

GESTÃO & NEGÓCIOS

Para vencer na vida pessoal e profissional

www.revistagestaoenegocios.com.br



NÚMERO 31 - PREÇO R\$ 6,90
ISSN 1808-4060
9 771808 4106004

ENCONTRE SEU NEGÓCIO

O mercado de **FRANQUIAS** está em plena expansão. Descubra onde estão as melhores oportunidades e alcance a tão sonhada independência!

MOBILIDADE

Os smartphones e os tablets são importantes ferramentas para otimizar o trabalho. Veja como aplicá-las na sua empresa

RELÓGIO DE PONTO

O que fazer para deixar sua empresa em dia com a lei?
Veja como as mudanças poderão afetar o seu cotidiano

AUDITORIA

Sua empresa está preparada para passar por uma?

O que fazer e como proceder num processo de certificação

LUCRE ALTO

Conheça as diferenças entre franquias e concessão e avalie qual delas se encaixa em seu perfil empreendedor

FAÇA O TESTE!

VOCÊ REALMENTE CONHECE O MERCADO DE FRANQUIAS NO BRASIL? AVALIE SEUS CONHECIMENTOS

No mundo todo, a mobilidade corporativa deixou de ser uma forte tendência para ser o novo paradigma de implementação de sistemas. Hoje, grande parte das empresas tem praticado algum nível de mobilidade e estão avaliando a integração de novas soluções em seus processos. Inicialmente, as empresas aplicaram a mobilidade com o correio eletrônico, mas é possível utilizá-la como ferramenta de grande diferencial nas atividades da empresa e também na relação com o consumidor final e, para isso, é preciso que as corporações comecem a integrar processos, fazendo-se necessário definir uma estratégia para essa mobilidade, escolhendo aparelhos, operadoras, contratos, etc. Há anos fala-se sobre informação na “ponta dos dedos” e desta necessidade em um mundo cada vez mais competitivo e globalizado em que vivemos. Decisões que antes eram tomadas em semanas, depois em dias, hoje são realizadas em minutos. E nesse contexto a mobilidade se faz presente e importante na competitividade.

O mercado está em pleno desenvolvimento quando o assunto é tecnologia de qualidade. De acordo com dados da consultoria International Data Corporation (IDC), só em 2010 os fabricantes de celulares venderam 302,6 milhões de smartphones no mundo, alta de 74,4% em relação aos 183,5 milhões de aparelhos comercializados em 2009. Ainda de acordo com o IDC, durante o quarto trimestre de 2010, o mercado mundial de smartphones expandiu 87,2%, sendo vendidos 100,9 milhões de aparelhos ao todo, quase o dobro do verificado no mesmo período de 2009 (53,9 milhões de dispositivos).

Já o Interactive Advertising Bureau (IAB) divulgou recentemente que o Brasil possui 14,6 milhões de celulares 3G atualmente e, ao final de 2011, a previsão aponta para 35 milhões de aparelhos dessa categoria. Segundo a consultoria Gartner, apenas no ano passado



Era da mobilidade corporativa

O que se conhecia como tendência mundial passa a ser requisito para acirrar a concorrência e aperfeiçoar o trabalho das equipes por meio do uso de smartphones e tablets. Conheça essas ferramentas e como elas podem ser aplicadas na sua empresa

COMO ESSA FERRAMENTA PODE OTIMIZAR O DIA A DIA DAS EMPRESAS?

- Melhorar a aplicação de metas para equipes de atendimento, produção e comercial;
- Organiza a vida do cliente, centralizando informações de forma a permitir acesso remoto facilmente;
- Automatiza tarefas repetitivas economizando tempo e reduzindo erros;
- Aumenta a segurança no acesso às informações;
- Viabiliza vendas pela internet em menos de uma semana;
- Integra filiais e colaboradores de forma simples e com consolidação de relatórios automática;
- Expande a possibilidade de uso do produto ou serviço da empresa;
- Torna possível formas muito específicas de utilização e gera novas oportunidades de negócios.

foram vendidos mais de cinco milhões de smartphones. A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) informou que, em 2010, 6,34% dos telefones móveis habilitados no Brasil já eram Smartphones, o que confirma o crescimento no mercado nacional.

