avaliação é a curadoria de dados e não os dados.

São muitos os desafios

- Diferentes atores: produtores e consumidores
- Padrões e metadados (especificidade e granularidade)
- Repositórios de dados e avaliação
- Preservação, curadoria
- Dados abertos . . . Ciência aberta

Governança de dados



Governança de Dados



A Governança de Dados é o exercício da autoridade e do controle (planejamento, monitoramento e fiscalização) sobre a **gestão de ativos de dados**. (BRACKETT et al., 2010). Refere-se ao conjunto de processos, políticas, padrões, estruturas e tecnologias utilizadas no gerenciamento na **garantia de disponibilidade, acessibilidade, qualidade, consistência, auditabilidade e segurança dos dados** de uma organização (PANIAN, 2010).

Desafios da GD no setor Público

Na literatura técnica e científica a GD é uma disciplina orientadora para apoiar as organizações corporativas (privadas). Se comparado o número de organizações públicas com o de privadas que utilizam GD, percebe-se uma diferença bastante grande, uma vez que as organizações privadas têm requisitos de segurança e privacidade maior além do cumprimento aos órgãos reguladores e a própria concorrência do mercado. Um dos principais desafios do setor público é administrar a dicotomia entre a proteção do dado e a liberdade da informação (Ticher, 2008).



UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA



UDESC
UNIVERSIDADE
DO ESTADO DE
SANTA CATARINA

OBRIGADO!

Prof. Dr. José Leomar Todesco
jose.todesco@ufsc.br



Principais referências

LOSHIN, David. **Master data management**. Burlington: Elsevier, 2009.

Panian, Z. **Some Practical Experiences in Data Governance**. World Academic Science, Engineering and Technology. 2010,62, 939–946

Poor, M. Applying Aspects of Data Governance from the Private Sector to Public Higher Education; University of Pregon: Eugene, OR, USA, 2011; Volume 1277, p. 125