

Tecnologia & Gestão

Automóveis com tecnologias de informação

Há 20 anos, os automóveis eram construídos para andar e ponto final. Na última década tudo começou a mudar, com veículos a utilizarem cada vez mais as tecnologias de informação. A Ford lançou há cerca de cinco anos o Ford Sync, utilizando tecnologia Microsoft para permitir que os condutores pudessem interagir e manter-se ligados com os seus equipamentos móveis através do reconhecimento de voz.

PAG. 32



Condutores com dados em tempo real

Evolução dos Sistemas de Informação Geográfica

Podíamos contar a história da evolução dos Sistemas de Informação Geográfica (SIG) na perspectiva de várias empresas do sector. Vamos contá-la com base na ESRI (Environmental Systems Research Institute), uma vez que se tem mantido na vanguarda deste sector ao longo dos anos. A ESRI é uma empresa americana especializada na produção de soluções para as áreas de informação geográfica, com sede mundial em Redlands (Califórnia - Estados Unidos).

PAG. 34



Com a computação em nuvem as pequenas e médias empresas podem concorrer no ambiente de negócios caracterizado por mudanças rápidas e mercados muito exigentes

COMPUTAÇÃO EM NUVEM

Pequenas e médias empresas podem ser mais concorrenciais

Se ainda não está familiarizado com o conceito, preste bem atenção à ideia de computação em nuvem, porque irá ouvir falar dela quase diariamente no futuro. Tudo aponta para que esteja na base da nova revolução tecnológica que já começou, mas que deverá acentuar-se este ano e nos próximos. Por essa razão dedicamos uma página deste caderno ao tema com um conjunto de três textos.

A Microsoft e a Edge Strategies realizaram um estudo de mercado junto de 3000 pequenas e médias empresas em 13 países sobre os serviços de computação em nuvem pagos e chegaram à conclusão que estes serviços

deverão duplicar nos próximos cinco anos (2012 a 2016), enquanto que o número de pequenas empresas que utilizam pelo menos um serviço pago de computação em nuvem deverá triplicar nos próximos três anos.

Qual a grande vantagem desta tendência? Até agora só as grandes empresas é que podiam dispor de serviços de tecnologias de informação de topo. Com a computação em nuvem, as pequenas e médias empresas passam a poder concorrer no ambiente de negócios actual, caracterizado por mudanças rápidas, dado que podem gastar menos tempo e dinheiro em tecnologias de informação e concentrarem-se mais no seu negócio.

PAG. 30

GARANTIR A SEGURANÇA

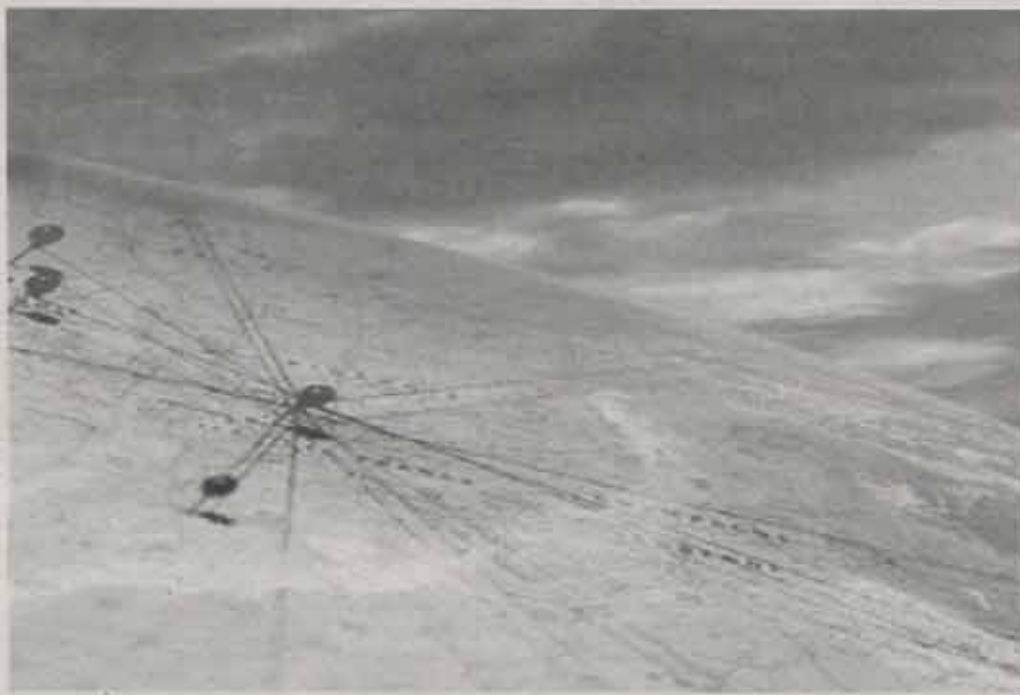
Gestores tomam as suas decisões de forma automática ou consciente

Vários especialistas de áreas distintas do saber têm defendido que tomamos decisões com base em vários processos, uns mais automáticos e outros mais conscientes. Propõem assim uma teoria dupla que postula dois tipos de processamento diferentes quando tomamos decisões. No primeiro tomamos decisões de forma inconsciente, automática e rápida (tipo piloto automático). No segundo decidimos de forma controla-

da e consciente. Se lhe perguntar como toma as suas decisões, certamente responderá que é de forma consciente, claro! Pois bem, fique a saber que a grande maioria das decisões que toma diariamente são inconscientes e a sua vida depende mais destas decisões em piloto automático do que das decisões conscientes. Estas últimas são uma pequena percentagem de todas as decisões que tomamos.



É preciso saber tomar as decisões



Um novo estilo de computação pessoal liberta os utilizadores para as novas formas oferecidas e melhora múltiplos aspectos da sua vida

Computação pessoal em nuvem substitui computadores pessoais

Os analistas da Gartner acreditam que a computação pessoal em nuvem irá substituir o computador pessoal em 2014 como centro da vida digital dos consumidores. A computação pessoal em nuvem fornecerá aos utilizadores um novo nível de flexibilidade com os equipamentos que utilizam nas suas actividades diárias. Ao mesmo tempo promoverá os pontos fortes de cada tipo de equipamento, permitindo maiores níveis de satisfação e de produtividade.

Do lado das empresas, será necessário repensar a forma como disponibilizam aplicações e serviços aos utilizadores. As grandes tendências na computação cliente deslocaram o enfoque do mercado dos computadores pessoais para um leque mais alargado de equipamentos, passando a incluir os smartphones e os tablets, entre outros. Os serviços de computação em nuvem irão tornar-se assim a cola que liga os vários equipamentos que os utilizadores escolherem para aceder durante as várias fases da sua vida diária.

Os últimos dois anos caracterizaram-se por um grande turbilhão na área da computação cliente, deixando muitas empresas a perguntar o que virá a seguir e como serão as coisas dentro de cinco anos. Há quem já chame a estes tempos a era do pós-PC, mas na realidade não se trata de um verdadeiro depois do PC. Trata-se antes de um novo estilo de computação pessoal que liberta os indivíduos para utilizarem a computação de novas formas, de modo a melhorarem múltiplos aspectos do seu trabalho e da sua vida pessoal, segundo os analistas da Gartner.

