

Tecnologia & Gestão

TERÇA-FEIRA, 9 DE JULHO DE 2013 | N.º 68

GESTÃO DE PROCESSOS

Factor importante na implementação

Nos dois artigos anteriores da série "gestão por processos", não só foram apresentados conceitos relativamente ao que diferencia tarefas, actividades e processos, como também as diferenças caracterizadoras da gestão por funções versus gestão por processos. Não existe um sistema de gestão por processos se não for implementado. Para o efeito pode ser seguida uma das inúmeras metodologias disponíveis. Ao longo desta colecção de artigos iremos desenvolver uma das possíveis metodologias que poderão ser seguidas, alinhadas com as boas práticas usadas internacionalmente, mas também fruto da experiência adquirida com a implementação de sistemas de gestão por processos a nível nacional.

No entanto, antes de abordarmos a temática da concepção e implementação do sistema (o que faremos a partir do próximo artigo), vejamos alguns aspectos relevantes que deverão ser tidos em conta para que as probabilidades de sucesso da implementação do projecto possam ser maximizadas. Existe um conjunto de factores que são determinantes para que seja minimizado o risco de insucesso da implementação de um sistema de gestão por processos. A gestão de topo tem de estar visivelmente empenhada. Se isso não acontecer e se a restante estrutura não se aperceber desse mesmo empenho, a probabilidade de estar garantido o insucesso é muito elevada. Uma vez garantido o envolvimento da gestão de topo, é necessário assegurar o envolvimento de todas as partes interessadas (clientes/utentes, fornecedores, colaboradores, ...) e a estrutura organizacional deve ser equilibrada. Ou seja, deve ter os níveis hierárquicos necessários e suficientes para assegurar os níveis de eficácia e eficiência necessários. As regras de negócio têm de ser conhecidas por todos, incluindo a legislação aplicável e as convenções internacionais a que o país aderiu e poderá vir a aderir.

PAG. 25



Não só os processos deverão ser definidos e divulgados, como os recursos materiais deverão ser os adequados e estarão disponíveis.

MERCADOS E FEIRAS

Valiosos centros culturais e económicos

Desde tempos quase imemoriais que o homem sente necessidade de estabelecer trocas e de converter algo de que não necessita, ou de que tem em excesso, em algo que possa colmatar as suas necessidades. Este intercâmbio deu origem à noção de comércio que vigora nos nossos dias e que se baseia essencialmente na troca voluntária de produtos por dinheiro.

Este comércio pode estar ligado à economia formal (legalmente estabelecido, dentro dos limites definidos pela lei e implicando o pagamento de impostos), ou estar ligado à economia informal, que pode ser definida como consistindo em pequenas unidades económicas, envolvendo trabalhadores que desenvolvem actividades comerciais fora do mecanismo formalmente estabelecido para conduzir tais actividades.

Este último representa um processo gerador de rendimentos caracterizado pelo simples traço de não ser regulamentado e de não constar das contas nacionais.

No caso angolano, o aparecimento do sector informal remonta ao início dos anos oitenta, sendo que conheceu um crescimento e diversificação impressionantes considerando o seu ciclo de existência. Em Angola este sector não



As feiras e os mercados são um local de encontro entre amigos e vizinhos, entre turistas e habitantes locais. São sinónimo de festa e novidade, e a sua importância é reconhecida por todos.

está, de modo algum, limitado às áreas urbanas, e serve muitas vezes de elo de ligação entre o rural e o urbano em relação a pequenas actividades.

Para fazer frente a este mercado informal, o governo promove a construção de mercados rurais e

municipais estruturados. Na base desta promoção está uma visão dos mercados e das feiras como importantes polos económicos e culturais a preservar e a proteger. As feiras e os mercados são espaços de interacção onde os comerciantes e artesãos se apresentam ao público

e vice-versa. São um lugar de intercâmbio estimulante para ambas as partes. O público alimenta a sua curiosidade e o desejo de procurar não se sabe bem o quê, muitas vezes movido pelo prazer da incerteza, de explorar e de descobrir.

PAG. 22

UNIVERSIDADE DIGITAL

O Continente africano e educação à distância

A educação à distância (EaD) está muito longe de ser apenas um conjunto de sistemas e equipamentos tecnológicos que permitem aprender a qualquer hora, em qualquer lugar, e a qualquer ritmo, sem as barreiras geográficas e físicas impostas pela educação tradicional.

Este modelo de ensino não se faz apenas de computadores e tablets, de Internet e programas de software. A EaD é humana e tem a cara de cada pessoa que com ela procura moldar o seu futuro.

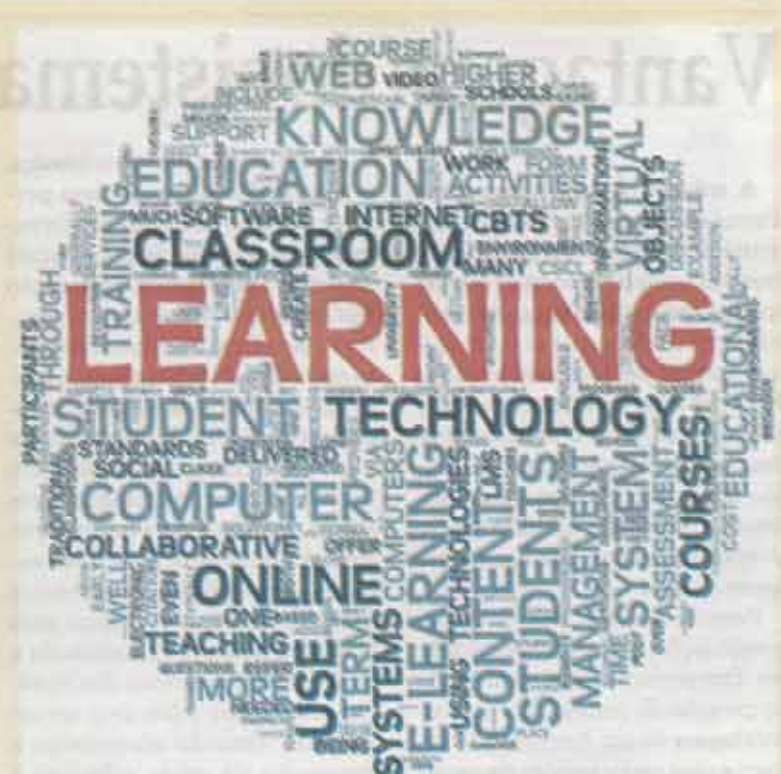
Se muitas vezes, ao longo dos textos que escrevemos nesta coluna, nos referimos à figura do aluno de uma forma genérica, sem personalizar, desta vez o

que propomos é uma viagem às vidas concretas daqueles que foram tocados pela EaD e cujas histórias inspiradoras podem representar um impulso para os que, embora indecisos, não deixam de aspirar a algo mais.

