

Tecnologia & Gestão

TERÇA-FEIRA 3 DE MARÇO DE 2013 | R\$ 7,50

MERCADO

Concorrência entre a Google e a Microsoft

Os mais atentos às questões da tecnologia já sabem que o velho Hotmail (um serviço de correio electrónico gratuito da Microsoft) vai acabar. O anúncio do fim deste serviço de correio já foi feito em Junho de 2012. Todas as contas Hotmail estão assim a ser transferidas para o novo serviço da Microsoft, designado por Outlook.com.

Se tem uma conta de correio electrónico Hotmail que não quer descontinuar, fique a saber que a Microsoft anunciou formalmente que, apesar da migração para o serviço outlook.com, os utilizadores mantêm tudo o que tinham, incluindo as mensagens e os contactos, ou mesmo o endereço de correio com a extensão hotmail.com. A opção foi não obrigar os utilizadores a mudarem o endereço da sua conta de correio electrónico para a nova plataforma.

Mas o que motivou este texto não foi essa mudança por parte da Microsoft, mas a guerra declarada que existe entre o serviço de correio electrónico gratuito outlook.com e o seu mais directo concorrente: o Gmail da Google. A Microsoft lançou um site com um nome sugestivo (www.scoogled.com) e um slogan, no mínimo, agressivo em termos de marketing: "If you don't want to get Scoogled, use outlook.com". Não vamos traduzir a frase porque a palavra scoogled não tem tradução e pode ter pelo menos duas interpretações.

Uma dessas interpretações refere-se ao serviço Scoogled, que a Wikipedia diz ser "um serviço web que oculta o endereço IP dos utilizadores que pretendem efectuar pesquisas Google anonimamente". E continua: "a ferramenta foi criada pelo crítico da Google Daniel Brandt, que estava preocupado com a recolha de informação dos utilizadores por parte da Google e concebeu o Scoogled para filtrar pesquisas através dos seus servidores antes de as remeter para a Google". "Além das pesquisas anónimas, a ferramenta permite aos utilizadores efectuar pesquisas Google sem receber a respectiva publicidade". **PÁG. 26**

UNIVERSIDADE DIGITAL

Educação à distância à prova de terramoto



O sector educativo haitiano sofreu duramente com o terramoto de 2010. Vinte e oito das 32 principais universidades do país ficaram completamente destruídas. Um curso universitário apresenta-se assim como um bem cada vez mais precioso. Fonte: <http://edition.cnn.com>.

Há sensivelmente três anos, mais concretamente a 12 de Janeiro de 2010, o mundo abriu a boca de espanto e esboçava esgares de impotência perante uma catástrofe natural de proporções devastadoras e que mais uma vez punha a nu a pequenez do homem perante a vontade caprichosa da natureza. Às 16 horas e 53 minutos (hora local), um terramoto de magnitude sete, com epicentro na parte oriental da península de Tiburon, a cerca de 25 quilómetros de Port-au-Prince, atingiu o Haiti com uma força arrasadora.

Contabilizaram-se milhões de vítimas, sendo que o rasto de devastação deixado pela catástrofe ficou bem patente em milhares de edifícios, incluindo algumas das instalações mais significativas e simbólicas da capital daquele país, tais como o palácio presidencial, o edifício do parlamento, a catedral, vários hospitais e a principal prisão do país, que ficaram totalmente destruídos ou gravemente danificados.

Como é natural, também o sector educativo – em particular o de nível superior – esteve longe de

ficar imune a uma tragédia de tamanha magnitude. Vinte e oito das 32 principais universidades do país ficaram completamente destruídas e as quatro restantes sofreram danos severos. A maior parte dos professores e estudantes que sobreviveram abandonaram o país, e as carências básicas inerentes a um país assolado por uma catástrofe natural juntou-se um vazio difícil de preencher a nível de capital intelectual. No Haiti nada ficou como antes.

No entanto, embora tenhamos começado este texto por referir a pequenez e impotência do homem relativamente à força da natureza, a história relatada neste texto fala-nos da grandeza humana, de esperança e de pessoas que são fiéis à máxima contida nas palavras de Ricardo Reis, heterónimo do grande poeta da língua portuguesa Fernando Pessoa: "Sê todo em cada coisa. Põe quanto és no mínimo que fazes". Esta é a história de como a educação à distância, aliada à vontade do homem, pode ajudar a reerguer um país.

Segundo as palavras contidas no documento "A Unesco e a Educação", é do reconhecimento geral que a educação deve ser uma

das partes principais da resposta humanitária. Com frequência as próprias comunidades afectadas pelos conflitos e pelos desastres dão prioridade à educação relativamente a outras necessidades materiais mais imediatas. A educação restabelece a rotina e fornece às pessoas esperança em relação ao futuro. Pode também servir de canal, tanto para satisfazer necessidades humanitárias básicas, como para comunicar mensagens vitais que promovem a segurança e o bem-estar.

A reconstrução dos sistemas educativos é um elemento fundamental para restabelecer a paz e preparar o terreno para o desenvolvimento sustentável a longo prazo. Foi neste sentido que surgiu um projecto liderado pela University of the People, instituição de educação à distância a que já tivemos oportunidade de dedicar um artigo neste suplemento.

Com o apoio da Clinton Global Initiative, esta universidade comprometeu-se a aceitar 250 jovens estudantes haitianos nas suas fileiras, fornecendo-lhes acesso a educação e às competências necessárias para os ajudar a reconstruir o seu país. **PÁG. 22**

CADEIAS DE FORNECIMENTO

Futuro impõe eficiência rapidez e especificidade

Uma boa gestão da enorme volatilidade do mercado e da procura (como a que se vive actualmente) tornou-se a principal preocupação para os gestores que trabalham em cadeias de fornecimento um pouco por todo o mundo. Os ciclos macro-económicos de crescimento, contracção e recuperação tornaram-se erráticos,

fazendo com que seja cada vez mais difícil um planeamento fiável do fornecimento e da procura. Os problemas causados pelos desastres naturais recentes vieram acrescentar ainda mais volatilidade às cadeias de fornecimento. Nas relações entre empresas (business-to-business), a lealdade a longo prazo e a previsibili-

dade dos fluxos de encomendas parecem agora meras relíquias do passado. Ao mesmo tempo os clientes estão a tornar-se mais exigentes em termos dos prazos e da qualidade do serviço de entrega, bem como em termos dos custos da cadeia de fornecimento (pressionando para a redução destes custos). **PÁG. 23**



Os ciclos macro-económicos de crescimento, contracção e recuperação tornaram-se erráticos, fazendo com que seja cada vez mais difícil um planeamento fiável do fornecimento

UNIVERSIDADE DIGITAL

Educação à distância à prova de terramoto

A educação à distância e o Haiti Project ajudaram a levar esperança a um país que parecia tê-la perdido definitivamente. Fonte: www.uopeople.org.

RODRIGO CHAMBERLAIN

O arranque do projecto deu-se ainda em 2010, em Thomassin, Port-au-Prince, com a abertura do primeiro centro de computadores para estudantes (Student Computer Centre) e com uma sessão inaugural em que estiveram presentes os primeiros 16 alunos a integrar esta iniciativa. Através destes centros os estudantes podem tirar partido da electricidade – um bem algo escasso no país – e utilizar os computadores e a ligação à Internet para frequentar os cursos online de educação à distância disponibilizados pela instituição.