São várias as forças orientadoras que se combinam para criar esta nova era. E essas megatendências têm raízes que assentam na última década, mas que agora se estão a

combinar de uma nova forma. Apresentamos a seguir as cinco megatendências avançadas pelos analistas da Gartner.

• **Consumerização.** A palavra não existe, mas quer dizer que os consumidores estão cada vez mais familiarizados com a tecnologia e utilizam-na mais. A Internet e os chamados "social media" vieram dar um novo poder aos utilizadores e encorajaram-nos a participar. Por sua vez, o surgimento de equipamentos móveis com grande capacidade de processamento e a preços acessíveis fez com que a balança passasse a pender para o lado dos utilizadores. Estes tornaram-se inovadores. Graças à democratização da tecnologia, os utilizadores de todos os tipos e estatutos podem agora ter tecnologia similar à sua disposição nas organizações.

• **Vitualização.** A virtualização aumentou a flexibilidade e as opções quanto à forma das organizações implementarem ambientes cliente. De certa forma, libertou as aplicações das especificidades de certos equipamentos, sistemas operativos, ou mesmo arquiteturas de processador. A virtualização fornece uma forma de fazer progredir as aplicações e os processos desenvolvidos na era do PC para um novo mundo emergente. Isto faz com que os equipamentos com pouca capacidade de processamento possam aceder a uma capacidade de processamento muito maior, aumentando assim a sua utilidade e o alcance das aplicações mais exigentes em termos de processador.

• **App-ificação.** Das aplicações às apps. Quando se altera a forma como as aplicações são desenvolvidas, disponibilizadas e utilizadas, todos os outros aspectos do mercado sofrem um grande impacto. Estas mudanças terão um enorme impacto na forma como as aplicações são escritas e geridas

nos ambientes empresariais. Também aumentam a expectativa de maior portabilidade entre plataformas à medida que as apps são utilizadas para ajustar uma aplicação às características únicas de um equipamento ou cenário específico. Uma aplicação pode agora ser apresentada de várias formas e utilizada em várias situações.

• **Computação em nuvem.** O advento da computação em nuvem para servir consumidores individuais vem abrir um novo nível de oportunidades. Qualquer utilizador pode agora ter à sua disposição um conjunto de recursos quase infinito e escalável. O impacto disto para as infra-estruturas de tecnologias de informação é enorme, mas quando se aplica aos indivíduos existem alguns benefícios específicos. Por exemplo, as actividades digitais dos utilizadores torna-se muito mais auto-direccionadas do que antes. Os utilizadores exigem fazer as suas próprias escolhas sobre as aplicações, serviços e conteúdos, seleccionando-os a partir de uma colecção quase ilimitada na Internet. Isto encoraja uma cultura de auto-serviço que os utilizadores esperam em todos os aspectos da sua experiência digital. Passam a poder guardar o seu espaço de trabalho virtual ou a sua personalidade digital online.

• **Mudança em termos de mobilidade.** Actualmente, os equipamentos móveis, combinados com a computação em nuvem, podem desempenhar a maior parte das tarefas de computação, com as limitações a serem subestimadas na mente dos consumidores graças à conveniência e flexibilidade fornecidas pelos equipamentos móveis. A emergência de interfaces mais naturais está a fazer com que a mobilidade seja algo prático. Os pequenos equipamentos portáteis irão ganhar terreno aos PCs.

Pequenas e médias empresas podem ser mais concorrenciais

LEONEL MIRANDA

Se ainda não está familiarizado com o conceito, preste bem atenção à ideia de computação em nuvem, porque irá ouvir falar dela quase diariamente no futuro. Tudo aponta para que esteja na base da nova revolução tecnológica que já começou, mas que deverá acentuar-se este ano e nos próximos. Por essa razão dedicamos uma página deste caderno ao tema com um conjunto de três textos.

A Microsoft e a Edge Strategies realizaram um estudo de mercado junto de 3000 pequenas e médias empresas em 13 países sobre os serviços de computação em nuvem pagos e chegaram à conclusão que estes serviços deverão duplicar nos próximos cinco anos (2012 a 2016), enquanto que o número de pequenas empresas que utilizam pelo menos um serviço pago de computação em nuvem deverá triplicar nos próximos três anos.

Qual a grande vantagem desta tendência? Até agora só as grandes empresas é que podiam dispor de serviços de tecnologias de informação de topo. Com a computação em nuvem, as pequenas e médias empresas passam a poder concorrer no ambiente de negócios actual, caracterizado por mudanças rápidas, dado que podem gastar menos tempo e dinheiro em tecnologias de informação e concentrarem-se mais no seu negócio.

O estudo mostrou que 59 por cento das empresas que já estão a utilizar serviços de computação em nuvem obtiveram vantagens significativas em termos de produ-

tividade relacionada com as tecnologias de informação. Por outro lado, apesar das dificuldades que atravessa a economia global, 63 por cento das pequenas e médias empresas que já utilizam serviços de computação em nuvem esperam aumentar as vendas este ano e no próximo. Destas, 55 por cento acreditam que a tecnologia irá promover esse crescimento.

Esta adesão aos serviços de computação em nuvem também é motivada pela vontade das empresas em se manterem à frente da concorrência. A provar isso mesmo está o facto de 50 por cento das pequenas e médias empresas inquiridas no estudo afirmarem que a computação em nuvem tenderá a tornar-se mais importante nas suas operações futuras, enquanto que 58 por cento acreditam que o trabalho com base na computação em nuvem pode tornar as empresas mais competitivas.

A mobilidade é essencial para os actuais utilizadores da computação em nuvem. Querem utilizar os equipamentos móveis para mais do que o correio electrónico, passando a incluir aplicações de negócio e de produtividade. A segurança também é uma grande preocupação, apesar de só 20 por cento das pequenas e médias empresas envolvidas no estudo acreditarem que os dados estão menos seguros na computação em nuvem do que nos sistemas da própria empresa. Pelo contrário, 36 por cento de todas as empresas inquiridas e 49 por cento das empresas inquiridas com maior dimensão consideram que os seus dados estão tão seguros na computação em nuvem como nos seus próprios sistemas.

Partilhar dados e conteúdos em todos os equipamentos

No final do próximo ano (2013), os serviços de computação em nuvem destinados ao grande consumo estarão integrados em 90 por cento dos equipamentos. Na opinião de Andrew Johnson, da Gartner, a emergência da computação pessoal em nuvem reflecte a vontade de armazenar, sincronizar, fazer fluir a informação e partilhar conteúdos em qualquer equipamento ou plataforma.

A mudança para a computação pessoal em nuvem irá acelerar durante este ano, segundo o mesmo analista. À medida que os serviços de computação em nuvem se forem tornando parte da vida das pessoas, os fornecedores de equipamentos e de plataformas terão que integrar esses serviços de modo a ganharem clientes.