Vamos falar concretamente da história de Doudou, que teve a oportunidade de viver o sonho do Google, e do caso de Rendani Nevhuladzi, que se tornou parceiro da Microsoft.

Estas são duas vidas que teremos oportunidade de espreitar e cujo sucesso está, de uma forma ou de outra, intimamente ligado ao modelo de ensino de que tanto se fala.

PAG. 24



Os sucessos dos dois casos concretos abordados no texto estão, de uma forma ou de outra, intimamente ligados ao modelo de ensino de educação à distância.

MERCADOS E FEIRAS

Valiosos centros culturais e económicos

FÁTIMA FERNANDES E RODRIGO CHAMBEL

Os comerciantes e artesãos são como actores, inquietos e atentos ao juízo crítico que é feito aos seus produtos e ao seu trabalho, observando os gestos, os comentários e a indiferença, ou o entusiasmo manifestado pelos visitantes.

A natureza dos produtos apresentados é variada, desde os secos aos molhados, das hortaliças aos pratos típicos apreciados na região. Produtos alimentares convivem em harmonia com peças artesanais que evidenciam tradições passadas de pais para filhos de geração em geração. Todos estes elementos se unem, formando um mosaico que atrai a visão, o tacto e o olfacto.

As feiras e os mercados são um local de encontro entre amigos e vizinhos, entre turistas e habitantes locais. São sinónimo de festa e novidade, e a sua importância é reconhecida por todos. São importantes para os comerciantes, que vendem directamente ao consumidor final, através de um intercâmbio simples que envolve produtos, dinheiro, contacto humano e uma comunicação directa com o cliente. São igualmente importantes para as administrações locais porque atraem gente de toda a parte, fazendo com que tudo se dinamize e todos ganhem, desde o posto de combustível, até aos restaurantes.

Um mercado municipal ou uma feira, além de pontos turísticos de grande potencial, representam um grande termómetro da economia de uma cidade. O movimento de vendas de um mercado ou de uma feira representa uma espécie de sinalizador que indica se o dinheiro está ou não a circular numa determinada urbe. Quando a economia da cidade evolui, os mercados municipais e feiras não podem estar dissociados de um tal cenário. As relações entre o comércio e a cidade são ricas e diversificadas, e o desenvolvimento



Os mercados e feiras, quando geridos adequadamente são importantes contributos para o desenvolvimento da economia, ajudando a recuperar e a manter a dinâmica da cidade, o abastecimento aos consumidores, a geração e a manutenção de empregos, a obtenção de rendas e receitas e, em última análise, fomentando a existência de um espaço urbano de qualidade.

do primeiro tem um reflexo directo no florescimento da segunda.

Os mercados e feiras, quando geridos adequadamente são importantes contributos para o desenvolvimento da economia, ajudando a recuperar e a manter a dinâmica da cidade, o abastecimento aos consumidores, a geração e a manutenção de empregos, a obtenção de rendas e receitas e, em última análise, fomentando a existência de um espaço urbano de qualidade. Por outro lado, um comércio mal estruturado e não licenciado representa um problema para as administrações locais e para as próprias cidades. Além de provocar problemas de excesso de oferta entre quem o pratica, implica a ocupação indevida

do espaço público, prejudicando a qualidade ambiental e a imagem da cidade, e fomentando a concorrência desleal relativamente aos comerciantes que agem de acordo com a lei. Um comércio deste tipo implica o não pagamento das taxas e dos impostos devidos ao poder público formal, e não apresenta um controlo adequado das condições sanitárias.

Assim, é de extrema importância a forma como estes espaços são geridos, de modo a garantir a correcta exploração dos mesmos em conjugação com uma estruturação urbana ajustada aos interesses das populações. De forma a obter uma gestão adequada e eficaz do espaço público ocupado pelos mercados e

feiras, o sector das tecnologias da informação já disponibiliza às entidades gestoras ferramentas que lhes permitem olhar para a situação de forma bem mais confiante e ultrapassar barreiras que à partida pareciam inultrapassáveis.

Os sistemas de gestão de espaços comerciais de mercados, feiras e venda ambulante permitem garantir que o processo de cobrança das taxas de ocupação e gestão do espaço físico decorrem de forma célere e eficaz, com benefício para todas as partes envolvidas e de acordo com o cumprimento da lei e o interesse público. Para além disso, um sistema deste tipo permite fazer face a todos os procedimentos logísticos e administrati-

vos inerentes a este tipo de espaço. Entre muitas outras funcionalidades colocadas à disposição de quem tem a seu cargo a gestão do espaço público, estas ferramentas permitem fazer pesquisas apuradas e recolher dados fiáveis relativamente às entidades que estão a usufruir do referido espaço.

Para além disso, garante-se a boa gestão das taxas a serem cobradas, sem que exista a necessidade dessas entidades se deslocarem junto de quem gere o espaço para proceder ao pagamento, podendo efectuar-lo no próprio local onde exercem a sua actividade comercial. Ganham os intervenientes, ganha a cidade, ganha a população e ganham as contas públicas.

Vantagens do sistema integrado de gestão de processos

A solução Ágora Mercados e Feiras é um produto baseado num sistema integrado de gestão desmaterializada de processos e documentos, permitindo aumentar a eficácia na cobrança de taxas relativas à utilização de espaços e outros bens públicos para fins comerciais (mercados, feiras e venda ambulante) e reduzir a incerteza na gestão do espaço público, possibilitando a obtenção de informação detalhada, rápida e fidedigna sobre quem o ocupa.

