5ª CONFERÊNCIA DA QUALIDADE DE SOFTWARE

Panorama Atual e Perspectivas da Qualidade de Software

realização

ASR® CONSULTORIA E ASSESSORIA EM QUALIDADE

dias

14 e 15 Agosto 2012

local

SÃO JUDAS UNIVERSIDADE 40 ANOS

Unidade Mooca - Rua Taquari, 546 - SP

Informações:

(11) 2629-0610

comunicados@asrconsultoria.com.br / www.asrconsultoria.com.br

patrocínio:

sawluz, COPPE UFRJ, CREST CONSULTING, BETTA, LG SISTEMAS, mega sistemas corporativos, SMARAPD, Shift, Controlle, LAVEWARE SOFTWARE ENGINEERING

apoio:

SÃO JUDAS UNIVERSIDADE, SEBRAE SP, fumsoft, Note! Assessoria de Comunicação, PISO Pólo Industrial de Software, SOFTEX EXCELLENCE IN SOFTWARE, Ci&T business agility, ASSESPRO, GREAT PLACE TO WORK, SOFTEX, spin SOROCABA, SPIN São Paulo, POLO FRANCANO DE TI, sensedia, SBGC Sociedade Brasileira de Gestão do Conhecimento, KMC

“Inteligência Competitiva e Tecnologia da Informação na Era das Nuvens”

Alfredo Passos - KMC

5ª Conferência da Qualidade de Software – 14 Agosto 2012

apassos@espm.br

ALFREDO PASSOS

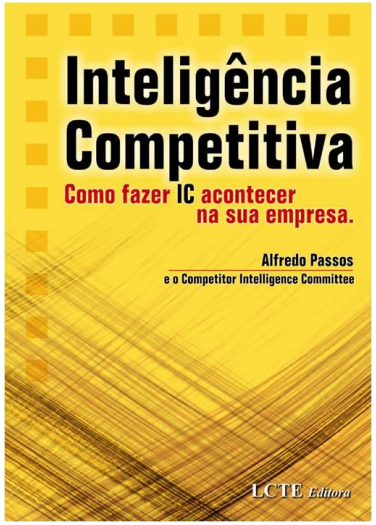
- É o primeiro profissional da América Latina a ser destacado pela Strategic and Competitive Intelligence Professionals, USA, com o Prêmio SCIP Catalyst Award pela contribuição a área de Inteligência Competitiva no Brasil. É autor dos livros "Inteligência Competitiva – Como fazer IC acontecer na sua empresa", e "E a Concorrência...não levou! – Inteligência Competitiva para gerar novos negócios empresariais" ambos pela LCTE Editora.

- É Sócio-Diretor da KMC – Knowledge Management Company, empresa especializada na prestação de serviços de Estratégia e Inteligência Competitiva. O foco de seu trabalho tem sido ajudar as empresas a melhorar os seus processos de tomada de decisão na estratégia empresarial, marketing e ações táticas em relação aos seus concorrentes.

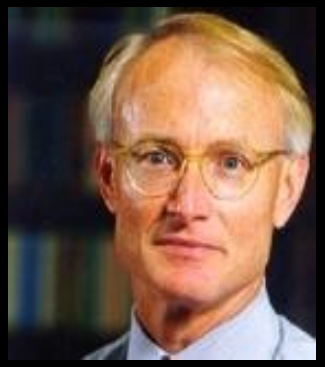
- Seus artigos e entrevistas têm sido publicados por veículos líderes como: Communication World, Revista ESPM e Revista Amanhã.

- É Professor da ESPM, membro e voluntário da SCIP.

