

Tecnologia & Gestão

TERÇA-FEIRA, 21 DE MAIO DE 2013 | N.º 61

GESTÃO DO TEMPO

Estratégias para se tornar mais produtivo

Uma das frases que se ouve frequentemente em apresentações é que não importa muito aquilo que se sabe, mas antes aquilo que se faz com o que se sabe. A eficácia em aproveitar aquilo que se sabe para fazer algo relevante depende muito do controlo que fazemos do nosso tempo, pois há quem considere que o tempo é o nosso activo mais importante.

Para transformar o tempo em dinheiro há que ser verdadeiramente eficaz na conversão daquilo que sabemos (conhecimento) e do esforço que fazemos em dinheiro, através da utilização que fazemos do nosso tempo.

Para conseguirmos concretizar esta transformação de algo fluido, volátil e passageiro como o tempo, em algo concreto como o dinheiro, o primeiro passo a dar é estabelecermos os nossos objectivos em termos de rendimentos. Por exemplo, determine quantas horas por dia é efectivamente produtivo, gerando receitas de forma directa.

| Horário | | 2.ª Feira | |
|----------|---|-----------|--|
| Horas | | | |
| 9:00 AM | a | 9:30 AM | |
| 9:30 AM | a | 10:00 AM | |
| 10:00 AM | a | 10:30 AM | |
| 10:30 AM | a | 11:00 AM | |
| 11:00 AM | a | 11:30 AM | |
| 11:30 AM | a | 12:00 PM | |
| 12:00 PM | a | 12:30 PM | |

Quantas horas gasta a fazer outras coisas que não são produtivas nem geradoras de receita?

Na gestão do tempo, outro aspecto essencial é que todas as pessoas que nos rodeiam respeitem e valorizem o tempo (o nosso e o deles) e ajam de acordo com isso. Não são necessárias grandes explicações para fazer com que toda a gente compreenda que as interrupções reduzem (ou destroem) a produtividade de cada pessoa.

De forma a maximizar a sua produtividade, não permita interrupções quando não são realmente necessárias. Faça de conta que desapareceu, não atenda o telefone (ligue depois) quando não for mesmo importante, especifique dois blocos de tempo ao longo do dia para ler as mensagens de correio electrónico, mantenha-se ocupado de facto (sem fingir que está ocupado) e faça com que todos reconheçam que está ocupado.

PAG. 24

UNIVERSIDADE DIGITAL

M-learning afasta mulheres da iliteracia



O impacto da formação através de m-learning no futuro destas mulheres será muito positivo. Fonte: <http://images.alarabiya.net>.

O presente caso de estudo pretende tornar mais real e visível o uso prático da tecnologia em conjunto com a educação à distância (EaD), como forma de promover melhorias na vida prática das pessoas. O projecto teve como base o recurso ao m-learning e foi proposto pelo

Instituto Politécnico para Mulheres de Islamabad, tendo sido depois implementado através de uma parceria entre a Unesco, a Mobilink Pakistan e a Bunyad Foundation. O grande objectivo deste projecto é combater a baixa taxa de alfabetização das mulheres em contexto rural e

com idades compreendidas entre os 15 e os 25 anos.

Há uma enorme preocupação quanto à igualdade de género, sempre com o objectivo de aumentar a taxa de alfabetização de mulheres rurais através do uso de telemóveis. Por que razão se recorreu a estes apare-

lhos como forma de promover a alfabetização? A resposta parece simples. Antes de mais, o número total de utilizadores de telemóveis no Paquistão ultrapassou os 99 milhões em 2010. Por outro lado, o uso destes aparelhos é cativante e até habitual, mesmo para as mulheres do meio rural.

Aliado a estes factos surge um outro: os telemóveis possibilitam a aprendizagem a qualquer hora e em qualquer lugar, atendendo à sua portabilidade.

De igual modo, as próprias características de uma mensagem (SMS), nomeadamente o facto de ser curta e simple, tornam os telemóveis muito interessantes para pessoas analfabetas ou recém-alfabetizadas.

O programa teve uma duração relativamente curta (cinco meses), o que permitiu um baixo custo total do projecto. Mais concretamente, 55,7 dólares americanos por participante, de acordo com a Broadband Commission (Comissão de Banda Larga).