A Gartner entende a computação pessoal em nuvem como a forma dos consumidores armazenarem, sincronizarem, fazerem fluir informação e partilharem-na utilizando múltiplos equipamentos conectáveis, como smartphones, tablets, televisões e PCs ligados à Internet. Os consumidores já começaram a

adoptar serviços baseados na computação em nuvem como parte do seu ecossistema digital, graças a serviços como o Netflix, Google Apps, Amazon Music, Microsoft SkyDrive e iCloud da Apple. Esta noção de computação em nuvem não é nenhuma novidade. A novidade está no refinamento e na diversidade de serviços para os consumidores, segundo Andrew Johnson. Há vários anos que as empresas disponibilizam serviços de backup e de sincronização online.

No entanto, nos dois últimos anos assistiu-se a uma grande mudança nesta área, graças à crescente adopção de equipamentos móveis e portáteis com capacidade de armazenamento interno limitada e que dependem muito dos serviços de computação em nuvem.

Ainda segundo estimativas da Gartner, os consumidores irão gastar qualquer coisa como 2,2 triliões de dólares em tecnologia digital (produtos e serviços) durante 2012. Em 2015, esse valor deverá subir para 2,8 triliões de dólares em todo o mundo.

As nossas decisões são tomadas de forma automática ou consciente

Vários especialistas de áreas distintas do saber têm defendido que tomamos decisões com base em vários processos, uns mais automáticos e outros mais conscientes. Propõem assim uma teoria dupla que postula dois tipos de processamento diferentes quando tomamos decisões. No primeiro tomamos decisões de forma inconsciente, automática e rápida (tipo piloto automático). No segundo decidimos de forma controlada e consciente.

Se lhe perguntar como toma as suas decisões, certamente responderá que é de forma consciente, claro! Pois bem, fique a saber que a grande maioria das decisões que toma diariamente são inconscientes e a sua vida depende mais destas decisões em piloto automático do que das decisões conscientes. Estas últimas são uma pequena percentagem de todas as decisões que tomamos. Por exemplo, se for a conduzir e o carro da frente travar, você pensa primeiro e trava depois ou trava inconscientemente e só depois é que toma consciência do que acabou de acontecer?

Pois é, se pensasse antes de travar bateria certamente no carro da frente, porque é necessário bastante tempo (algumas frações de segundo apenas, mas muito tempo) entre o nosso olhar captar os sinais de travagem do veículo da frente, o nosso cérebro consciente decidir o que deve fazer e comunicar a ordem ao nosso pé para travar. Por isso uma parte do nosso cérebro não consciente recebe o estímulo visual

e toma a decisão antes da parte consciente, poupando tempo.

Outro exemplo. Se for a andar na rua e ouvir um grande estrondo nas imediações o que faz? Tenta perceber primeiro o que aconteceu e só depois é que se baixa ou foge, ou baixa-se e foge e só depois é que tenta perceber o que aconteceu? O nosso cérebro não consciente assume o comando por nós antes de nós termos mesmo consciência disso.

Isto acontece porque a parte da nossa consciência é a mais recente do cérebro em termos evolutivos e demora mais tempo a processar a informação. Por isso, o cérebro toma decisões automáticas constantemente sem que tenhamos consciência delas — como as que já referimos atrás, ou como o simples (mas vital) acto de respirar. Não pensamos em encher e em esvaziar os pulmões constantemente, nem em mexer uma perna depois da outra quando caminhamos. É o nosso piloto automático a funcionar constantemente, mesmo quando dormimos.

Apesar desta primazia do inconsciente sobre o consciente nas decisões que tomamos, acredita-se que se verifique um contínuo de processamento na maior parte das decisões. A parte inconsciente do nosso cérebro está sempre ao comando das operações, mesmo quando dormimos, e fornece uma avaliação automática e rápida da situação. Essa avaliação poderá depois ser corrigida, se necessário. No caso do estrondo quando va-



O inconsciente tem influência nas decisões

mos na rua, a reacção imediata é protegermo-nos ou fugirmos, mas depois racionalizamos a situação e decidimos se vale a pena continuar a correr, protegermo-nos melhor, ou simplesmente descontrair porque decidimos que não há perigo.

A forma como estas duas formas de decisão se conjugam para a tomada de decisões é algo bem mais complexo do que o exposto neste pequeno artigo. De qualquer forma, regra geral, as decisões comuns, que costumamos tomar regularmente, tendem a ter a primazia da parte inconsciente. As decisões menos comuns, como a resposta a situações novas, tendem a exigir o aval da parte consciente, requerendo maior processamento e ponderação. Desta forma, há que perceber até que ponto a parte inconsciente influencia as nossas decisões que deveriam ser conscientes e ponderadas.

Etapas para um bom processo de decisão

As boas decisões são fundamentais para qualquer vertente da nossa vida. No entanto, nem sempre é fácil tomar boas decisões, visto que têm frequentemente fortes ligações emocionais, ou os seus resultados podem ter efeito nas necessidades e vontades de certos indivíduos.

Estas emoções e necessidades podem turvar o julgamento, fazendo com que seja complicado tomar boas decisões.

Apresentamos a seguir um conjunto de orientações para ajudar qualquer pessoa no processo de tomada de boas decisões. Claro que estes conselhos aplicam-se sobretudo às decisões de carácter marcadamente racional.

• **Identifique o problema.** O primeiro passo a dar é tomar consciência e identificar o problema. As decisões são respostas a situações ou problemas que precisam de ser resolvidos. Como tal, é importante ter uma descrição clara daquilo que é necessário resolver antes de avançar no processo de tomada de uma decisão.

• **Considere a natureza do problema que está a tentar resolver.** Qual é o tipo de questão, problema ou situação com que precisa lidar? É algo problemático quanto à criação de uma situação embaraçosa entre indivíduos? É necessário alterar a orientação do negócio? Porque razão o problema precisa de uma decisão. Quais são os resultados que espera alcançar com a decisão?

• **Análise ou investigue o pro-**

blema. É importante recolher toda a informação envolvida no problema ou questão, de modo a que possam ser feitas escolhas devidamente informadas.

• **Crie uma lista de possíveis soluções.** Liste as decisões possíveis que podem ser tomadas e quais as consequências de cada uma.

• **Escolha a melhor alternativa.** Olhe bem para a lista feita no ponto anterior e escolha a melhor solução para o problema que tem pela frente.

• **Ponha a melhor alternativa em prática.** Por vezes, a parte mais difícil na tomada de decisões é passar à acção. As melhores decisões são aquelas que fornecem as melhores estratégias de acção.

• **Não se esqueça do acompanhamento e da comunicação.** Uma boa decisão precisa de ser acompanhada ao longo de todo o processo e é necessária uma comunicação constante com todas as partes envolvidas.

• **Recolha informação de retorno (feedback).** É extremamente importante obter feedback relativo a uma decisão. É esta informação de retorno que determina o sucesso global da decisão e a reacção à mesma.

As pessoas têm que tomar decisões de vários tipos diariamente, seja no trabalho ou no plano pessoal. Se seguirem estes oito passos, conseguirão incutir maior clareza e lógica nas decisões que tomam.