Permite também, por via da automatização, uma maior celeridade no cumprimento dos prazos de aprovação de pedidos de usufruto/aluguer de um determinado espaço e uma maior rapidez no encaixe financeiro que daí advém, bem como uma maior rapidez e segurança no processamento das respectivas facturas e consequentes recebimentos.

Em termos de funcionalidades, o Ágora Mercados e Feiras permite a gestão da ocupação de espaços (mercados, feiras e locais de venda ambulante), tipificação dos espaços comerciais e respectiva classificação, processamento periódico de taxas a pagar, gestão de contratos de aluguer de espaços (listagens de contratos em vigor, em incumprimento, em vias de expirar, pagamentos em atraso, etc.), acesso a informação sobre índices de ocupação de espaços, possibilidade de previsões de tesouraria e de cobrança para períodos futuros, visualização e análise dos históricos dos espaços comerciais e dos seus arrendatários, emissão electrónica e impressão de guias relativas à ocupação de espaços, registo de pagamentos de taxas, pagamento e consulta de pagamento de taxas via terminais móveis, emissão de folhas de caixa.

Vantagens

No que se refere às vantagens, a solução Ágora Mercados e Feiras permite reduzir custos por via da desmaterialização da documentação (até 75 por cento do custo total de consumo em papel), eliminar a

quase totalidade do tempo consumido em pesquisas e consultas (ganhos acima de 90 por cento), aumentar a eficácia e a celeridade das cobranças de taxas (na ordem dos 75 por cento) através da simplificação da emissão das mesmas e do recurso a terminais móveis para re-



O movimento de vendas de um mercado ou de uma feira representa uma espécie de sinalizador que indica se o dinheiro está ou não a circular numa determinada cidade.

cebimentos no próprio local da actividade comercial, aumentar (na ordem dos 60 por cento) a taxa de cumprimento de prazos de aprovação de pedidos de aluguer de um determinado espaço para fins comerciais, aumentar a rapidez na consulta de documentos relevantes relativos à utilização dos espaços públicos para fins comerciais. Podemos falar ainda em benefícios como uma maior facilidade na cobrança de taxas de utilização de espaço, maior simplificação do processo de emissão de taxas, maior controlo dos riscos associados ao incumprimento no pagamento de taxas, maior rigor nas datas e prazos das tramitações e aprovações, maior capacidade para controlar a circulação interna dos documentos, possibilidade de georreferenciação de dados e informações relativos aos locais de prestação da actividade comercial.

SEMINÁRIO

Gestão sustentável do território



Governo Provincial do Kuanza Sul.

O Governo Provincial do Kuanza Sul, em parceria com a empresa Sinfic, vai realizar no próximo dia 12 de Julho, no Instituto Médio Politécnico do Sumbe, um seminário subordinado ao tema "Gestão Sustentável do Território – Estratégias de Desenvolvimento". Neste seminário irão ser abordados diversos temas, nomeadamente a gestão integrada do território e ambiente (cartografia e topografia, planos directores municipais, planos de

urbanização, planos de requalificação de espaços, estudos de impacto ambiental, auditorias ambientais) e os projectos de arquitectura e execução. No evento far-se-á ainda a apresentação de diversas soluções gráficas de projecto e de alguns sistemas de gestão, incluindo a gestão de activos, suporte à gestão e informação estatística. Numa altura em que a gestão integrada do território assume um papel preponderante na estratégia

de desenvolvimento do país, é fundamental a discussão alargada destes temas, como forma de disseminação de conhecimentos e de troca de ideias e experiências. Nesse sentido, o Governo Provincial do Kuanza Sul convidou um conjunto de oradores com elevada experiência nestas matérias, bem como um leque alargado de convidados que, com a sua experiência, muito contribuirão para o sucesso desta iniciativa.

Programa

8:30-09:00 horas. Abertura por Sua Excelência o Sr. Governador Provincial, Eusébio de Brito Teixeira.

Visão do Governo Provincial: "Estratégia para um desenvolvimento sustentável do território", Vice-Governador para a Área Técnica e Infra-estruturas, António da Gama.

I Parte – Estudos e Projectos

09:00-10:25 horas. Gestão Integrada do Território e Ambiente. Cartografia e Topografia, Solução UAV para a obtenção de imagens aéreas, Pedro Vilela. Sistemas de Informação Geográfica (SIG), Ana Matos Lima.

Instrumentos de Ordenamento do Território e Planeamento, Donzília Batista. Planos Directores Municipais, Planos de Urbanização, Planos de Requalificação de Espaços Urbanos, Estudos de Impacto Ambiental, Auditorias Ambientais e Plano Geral de Resíduos Sólidos Urbanos.

10:25-10:45 horas. Arquitectura e Projecto. Projectos de Arquitectura e Projectos de Execução, Ivo Campos.

10:45-11:00 horas. Debate.

11:00-11:30 horas. Pausa para café.

II Parte – Soluções e Sistemas

11:30-12:00 horas. Soluções Gráficas de Projecto, Hugo Ferramacho. Desenvolvimento de Projectos com Sistemas CAD (AutoCAD). Tecnologia BIM na realização de Projectos (Revit).

12:00-12:30 horas. Sistema de Gestão de Activos (Quatenus), Nuno Fernandes.

12:30-13:00 horas. Sistema de Suporte à Gestão (Ágora), Emílio Martins. Gestão Urbanística (Ágora URB), Gestão de Concessões (Ágora Concessões), Gestão de Projectos de Investimento Público (Ágora PIP), Gestão de Expediente (Ágora Expediente), Gestão de Quadros Públicos (Ágora Quadros Públicos).

13:00-13:30 horas. Sistema de Informação Estatística CEIS, Dalila Salomão. Inquéritos, Estudos e Sondagens.

13:30-14:00 horas. Debate e encerramento dos trabalhos.

Participantes: Governo Provincial, Administradores Municipais, Directores Provinciais, Directores ou Chefes de Institutos Públicos, Directores de Empresas Públicas, Representantes de Associações Profissionais, Representantes de Associações Empresariais, Directores de Empresas Privadas, Outros Convidados.