Cada um dos centros de computadores para estudantes está munido de pessoal de suporte para prestar apoio aos alunos e assegurar um funcionamento eficaz por parte da infra-estrutura. Nas palavras do administrador de um desses centros, está tudo a correr bem. “Os estudantes estão verdadeiramente entusiasmados, nunca faltam e chegam sempre a horas... Estou optimista em relação a este programa e acho que vai ajudar o Haiti. Precisamos verdadeiramente disto. Não podemos falar sobre a reconstrução do país sem uma boa educação”.

Em Fevereiro de 2011 abriram dois novos centros, um em Port-au-Prince e outro em Mirebalais, entreabrindo as portas do futuro a mais 17 alunos. Sublinhe-se que todos estes alunos haitianos passaram pelo mesmo processo de candidatura e pelos mesmos testes a que foram submetidos os seus pares – os cerca de 700 alunos espalhados por cerca de 100 países diferentes que estão inscritos na mesma universidade. Ao fazerem log in nos computadores, é com estes colegas, e não com aqueles que estão próximos de si fisicamente, que os estudantes vão aprender. Por causa deste ambiente global de

aprendizagem, todos os cursos são leccionados em inglês.

Devido à débil situação económica dos estudantes num destes centros haitianos, a University of the People instituiu, de forma complementar ao programa educativo, um programa alimentar, de modo a fornecer uma refeição grátis por dia a um conjunto de vinte estudantes. A explicação é simples: para se obter aproveitamento nos estudos é necessário primeiro satisfazer necessidades básicas a nível alimentar. Até à data, no conjunto das suas instalações haitianas, a instituição disponibilizava educação a um conjunto de 100 alunos, pretendendo expandir a iniciativa a mais 150, fazendo para isso apelo no seu sítio oficial aos donativos de qualquer particular que queira contribuir para a nobre causa.

Iniciativas como esta podem representar uma solução a longo prazo para o Haiti. Após a devastação provocada pelo terramoto não se deve pensar no apoio ao país apenas em termos da melhoria das condições de vida e das condições económicas dos indivíduos. Há que pensar também em medidas concretas para minorar os efeitos da fuga do país por parte de uma grande parte do capital intelectual haitiano. Muitos dos sobreviventes mais qualificados a nível educativo abandonaram o país em busca de melhores oportunidades no exterior e nunca chegaram a regressar. Alguns dos jovens mais talentosos foram integrados em universidades estrangeiras e um regresso ao Haiti tornou-se um cenário simplesmente fora de cogitação.

A educação à distância, e em particular a iniciativa da University of the People, ajudam a minorar esses efeitos, promovendo a retenção dos jovens num país que lhes dá condições para obterem forma-

ção de nível superior. São estes jovens que ao permanecerem na nação se tornarão os futuros líderes da mesma e serão essenciais para uma efectiva reconstrução. Na primeira pessoa, aqui ficam alguns depoimentos dos maiores beneficiados por um projecto deste tipo: os estudantes haitianos que, através da educação à distância, podem agora fazer algo pelas suas vidas e pelo futuro do seu país.

Segundo a jovem Elysée, “depois de ter concluído o ensino secundário não pude ir para a universidade porque era demasiado caro. Falava todos os dias com os meus amigos sobre o que faríamos se tivéssemos dinheiro. Esperávamos que 2010 fosse melhor, mas depois veio o terramoto e destruiu tudo, incluindo casas, negócios e muitas

vidas. A partir desse dia tenho estado a viver na rua, sob uma tenda, e nunca mais ninguém se preocupou com a minha educação. A University of the People consegue ser melhor do que comida e uma tenda, e a educação é mais valiosa do que um visto de emigração permanente [green card]”.

Para Gardy, outro beneficiado pela iniciativa “se não conhecesse esta universidade, seguramente ainda estaria como a maioria dos meus compatriotas: desempregado e forçado a lutar diariamente para sobreviver, com um futuro incerto. Agora sei que tenho muitas hipóteses de me tornar naquilo que desejo: um homem com uma boa educação e capaz de atingir os meus objectivos”. Por fim ficam as palavras de reconhecimento de Sa-

drac Saint Victor, que agradece “a todas as pessoas que contribuem para auxiliar o povo haitiano, especialmente durante este período em que as pessoas enfrentam o momento mais duro da sua existência. Ajudar as pessoas a continuarem os seus estudos concedendo-lhes bolsas, materiais educativos e comida, não é coisa pouca. Estou muito grato pela educação e pela comida que fornecem. Deixem-me recordar-vos que fizemos algo de verdadeiramente notável pelos estudantes...”.

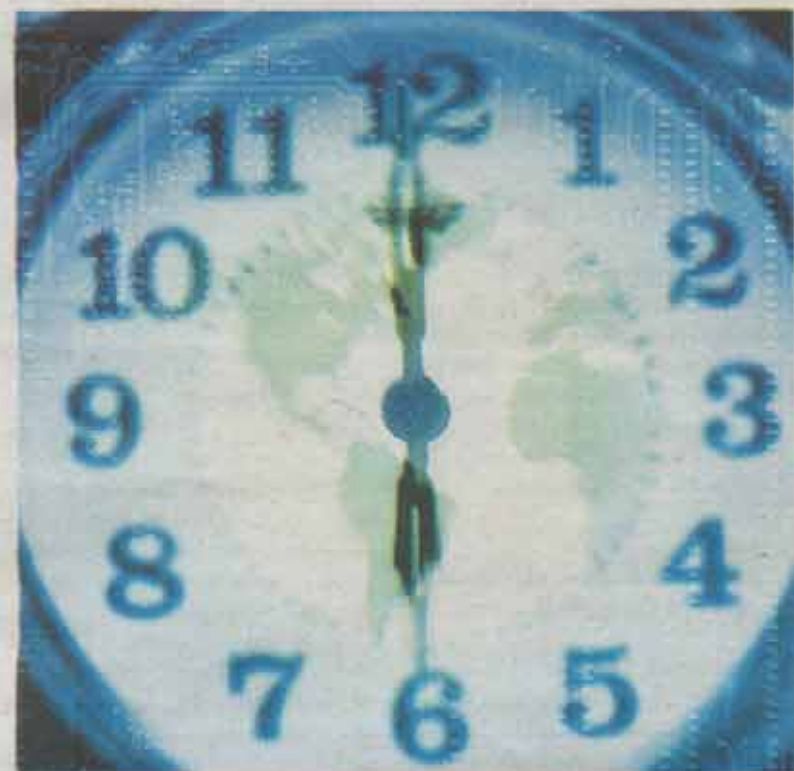
Estas palavras de reconhecimento ganham ainda mais sentido se tivermos em conta que os haitianos têm razões para pensar na educação de forma diferente do resto do mundo. Num país em que apenas 50 por cento da população vai ao encontro da definição de literacia (capacidade para ler e escrever numa idade específica) do CIA World Factbook (<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ha.html>), um diploma universitário é um bem inestimável, que se tornou ainda mais precioso se considerarmos que grande parte das instituições de ensino superior foram devastadas pelo terramoto. Segundo o israelita Shai Reshef, fundador da University of the People, “quem tiver um diploma universitário irá encontrar emprego no Haiti... é algo muito valioso. Qualquer um dos nossos estudantes irá encontrar trabalho porque não há muitos licenciados no Haiti”.