Livros Publicados sobre IC:



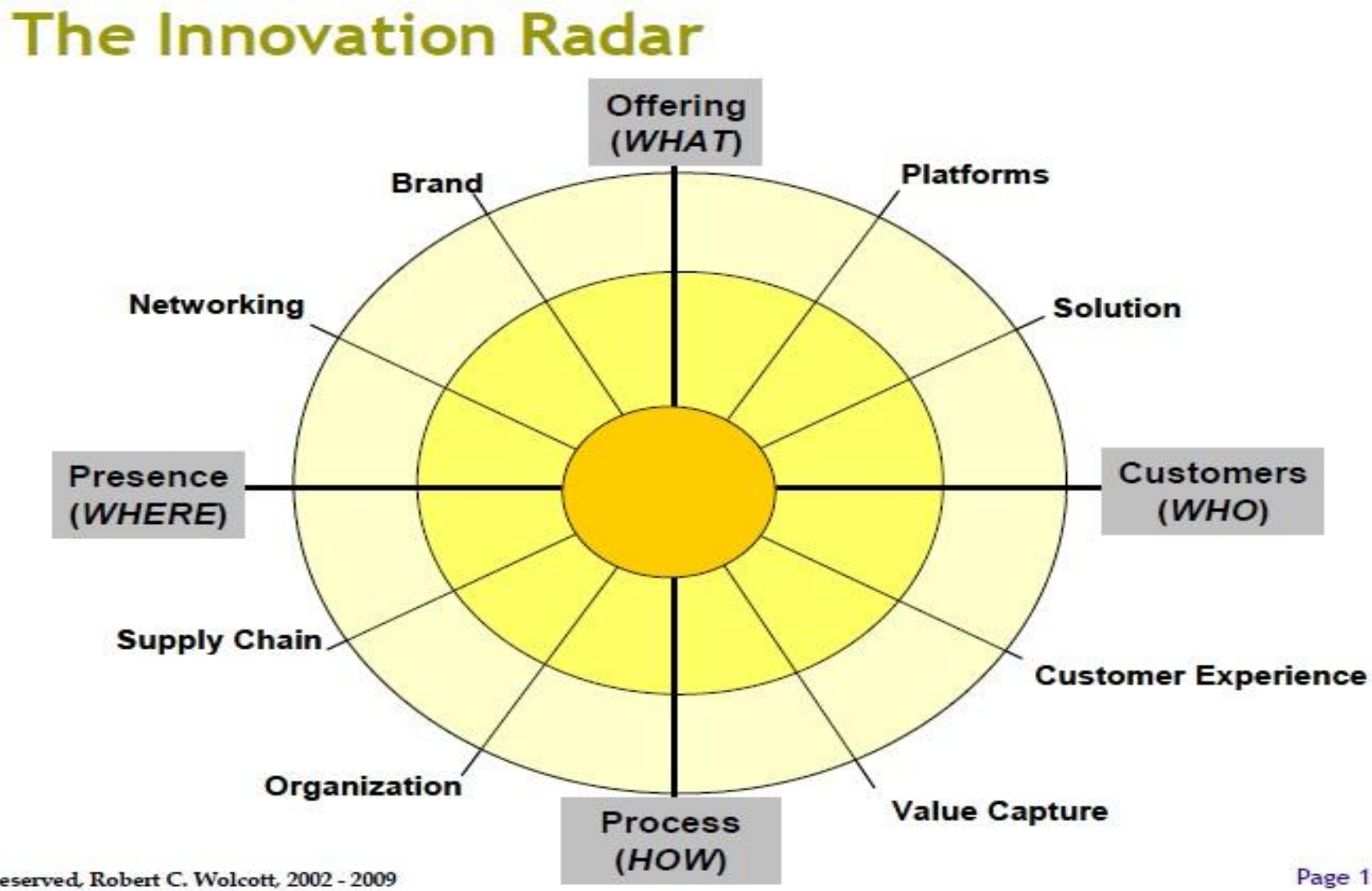
1986



STRATEGIC AND COMPETITIVE INTELLIGENCE PROFESSIONALS – SCIP

http://www.scip.org

Desafio Empresarial



All Rights Reserved, Robert C. Wolcott, 2002 - 2009

Ma ciò che questo ha a che fare con la competitive intelligence?

