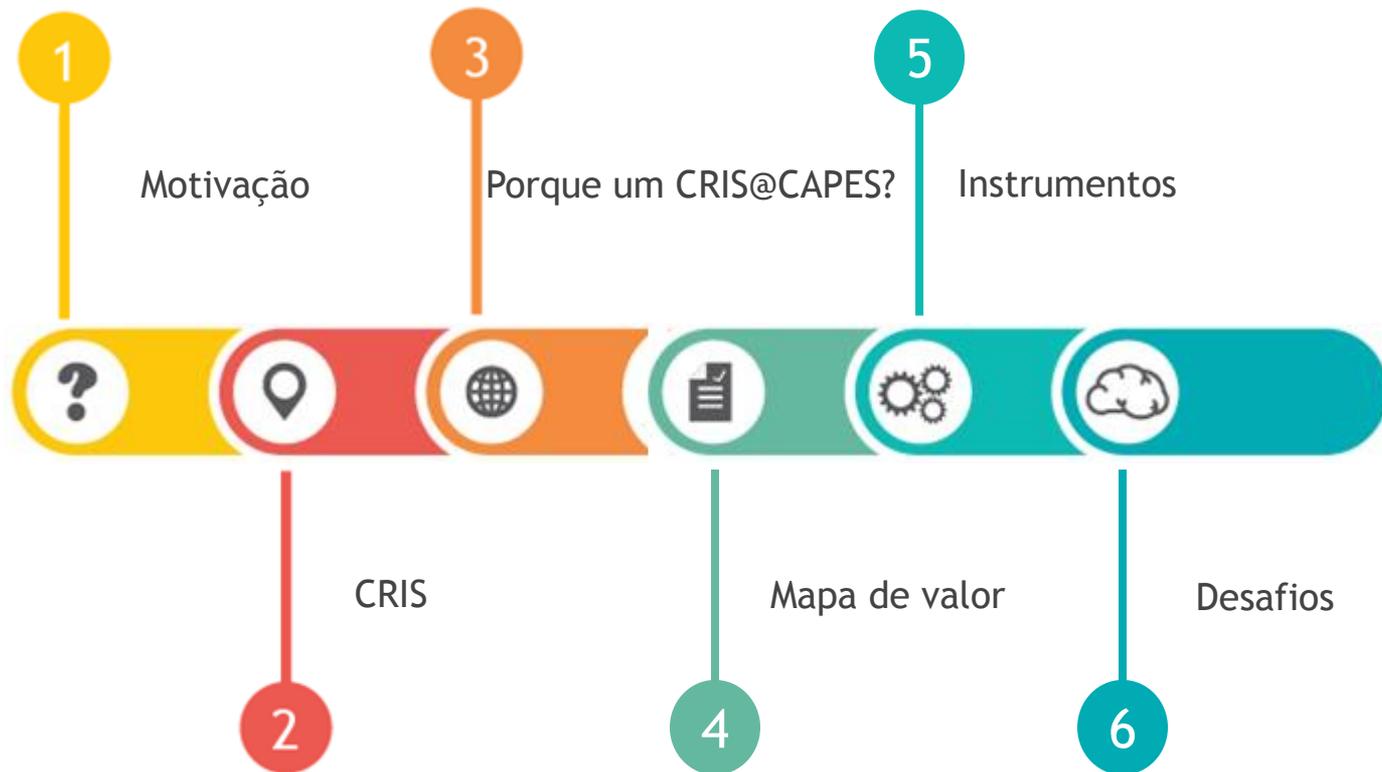


Mapa de Valor de uma plataforma eletrônica orientada à avaliação, fomento e disseminação da informação