Baseado em informação recolhida no site <http://www.selfempoweringtips.com/>.

Como decidir quando compramos

As nossas decisões de consumo seguem um processo baseado em seis fases: estímulo, consciência do problema, procura de informação, avaliação das alternativas, compra e comportamento após a compra. Pelo menos é esta a teoria apreçada pelos especialistas do marketing, entre outros.

1. **Estímulo.** Um estímulo é uma indicação (social, comercial ou não comercial) ou um impulso (que motiva a pessoa a agir). Quando conversamos com alguém, recebemos indicações de carácter social. O atributo distintivo de uma indicação social é o facto de ser proveniente de uma fonte interpessoal que não está associada ao vendedor.

Um segundo tipo de estímulo são as indicações comerciais sob a forma de mensagem promovida por quem quer vender. O objectivo destas mensagens é criar interesse no consumidor por determinado produto ou loja. Um terceiro tipo de estímulo é constituído pelas indicações não comerciais fornecidas por fontes teoricamente imparciais. Podemos referir ainda um quarto tipo de estímulo de carácter físico: impulso físico (sede, frio,

calor, dor, fome, medo...).

2. **Consciência do problema.** Nesta fase o consumidor reconhece que o bem ou serviço que está a considerar poderá resolver um problema (necessidade ou desejo). A diferença entre necessidade e desejo pode ser exemplificada pela compra de bens alimentares para abastecer a despensa (necessidade) ou a compra de uma jóia (desejo).

3. **Procura de informação.** Depois de decidirmos que temos uma necessidade ou um desejo que queremos satisfazer, passamos à fase da recolha de informação. Neste processo procuramos identificar as alternativas que possam resolver o problema e determinar as características de cada uma das alternativas.

4. **Avaliação das alternativas.** Nesta fase devemos ter informação suficiente para escolher uma das alternativas da lista de possíveis escolhas. Às vezes a escolha é fácil (quando uma alternativa nos parece claramente superior às restantes). Mas normalmente a escolha não é assim tão simples, pelo que precisamos de avaliar cuidadosamente cada uma das alternativas

antes de tomarmos uma decisão.

5. **Compra.** Depois de escolhermos aquela que nos parece a melhor alternativa, estamos prontos para o acto de compra. Mas há que decidir ainda três aspectos importantes: onde comprar, os trâmites da aquisição e a disponibilidade. O local onde comprar é normalmente a loja ou ponto de venda. Os trâmites da compra têm a ver com o preço e a forma de pagamento. A disponibilidade refere-se à existência do bem para comprar e à entrega do mesmo.

6. **Comportamento após a compra.** Depois da compra vemo-nos envolvidos frequentemente no comportamento após a compra. Ou porque compramos mais coisas relacionadas, ou porque reavaliámos a compra. Normalmente acontece o primeiro caso. Por exemplo, se compramos um fato, a tendência será para comprar uma gravata e/ou uma camisa que combine. Mas também podemos reavaliar a compra e decidirmos mudar de marca.

Apesar do que foi dito, os consumidores podem ter tomadas de decisões extensivas, limitadas ou rotineiras. Tudo depende do grau de pesquisa, do nível de experiência



As nossas decisões de consumo podem permitir grandes poupanças financeiras

anterior, da frequência da compra, da quantidade de risco percebido e da pressão temporal.

As tomadas de decisões extensivas verificam-se quando os consumidores utilizam de forma completa o processo de decisão (referido atrás). Este tipo de decisão ocorre quando o consumidor tem pouca ou nenhuma experiência no assunto em questão, quando o valor monetário envolvido é elevado, ou quando existe grande complexidade.

As decisões limitadas ocorrem quando os consumidores utilizam cada uma das fases explicadas atrás, mas não gastam muito tem-

po em cada uma delas. Os consumidores já compraram o mesmo bem ou serviço anteriormente, mas não regularmente e o risco percebido é moderado.

As decisões rotineiras são tomadas quando os consumidores compram por hábito e não têm em grande conta os passos do processo apresentados atrás. Neste caso os consumidores não querem perder tempo com as compras e adquirem normalmente as mesmas marcas. O risco é baixo, bem como o preço envolvido.

Baseado em informação recolhida no site <http://www.studymarketing.org/>.

CARROS INTELIGENTES

Automóveis e as novas tecnologias

Há 20 anos, os automóveis eram construídos para andar e ponto final. Na última década tudo começou a mudar, com veículos a utilizarem cada vez mais as tecnologias de informação. A Ford lançou há cerca de cinco anos o Ford Sync, utilizando tecnologia Microsoft para permitir que os condutores pudessem interagir e manter-se ligados com os seus equipamentos móveis através do reconhecimento de voz. Em 2010 surgiu o Sync com a tecnologia MyFord Touch, adicionando as possibilidades de toque ao que já era permitido anteriormente.

Desde o seu lançamento no mercado, já foram vendidos quatro milhões de carros com Ford Sync.

Esta colaboração entre a Ford e a

Microsoft leva os responsáveis de ambas as empresas a afirmar que num futuro próximo os condutores serão capazes de analisar dados em tempo real, podendo monitorizar vários diagnósticos do veículo e ajustar o estilo de condução de modo a maximizar a eficiência e o desempenho. A esta visão, as duas empresas chamam "carro conectado".

Por exemplo, quando o condutor entra na garagem de manhã, o seu carro conectado pode já ter utilizado serviços meteorológicos baseados na computação em nuvem e informação sobre o local onde se encontra para aquecer (ou refrigerar) o ambiente anterior à temperatura preferida do condutor. De igual modo, pode ligar o rádio para a estação normalmente ouvida pelo

condutor e abrir e fechar a porta da garagem sem que o condutor tenha de se preocupar com isso.

O objectivo é proporcionar conveniência e uma experiência de condução mais agradável e personalizada de acordo com o condutor. Por detrás de tudo isto está a tecnologia Ford Sync baseada na plataforma Windows Embedded Automotive. Apesar de falarmos aqui da Ford e da Microsoft, existem outros fabricantes de automóveis que estão a seguir estratégias no mesmo sentido.

Só o futuro dirá até onde nos leva esta combinação entre automóveis e sistemas inteligentes. Mantenha-se atento às novidades porque os próximos tempos vão ser certamente interessantes nesta área.



As companhias petrolíferas aumentam investimento em tecnologias de informação

Companhias de petróleo gastam mais em software

À medida que o modelo de negócio do petróleo e do gás continua a evoluir, as companhias do sector estão a aumentar o investimento em soluções de software para conseguirem gerir melhor os desafios que têm pela frente. Esta é a conclusão de um estudo realizado pela Accenture e pela Microsoft junto de 200 profissionais que trabalham para várias companhias do sector. Uma primeira conclusão é que 74,5 por cento dos inquiridos afirmaram ter gasto em 2011 tanto ou mais em tecnologias de informação como em 2010.

Muitas das companhias estão a utilizar este investimento para criar uma plataforma operacional mais integrada e eficiente, ao mesmo tempo que procuram criar um

ambiente colaborativo global. Os inquiridos vêem assim a computação em nuvem como a tecnologia que irá tornar esse objectivo uma realidade.