GESTÃO INTEGRADA DO TERRITÓRIO E AMBIENTE

A SINFIC – GESTÃO INTEGRADA DO TERRITÓRIO E AMBIENTE adopta métodos, práticas e procedimentos que visam a satisfação dos requisitos do Cliente relativamente aos serviços prestados. Compromete-se a desenvolver todos os esforços para assegurar o cumprimento dos requisitos legais aplicáveis aos serviços que presta, em matéria de ambiente, património cultural, segurança e saúde, bem como à promoção de uma política de responsabilidade social fundada em boas práticas de emprego e do envolvimento com a comunidade técnica e científica.



ESTUDOS & PLANOS

AVANÇADA E DE MÉTODOS AMBIENTAIS

ESTUDOS DE IMPACTO AMBIENTAL

GESTÃO AMBIENTAL

ANÁLISE DE RISCOS AMBIENTAIS

PLANEAMENTO AMBIENTAL

ANÁLISE DE IMPACTO AMBIENTAL

ANÁLISE DE IMPACTO AMBIENTAL

ANÁLISE DE IMPACTO AMBIENTAL

Para mais informações contacte: 917 651 983 / 938 378 454 / 914 375 455

UNIVERSIDADE DIGITAL

Histórias inspiradoras da educação à distância

RODRIGO CHAMBEL

Trabalhar para a multinacional americana Google é um sonho a que aspiram muitos jovens apaixonados pelo mundo da tecnologia e da Internet, mas que poucos têm oportunidade de concretizar. Para Doug Kisabaka, mais conhecido por Doudou, estudante da University of South Africa (UNISA), uma universidade virtual com cerca de 310 mil estudantes, o sonho tornou-se realidade. Nascido e criado num lar modesto de Kinshasa, capital da República Democrática do Congo (RDC), este jovem decidiu partilhar a sua história, na esperança de "motivar e inspirar outros africanos, independentemente da origem étnica ou da raça, a perseguirem os seus sonhos, pois estes podem mesmo tornar-se realidade".

Segundo Doudou, nunca se sabe o que o futuro tem reservado para cada um. Por isso não há razão para não fazermos o melhor que pudermos com aquilo que temos à disposição. A ideia de fazer um estágio numa empresa com a dimensão da Google nunca lhe tinha passado pela cabeça, excepto nos seus sonhos mais ousados e inatingíveis, tais como, por exemplo, "salvar a terra de um ataque marciano", diz em jeito de brincadeira.

O estudante de informática da UNISA mudou-se para a África do Sul por várias razões, sendo uma delas o facto de estar descontente com o tipo de educação que lhe estava a ser ministrada numa escola de ensino técnico da RDC.

Já na África do Sul, e uma vez concluído o ensino secundário, muitas coisas não correram de acordo com o esperado. Nas palavras do próprio "a minha família estava com algumas dificuldades económicas e não consegui uma bolsa de estudo. Foi muito frustrante. Comecei a gastar mais horas à frente do computador porque não conseguia encontrar nada melhor para fazer. Passei muitas horas do



A paixão pela tecnologia permitiu ao estudante sul-africano Rendani Nevhuludzi estabelecer uma parceria com a Microsoft. Fonte: www.microsoftstudentpartners.com.

dia e da noite a fazer programação num antigo Pentium II que um amigo me tinha oferecido, aprendendo qualquer coisa que me parecesse interessante enquanto não podia pagar a universidade. Li também vários livros sobre informática, matemática e física".

Para resolver este problema de financiamento, Doudou resolveu partilhar os seus conhecimentos, dando explicações de matemática e de informática a outros jovens, o que lhe permitiu juntar algum dinheiro para ingressar na UNISA, a maior instituição africana de educação à distância. Esta instituição permitiu-lhe ampliar conhecimentos, alargar horizontes e pensar em voos mais altos, como vamos poder comprovar em seguida. Quis a sorte (que é sempre importante nestas coisas!) que em 2009 — já Doudou era estudante da UNISA — a Google lançasse um programa especial que pretendia dar oportunidades de estágio a jovens africanos.

No início de 2010, a poderosa empresa norte-americana deu início à edição africana da sua competição online de programação informática, designada por Google Co-

de Jam (GCJ). Sendo "viciado" em computadores e em programação, Doudou resolveu participar para saber como se sairia comparativamente aos mais de 280 cérebros africanos que também se tinham candidatado. Ao inscrever-se reparou que existia um quadradinho de selecção (checkbox) a perguntar qualquer coisa do tipo "deseja ser contactado pela Google para oportunidades de emprego?". Doudou não tinha nada a perder. Obviamente disse que sim.

Alguns dias mais tarde recebia uma chamada à qual não deu grande importância, chegando a pensar que se tratava de uma brincadeira. Afinal, porque seria ele o escolhido no meio de tantos candidatos? Mas era mesmo verdade. Percebeu-o ao receber uma segunda mensagem com um tom mais sério. A partir daí foi uma questão de enviar o currículo vitae, submeter-se a uma série de entrevistas telefónicas e... ser aceite! O próximo passo teve como cenário as instalações da Google em Zurique, ou seja, o maior escritório da empresa fora dos Estados Unidos. Foi aí que teve a oportunidade de trabalhar com vários pro-

dutores relevantes para o continente africano, bem como conhecer pessoas interessantes e aprender com elas. O momento que considera mais especial foi a oportunidade que lhe foi concedida para falar e tirar fotos com Bjarne Stroustrup, o mentor da linguagem C++, provavelmente a linguagem de programação mais utilizada no mundo.

Depois desta experiência não é difícil vislumbrar um futuro risinho para este jovem estudante da UNISA, ao qual várias portas se abrirão seguramente. Em jeito de conclusão, Doudou deixa um conselho "se eu deixasse que os obstáculos que encontrei me derrotassem, não teria seguramente chegado onde cheguei, e ainda tenho um longo caminho a percorrer. Por poucos que sejam, não tolero a ideia de não utilizar os recursos que tenho à disposição para alcançar algo de bom".