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





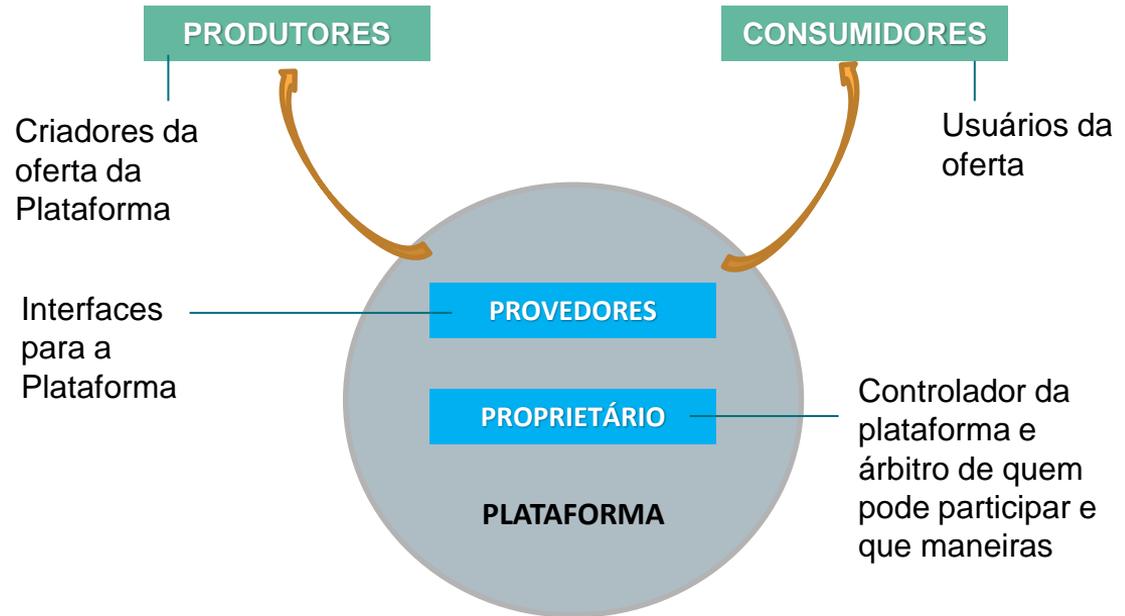
Motivação

“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

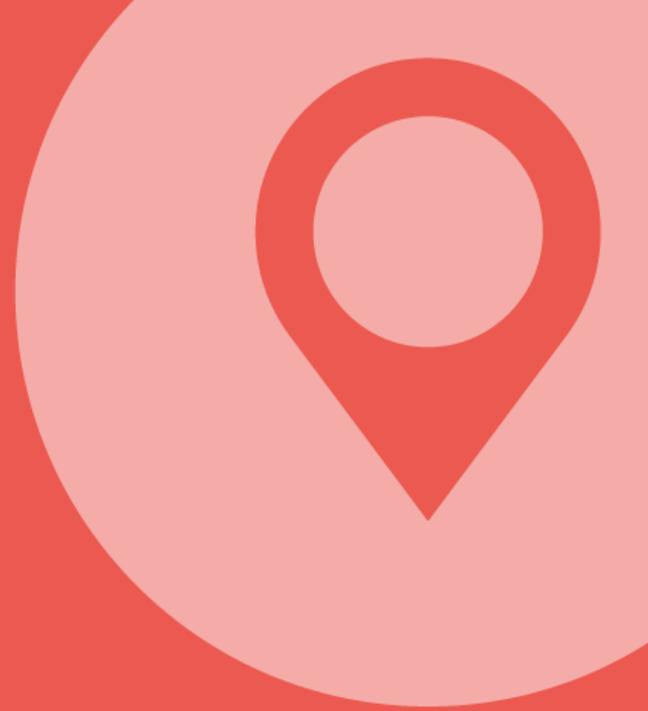
1. Falha em otimizar a “abertura”
2. Falha em engajar de
3. Não com
4. Fal
5. Fal
6. Fracas