Em jeito de conclusão poder-se-á dizer que esta é uma história que fala de haitianos, mas que se pode aplicar ao mundo inteiro, sem excepção. Nela encontramos um caso inspirador que fala de grandeza humana perante a adversidade, de persistência e da educação à distância como factor que alimenta sonhos e constrói amanhã. Esta é uma história de homens e mulheres de fibra que, fazendo uso livre das palavras do heterónimo de Fernando Pessoa, “põem tudo quanto são no mínimo que fazem” em prol de um futuro melhor.

Em situações extremas de destruição, a esperança no futuro através da educação é um activo inestimável. Fonte: www.uopeople.org.

CADEIAS DE FORNECIMENTO

O futuro impõe eficiência rapidez e especificidade



Os clientes estão a tornar-se mais exigentes em termos de prazos e da qualidade do serviço de entrega, bem como dos custos da cadeia de fornecimento.

A utilização crescente dos canais online está a provocar uma redução nos tempos de resposta e a forçar os gestores das cadeias de fornecimento a encontrarem novas respostas para micro-entregas globais de múltiplas encomendas feitas por pequenos clientes, em vez das grandes encomendas do passado. A maximização da flexibilidade das cadeias de fornecimento e a capacidade para a gestão de múltiplas configurações de fornecimento tornaram-se os novos imperativos para os gestores actuais desta área de actividade.

Adicionalmente, a identificação por rádio-frequência (RFID) e outras tecnologias digitais estão a desenharmo-nos novas fronteiras no que se refere à transparência das cadeias de fornecimento e à automação de processos. Estas tecnologias permitem a interacção entre múltiplos parceiros nas cadeias de fornecimento, contribuindo para actividades conjuntas de concepção, produção, entrega e resposta a encomendas complexas dos clientes. Mas apesar deste tipo de inovação permitir aumentar a eficiência, os gestores das cadeias de fornecimento continuam a enfrentar em todo o mundo alguns desafios difíceis.

As empresas líderes deste sector de actividade têm conseguido suplantá-las a concorrência com uma atitude de olhar para o futuro. Têm cadeias de fornecimento eficientes, rápidas e orientadas para as necessidades dos clientes (a tal especificidade que referimos no título). Este modelo permite que as empresas sirvam os seus clientes de forma fiável em condições de mercado turbulentas e que respondam de forma diferenciada às necessidades de diferentes conjuntos de clientes. Fique a saber como é que conseguem isso no longo deste

texto e de um outro que se lhe seguirá como continuação na próxima semana.

Seis conclusões chave

Num estudo de mercado realizado pela consultora internacional PwC (PricewaterhouseCoopers), os autores do estudo chegaram a seis conclusões chave relativamente às empresas que conseguem bater a concorrência e liderar o seu sector de actividade em termos de desempenho e sucesso comercial. É dessas conclusões que vamos falar a seguir neste texto. No texto da próxima semana falaremos de alguns sectores de actividade e das principais boas práticas seguidas em cada um desses sectores para se conseguirem obter os melhores resultados.

Conclusão 1. As empresas que consideram a cadeia de fornecimento como um activo estratégico conseguem desempenhos 70 por cento superiores. As empresas que conseguem bater a concorrência em termos de desempenho da cadeia de fornecimento também conseguem resultados financeiros muito melhores. Para isso contribui o facto de conseguirem realizar as entregas aos seus clientes dentro dos prazos acordados e de forma completa (toda a encomenda) em 95,7 por cento dos casos. Têm ainda rotações de inventário impressionantes, superiores às empresas que não são líderes relativamente à cadeia de fornecimento.

O que acabámos de referir traduz-se na prática numa maior eficiência, numa maior satisfação por parte dos clientes e em melhores resultados financeiros. Mesmo assim, surpreendentemente, só 45 por cento dos respondentes do estudo da PwC afirmaram que a sua

empresa vê a cadeia de fornecimento como um activo estratégico e só nove por cento afirmaram que a cadeia de fornecimento ajuda a sua empresa a ser melhor do que a concorrência. Esta quase ignorância relativamente à importância da cadeia de fornecimento tem que mudar, uma vez que uma maior eficiência tem um impacto claro e mensurável nos resultados das empresas. Os gestores de cadeias de fornecimento têm assim que passar a ser considerados como um elemento chave para o sucesso (ou fracasso) das suas empresas.

Conclusão 2. As empresas líderes colocam o enfoque na optimização das entregas, dos custos e da flexibilidade para responderem às exigências (cada vez maiores) dos seus clientes. Os executivos das cadeias de fornecimento têm que lidar com um leque alargado de desafios. No topo da lista desses desafios estão a gestão dos lucros e dos custos, seguindo-se questões como a flexibilidade e a necessidade de responder aos requisitos dos clientes.

No entanto, esses desafios são apenas a ponta do iceberg, dado o grande número de tendências importantes que afectam o sucesso das cadeias de fornecimento. Os líderes dos vários sectores de actividade têm conseguido lidar com esses desafios, colocando o enfoque em três aspectos fundamentais: aperfeiçoamento constante da entrega das encomendas, redução dos custos, e flexibilização da cadeia de fornecimento. Para isso investem em novas ferramentas e tecnologias, constroem redes de cadeias de fornecimento alargadas para maximizarem a flexibilidade e a capacidade de resposta, e simplificam os seus processos sempre que possível. Desta forma conseguem responder melhor aos clientes.

Conclusão 3. As empresas líderes adaptam as suas cadeias de fornecimento às necessidades dos diferentes segmentos de clientes, reconhecendo que cada cliente tem as suas especificidades. Criaram assim várias configurações de cadeia de fornecimento para diferentes segmentos de clientes, utilizando redes de fornecimento e processos distintos para oferecerem vários níveis de serviço a preços diferentes.

As empresas líderes também estão mais concentradas na forma como abordam o mercado. Curiosamente, 35 por cento das empresas líderes utilizam apenas um canal para responderem ao mercado, enquanto 80 por cento das empresas não líderes utilizam mais de um canal. Claramente, o enfoque no canal para responder ao mercado e a configuração da cadeia de fornecimento para responder às necessidades específicas de cada cliente, têm provado ser uma fórmula vencedora.

Conclusão 4. As empresas líderes

procedem ao outsourcing da produção e da entrega, mas mantêm o controlo das funções estratégicas de base. Estas empresas procedem normalmente ao outsourcing de cerca de 60 por cento das suas actividades de armazém e de logística e de quase 50 por cento das suas actividades de produção e de montagem. No entanto, mantêm sob a sua alçada as funções estratégicas de base, como as vendas e o planeamento das operações, as aquisições estratégicas, ou as actividades de investigação e desenvolvimento.