As tendências, nesse primeiro momento, ainda estão muito ligadas à busca que as grandes empresas têm em manter a imagem de modernas e pioneiras, criando aplicações para estreitar o relacionamento com o público final, estabelecendo canais de comunicação também nessas plataformas. Porém, o diretor da Enken Comunicação Digital, David Reck, acredita bastante em oportunidades ligadas às corporações, mas não diretamente ao público final, por meio da aquisição de lotes de equipamentos e desenvolvimento de aplicativos com conteúdos exclusivos para suas equipes. "Acho interessante principalmente nas forças de vendas de produtos de alto valor agregado, pois assim temos mais chance de conseguir investimentos maiores nesse segmento, uma vez que os equipamentos propiciam uma experiência inédita e totalmente multimídia, agregando muito na venda de um produto ou serviço, cujo apelo visual seja uma viagem, mobiliário, um imóvel, automóvel, aviões, etc.", explica Reck.

Os aplicativos presentes nos aparelhos móveis (como smartphones e tablets) promovem praticidade no dia a dia das empresas. Eles são desenvolvidos de acordo com a necessidade de cada profissional ou área de negócios. Em alguns casos, eles podem oferecer até uma facilidade maior de navegação na internet do que o próprio laptop. O gerente de produtos da Motorola Mobility, Renato Arradi, relata que os smartphones tendem a ser cada vez mais poderosos, "com funções e capacidade de armazenamento equivalente aos computadores". Outra tendência para a mobilidade são os tablets.

Para o diretor da WebSoftware, Erick Vils, as empresas investem nesse tipo de equipamento justamente para proporcionar infraestrutura à sua equipe, sempre de olho nos resultados que podem vir por trás disso. Os smartphones e tablets são benefícios concedidos aos funcioná-

O Brasil possui 14,6 milhões de celulares 3G

Até o final de 2011, deverá chegar a 35 milhões

rios, mas também trazem produtividade. "Queremos nossos clientes focados nas suas atividades-fim. Nosso software não é apenas uma tecnologia, mas um conjunto de sistemas e serviços cujo objetivo final é gerar a melhor performance para os clientes. Criamos, implantamos e hospedamos as aplicações enquanto nosso público colhe agilidade, confiabilidade e tempo livre para focar no que sabe fazer melhor", complementa o diretor.

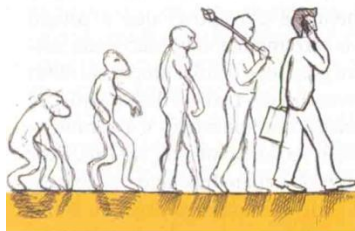
QUANTO INVESTIR?

No início da implementação da mobilidade, o que pode gerar mais gastos para as empresas é a própria aquisição dos dispositivos. Por este motivo, até o momento, é perceptível que a adesão dessas ferramentas tem sido mais ampla em grandes e médias empresas. Além do investimento com os dispositivos, há a aquisição de aplicativos e a manutenção destes e dos aparelhos. No País, a tributação dos aparelhos ainda é elevada, sendo que os brasileiros pagam o dobro em um iPad, por exemplo, do que pagariam se comprassem o mesmo aparelho nos EUA. Devido ao valor e dependendo da quantidade de aparelhos necessários para as equipes, as pequenas empresas devem entrar na era da mobilidade após a baixa dos preços.

Não é possível quantificar qual será o gasto que as empresas terão com a compra de aplicativos, pois mais uma vez, barramos nas necessidades de cada empresa. Muitas vezes, as elas podem utilizar aplicativos gerais ou, em casos mais específicos, precisa contratar uma empresa que desenvolva uma ferramenta que contemple todas as precisões detalhadas pela firma. Dependendo do segmento de negócio do cliente, poderá investir mensalmente de 1% a 2% do seu

faturamento bruto com um prestador de serviços que atenda as suas necessidades. Esse valor é abaixo do que gastaria, por exemplo, para ter uma equipe multidisciplinar capaz de atendê-lo. Alguns desenvolvimentos de aplicativos podem variar entre R\$20 mil a R\$400 mil, devido à funcionalidade da aplicação e quantidade de hardware necessária para integrá-lo no dia a dia da empresa.

Há aplicativos que vão desde software para administrar empresas, passando pelos de inteligência até software que serve para entretenimento. Alguns aplicativos são gratuitos, como o software MicroStrategy Mobile, da MicroStrategy, empresa com soluções em Business Intelligence (BI). “Queremos mostrar a potencialidade e sermos a plataforma preferida de Mobile BI do mercado e esta é uma forma de atingir mais pessoas. Já temos mais de 100 downloads pela Apple Store e criamos aplicações interessantes para consumidores finais com dados do governo norte-americano



O QUE É IDEAL PARA SUA EMPRESA?