Outra tendência identificada no estudo é a utilização crescente dos equipamentos de computação móvel no local de trabalho e o aumento do chamado "big data" (referente à proliferação de quantidades massivas de informação útil para a inteligência de negócio).

Um relatório recente do Barclays Capital Outlook refere que o investimento em software das companhias de petróleo e gás em 2012 deverá aumentar 10 por cento, atingindo os 598 mil milhões de dólares.

Venda de computadores cresce este ano

A venda de PCs em todo o mundo deverá ascender aos 368 milhões de unidades durante este ano (2012), representando um crescimento de 4,4 por cento relativamente ao ano passado. Pelo menos são estas as previsões da Gartner. No entanto, esta empresa de análises de mercado antevê que as vendas de PCs venham a registar maior crescimento em finais de 2013, altura em que as vendas em unidades deverão representar 400

milhões de unidades. Para os analistas da Gartner, o ano de 2011 redefiniu o mercado dos equipamentos pessoais. A utilização de aplicações como o correio electrónico, redes sociais e acesso à Internet, que eram tradicionalmente um domínio dos PCs, estão agora também a ser utilizadas cada vez mais em tablets e smartphones. Em alguns casos, estes últimos equipamentos estão mesmo a ser mais valorizados e atractivos.

Os ultrabooks irão obter maior atenção da parte dos consumidores na segunda metade de 2012. Mas esta não é a única ameaça para os PCs tradicionais, dado que os tablets baseados em sistemas operativos da Android e da Microsoft, assim como o novo iPad, também irão reclamar a sua quota de mercado crescente. A Gartner também espera que a adesão dos consumidores à computação pessoal em nuvem venha a aumentar.

REVELAÇÃO DA GARTNER

Vendas de servidores crescem em África e no Médio Oriente

No quarto trimestre do ano passado as vendas de servidores aumentaram 10,3 por cento na região que compreende o Médio Oriente e África, segundo a Gartner. Este crescimento refere-se ao número de unidades vendidas. As receitas dessas vendas aumentaram 2,9 por cento no mesmo período, o que equivale a 428 milhões de dólares. O Médio Oriente e África representam cerca de três por cento das receitas mundiais dos servidores.

Recorde-se que nesta região as vendas de servidores tinham diminuído em 2009 devido ao abrandamento da economia mundial. Tendo isso, o crescimento tem vindo a ser estável ao longo dos anos. O sector do petróleo e do gás continua a ser o principal motor do investimento em tecnologias da informação, destacando-se depois outras áreas de actividade como a banca e serviços financeiros, telecomunicações, turismo e retalho.

A Dell e a IBM foram as empresas que registaram maior crescimento na venda de servidores durante o quarto trimestre de 2011, enquanto que a HP, Oracle e Fujitsu registaram uma redução das vendas em unidades (ver quadro). No entanto no que se refere às receitas dessas vendas, a Dell e a Fujitsu destacam-se pela positiva, com a

Dell a beneficiar dos bons resultados de vendas no segmento x86.

De uma forma global, as receitas dos servidores RISC e Itanium Unix na região do Médio Oriente e África diminuíram 16,8 por cento no trimestre em análise. A IBM ocupou a liderança deste segmento de mercado, apesar das quebras de 15,2 por cento. A HP passou a ocupar a segunda posição e registou uma redução de 31,2 por cento.

Os analistas da Gartner estimam que o crescimento deverá continuar neste sector ao longo de 2012 na região, com a computação em nuvem e a virtualização a desempenharem papéis chave nesse crescimento. A confirmarem-se estas expectativas, o mercado dos servidores deverá crescer oito por cento em receitas e seis por cento em vendas de unidades durante 2012 na região do Médio Oriente e África.

No quarto trimestre de 2011, o segmento dos x86 obteve os melhores resultados, com as vendas em unidades a aumentarem 11,9 por cento e as receitas a crescerem 13,6 por cento relativamente a igual período de 2010. Os vendas de servidores baseados em x86 representaram assim 97 por cento do total de unidades vendidas, enquanto que as receitas passaram a

representar 70 por cento do total do mercado dos servidores. A adopção da computação em nuvem e da virtualização estão a merecer uma grande atenção nos mercados do Médio Oriente e África.

Os mainframes e os servidores RISC/IA64 viram as receitas dimi-

nuir 15,6 por cento. Os servidores RISC/Itanium Unix e os mainframes continuam a ser a parte mais fraca deste mercado, devido aos seus ciclos de venda e de rejuvenescimento serem mais longos.

Entre os países desta região, os principais (Israel, África do Sul e

Turquia) registaram crescimentos em volume de unidades vendidas, mas só a Turquia apresentou crescimento no que se refere a receitas. Os restantes países registaram um crescimento de 5,4 por cento em vendas e de 6,4 por cento em receitas.

Vendas de Servidores em unidades na região do Médio Oriente e África durante o quarto trimestre de 2011

Fornecedores	4T2011 Unidades	4T2011 Quota de Mercado (%)	4T2010 Unidades	4T2010 Quota de Mercado (%)	4T2010 - 4T2011 Crescimento (%)
HP	29,819	37,8	31,137	43,5	-4,2
Dell	18,290	23,2	12,635	17,7	44,8
IBM	16,139	20,4	12,064	16,9	33,8
Oracle	1,214	1,5	1,452	2,0	-16,4
Fujitsu	1,161	1,5	2,621	3,7	-55,7
Outros	12,319	15,6	11,663	16,3	5,6
Total	78,943	100,0	71,572	100,0	10,3

Vendas de Servidores em receitas na região do Médio Oriente e África durante o quarto trimestre de 2011 (em milhares de dólares)

Fornecedores	4T2011 Receitas	4T2011 Quota de Mercado (%)	4T2010 Receitas	4T2010 Quota de Mercado (%)	4T2010 - 4T2011 Crescimento (%)
IBM	158,313	37,0	157,769	38,0	0,3
HP	142,385	33,3	153,712	37,0	-7,4
Dell	62,899	14,7	50,054	12,0	25,7
Oracle	21,557	5,0	20,896	5,0	3,2
Fujitsu	10,344	2,4	8,850	2,1	16,9
Outros	32,201	7,5	24,294	5,9	32,6
Total	427,699	100,0	415,575	100,0	2,9

Seminário GeoEye

24 de Abril de 2012

Hotel Alvalade

"Soluções em Imagens de Satélite de Alta Resolução para Angola"

O Seminário Soluções em Imagens de Satélites de Alta Resolução - GeoEye em Angola pretende mostrar o que há de melhor em resolução espacial e precisão disponível no mercado mundial. Nesse seminário serão abordadas diversas soluções de visualização e análise da superfície terrestre com imagens de Satélite de Alta Resolução para os sectores de Petróleo & Gás, Ambiente e Recursos Naturais, Gestão Urbana e Defesa e Segurança em Angola.

"As imagens Ikonos e GeoEye são uma referência mundial para a Gestão Integrada de Território, fornecendo informação útil para a tomada de decisão."