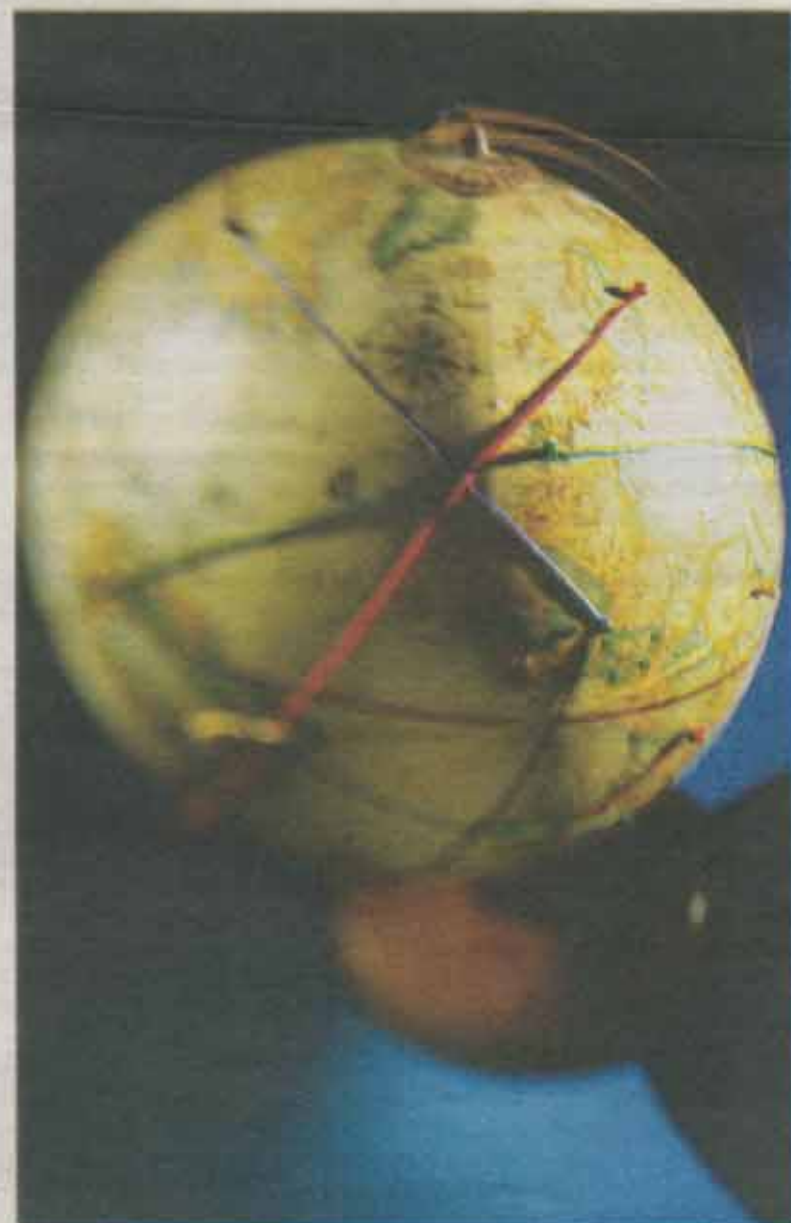
Conclusão 5. As empresas líderes, tanto nos mercados mais maduros, como nos mercados emergentes, investem mais na diferenciação das capacidades da cadeia de fornecimento. A maior parte das empresas já implementaram as capacidades básicas necessárias para realizarem as suas entregas de forma eficiente e a custos aceitáveis. Contudo, as empresas líderes procuram ir muito para além do básico. Também introduziram processos de diferenciação, como o planeamento integrado da procura/fornecimento conjuntamente com fornecedores e clientes chave.

Conclusão 6. Está a aumentar o interesse pelas tecnologias da próxima geração e pelas cadeias de fornecimento sustentáveis. O conjunto de tecnologias inovadoras

para as cadeias de fornecimento incluem os chips RFID (identificação por rádio-frequência) e outras capacidades digitais, bem como novas ferramentas estatísticas e de visibilidade para facilitar a decisão, ou ainda tecnologias destinadas a facilitar a automação e a eficiência.

Muitas empresas ainda não estão a tirar partido de todas estas possibilidades, mas esta realidade parece estar a mudar. Mais de metade dos respondentes no estudo da PwC afirmaram que já estão a implementar ou que têm planos para implementar novas ferramentas para melhorar a visibilidade e fornecer mais automação de processos. De igual modo, mais de dois terços dos respondentes afirmaram que a sustentabilidade irá desempenhar um papel mais importante nas cadeias de fornecimento futuras. Actualmente as aspirações em termos de sustentabilidade, como a redução das emissões de dióxido de carbono, ainda tendem a ser maiores do que as acções concretas nesse sentido, a não ser que exista alguma vantagem clara em termos de redução de custos, ou alguma imposição regulamentar.

Baseado num relatório da consultora internacional PwC (PricewaterhouseCoopers) intitulado "Next-generation supply chains: efficient, fast and tailored".



A maximização da flexibilidade das cadeias de fornecimento e a capacidade para a gestão de múltiplas configurações de fornecimento tornaram-se os novos imperativos

SOLUÇÃO

Gestão efectiva dos problemas municipais



O sistema Trimble Municipal Reporter é um substituto electrónico do tradicional sistema em papel.

ALEXANDRE SANTOS

Os municípios são responsáveis perante os seus cidadãos pelo fornecimento de infra-estruturas e serviços confiáveis e em bom estado. As autoridades municipais têm a tarefa de identificar, gerir, resolver e documentar problemas que surjam, como buracos nas ruas, postes danificados, grafitis, infestações provocada por pragas, ou ainda problemas relativos ao depósito ilegal de lixo.

O sistema Trimble Municipal

Reporter é um substituto (electrónico e fácil de implementar) do tradicional sistema em papel, assente em formulários e listas de verificação, que ainda está em utilização em muitos municípios. Como uma solução alojada na cloud (computação em nuvem) e sem fios, o sistema Trimble Municipal Reporter não requer infra-estrutura de TI (tecnologias de informação) por parte dos municípios, é escalável, e permite gerir facilmente a força de trabalho de campo de pequenos e médios mu-

nicipios. Além disso representa uma forma (de baixo custo e de baixo risco) de registar informações importantes, ajudando assim a resolver os problemas mais rapidamente.

Registo e acompanhamento de questões no campo e no escritório

O software Municipal Reporter pode correr nos equipamentos de GPS Juno, Nomad G, ou na série GeoExplorer 6000 da Trimble, excluindo assim o uso do papel e da caneta. A interface intuitiva e o fluxo de trabalho simples desta solução fazem com que seja fácil de utilizar. Os utilizadores precisam apenas de um treino mínimo.

Em campo, os utilizadores inserem os dados através de um "formulário inteligente", garantindo que a informação recolhida é completa e consistente. Uma vez que dispõem de sistema GNSS e de uma câmara integrada, os equipamentos Trimble permitem associar uma localização geográfica precisa aos relatórios, bem como às fotografias.

As fotografias tiradas no local podem ajudar a confirmar aquilo que o trabalhador viu e servir de prova em caso de contestação judicial. O software também suporta impressoras móveis, permitindo assim a emissão de relatórios ou até de multas para entrega imediata aos cidadãos.

Com o sistema Municipal Reporter, após a conclusão do preenchimento dos formulários não se-

rá preciso dirigir-se ao escritório, dado que as comunicações sem fio do GPS permitem a transferência imediata dos relatórios e dos formulários para os serviços Web da solução Municipal Reporter residente no escritório. Desta forma, através do serviço Web os supervisores têm uma visão imediata de todos os relatórios emitidos, permitindo fazer uma revisão das situações reportadas e decidir qual a melhor acção a tomar, atribuir tarefas aos trabalhadores para que resolvam as questões que surgem, ou ainda acompanhar o estado das tarefas até à sua conclusão ou resolução.

Aumento de produtividade e segurança dos trabalhadores

O sistema Trimble Municipal Reporter disponibiliza uma visão em tempo real da localização dos trabalhadores, permitindo assim que o funcionário mais próximo e que detenha as ferramentas e aptidões adequadas seja encaminhado para resolver o problema identificado. A actualização em tempo real da localização dos trabalhadores e dos problemas podem ser visualizadas no serviço Web do Municipal Reporter, ou num sistema de informação geográfica através de exportação automática

informação, permitindo que os responsáveis municipais possam gerar relatórios e estatísticas sobre o número e o tipo de situações reportadas, sobre o tempo de resposta e sobre a continuidade do fornecimento de serviços essenciais.