A paixão pela tecnologia e a Microsoft

O estudante do terceiro ano do curso de Tecnologias de Informação da UNISA ainda não consegue acreditar que a sua paixão pelos computadores o transformou em Estudante Parceiro da Microsoft (Microsoft Student Partner). O interesse do jovem pela tecnologia vem de longe e a sua família habituou-se a vê-lo, desde tenra idade, a explorar ou a brincar com objectos como o comando da televisão ou telemóveis. Assim, não constitui estranheza que ao longo dos anos esta paixão tivesse sido alimentada por uma grande dose de autonomia e pela vontade de descobrir coisas por si próprio. Segundo Rendani, "a maior parte do que sabe sobre computadores aprendeu sozinho". Nesse sentido, a educação à distância acabou por constituir a escolha lógica, na medida em que lhe permite uma grande liberdade e lhe dá um espaço "sem limites" para explorar as suas capacidades.

Uma vez que já sabemos que é apaixonado pela tecnologia e qual a universidade que escolheu, agora só falta saber como é que a Microsoft surge na vida deste jovem, cer-

to? Bem, a história começa assim: corria o ano de 2010 quando o jovem descobriu que em Durban, na África do Sul, teria lugar uma conferência da Microsoft, que incluía uma formação sobre produtos, tecnologias, soluções e serviços desta multinacional americana. Por não ter meios financeiros para assistir à conferência, o jovem estudante resolveu contactar o director geral da Microsoft sul-africana. O executivo ficou tão impressionado com o entusiasmo de Rendani que acabou por lhe pagar as despesas de viagem e alojamento, para que este pudesse estar presente na conferência.

Durante o evento, o jovem sul-africano descobriu o programa MSP (Microsoft Student Partner), que reconhece e apoia estudantes apaixonados pela tecnologia que gostam de partilhar o seu conhecimento e desejam desenvolver competências que vão para além da sua área de estudo. Rendani resolveu então candidatar-se, tendo para isso de elaborar um documento contendo as razões pelas quais deveria ser escolhido para MSP. Por outras palavras, teve de convencer a Microsoft de que seria o parceiro ideal para representar a multinacional entre os estudantes, e que seria capaz de organizar eventos bem sucedidos sobre a temática da tecnologia no campus universitário. Ao descobrir que tinha sido escolhido ficou radiante.

A partir dessa altura teria de incentivar a literacia informática e o interesse pelos computadores no seio da comunidade estudantil. "A minha função é criar um clube de informática, onde todos os estudantes interessados por computadores se juntem. Organizaremos seminários e workshops onde irei partilhar com eles tudo aquilo que aprendi", disse. Os membros do clube terão oportunidade de aprender coisas que estão fora do seu currículo académico e que os ajudarão a compreender o universo dos computadores de forma mais ampla. Um dos projectos mais recentes que Rendani implementou intitulava-se "arranja o teu computador no campus", através do qual os estudantes se juntavam e arranjavam computadores que não funcionavam. "Aprendi muito com este projecto sobre as diferentes formas de abordar problemas", conclui Rendani. Para o reitor da faculdade onde o jovem estuda, "estamos muito orgulhosos do Rendani e felicitamo-lo pelo seu feito. Na nossa faculdade os alunos não aprendem apenas a ser excelentes investigadores, mas adquirem também competências que são necessárias para o sucesso na vida real". Se estes dois testemunhos têm um qualquer ensinamento a retirar, talvez seja este: qualquer estudante, por mais anónimo que seja, deve sempre aspirar ao máximo, por poucos recursos que tenha, ou por mais difícil ou impossível que o percurso lhe pareça. Ao longo do continente existirão seguramente muitos mais Doudous e Rendanis. E o leitor não será também um deles?



Doudou (primeiro a contar da esquerda) com alguns colegas do programa africano de estagiários da Google. Fonte: <http://google-africa.blogspot.pt>.

GESTÃO POR PROCESSOS

Factores importantes na implementação de um sistema

LUIS OLIVEIRA

Os regulamentos legais e internos têm de existir e estar divulgados a todos os níveis da organização a que respeitam. Os objectivos e as metas deverão ser definidos e divulgados. Por outro lado, os indicadores devem estar caracterizados. Os riscos possíveis deverão ser avaliados e partilhados.

Para além do anteriormente referido, não só os processos deverão ser definidos e divulgados, como os recursos materiais deverão ser os adequados e estarem disponíveis. É ainda necessário dispor de recursos humanos capacitados e motivados. Por último, e também relevante, deverá ser cumprido o ciclo de planeamento, realização, monitorização e actuação, caso necessário, quer durante a implementação, quer durante a utilização do sistema de gestão por processos.

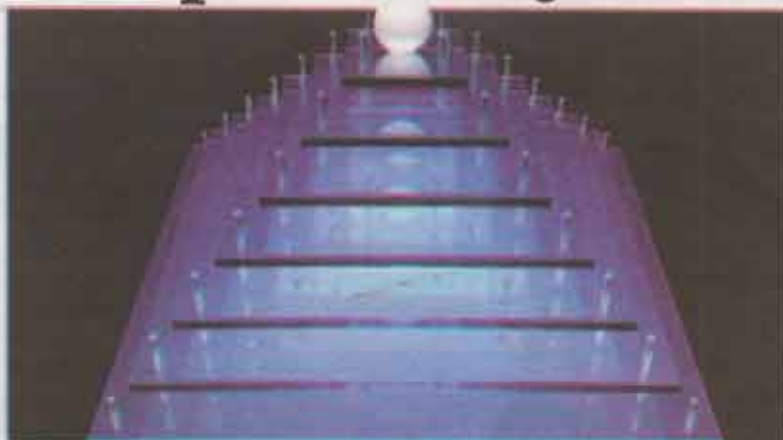
O ser humano tem virtudes, mas também tem os seus defeitos, bem como dificuldades. Sempre que existem mudanças, vêm ao de cima essas características do ser humano. As características positivas são excelentes, pois só poderão contribuir para o sucesso dos objectivos pretendidos. No entanto, existe sempre um conjunto de situações que podem contribuir, de forma muito acentuada, para o insucesso da realização dos projectos. Por tal facto, não devem ser descuradas as

seguintes realidades.