Inteligência Competitiva

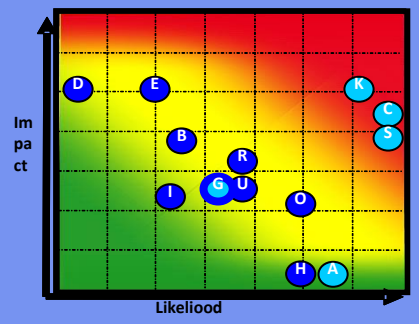
Antecipar Movimentos:

- Novas Tecnologias
- Mercado
- Concorrentes – Competidores
- Clientes - Consumidores

Risk Quantification Techniques

Qualitative

- Less time consuming
- Requires judgment
- Few data requirements
- Best for initial screening
- Sufficient for many risks
- Cannot be correlated, aggregated, or integrated
- Insufficient for rigorous evaluation of risk treatment options

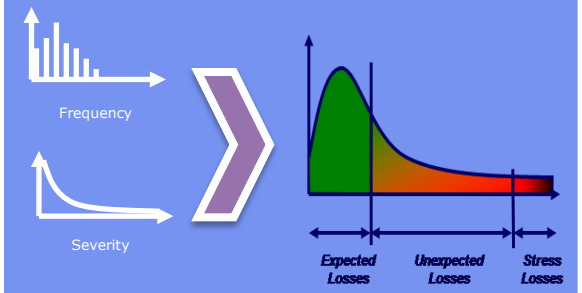


Deterministic

- More time consuming
- Substantial data requirements
- Allows finer scale for risk prioritization
- Facilitates more rigorous cost-benefit analysis of risk treatment options
- Biggest drawback is inability to calculate realistic probability and loss distributions for the risk (∑ does not consider likelihood of risk factors occurring concurrently in same time interval)

Stochastic

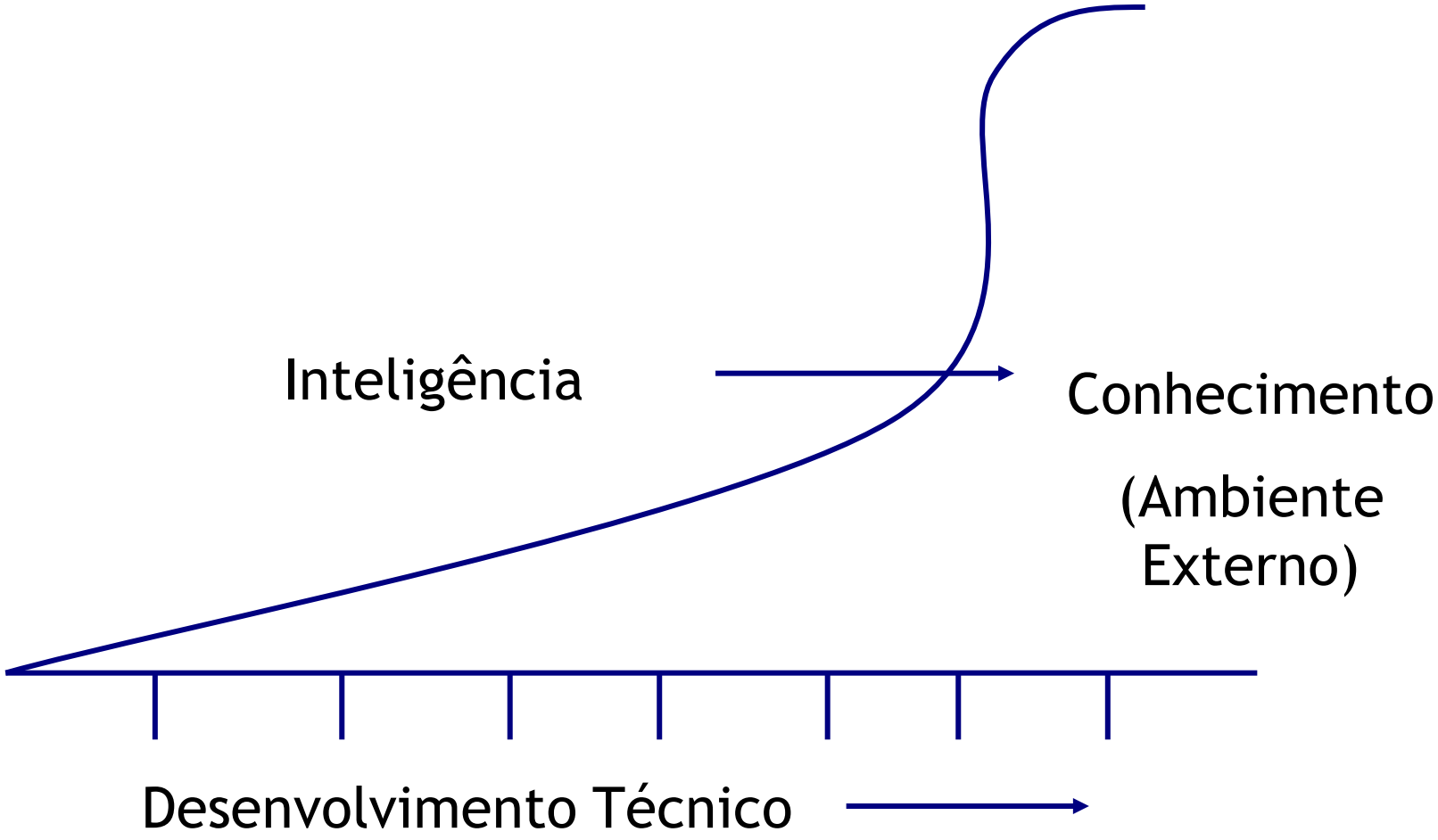
- Small additional increment of time to create models
- No significant additional data required—already gathered for deterministic analysis
- Substantial leap in rigor and usefulness of model for decision-making
- Ability to calculate realistic probability and loss distributions for the risk
- Risk factors and consequences can be correlated, aggregated, and integrated