Registo das situações para análise e tomada de decisão

A informação sobre as situações detectadas pode ser exportada para análise sob a forma de folhas de cálculo, ou exportada automaticamente para a base de dados do sistema de informação geográfica sob a forma de shapefile, permitindo visualizar em tempo real outros dados e mapas existentes.

Ao longo do tempo, o sistema Municipal Reporter apoia a tomada de decisão dos responsáveis municipais, fornecendo-lhes registos de eventos. Estes registos podem então ser analisados para a identificação de tendências em função do tipo de evento, ou em função da sua concentração em determinadas áreas. A monitorização destas tendências ajuda a identificar oportunidades para melhorar o tempo de resposta e a eficiência da resposta que é dada.

O sistema Trimble Municipal Reporter é uma solução simples e



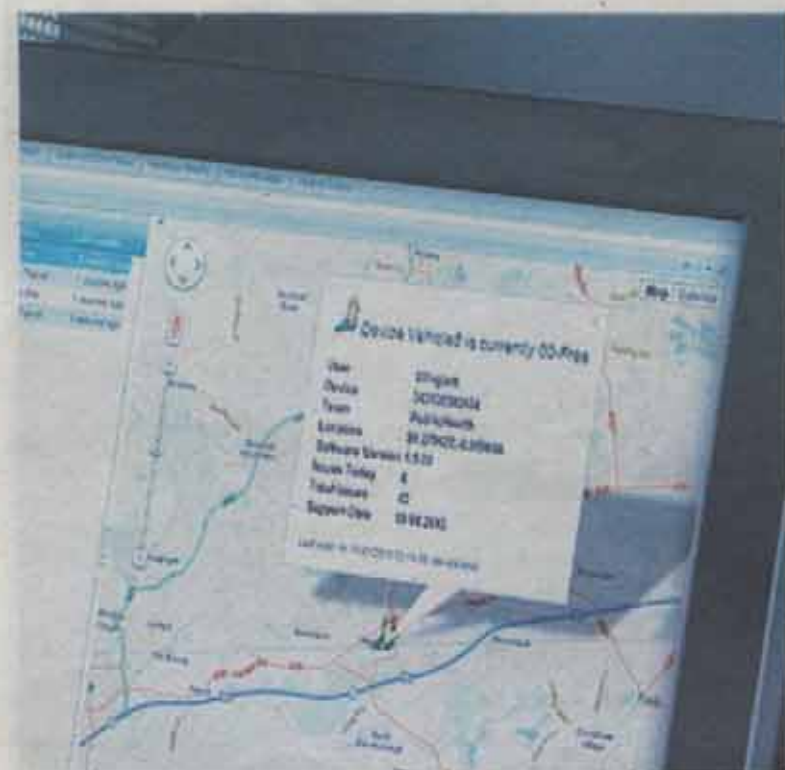
O sistema Trimble Municipal Reporter é uma solução simples e eficiente para a gestão de problemas municipais.

da informação.

O software tem também associado um sistema de navegação, designado por CoPilot Live Professional, que permite chegar facilmente ao local da tarefa ou do problema identificado. Todas as funcionalidades e ferramentas apresentadas, conduzem a uma resolução eficiente dos problemas e a uma maior satisfação dos municípios.

O sistema Trimble Municipal Reporter fornece um mecanismo de registo preciso e consistente da

eficiente para a gestão de problemas municipais. Fornece componentes para o registo preciso da informação e para permitir o acompanhamento dos problemas, tanto no escritório, como no campo. Na prática, as funcionalidades disponibilizadas pelo Municipal Reporter traduzem-se no aumento da produtividade e na melhoria da segurança dos trabalhadores, ao mesmo tempo que permitem uma recolha completa das situações detectadas para posterior análise e tomada de decisão.



A actualização em tempo real da localização dos trabalhadores e dos problemas podem ser visualizadas no serviço Web do Municipal Reporter, ou num sistema de informação geográfica através de exportação automática da informação.

GERAÇÃO TRIMBLE GIS

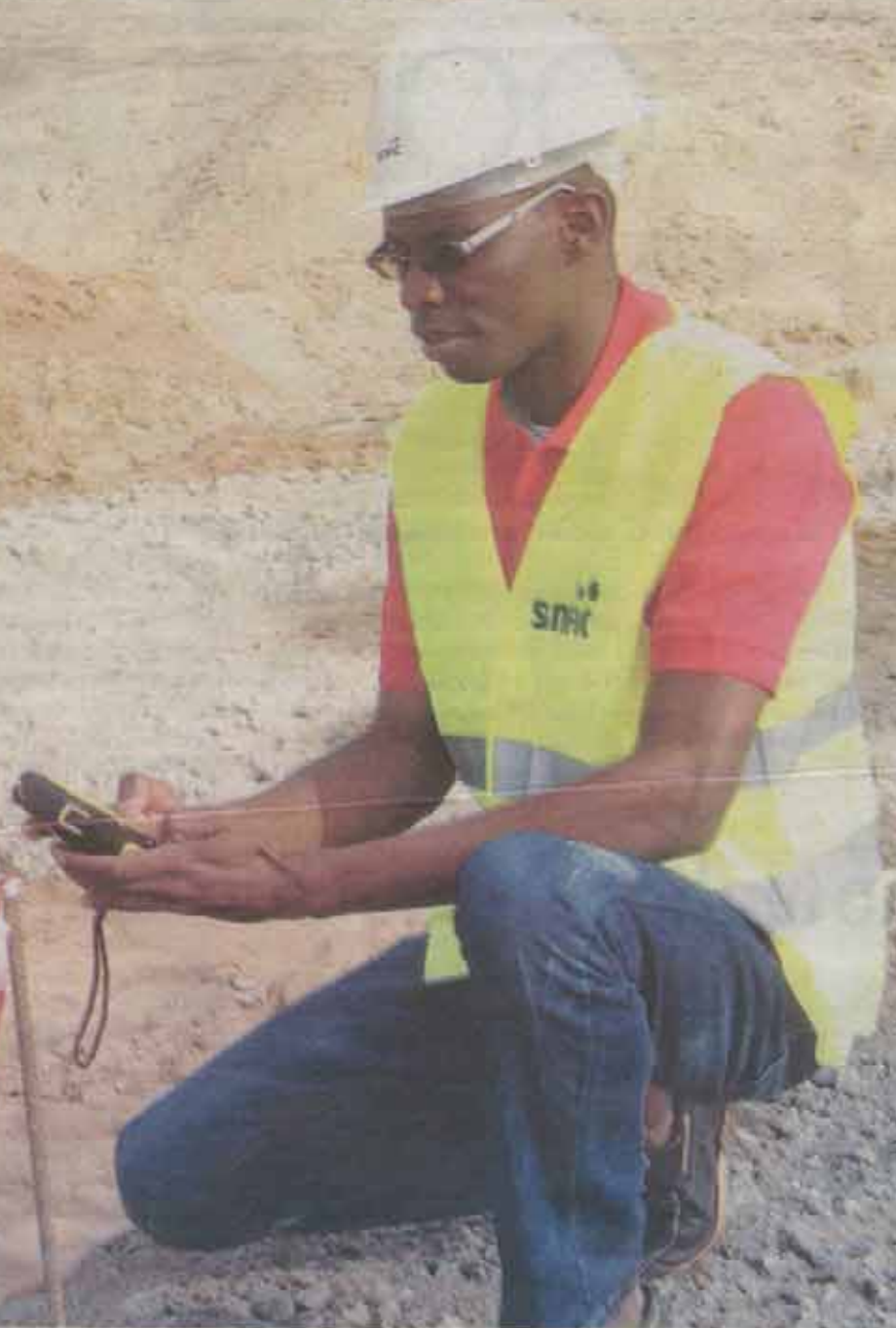
Juno

- Resistência classificada como IP54
- Diversos recursos, integrados e acessíveis
- Dados de Celular 3.75 G e voz (opcional)
- Receptor GPS de alta Sensibilidade
- Câmera 5 MP com flash e foco automático
- Bateria de longa duração
- Leve e compacto