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

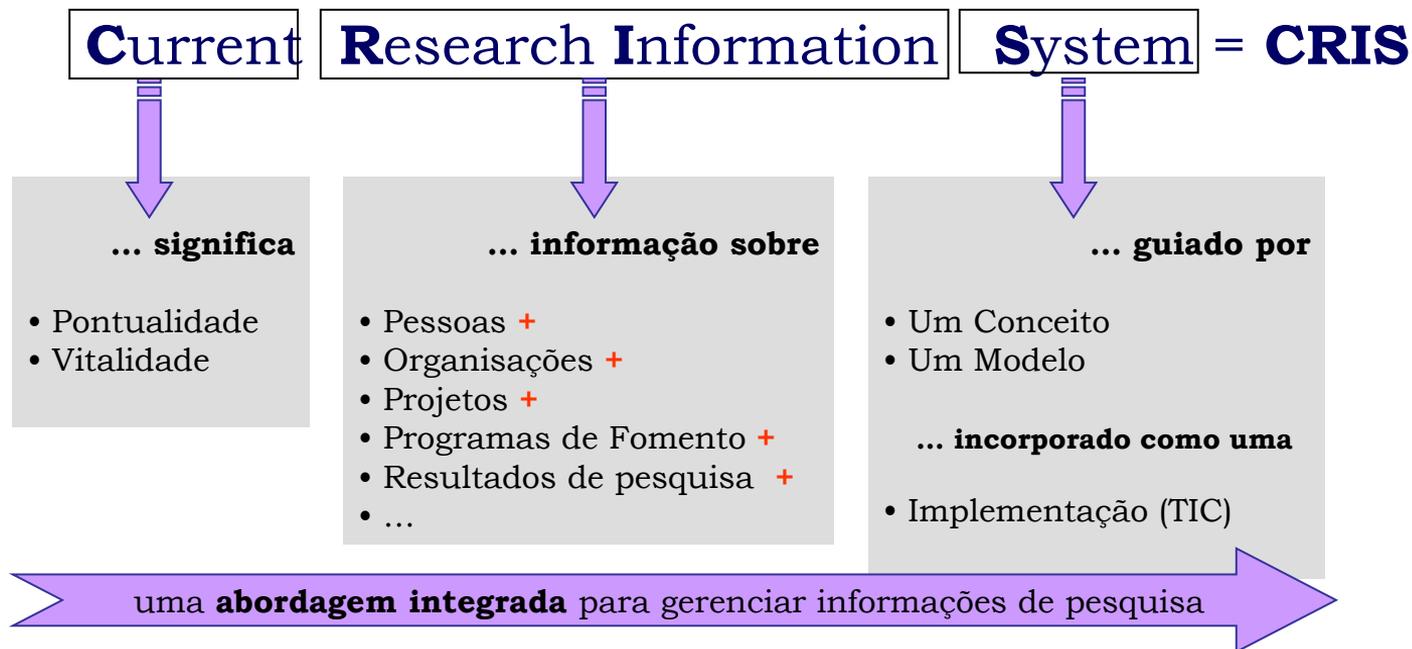
Gravidade: como a plataforma atrai participantes, produtores e consumidores