- O receio relativamente aos objectivos – “um dia destes mandam-me embora ... é isso que eles querem!”;
- O tecno-desajustamento – “é só computadores ... é só máquinas!”;
- A resistência à mudança – “isto sempre se fez assim ... para quê mudar agora?”;
- A descrença – “mais uns a tentarem mudar isto ... vai continuar tudo na mesma!”;
- A desmotivação – “isto já não é para mim ... os novos que façam!”.

As situações apresentadas conduzem invariavelmente a posicionamentos e a atitudes de resistência passiva, que contribuem negativamente para os objectivos a atingir. A definição e implementação de um plano de comunicação poderá contribuir de forma decisiva para o sucesso, quer da implementação, quer da utilização do sistema de gestão por processos. O plano de comunicação deverá ser uma das peças do plano de gestão da mudança.

Mas isso não basta, devendo ser complementado com outras medidas de percepção sobre os envolvidos. Por exemplo, quando da implementação do sistema deverão ser geridas adequadamente as expectativas dos dirigentes, no que se refere à gestão de prazos, designadamente os referentes à disponibilização de novas funcionalidades para a resolução dos problemas detectados e para a disponibilização de ferra-



A gestão de topo tem de estar visivelmente empenhada. Se isso não acontecer e se a restante estrutura não se aperceber desse mesmo empenho, a probabilidade de estar garantido o insucesso é muito elevada.

mentas para a extracção de dados.

Do mesmo modo, há que gerir de forma insistente e continuada as expectativas dos colaboradores, sem esquecer aspectos importantes nesta matéria, designadamente a nível da avaliação das suas expectativas e da divulgação dos objectivos definidos. Os dirigentes deverão tomar conhecimento em tempo útil dos problemas detectados.

Um sistema de gestão por processos pode ser implementado sem a necessidade de recurso a qualquer ferramenta que lhe dê suporte, após o arranque. Ou seja, um sistema de gestão por processos pode funcionar sem ser suportado em tecnologias de informação e comunicação. No entanto, em nosso entender e no tempo actual isso não faria qualquer tipo de sentido. De facto, se de

uma abordagem por função se passar para uma abordagem por processos, e se para além disso a organização apostar simultaneamente na informatização da gestão dos processos, haverá um conjunto de vantagens evidentes, incluindo as que se seguem.

- Melhoria da monitorização da realização dos processos (actividades, prazos, tempos, documentos);
- Alinhamento com alguns dos referenciais de gestão da qualidade;
- Disponibilidade imediata (online) do estado, documentos e informação do processo a quem tenha permissões para o efeito;
- Registo automático de datas, horas e minutos da realização das tarefas;
- Possibilidade de controlo expedito dos objectivos (prazos legais e de

desempenho);

- Disponibilidade de dados para efeitos de melhoria da gestão;
- Redução da probabilidade de ocorrência de erros.

Simultaneamente, há que agir de forma preventiva, de modo a que a tecnologia de suporte seja a adequada às necessidades. Apenas a título de exemplo, será necessário assegurar meios adequados aos tempos de digitalização dos documentos, à rapidez de resposta do sistema e à minimização de ocorrências de quebras no serviço.

No entanto, há também que ter em conta que existem riscos e desafios associados à implementação de um sistema de gestão por processos suportado em tecnologias de informação e comunicação. Por conseguinte, é necessário assegurar condições que facilitem respostas eficazes, prontas e eficientes, sendo para tal imprescindível:

- Dispor de uma equipa de implementação com competências e conhecimentos no âmbito da gestão;
- Dispor de ferramentas que minimizem a possibilidade de erro aquando da configuração do sistema;
- Dispor de ferramentas expeditas de diagnóstico de problemas de configuração e de utilização do sistema;
- Dispor de ferramentas de pesquisa tão potentes e flexíveis quanto possível;
- Disponibilidade e rapidez da resposta.

FORMAngola

FORMAÇÃO EM PROCESSOS DE GESTÃO ADMINISTRATIVA

Benguela | Luanda | Lubango | Sumbe

- 🚫 **Curso A - Gestão de Expediente e Arquivo, de 15 a 18 de Julho de 2013**
- 🚫 **Curso B - Gestão Administrativa de Quadros, de 05 a 08 de Agosto de 2013**
- 🚫 **Curso C - Gestão de Compras Públicas, de 02 a 05 de Setembro de 2013**

Namibe

- 🚫 **Curso A - Gestão de Expediente e Arquivo, de 16 a 19 de Julho de 2013**
- 🚫 **Curso B - Gestão Administrativa de Quadros, de 06 a 09 de Agosto de 2013**
- 🚫 **Curso C - Gestão de Compras Públicas, de 03 a 06 de Setembro de 2013**

Horário: 8:30 - 16:30 (com intervalo para Coffee-break)

Inscrições até 4 dias antes do início do curso, até ao máximo de 12 formando por curso.

25.000 AKZ

Inscrições limitadas. Inscreva-se já!

INFORMAÇÕES:
Telemóvel: 930 645 210**SINFIC**

Relações de compromisso

Rua Kiemme Namukoh, nº 10
3.ª, Malanga - Luanda
Angola
Tel: (+244) 222 398 210
Fax: (+244) 222 398 210

www.sinfic.com

TENDÊNCIAS

O Google Glass e a revolução no marketing

Muitas pessoas por esse mundo fora estão dispostas a utilizar gadgets electrónicos em coisas que usam, nomeadamente sob a forma de óculos ou relógios de pulso. Um estudo realizado pela Forrester nos Estados Unidos da América chegou à conclusão que 12 por cento dos cidadãos daquele país (quase 22 milhões) gostariam de utilizar esse tipo de produtos, como o Google Glass.

Neste contexto, a analista da Forrester Sarah Rotman Epps escreveu no seu blogue não ter dúvidas de que, a seu tempo, o Google Glass irá tornar-se no próximo iPhone, mudando radicalmente a forma como os especialistas de marketing irão abordar os consumidores.