GeoExplorer XH 6000

- Receptor GNSS em tempo real com 220 canais Tecnologia H-Star
- Tecnologia Floodlight de redução de sombra de satélite
- Ecrã de 4,2" legível sob luz solar
- Opção de modem 3.5G
- Câmera 5 MP com foco automático
- Bateria removível de alta capacidade



Soluções GPS TRIMBLE à sua medida



Juno
1-3 m
3D (3.75G) / 3B



Geo XT
< 50cm
3000 / 6000
Floodlight Opcional e 3.5G



Geo XH 6000

< 10cm
Floodlight Opcional e 3.5G



ProXRT
< 10cm



Trimble

Representante Oficial
Trimble GIS Angola:

SINIC

Relações de compromisso.

Sistemas de Informação Geográfica e Cartografia

Site: www.sinic.com/ang
Email: sigcomercial@sinic.com
Terminal: +244 922 392 717

Rua Kwame Nkrumah,
nº10, 4º piso
Maionga - Luanda
Angola

CORREIO ELECTRÓNICO

A guerra entre a Microsoft e a Google

HOME

GET THE FACTS

EXAMPLES

OUR POSITION

THE LATEST

See How You Get SCROOGLED by Google Shopping

SCROOGLED!



THINK GOOGLE RESPECTS YOUR PRIVACY? THINK AGAIN.

Google goes through every Gmail that's sent or received, looking for keywords so they can target Gmail users with paid ads. And there's no opt out of this invasion of your privacy. Outlook.com is different—we don't go through your email to sell ads.

Watch the video to see how you get Scroogled »

A Microsoft "matou" o seu Hotmail e está a dar "machadadas" no concorrente Gmail da Google.

LEONEL MIRANDA

A outra interpretação é feita apenas por quem está minimamente familiarizado com a língua inglesa, pelo que a tradução livre daria um palavrão ou linguagem

menos própria para uma notícia jornalística. No fundo, o que a Microsoft pretende dizer com este site é que a Google não respeita a privacidade dos utilizadores do seu serviço de correio electrónico Gmail, uma vez que são analisa-

das todas as mensagens de correio enviadas e recebidas, procurando palavras chave para que o serviço possa enviar publicidade orientada em função de cada utilizador com base nessas palavras chave. A Microsoft reforça ainda mais o

seu ponto de vista com a afirmação de que os utilizadores do Gmail não podem optar entre aceitar ou rejeitar esta "invasão da sua privacidade". Depois desta mensagem, a Microsoft dá a sua "machadada" de marketing, con-

cluindo que o seu serviço outlook.com é diferente e que não analisa as mensagens de correio electrónico para vender publicidade. Podemos questionar-nos acerca de algumas frases apresentadas no site. Por exemplo, é dito que os mails dos utilizadores não devem ser o negócio de ninguém, mas que a Google faz deles um negócio. Será que a Microsoft é assim tão financeiramente desinteressada e benemérita ao ponto de oferecer um serviço de correio electrónico gratuito ao mundo sem estar a pensar em nada em troca?

Pode não seguir a mesma estratégia da Google, mas tem certamente objectivos financeiros com o seu serviço.

Como seria de esperar, perante a agressividade desta campanha da Microsoft surgiram muitas reacções na Internet, com grande parte delas a desaprovar este confronto, que se pode resumir na expressão "publicidade negativa" e que acaba por despertar algum sentimento favorável à marca "vitimizada". Faz lembrar um pouco a campanha da Samsung anti-Apple. Ficamos à espera dos novos capítulos!

"Não tenho vergonha do Hotmail"

Uma tal de Michael publicou um texto no site www.guardian.co.uk com o título "Hotmail: why I've lived with the shame for 15 years". Se traduzirmos o título dá qualquer coisa como "Hotmail: porque razão vivi com vergonha durante 15 anos". O autor do texto continua com afirmações saudosistas, dizendo que um utilizador leal do agora odiado serviço de correio electrónico ficará triste com o seu desaparecimento. Também se assume como utilizador do Hotmail, mas ao contrário dele, eu nunca tive vergonha de utilizar o Hotmail e vou manter o endereço hotmail.com, em vez do outlook.com.

Afinal de contas, "ostentar" um endereço de correio Hotmail é como conduzir um carro antigo, certo? É verdade que desperta sorrisos nas outras pessoas, uns trocistas, outros de inveja, mas não deixa de ser uma relíquia do passado. E digam lá que não dá um certo gozo

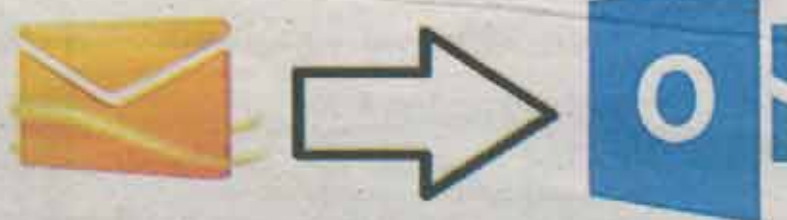
andar contra a corrente e resistir à modernidade de vez em quando?

Ele (autor do texto) diz que criou a sua conta de MSN Hotmail em 1998, eu criei-a em 2001 num cibercafé de Luanda. Ainda sei onde era, apesar de já não existir. Ele diz que na altura não previa que o correio electrónico se viesse a tornar o nosso principal meio de comunicação, eu criei a conta exactamente porque queria comunicar com pessoas residentes noutros países e o telefone ficava caro. O cibercafé sempre era muito mais barato, apesar do vizinho do lado poder ver aquilo que eu escrevia ou as mensagens que estava a ler. Era um cibercafé rudimentar, sem separações visuais entre os vários computadores. Além disso, era comum "amontoarem-se" alguns amigos à volta de alguém que estava num dos computadores. Era uma espécie de correio electrónico em grupo!

Sinceramente, não sei porque es-

colhi o Hotmail e não outro. Talvez porque, tal como o autor do texto publicado no [guardian.co.uk](http://www.guardian.co.uk), não tenha pensado muito (nem pouco) no assunto. Ele diz que o endereço dele tem o seu nome, o meu nem por isso. Mas também não é daqueles endereços em que os utilizadores rapidamente se arrependem de os ter escolhido. Tem a "raiz" do meu nome, mais o ano em que a conta foi aberta, porque pelos vistos já havia mais endereços iguais às minhas primeiras opções. Mas convivo com ele à vontade, sem dar direito a alcunhas ou piadas por parte dos amigos (acho eu!).