Oradores - GeoEye

Dr. Poo Srinivasan

Director Regional de Vendas Sénior,
Médio Oriente, África, Índia, Nepal e Sri Lanka.
GeoEye, EUA

Trabalhou 8 anos na Space Imaging como Director Internacional de Vendas e 9 anos como Director fundador e CEO no Centro de Aplicações de Detecção Remota do Estado de Andhra Pradesh. Antes disso trabalhou 7 anos na NRSA, Índia como Cientista de Aplicações Sénior. Trabalhou com o Banco Mundial entre 1998-2000 em países em desenvolvimento. Publicou um livro e mais de 68 artigos, tendo sido premiado com o prémio da Sociedade Astronómica da Índia em 1993.

William Cook

Gestor Regional Sénior de Vendas, África
GeoEye, Estados Unidos da América

Além da extensa experiência e trabalho em África, também já geriu vendas de imagens de satélite no Médio Oriente, Índia e América Latina. Trabalhou com desenvolvimento de negócios no Sudeste Asiático, China e Europa. Tendo mais de 10 anos de experiência na indústria de Detecção Remota, Imagens de Satélite e aplicações SIG. Possui MBA (Master of Business Administration) da Universidade do Colorado e uma Lic. em Economia e Relações Internacionais.

Contactos

Email: marketing.sinfic@sinfic.com
Site: www.sinfic.pt/sig

SINFIC  **GeoEye**

Relações de compromisso.

OS SIG AO SERVIÇO DA SOCIEDADE

Modelação da vulnerabilidade social no Burkina Faso

O modelo de vulnerabilidade social para o Burkina Faso foi desenvolvido com o ModelBuilder por estudantes do Rochester Institute of Technology (RIT). Neste contexto, a vulnerabilidade social pode ser descrita como a predisposição das pessoas, organizações e sociedades a impactos provocados por desastres naturais ou provocados pelo homem. No caso do modelo apresentado neste texto, a vulnerabilidade social foi avaliada utilizando factores sociais, económicos, educacionais e financeiros, de modo a tentar criar um índice capaz de identificar o nível relativo de vulnerabilidade social numa dada região.

O desenvolvimento do modelo de vulnerabilidade social teve como propósito imediato fazer com que certos dados ficassem acessíveis

para a gestão das decisões relacionadas com desastres por parte de órgãos governamentais do Burkina Faso, como o Conselho Nacional de Socorro de Urgência e de Reabilitação. Este organismo lida com a mobilização da ajuda humanitária, prevenção de desastres naturais e gestão de acções de formação. No entanto, os mapas de vulnerabilidade social do modelo também podem ser utilizados por outras entidades, como sejam as organizações de ajuda e de prestação de cuidados de saúde, ou mesmo as próprias pessoas do país.

O ArcGIS for Desktop foi a ferramenta utilizada para ajudar a gerir, determinar e visualizar a vulnerabilidade social. Através da criação de um modelo de vulnerabilidade espacial explícito, os decisores podem determinar quais as

áreas mais vulneráveis a diferentes tipos de riscos. Além disso, os dados de vulnerabilidade social podem ser acompanhados e analisados ao longo do tempo, permitindo uma compreensão mais completa dos riscos e das vulnerabilidades numa dada área.

Os dados utilizados para este projecto foram obtidos no website do Sistema Estatístico Nacional do Burkina Faso. Os resultados do modelo foram mapeados para indicar a predominância de classes de vulnerabilidade social específicas em cada uma das regiões do país. Na base de todo este trabalho estiveram várias ferramentas disponibilizadas pela ESRI.

No futuro, os autores pretendem melhorar o modelo através do desenvolvimento de uma aplicação baseada na Web que permita refi-

nar os resultados actuais. O desenvolvimento da recolha de dados sociométricos também poderá ajudar a criar um modelo mais preciso e flexível.

Os Sistemas de Informação Geográfica (SIG) são uma ferramenta indispensável para ajudar a gerir, determinar e visualizar a vulnerabilidade social. Fornecem contexto espacial para os dados de vulnerabilidade social. Dada a prevalência da pobreza no Burkina Faso, impõe-se com maior urgência o estudo das vulnerabilidades sociais. Os autores deste modelo identificaram como principais utilizadores os organismos administrativos governamentais a nível central e regional.

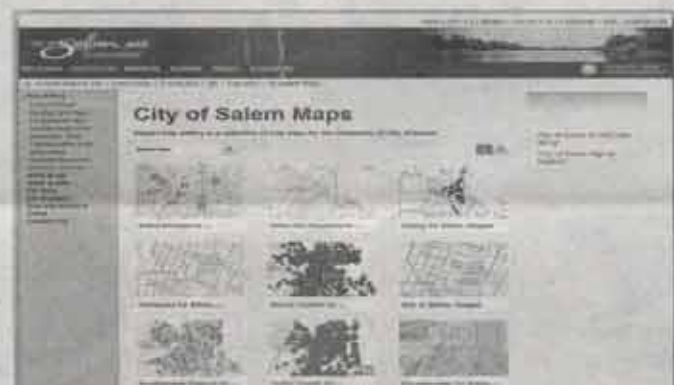
Baseado em informação recolhida no site da ESRI.

ArcGIS Online para organizações

Com mais de 140 mil utilizadores e 230 mil itens públicos e privados, o ArcGIS Online registou um grande crescimento nos últimos dois anos. Os profissionais de Sistemas de Informação Geográfica (SIG) um pouco por todo o mundo utilizam esta plataforma para encontrar, criar e partilhar mapas, dados e aplicações. Actualmente o ArcGIS Online está em vias de ser proposto como um serviço baseado em subscrição sob a designação de ArcGIS Online para organizações, procurando aumentar a acessibilidade dos mapas e dos dados geográficos e alar-

gar o alcance dos SIG. O ArcGIS Online pode permitir a redução dos recursos gastos na manutenção de SIGs existentes, mas também pode melhorar a forma como uma organização (uma cidade, por exemplo) disponibiliza a informação GIS ao público.

O ArcGIS Online é alojado pela ESRI e todos os mapas e itens criados por uma organização residem na infra-estrutura em nuvem da ESRI. Além disso, o ArcGIS Online inclui um visualizador de mapas, pelo que os utilizadores começam por uma galeria de base e podem ir adicionando dados para



Em Salem (EUA) os cidadãos podem navegar nos mapas da cidade e aprender mais

criarem os seus próprios mapas. Este tipo de solução é ideal para cidades, uma vez que podem passar a servir melhor o público e a fornecer mais opções de tipo self-serve. Uma das vantagens do ArcGIS Online tem a ver com a eficiência que fornece para a disse-

minação da informação criada por profissionais de SIG. Estes profissionais podem agora partilhar a sua informação e produtos com utilizadores comuns que precisam dos SIG para o seu trabalho diário. Para isso basta disponibilizarem mapas e dados no ArcGIS Online.