Cerca de metade (50 por cento) das pessoas interessadas em gadgets do tipo Glass pretendem utilizá-los para aplicações utilitárias como a navegação, captura de imagens (fotos), ou visualização de informação sobre locais e produtos. Uma percentagem de 31 por cento das pessoas interessadas neste tipo de óculos vêem-nos essencialmente como uma forma de acesso a jogos.

Seja como for, os especialistas de marketing olham para estes óculos como uma oportunidade excepcional de contacto com os consumidores. No entanto, esta abordagem irá exigir uma nova forma de pensar, devido às restrições legais quanto à localização constante e partilha de dados dos utilizadores sem a sua permissão. Mesmo assim, Sarah Rotman Epps aconselha os especialistas de marketing a começarem a fa-

Para a analista da Forrester Sarah Rotman Epps, o Google Glass será o próximo iPhone, mudando radicalmente a forma como os especialistas de marketing irão abordar os consumidores. Fonte: www.google.com.

zer experiências com o Google Glass, sob pena de perderem terrenos para concorrentes mais aventureiros.

Esta analista da Forrester imagina um mundo do marketing em

que a "permissão" será o novo cookie. Actividades como estar ou passar num determinado local irá activar o envio de algum tipo de informação aos utilizadores dos óculos por parte das mais variadas entidades.

Ou seja, agora o envio de informação publicitária a alguém depende essencialmente do seu histórico de navegação, mas no futuro terá mais a ver com o local e contexto onde se encontra.

Para a Google será certamente uma forma de conseguir mais poder sobre os especialistas de marketing e marcas no futuro, graças aos dados que recolhe constantemente sobre os utilizadores das mais variadas formas e através dos seus vários serviços. O Google Glass será mais um desses produtos/serviços.

Sarah Rotman Epps começou o seu blogue direccionando o leitor para o futuro. Imagine que pode fornecer informação essencial aos seus clientes no momento e no local exactos em que eles precisam dessa informação. E que pode colocar essa informação literalmente na frente dos olhos dos consumidores, sem lhes dar hipótese de não a verem. É essa a visão de marketing subjacente ao Google Glass.

Recorde-se que estes óculos só deverão começar a ser comercializados em 2014. A analista da Forrester destaca alguns aspectos relevantes desse novo mundo, que passamos a citar. O Google Glass será o próximo iPhone,

mas actualmente ainda é apenas um Newton (comparação entre o iPhone e o Newton da Apple). A versão protótipo do Glass, já disponível para quem faz desenvolvimento e conhecida como a edição Glass Explorer, evidencia algumas promessas que se deverão tornar realidade dentro de algum tempo. Mas existem ainda alguns problemas por resolver, como o tempo limitado de autonomia da bateria, ou as limitações da API Mirror. Ou seja, no futuro poderá tornar-se uma plataforma capaz de interessar a muitos consumidores (para fins particulares) e a muitos profissionais (para fins de trabalho), mas ainda terá que evoluir bastante.

O Glass exige um novo modelo de interacção. O modelo de interacção básico do Glass é através do recurso a "cartões" ou janelas com sequência temporal.

Essas janelas apresentam conteúdos sob a forma de texto, informação de localização, ou outra, permitindo deslocar as janelas para a frente e para trás, mas sem a possibilidade de alterar a ordem das mesmas.

É mais ou menos como a fita de um filme ou de um rolo fotográfico. Se andarmos para trás vemos as frames mais antigas e se andarmos para a frente vemos as mais recentes. Mas se essa frame for um objecto vivo, poderá ser actualizada.

Os especialistas de marketing terão que encontrar um meio termo entre fornecer informação re-

levante sem chatear o consumidor, de modo que essa informação seja útil em vez de irritante.

A permissão por parte do utilizador terá que ser um requisito. O Glass representa um desafio para os especialistas de marketing. Os consumidores esperarão receber experiências úteis e relevantes de acordo com o contexto em que se encontram.

As políticas da Google dizem às entidades que fazem desenvolvimento de aplicações para não usarem a informação pessoal dos utilizadores para fins que ultrapassem os limites e propósitos da aplicação em causa e para terem sempre em conta a obtenção de autorização por parte dos consumidores. É recomendado igualmente que não se venda, alugue, ou ceda informação pessoal dos utilizadores a terceiros.

As relações de confiança serão essenciais. Mas será que depois das crescentes desconfianças levantadas pelas redes sociais não irá aumentar o número daqueles que rejeitam algumas das possibilidades tecnológicas disponíveis? Nas redes sociais as pessoas costumam dizer o que lhe vem à cabeça no momento, sem pensarem muito, e só depois (mais tarde ou mais cedo) descobrem que não deviam ter dito algumas coisas, porque a informação electrónica tem um carácter "eterno" que nos vai acompanhar para o resto da vida. Qualquer passo em falso no passado poderá partir-nos as pernas no futuro.



BPM CONGRESS 2014

OFERTA

PARTICIPE NO CONGRESSO DE GESTÃO DE PROCESSOS

BELO HORIZONTE / BRASIL

Adquirir, até 30 de Julho de 2013, em sistema de família AGORA, Gestão de EXPEDIENTE ou Gestão de ARQUIVO ou Gestão de QUADROS, e participar no Congresso de Gestão de Processos, que decorrerá, entre 7 e 9 Abril de 2014, em Belo Horizonte, no Brasil.

NÃO PERCA ESTA OPORTUNIDADE



Gestão de Processos de Negócio

A Gestão de Processos de Negócio (BPM - Business Process Management) é uma disciplina que visa identificar, descrever, medir, controlar e melhorar os processos de negócio de uma organização. A abordagem deste tipo de gestão centra-se nos processos que influenciam directamente as actividades estratégicas da organização e nos processos que são responsáveis pela entrega dos serviços disponibilizados à sociedade. As suas características principais são: a geração de valor para o cliente, a automação interfuncional de trabalhos, a partilha de serviços e a integração com processos externos.

Inscrição

A gestão de processos pode fomentar a inovação nas organizações, na medida em que permite a superação das limitações impostas pelos modelos de organização funcionais, nos quais as unidades funcionais têm maior destaque do que os serviços prestados à sociedade. A visão de processos que permeia as diversas entidades funcionais permite minimizar erros, melhorar a qualidade, diminuir a repetição de trabalhos, fortalecer a comunicação entre as áreas envolvidas e, mais importante ainda, manter o enfoque na sociedade.