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

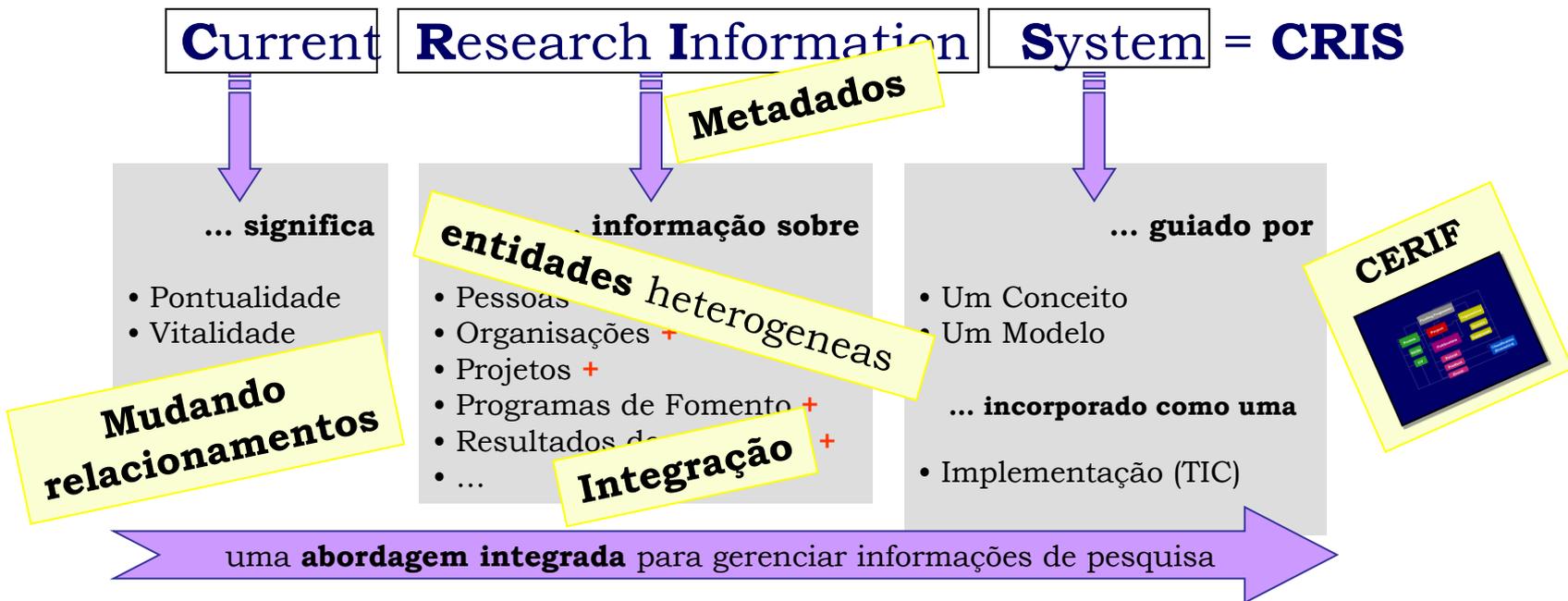


Current Research Information System

O que é um CRIS?



O que é um CRIS?