Por outro lado, concordo perfeitamente com o Michael quando exhibe algum orgulho de ter feito uma escolha relativamente acertada, sublinhando que pelo menos a Microsoft continua a ser um dos maiores fornecedores de correio electrónico, ao contrário daqueles que optaram pela AOL, Yahoo e



Acho que vou manter o charme retro das contas hotmail.com e utilizar a modernidade do novo outlook.com.

outras que tais. Com o tempo, o Hotmail também acabou por passar de moda, ganhando mesmo algum estigma social em certas partes do globo. Ter um endereço Hotmail passou a ser sinónimo de desactualizado em tecnologias de informação. Mais ou menos como utilizar um Nokia nesta era dos Samsung e dos Apple. Muitos de nós pensaram em mudar, mas para quê? Já estávamos com tudo a funcionar direitinho — mail e Messenger. Os amigos já sabiam o nosso endereço de correio de cor. E talvez tenha havido alguma preguiça para trilhar o percurso saltitão de tantos utilizadores

que mudavam de mail como quem muda de camisa. Agora é o próprio fornecedor do serviço (a Microsoft) que nos obriga a mudar. Ou melhor, a nossa conta pode continuar a ser hotmail.com, mas o serviço de correio vai ter o novo aspecto do outlook.com. Acho que vou manter o charme retro das contas hotmail.com e utilizar a modernidade do novo outlook.com. Será como conduzir um carro antigo por fora, mas com um novo motor lá dentro. A quem sorrir perante o aspecto do carro, responde-se com uma aceleração bem fumarenta de quem age por convicção.

Dinheiro móvel em grande expansão

Um estudo recente da Berg Insight refere que o número de utilizadores activos de dinheiro móvel (serviços financeiros no telefone móvel) deverá ser de 381 milhões em 2017. Se considerarmos que a mesma consultora internacional diz que em 2011 existiam 61 milhões de utilizadores, já estamos e continuaremos a assistir a um crescimento exponencial deste mercado, com um crescimento anual composto entre 2011 e 2017 de 36 por cento. O

estudo refere ainda que alguns dos serviços de dinheiro móvel com maior sucesso estão a ser utilizados no continente africano. Contudo, espera-se que a região da Ásia-Pacífico se torne o mercado regional mais importante do globo, representando quase dois terços da base de utilizadores activos em 2017.

O valor total das transacções de dinheiro móvel deverá passar dos 44 mil milhões de dólares americanos registados em 2011 para 395

mil milhões de dólares em 2017, registando um crescimento anual composto neste período temporal de 44 por cento. De facto, o dinheiro móvel tem um papel central no alargamento do alcance dos serviços financeiros tradicionais, de modo a abranger a população que tem conta bancária ou que não é servida por produtos financeiros. O telefone móvel também será o principal canal de self-service bancário para uma parte substancial das pessoas

que já estão habituadas a lidar com bancos. Na opinião de Lars Kurkinen, analista na Berg Insight, o mercado do dinheiro móvel está actualmente numa fase muito interessante. No Kenya já representa uma forma bastante comum de transacções financeiras, mas também estamos a assistir a crescimentos exponenciais em países como a Tanzânia, o Uganda e vários outros. Por outro lado, foram lançados vários serviços de dinheiro móvel orientados para a população que não tem conta bancária em alguns dos países mais populosos do mundo, co-

mo o Bangladesh, Paquistão, Índia, Nigéria, México, ou Argentina.

Em alguns países, os serviços de dinheiro móvel já atingiram inclusivamente níveis de maturidade elevados, ao ponto de estarem a emergir oportunidades de negócio significativas para empresas de outros sectores de actividade adjacentes, nomeadamente seguradoras. Lars Kurkinen sublinha que o dinheiro móvel está a alterar o mercado para produtos como os micro-seguros e irá estar na linha da frente dos pagamentos electrónicos em muitas das economias emergentes.

SMARTPHONES

Android e iOS reforçam domínio do mercado

Sistema Operativo	Unidades Vendidas 4T12	Quota Mercado 4T12	Unidades Vendidas 4T11	Quota Mercado 4T11	Crescimento 4T11-4T12	Sistema Operativo	Unidades Vendidas 2012	Quota Mercado 2012	Unidades Vendidas 2011	Quota Mercado 2011	Crescimento 2011-2012
Android	159.8	70.1%	85.0	52.9%	88.0%	Android	497.1	68.8%	243.5	49.2%	104.1%
iOS	47.8	21.0%	37.0	23.0%	29.2%	iOS	135.9	18.8%	93.1	18.8%	46.0%
BlackBerry	7.4	3.2%	13.0	8.1%	-43.1%	BlackBerry	32.5	4.5%	51.1	10.3%	-36.4%
Win Phone/Mobile	6.0	2.6%	2.4	1.5%	150.0%	Symbian	23.9	3.3%	81.5	16.5%	-70.7%
Linux	3.8	1.7%	3.9	2.4%	-2.6%	Win Phone/Mobile	17.9	2.5%	9.0	1.8%	98.9%
Outros	3.0	1.3%	19.5	12.1%	-84.6%	Outros	15.1	2.1%	16.3	3.3%	-7.4%
Total	227.8	100.0%	160.8	100.0%	41.7%	Total	722.4	100.0%	494.5	100.0%	46.1%

Cinco principais sistemas operativos para smartphones. Vendas (em milhões de unidades) e quota de mercado no quarto trimestre de 2012. Fonte: IDC, Fevereiro, 2013

Cinco principais sistemas operativos para smartphones. Vendas (em milhões de unidades) e quota de mercado em 2012. Fonte: IDC, Fevereiro, 2013

Os sistemas operativos Android da Google e iOS da Apple ocupam respectivamente o primeiro e o segundo lugar no mercado dos smartphones. Em conjunto controlam hegemonicamente o mercado, equipando 91,1 por cento de todos os smartphones que foram vendidos durante o quarto trimestre de 2012. Estes dados foram divulgados pela International Data Corporation (IDC), acrescentando ainda que os vários fornecedores de smartphones Android e a Apple venderam 207,6 milhões de unidades em todo o mundo durante o último trimestre do ano passado. Este volume de vendas representa um crescimento de 70,2 por cento relativamente a igual período do ano anterior (quarto trimestre de 2011). Se considerarmos todo o

ano de 2012 (e não apenas o quarto trimestre), o Android e o iOS em conjunto estavam presentes em 87,6 por cento dos 722,4 milhões de smartphones vendidos em todo o mundo. Também aqui assistimos a um crescimento de 68,1 por cento face ao ano anterior. Em termos de quota de mercado mundial, o Android e o iOS detêm mais de 50 por cento do mercado total de sistemas operativos para smartphones. A BlackBerry e a Microsoft estão apenas a iniciar o seu percurso de concorrentes. A Microsoft lançou o Windows Phone 8 no quarto trimestre de 2012 e a BlackBerry disponibilizou o BB10 em Janeiro passado. Estas duas empresas poderão vir a combater um pouco a hegemonia esmagadora do Android e do iOS

nos últimos tempos. O Android continuou a sua trajectória ascendente, conseguindo um crescimento de três dígitos (104,1 por cento) em todo o ano de 2012. O maior contributo para esse sucesso foi dado pela Samsung, que vendeu 42 por cento de todos os

smartphones Android vendidos durante 2012. O iOS também registou um crescimento impressionante de 46 por cento.