Um dos países mais pobres do mundo

O Burkina Faso é um país africano que faz fronteira com o Mali, Niger, Benim, Togo, Ghana e Costa do Marfim. Tem cerca de 16 milhões de habitantes distribuídos por 63 grupos étnicos que falam seis línguas. Em 2009 o rácio de literacia era de 26 por cento. Segundo dados internacionais de 2010, a mortalidade infantil era de 91,7 por cada 1000 nados vivos. Por sua vez, a esperança de vida média era de 56,7 anos.

Aproximadamente 80 por cento dos habitantes do Burkina Faso (Burkinabé) dependem da agricultura de subsistência. De acordo com estatísticas fornecidas pelas autoridades do país, a força de trabalho urbana representa apenas cinco por cento da população total, enquanto que a força de trabalho rural representa 12 por cento dessa mesma população. O produto per capita é de 580 dólares, pelo que o Burkina Faso está entre os países mais pobres do mundo.



O resultado do modelo foi mapeado

Sistemas de Informação Geográfica estão em evolução

EDUARDO HOFFMANN

Podíamos contar a história da evolução dos Sistemas de Informação Geográfica (SIG) na perspectiva de várias empresas do sector. Vamos contá-la com base na ESRI (Environmental Systems Research Institute), uma vez que se tem mantido na vanguarda deste sector ao longo dos anos.

AESRI é uma empresa americana especializada na produção de soluções para as áreas de informação geográfica, com sede mundial em Redlands (Califórnia - Estados Unidos). Foi fundada em 1969 por Jack e Laura Dangermond como uma empresa de consultoria especializada em estudos de uso do solo.

A missão inicial da ESRI estava assim focada na organização e análise de informação geográfica para apoiar os planeadores e gestores de recursos naturais na tomada de decisões a nível ambiental. Estes projectos consistiram em estu-

dios locais e regionais dos recursos naturais, geograficamente delimitados e com oportunidades de desenvolvimento. Os recursos humanos iniciais da ESRI aplicaram os princípios da paisagem integrada, de análise (desenvolvida e implementada por Ian McHarg em 1960), técnicas de mapeamento manual e técnicas de sobreposição de mapas.

A partir dos primeiros projectos de sobreposição de mapas surgiram os conceitos e os novos processos e ferramentas que poderiam ser aplicados num ambiente automatizado. Ou seja, o SIG ESRI.

A transição dos projectos para os produtos aconteceu durante a década de 1980, altura em que a ESRI concentrou os seus recursos no desenvolvimento de um conjunto de ferramentas aplicacionais que pudesse ser utilizado em ambientes de computador para criar um sistema de informação geográfica.

Em 1981 a ESRI realizou a sua

conferência de utilizadores SIG pela primeira vez. Para se ter uma ideia da dimensão que esta área tinha na altura, essa conferência foi organizada por 16 pessoas. Hoje este evento, chamado ESRI User Conference, envolve mais de 14 000 pessoas de todo o mundo. Em Angola acontece anualmente o EUE Angola (Encontro de Utilizadores ESRI). Em 1982 a ESRI lançou o seu primeiro software comercial, designado por SIG ARC/Info. Esta implementação combinava e informatizava características geográficas (como pontos, linhas e polígonos) com uma ferramenta de gestão de base de dados para conferir atributos a esses elementos.

Na década de 1990 a ESRI experimentou um período de rápido crescimento, impulsionado pela disponibilização de computadores mais rápidos e mais baratos, pelo processamento em rede, pela publicação electrónica de dados e por

novas técnicas de captura de dados, como a Detecção Remota e o GPS. A solução desktop da ESRI, o ArcView, teve um grande impacto na indústria, abrindo as possibilidades dos SIG para mais utilizadores e sectores de actividade.

AESRI também apostou na área do ensino e aumentou o seu apoio ao ensino dos SIG a nível universitário e das escolas técnicas, lançando um programa abrangente para este mercado. Além disso, a empresa expandiu os seus próprios programas de formação e as instalações de centros autorizados. Actualmente a ESRI disponibiliza centenas de cursos em centros de formação espalhados um pouco por todo o mundo, assim como cursos presenciais e online, webinars e podcasts. No caso concreto de Angola, qualquer pessoa interessada pode agora frequentar o Centro de Formação Avançado ESRI.

Em Maio de 2004, a ESRI apresentou a versão do ArcGIS 9. Sur-

gia assim uma nova geração de produtos de software integrado para a construção de um SIG completo. Foram incluídos dois novos produtos nessa versão principal: o ArcGIS Engine, para a incorporação de funcionalidades de SIG em aplicações de desktop ou equipamentos móveis, e o ArcGIS Server, um ambiente de gestão centralizada de dados geográficos.

O ArcGIS Server permite que as funcionalidades SIG sejam disponibilizadas a um grande número de utilizadores em rede. Os analistas podem criar mapas, globos e tarefas de geoprocessamento nos seus desktops e publicá-los online utilizando ferramentas integradas. As funções de SIG podem ser disponibilizadas a toda a empresa sob a forma de serviços. Desta forma, os utilizadores podem conectar-se a servidores utilizando os tradicionais desktop SIG, bem como browsers Web e equipamentos móveis.

GANHOS DE EFICIÊNCIA E QUALIDADE OPERACIONAL

Solução para melhorar o atendimento aos cidadãos na administração pública



As organizações enfrentam dificuldades na qualidade do atendimento e do suporte aos serviços disponibilizados aos clientes

Vivemos num mundo competitivo em que o padrão de serviço exigido pelos clientes é cada vez mais elevado. Tanto no sector privado, como no sector público, os cidadãos esperam um atendimento acolhedor e eficiente por parte das instituições. De forma a dar resposta a esta exigência, foi desenvolvido o produto GIP Atendimento. Trata-se de um sistema de informação desenvolvido para a administração pública central e municipal, tendo por base a ferramenta IPDMS de gestão de processos desenvolvida pela Sinfic.

Este sistema representa uma visão orientada a processos de negócio, onde o enfoque é o atendimento presencial e telefónico, os processos, os formulários e os relatórios definidos na modernização administrativa. Apesar dos fortes investimentos nas áreas da Internet

e dos call centers, todos os estudos indicam que o atendimento presencial continuará a ser o principal ponto de contacto entre as organizações e os cidadãos. Por isso sabemos que uma das dificuldades que as organizações enfrentam está relacionada com a qualidade no atendimento e no suporte aos serviços disponibilizados. Assim, o produto GIP Atendimento tem como principais premissas:

- Fornecer um atendimento com um alto padrão de qualidade, eficiência e rapidez, a custo reduzido;
- Simplificar as obrigações de natureza burocrática;
- Dar resposta pró-activa às reclamações e às sugestões dos cidadãos;
- Acolher, orientar e informar a população sobre os requisitos necessários para a obtenção dos serviços disponíveis;

• Disponibilizar multifuncionalidade e flexibilidade para poder ser adaptado a cada organização, tendo em vista a prestação de serviços que possuem procura flutuante.