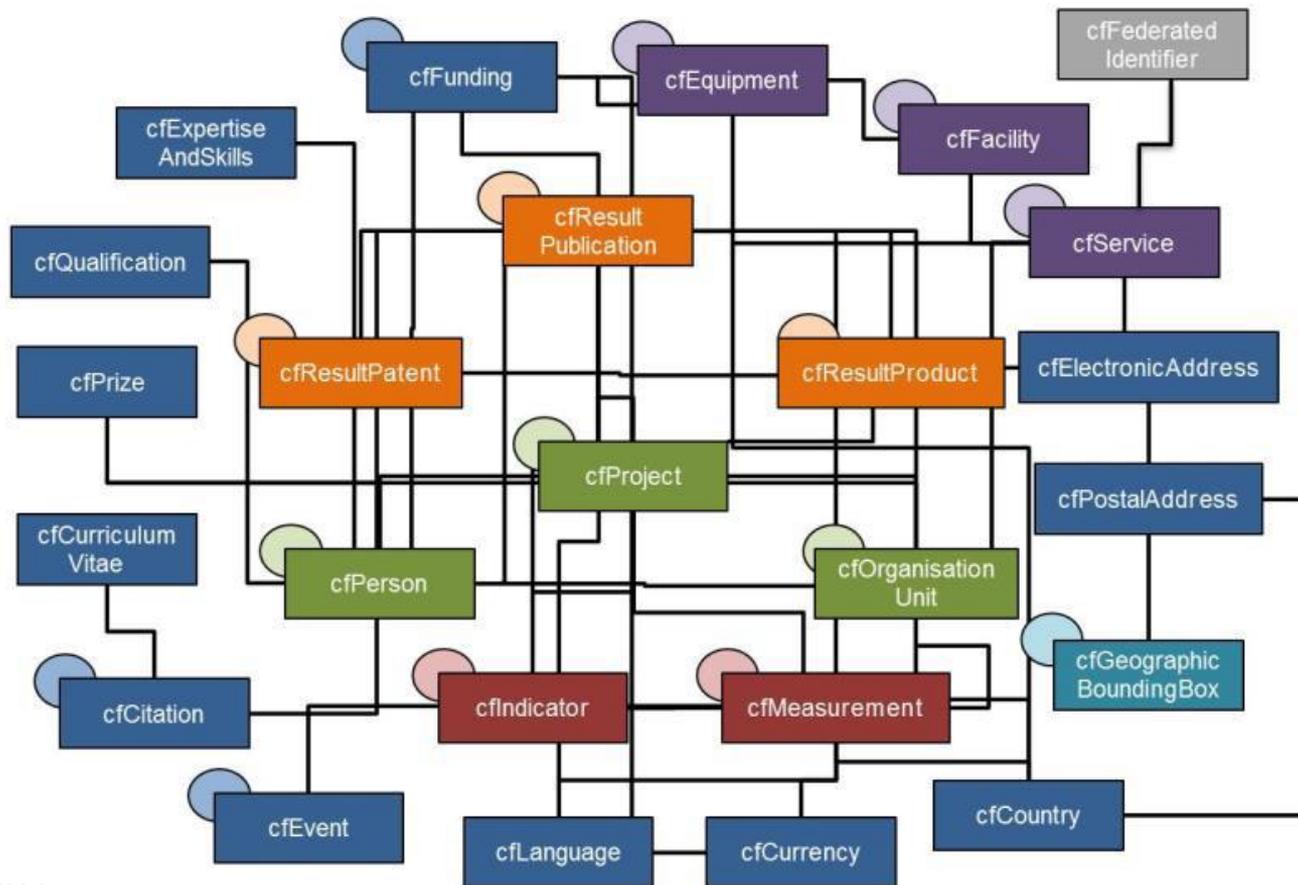


Common European Research Information Format



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

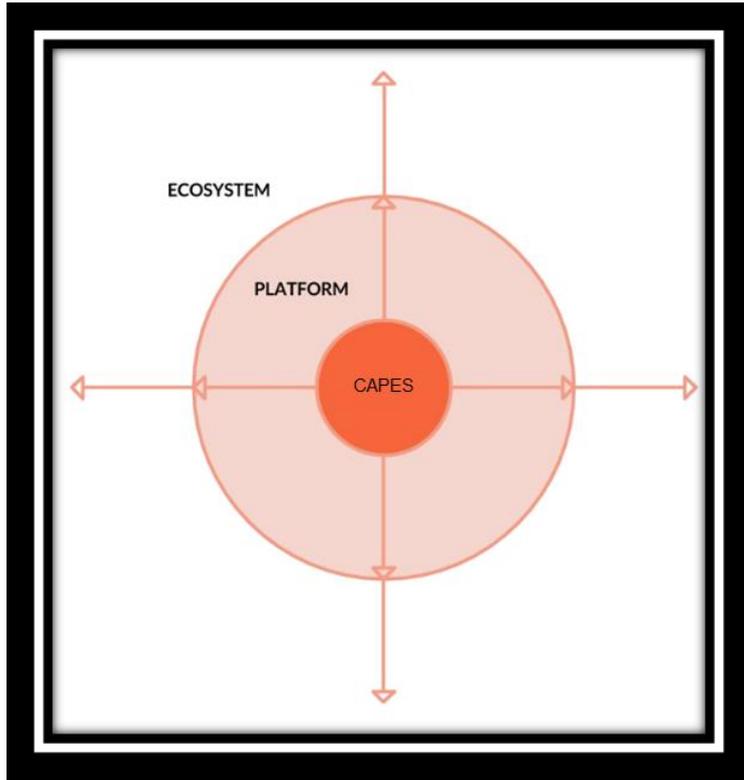


Mapa de valor

Trabalho em andamento

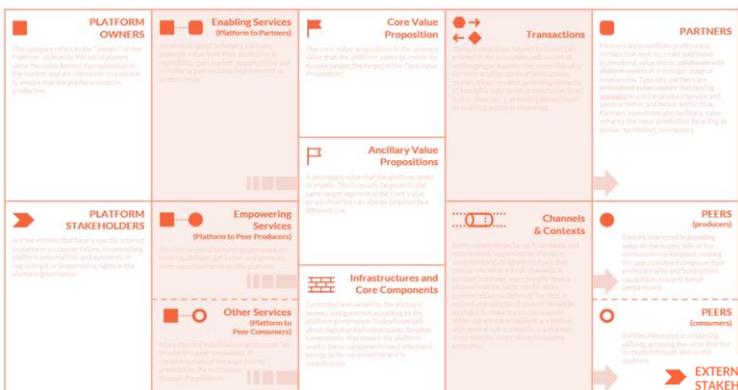
- Definir o ecossistema (atores e redes)
- Definir a Proposta de Valor do CRIS@CAPES
- Identificar a MFV (Mapa de Fluxo de Valor)