Já no caso da BlackBerry, a decisão de adiar o lançamento do BB10 para o início de 2013 deixou esta plataforma vulnerável à con-

corrência durante 2012, com os utilizadores a terem que se contentar com os velhos smartphones equipados com o BB7. O resultado foi uma queda de 36,4 por cento face ao ano anterior. O Windows Phone/Windows Mobile conseguiram um grande crescimento em 2012, apesar de ocuparem o quinto lugar da tabela. A Nokia sozinha representou 76 por cento de todas as vendas de smartphones Windows Phone/Windows Mobile.

Uma nota final para o Linux, que manteve uma situação estacionária em 2012, mas que este ano poderá ver melhorar o seu mercado, devido a anúncios de novos smartphones Linux já efectuados por empresas como a SailFish, Tizen, ou Ubuntu.

iOS 6



O impacto dos equipamentos móveis na impressão

O grande crescimento da adopção de smartphones e tablets irá ter um grande impacto nos hábitos e volumes de impressão, na digitalização, e na gestão de documentos durante os próximos cinco anos. Um inquérito realizado pela International Data Corporation (IDC) conclui que os utilizadores de smartphones e tablets têm surpreendentemente maiores probabilidades de efectuar impressões do que quem não utiliza esses equipamentos móveis. A surpresa aumenta ainda mais quando o mesmo inquérito apurou que os utilizadores de smartphones e tablets tendem a ser pessoas jovens, sobretudo do sexo masculino, com salários elevados e que viajam com bastante frequência.

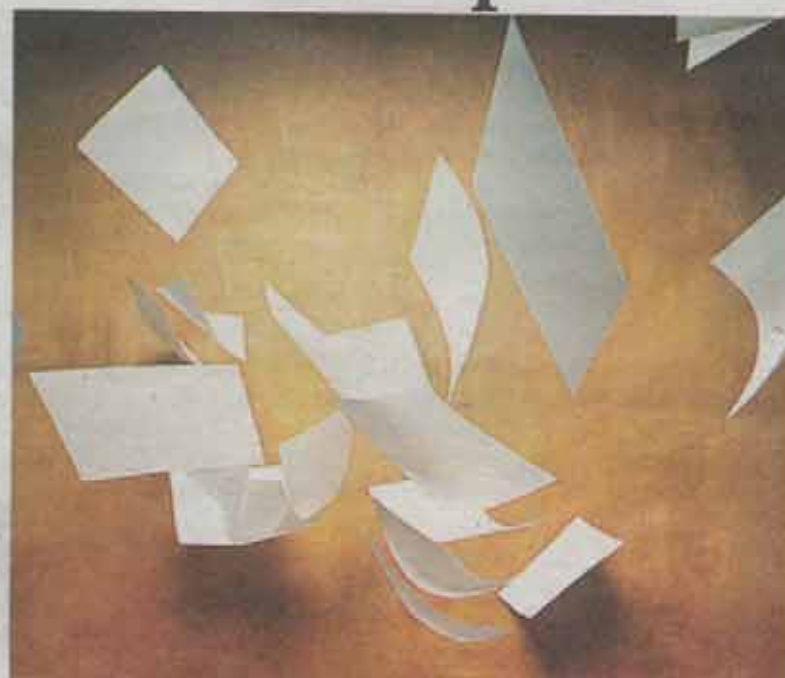
A percentagem de utilizadores que efectuem impressões a partir dos seus smartphones e tablets irá aumentar significativamente se os utilizadores tiverem essa possibilidade. Consequentemente, as empresas precisam de permitir essa forma de impressão e educar os utilizadores nesse sentido. A percentagem de utilizadores que efectuaram impressões a partir dos seus equipamentos móveis aumentou consideravelmente em

2012. Por sua vez, a percentagem daqueles que não efectuam impressões a partir dos equipamentos móveis ou não o querem fazer deverá diminuir de cerca de 50 por cento em 2012 para apenas 25 por cento em 2015. Recorde-se, no entanto, que uma grande percentagem de utilizadores de smartphones e tablets não sabem como imprimir a partir desses equipamentos móveis, e que muitos dos inquiridos afirmaram que as suas empresas ainda não permitem a impressão móvel.

Apesar dos smartphones e tablets serem utilizados sobretudo para a visualização de algo no ecrã, as atitudes dos utilizadores têm indicado que a impressão a partir desses equipamentos irá tornar-se mais comum nos próximos anos. Além dos hábitos de impressão começarem a sair do escritório para ir para a estrada com os utilizadores, os volumes de impressão também verão a sua situação alterar-se. Nos estados Unidos da América espera-se que impressão móvel venha a registar um crescimento anual composto (em volume de páginas) de 12 por cento entre 2012 e 2016, enquanto o volume de páginas impressas não

móveis deverá registar uma redução de cinco por cento. As vendas de impressoras multi-função a laser e de impressoras a jacto de tinta deverão sair beneficiadas com este aumento de protagonismo da impressão móvel. Apresentamos a seguir outras conclusões do inquérito da IDC.

- Existe uma maior percentagem de utilizadores de tablets do que de utilizadores de smartphones que não podem efectuar impressões a partir dos seus equipamentos, mas que gostariam de o fazer.
- Os utilizadores de smartphones e tablets que trabalham em grandes e médias empresas efectuam mais impressões e com maior frequência do que aqueles que trabalham em pequenas empresas.
- Quem utiliza os smartphones e tablets para fins profissionais apresenta maior probabilidade para efectuar impressões e para estar interessado em poder efectuar-las do que quem utiliza o mesmo tipo de equipamentos para fins pessoais.
- A maior parte das aplicações têm volumes de impressão constantes, mas a impressão de fotos e de coupons está a aumentar. A impressão de jornais/revistas, explicações



A impressão no escritório está a diminuir, enquanto a impressão móvel está a aumentar.

de benefícios, bilhetes, jogos e itinerários de voos está a diminuir.

- Nas pequenas empresas predominam três serviços de impressão móvel, enquanto nas grandes empresas é referida uma maior variedade de serviços de impressão.
- Os utilizadores de smartphones e tablets utilizam mais as câmaras destes equipamentos para a captu-

ra de documentos e os serviços de ficheiros da computação em nuvem (cloud) do que os scanners móveis e os serviços de impressão móvel.

- Os utilizadores de smartphones e tablets apresentam maior probabilidade do que os não utilizadores para digitalizarem a maior parte daquilo que examinam.



Relações de compromisso



EYE PEAK
supply chain systems

Sistema de Gestão de Armazéns

**Solução Eye Peak e sua Integração
com o ERP PRIMAVERA**

15 de MARÇO
Hotel Baía, LUANDA

Evento gratuito mas limitado ao número de vagas existente.
Inscreva-se em: www.primaverabss.com/sinfic

SINFIC

www.sinfic.com/eyepeak
solucoesmobilidade@sinfic.com
Terminal: +244 930 645 386

PRIMAVERA BSS

www.primaverabss.com/afr
comercial_ao@primaverabss.com
Telefone: (+244) 222 440 450 / (+244) 222 440 447
Telemóvel: (+244) 921543587



PROGRAMA

09H00 – 09H30
Recepção aos participantes

09H30 – 09H45
Abertura e boas-vindas

09H45 – 10H00
Enquadramento da Parceria Sinfic / PRIMAVERA

10H00 – 11H00
Eye Peak: Sistema de Gestão de Armazéns

11H00 – 11H30
Coffee-break

11H30 - 12H00
Caso de sucesso: Aldis

12H00
Encerramento do evento