Copyright © 2008 Deloitte Development LLC. All rights reserved.

Source: Carl Groth, Director, Deloitte & Touche LLP

Processo : Futuro



Inteligência Competitiva: gerenciamento da informação e banco de dados

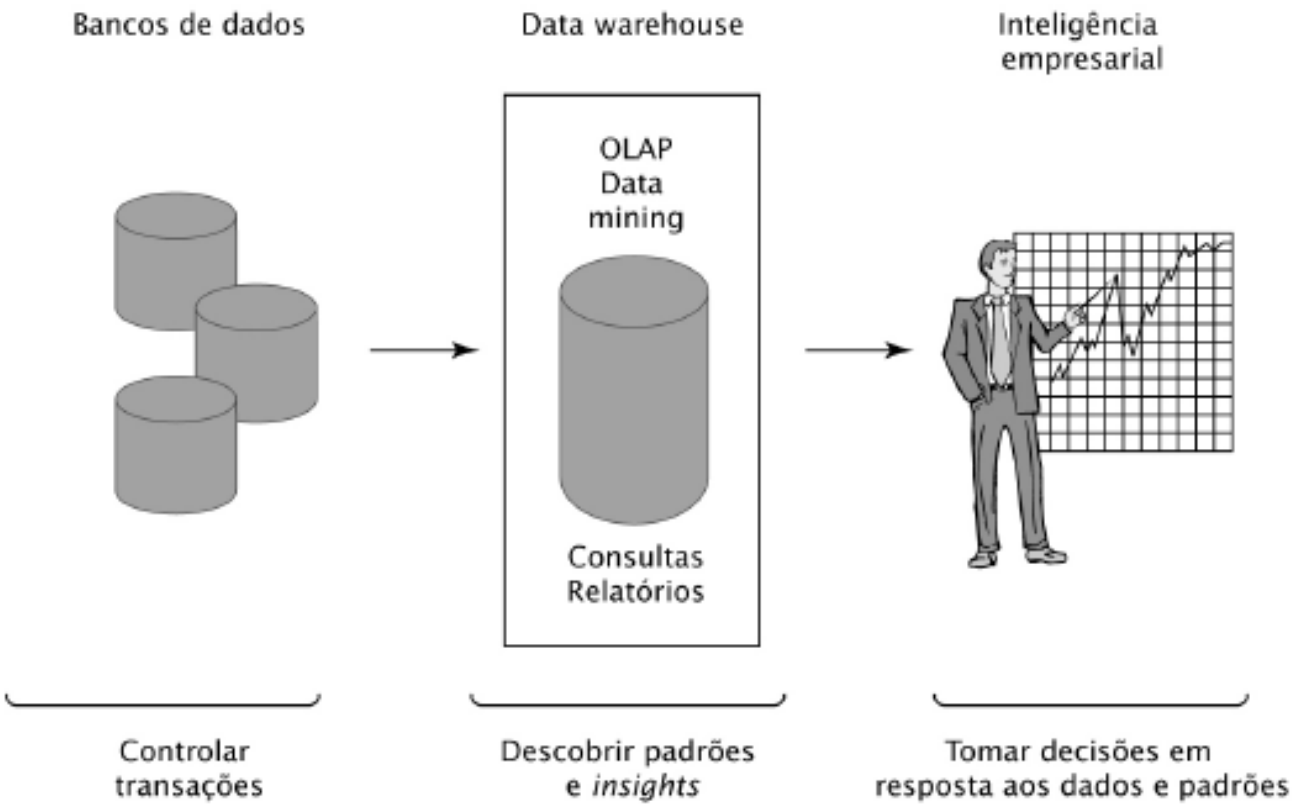


Figura 5.14
Inteligência empresarial.
Uma série de ferramentas analíticas trabalha com os dados armazenados nos bancos de dados, encontrando padrões e insights que ajudam gerentes e funcionários a tomar melhores decisões e, assim, aprimorar o desempenho organizacional.

Inteligência Competitiva: gerenciamento da informação e banco de dados

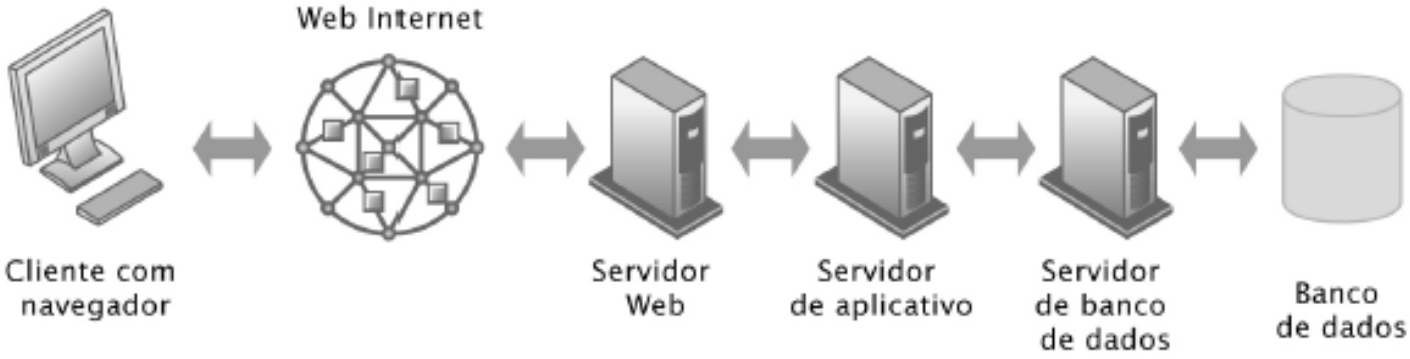


Figura 5.16
Ligando bancos de dados internos à Web.
Usando seus PCs e software de navegação Web, os usuários acessam o banco de dados interno de uma organização por meio da Web.

Resultados

Inteligência Competitiva

EMBRAER

"Um dos trunfos da Embraer é seu departamento de <u>inteligência de mercado.</u> É de lá que saem as estratégias de expansão, com base em informações obtidas em pesquisas de mercado e com clientes e fornecedores. Foi por meio de uma dessas informações que a empresa identificou a demanda por aeronaves comerciais maiores do que o padrão, com capacidade para até 120 pessoas. Nasceria, assim, o Embraer 190 (fotos).

O modelo faz parte de uma série que levou a companhia a um patamar de reconhecimento mundial."

Fonte: Exame Melhores e Maiores 2008

Alfredo Passos
apassos@espm.br
http://twitter.com/profdrpassos