A importância de entender os atores

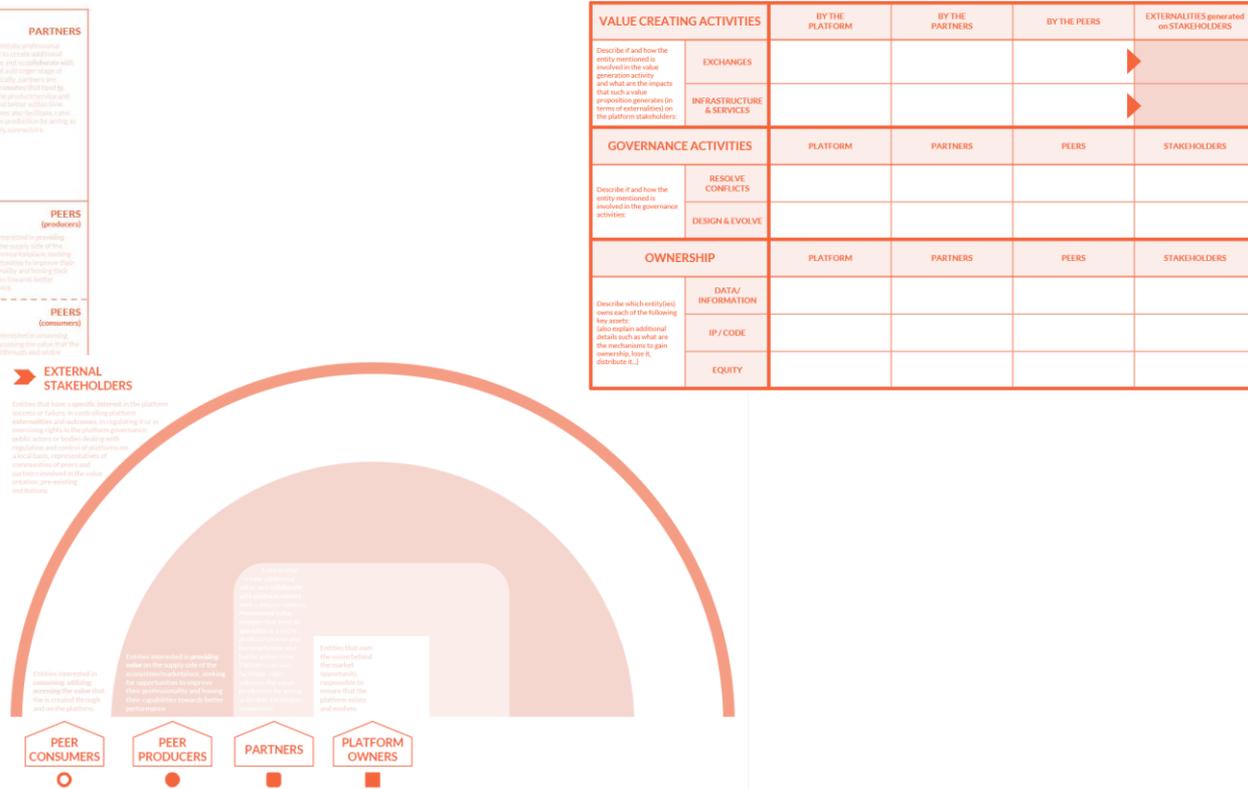


- Segmentos / Participantes da Rede
- Stakeholders
- Parceiros / Canais

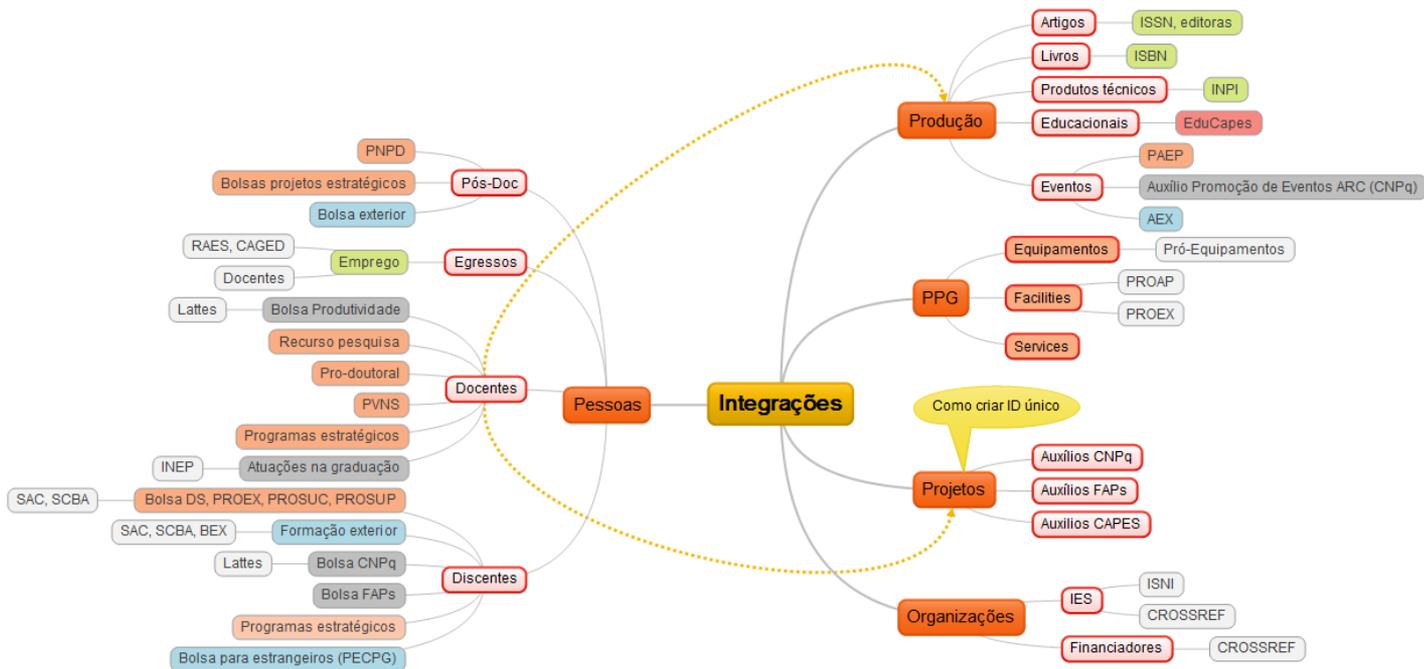
Instrumentos de apoio



PLATFORM VISION → ECOSYSTEM DY



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



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