A solução GIP Atendimento implementa um modelo de atendimento que implica, directa e indirectamente, uma série de ganhos de eficiência e qualidade operacional, que resultam em benefícios, tanto para a sociedade, como para a organização que o implementou. Os cidadãos são beneficiados pela melhoria da sua qualidade de vida, resultante de aspectos como:

- Economia de tempo em deslocações e em filas de espera;
- Economia de dinheiro nos gastos com locomoção e no pagamento a intermediários;
- Reconhecimento da sua cidadania, reflectido na qualidade do

atendimento, no relacionamento com funcionários capazes de solucionar os seus problemas, no conforto proporcionado pelo ambiente e na oportunidade de participar da avaliação dos serviços oferecidos.

O GIP Atendimento é uma solução que garante uma administração eficaz dos fluxos, das filas de espera e dos processos relacionados com o atendimento. Para tal disponibiliza a capacidade de gestão de filas de espera, concebida para organizar e ordenar fluxos de pessoas. Desta forma, o sistema permite otimizar o atendimento, obtendo ganhos facilmente perceptíveis de conforto para quem é atendido e de produtividade para quem atende.

Outra característica do GIP Atendimento é o facto de disponibilizar informação dinâmica às organizações sobre os seus processos de atendimento, permitindo-lhes assim efectuar uma gestão mais eficiente dos recursos e dos processos afectos ao atendimento, com base nos indicadores em tempo real de qualidade do serviço e nas informações estatísticas. Disponibiliza ainda informação ao utente sobre o serviço que pretende utilizar, como por exemplo, tempo previsto de espera para ser atendido, podendo inclusivamente enviar avisos via mensagens curtas para o telemóvel (vulgarmente designadas por SMS). Entre as funcionalidades disponibilizadas pela solução GIP Atendimento destacam-se as que apresentamos a seguir.

Gestão de filas. Esta área destina-se à parametrização do número de filas de atendimento, acessos às mesmas, bem como assuntos e tipos de solicitações tratados para cada uma das filas.

Gestão dos tipos de solicitações. Destina-se à tipificação dos tipos de solicitações que pretendam ser parametrizados para recolhas de métricas na área de atendimento.

Gestão dos tipos de saídas. Parametrização dos tipos de documentos emitidos pela instituição para entrega presencial, que são

gerados directamente na área de atendimento.

Gestão de atendimento presencial. Disponibiliza um serviço que permite registar os atendimentos presenciais efectuados na organização, onde cada colaborador visualiza os utentes que aguardam e dá início ao atendimento.

Registo de atendimento telefónico. Disponibiliza um serviço que permite registar os atendimentos telefónicos efectuados na organização.

Gestão de agendas. Funcionalidade que permite ao atendimento proceder à marcação de atendimentos de carácter específico com técnicos especializados.

Relatórios. Os relatórios representam uma outra forma de consulta de informação, estando criado no GIP Atendimento um conjunto de relatórios de acordo com as normas e procedimentos de gestão de qualidade dos serviços. Estes relatórios permitem a análise da informação relacionada com o atendimento na organização; por exemplo, tempo médio de atendimento por período, tempo médio de atendimento por colaborador, número de eventos agendados por técnico, etc.

Gateway SMS. Possibilidade de integração com gateway de envio de mensagens curtas SMS (de um operadora móvel ou outro), para cidadãos ou empresas.

Integração com a solução GIP Expediente. Entrega de documentos, que corresponde às entregas emitidas para o exterior para entrega presencial na organização. Pode efectuar-se a integração com a solução GIP Expediente para o caso de saídas emitidas em áreas distintas que não seja o atendimento.

Integração com sistemas de contagem de pessoas, self-service e corporate TV. A integração com estes sistemas e a utilização dos mesmos contribuirá para a redução da percepção dos tempos de espera e permitirá a transmissão, de forma atractiva e inovadora, de informação útil ao cidadão enquanto este aguarda a sua vez para ser atendido.

Clientes são activos intangíveis das organizações económicas

Os clientes são frequentemente negligenciados das análises financeiras e económicas das organizações. Contudo, são eles, mais especificamente a sua satisfação, que determina a sustentabilidade do negócio.

Desta forma, torna-se fundamental avaliar a qualidade dos serviços prestados pelas organizações, especialmente num mercado aberto onde a concorrência permite a diversidade da oferta.

O estudo da qualidade procura perceber de que forma os produtos e serviços disponibilizados no mercado estão adequados às expectativas dos consumidores.

Investigações recentes atestam que os clientes satisfeitos e leais

constituem activos das empresas e devem, por conseguinte, figurar nos relatórios analíticos. A mesma perspectiva de análise pode-se aplicar aos clientes internos, ou seja, aos colaboradores das empresas, onde os níveis de satisfação podem elevar a qualidade do serviço e a produtividade do trabalho.

Grosso modo, os estudos de satisfação consideram dois grandes grupos de clientes: os clientes externos (actuais, antigos e potenciais) e os clientes internos.

Mesmo considerando estas grandes categorias, é frequente a segmentação dos clientes por perfil, em virtude de os grupos nem sempre apresentarem a mesma homogeneidade.

Os dois objectivos fundamentais dos estudos de avaliação da satisfação do cliente são a recolha de informação (essencial para a obtenção de indicadores) e a comunicação com o cliente. Torna-se, deste modo, fundamental que as organizações apostem na construção de bases de dados com informações de clientes, particularmente nos casos em que o estudo se debruça sobre os clientes actuais e antigos.

A recolha destes dados pode ser feita no momento do registo do cliente, através do serviço de cliente, em campanhas e promoções específicas ou através de programas de fidelização. Os inquéritos de opinião são uma excelente fonte complementar de informação.

Principais vantagens da GIP Atendimento

Entre as principais vantagens da solução GIP Atendimento destacam-se:

- Gestão de serviços e balcões;
- Transferência de utentes/clientes para outros serviços;
- Filas prioritárias (pessoas com deficiências, grávidas, idosos);
- Anulação de senhas de utentes que não compareceram;
- Chamada e chamada de senhas;
- Alerta para número máximo de utentes em espera;
- Melhoria da qualidade do serviço prestado ao utente;
- Melhoria da imagem da organização;
- Optimização dos recursos e processos de atendimento;
- Melhoria da qualidade do ambiente geral nas zonas de atendimento;
- Criação de um novo canal de comunicação com o utente;
- Planeamento estratégico da estrutura de atendimento com base em dados históricos reais fornecidos pelo sistema;
- Alargamento do leque de serviços de atendimento com uma menor utilização de recursos;
- Maior satisfação do utente.

Modernização Administrativa

Desenvolvemos para a Administração Pública projectos inovadores que complementam a concepção e implementação de Sistemas de Gestão da Qualidade com a concepção, desenho, integração e implementação de Sistemas e Tecnologias de Informação.

- Análise Estratégica e Desenho Organizacional;
- Modernização e Capacitação;
- Sistemas Integrados de Gestão e Processos;
- Governo Electrónico;
- Soluções GIP (Gestão Integrada de Processos) orientados para a Administração Pública Central e Local.

The logo for SINFIC, featuring three small circles of increasing size to the left of the word "SINFIC" in a bold, sans-serif font.

Relações de compromisso.



www.sinfic.com | info@sinfic.com