Para mais informações

Por favor, contactar:

Nome e contacto

<http://www.bpmcongress.com>

Inclui viagens Luanda/Belo Horizonte ida e 6 de Abril e regresso a 10 de Abril, alojamento em hotel de 3 ou 4 estrelas e inscrição no congresso BPM.

SINFIC

FORMAÇÃO

Gestão integrada do ordenamento do território

MARIA JOÃO MARTINS

O Instituto de Formação da Administração Local (IFAL), em parceria com a unidade de negócio SIG e Cartografia da empresa Sinfic, está a desenvolver em três províncias de Angola (Luanda, Huambo e Benguela) um ciclo de formação sobre sistemas de informação geográfica (SIG) para a gestão integrada do ordenamento do território. Trata-se de um projecto pioneiro na área da formação em Angola e, em particular, na área dos sistemas de informação geográfica.

Nessa acção de formação especializada estarão representados mais de 30 municípios, com mais de 60 técnicos, os quais ficarão capacitados para utilizar a tecnologia SIG no final da formação. Esta é uma grande aposta no desenvolvimento e crescimento das administrações locais de Angola, graças à



O principal objectivo deste projecto formativo prende-se com a preocupação das administrações locais em capacitarem os seus técnicos na utilização de ferramentas de informação geográfica, essenciais para a operacionalização e elaboração dos instrumentos de ordenamento do território.

utilização desta importante ferramenta de apoio à decisão.

O principal objectivo deste projecto formativo prende-se com a preocupação das administrações locais em capacitarem os seus técnicos na utilização de ferramentas de informação geográfica, essenciais para a operacionalização e elaboração dos instrumentos de ordenamento do território.

Os principais temas abordados neste ciclo de formações serão a introdução aos sistemas de informação geográfica, funcionalidades do software ArcGIS para desktop (no que toca à recolha, edição, armazenamento e processamento dos dados geográficos de um município), utilização de GPS, SIG móvel e geodatabases (bases de dados geográficas), migração de dados CAD para SIG, layout avançado e geoprocessamento. O ciclo completo de formação terá a duração de 98 horas, distribuídas

por um período de 14 dias. O software utilizado na formação é o ArcGIS, que será posteriormente utilizado também nas administrações locais em todas as províncias.

Este ciclo de formação terá uma componente maioritariamente prática, com parte dos dados utilizados nos exercícios a serem recolhidos pelos formandos em campo através de equipamento GPS e descarregados no software SIG. Apenas os dois primeiros dias terão uma componente teórica, em que serão apresentados os sistemas de informação geográfica (sua origem, finalidade, composição e tecnologias correlacionadas).

Espera-se que esta acção de formação percorra todo o país, atingindo todos os municípios de Angola no que toca a formação especializada em SIG para a administração local.

Sistema de rastreamento recupera viatura roubada

No município de Rio Claro, Campinas, Estado Brasileiro de São Paulo, foi roubado recentemente um veículo que tinha instalado o sistema de GPS e rastreamento Quatenus, desenvolvido pela Sinfic. O funcionário que fazia a monitorização e acompanhamento da frota achou estranha a movimentação do veículo em alta velocidade

durante o horário laboral, uma vez que não era o comportamento usual da viatura.

Tendo a desconfiança de que algo de anormal se passava, contactou o funcionário a quem estava distribuída a viatura, que lhe confirmou que, naquele preciso momento, se encontrava no escritório a trabalhar. Chegando à conclusão

que a viatura tinha sido roubada, o funcionário alertou a polícia e, em conjunto, através da monitorização precisa do sistema Quatenus, conseguiram recuperar o veículo em apenas 45 minutos. O ladrão foi apanhado em flagrante e a viatura resgatada e entregue à empresa.



O sistema Quatenus forneceu a movimentação detalhada passo a passo do veículo e 45 minutos depois o ladrão foi capturado em flagrante pela polícia.

Quatenus

LOCALIZAÇÃO INTELIGENTE

POWERED BY
SINFIC

www.quatenus.co.ao

Sabe onde está a sua frota AGORA?

Controla as suas equipas field service
em TEMPO REAL?

GPS

Contacte-nos!

→ angola@quatenus.co.ao
→ 930 645 214
→ 914 399 492CONTROLO!
PRODUTIVIDADE!CUSTOS!
DESPERDÍCIOS!GESTÃO
DE FROTA

FORMAÇÃO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA

SINFIC
Reflexão de competênciasesri
Partner NetworkRua Kuame Nkrumah,
n.º 10 - 4.º Dto,
Malongo, Luanda

CONTACTOS

Tlm.: (+244) 943 02 65 27

Tlm.: (+244) 914 399 770

E-mail: formacao@sinfic.com

Site: www.sinfic.com/sig



Como é efectuada a gestão dos seus Mercados e Feiras e a cobrança das Taxas de Ocupação?

**Reduza custos
e melhore a eficiência com
a solução dentro e fora da
organização**

ÁGORA MERCADOS E FEIRAS



Custos na Gestão Administrativa
**Tempo dispendido no pagamento
de Taxas**



Eficiência na Gestão Administrativa
**Controlo na conta corrente
da ocupação**
**Proximidade dos comerciantes
e feirantes**

www.agora-systems.com



SINFIC

ANGOLA

Rua Alexandre Gusmão, nº10-7º | Luanda - Luanda
Tel: (+244) 222 196 210 / (+244) 930 845 111 | Fax: (+244) 222 592 214

Av. Dr. Amílcar Cabral, Est. Pangeia, Ad. 184, Bairro Calvo | Lubango
Tel: (+244) 261 226 110/211 | Fax: (+244) 261 226 115

SINFIC CENTERS PROVINCIAIS

Bia	Cabinda	Conde	Malanje
Kuanza-Norte	Kuanza-Sul	Luanda	Mexico
Lunda-Norte	Lunda-Sul	Namibe	Namibe
Unhao	Unhao	Unhao	Unhao