A escolha da plataforma e das tecnologias utilizadas deve partir de um minucioso estudo e planejamento, levando em consideração os prós e contras e, por fim, escolher a que melhor se adéqua aos objetivos da empresa. Os modelos ou tecnologias utilizadas dependem muito do objetivo e da aplicação que será dada à tecnologia móvel.

Algumas variáveis fazem parte do processo de escolha do dispositivo, como: o tipo de público que a empresa deseja atingir, o tamanho do aplicativo que será utilizado, as funcionalidades desejadas para o aplicativo, o capital que a empresa está disposta a investir.

“O Android possibilitou a entrada da classe C no uso de smartphones não só no Brasil. A China produz milhões de tablets na plataforma gratuita do Android que, com certeza, vai chegar ao mundo corporativo rapidamente”

ERICK VILS, DA WEBSOFTWARE

no sobre instituições financeiras, qualidade e atendimento de hospitais, e até de aeroportos e cias. aéreas”, relata o vice-presidente na América Latina da MicroStrategy, Flavio Bolieiro.

O preço dos aplicativos varia apenas com relação ao que é contratado (módulos, funcionalidades e customizações) e com a quantidade de usuários que precisam acessar o sistema, independentemente do porte da empresa. O ideal é entrar em contato com uma empresa que ofereça esse serviço e verificar qual ferramenta é a mais indicada.

SEGMENTAÇÃO NO USO DE APLICATIVOS

Muitas vezes a escolha da personalização é indicada para empresas que buscam a fidelização da marca, adaptação de sistemas operacionais próprios, para maior facilidade e comodidade no uso desses dispositivos pela equipe, entre tantas outras razões. Por esse motivo, cada vez mais as empresas prestadoras de serviços buscam essa identificação da corporação com o aplicativo que será desenvolvido. “Trabalhamos muito com a questão da personalização, pois as empresas hoje buscam um aplicativo que tenha a sua essência, transmita os seus valores, que seja diferenciado, moderno. Elas querem surpreender não só o cliente, mas também a concorrência, e tudo isso envolve personalização”, explica o diretor da View Technology, Raul Sanches Nincao.

Os aplicativos podem ser desenvolvidos para atender a qualquer segmento e empresa. A Mobooks atua no mercado editorial com duas equipes: uma específica para o design e a segunda, que estuda a forma de interface com o usuário final. Para Filipe Diniz, em termos de negócios, o uso desses dispositivos funciona como um novo canal de distribuição

dos produtos e que as indústrias devem estar preparadas para atender a essa demanda. “No caso específico das editoras, é uma opção para o leitor quando não está com os livros em mãos e também a possibilidade de fragmentação do produto. Isto quer dizer que o aplicativo vai permitir ao usuário baixar partes dos livros, os chamados ‘highlights’ do conteúdo. É a oferta de novas possibilidades de consumo”, comenta.

Por ser recente, o uso de aplicativos ainda pode ser considerado tímido no País, quando comparado com outros. O diretor operacional e de criação da Microwave, Ludwig Goulart, diz que a empresa tem desenvolvido com sucesso aplicações feitas para o mercado de comunicação e entretenimento, todavia, acredita que, em um futuro próximo, cada vez mais as empresas terão a necessidade absoluta de ter as informações, e as plataformas vão ser cada vez mais acessíveis. “Veja hoje a diferença entre Android Google e o OS4 da Apple. O Android possibilitou a entrada da classe C no uso de smartphones não só no Brasil. A China produz milhões de tablets na plataforma gratuita do Android que, com certeza, vai chegar ao mundo corporativo rapidamente”, analisa o diretor.

As oportunidades para uso são muitas, e a adoção pelas empresas já sai da tendência para uma necessidade iminente em busca de competitividade, embora existam os contrários à ideia. Para Bolieiro, estamos vivendo uma nova era de tecnologia. “O ‘mobile’ vai fazer toda a diferença, a adoção será imediata. Tenho visto que alguns ainda resistem, trazendo argumentos até válidos, como segurança, etc., mas acreditem, não é o suficiente para impedir a adoção em massa, pois os benefícios superam em muito todos esses argumentos”, finaliza. G&N