Há ainda a considerar que uma nova abordagem quanto ao tema da alfabetização tende, de uma maneira geral, a aumentar o entusiasmo dos envolvidos, especialmente dos alunos.

PAG. 22

ESTEREOSCOPIA

Segredo da utilização de imagens tridimensionais

Desde sempre o homem teve a necessidade do uso da representação gráfica, do desenho, evoluindo assim nos seus vários métodos e estudos. Esta evolução tem sido em direcções diferentes, desde o simples acto de desenhar, até à aplicação da cor, passando pela representação esquemática, ou pela fotografia, entre outros. Tal como no desenho, a fotografia é uma vertente da representação gráfica, composta ou passível de diferentes técnicas.

A estereoscopia foi desenvolvida e apresentada ao público em 1849 pelo inglês David Brewster (1781-1868), um físico amigo do fotógrafo William Henry Fox Talbot (1800-1877). Este método teve como base os estudos de visão

binocular desenvolvidos no passado pelo italiano Leonardo da Vinci (1452-1519), inventor e artista plástico, sendo que posteriormente estes estudos passaram por outro italiano, Giovanni Battista della Porta (1535-1615), cientista investigador.

A origem da palavra é a conjugação de duas palavras gregas, stereós (relevo) e skopen (ver, observar). Este fenómeno estereoscópico acontece naturalmente com os dois olhos do ser humano. Com a visão de um só olho alcançaremos a visualização de uma imagem bidimensional, um fotograma, que nos limita à leitura do comprimento e largura – tal como uma fotografia clássica.

PAG. 23



No cinema, o filme Avatar foi a primeira megaprodução de um filme estereoscópico.

UNIVERSIDADE DIGITAL

M-learning afasta mulheres rurais da iliteracia

HUGO LAMEIRAS

O projecto contemplou a aquisição de um telemóvel barato e de um cartão SIM com serviço pré-pago de mensagens SMS durante o período do projecto. A Unesco encarregou-se do envio do conteúdo do programa de m-learning para o local onde o projecto foi efectivamente implementado, usando para isso a aplicação Nokia Education Delivery (NED).

O conteúdo do curso ficou disponível em cartões de memória, os quais foram posteriormente fornecidos aos participantes do projecto, juntamente com os telemóveis e respectivos cartões SIM. Desta forma o conteúdo desenvolvido para este caso em particular inclui mais de 800 mensagens SMS ao longo dos cinco meses de duração do curso, o que implica entre seis a oito mensagens diárias enviadas três vezes ao dia, contendo 20 tópicos relativos a competências para a vida.

Explicando o projecto de uma forma muito resumida, podemos afirmar que os dois primeiros meses consistiram em alicerçar conhecimentos através de um curso de literacia básica, recorrendo a um manual para o efeito. Por sua vez, os telemóveis devidamente apetrechados foram entregues no final do segundo mês, sem esquecer o necessário treino relativamente ao seu uso, para que não houvesse qualquer tipo de dúvidas quanto ao manuseamento dos aparelhos.

A fase seguinte caracterizou-se essencialmente pelo terceiro mês, em que na sua primeira metade as estudantes começaram a receber as SMS. A segunda metade deste terceiro mês consistiu em levar as participantes a escreverem num caderno, lendo depois em voz alta. Do mesmo modo, ouviam os professores através do telemóvel e de seguida compunham frases.

A fase derradeira do projecto englobou o quarto e quinto meses, em que as participantes estavam já perfeitamente aptas a responder às



As mulheres, após frequentarem os cursos de m-learning, mostram-se muito mais propensas a enviar as suas filhas para a escola, quebrando assim uma prática que teimosamente se vai mantendo em muitos locais. Fonte: <http://wa2.www.unesco.org>.

SMS recebidas e às perguntas efectuadas. Note-se ainda que ao longo do processo as participantes estiveram sujeitas a exames mensais, bem como a um exame final, sendo esta a forma de aferir objectivamente o nível de sucesso da participação de cada uma das intervenientes.

Como referimos atrás, os custos tiveram alguma preponderância neste programa, uma vez que deveriam ser reduzidos. O baixo custo, aliado aos resultados obtidos, faz com que esta modalidade de ensino se torne ainda mais apetecível. Em termos reais, o custo total por participante é bastante atractivo. Importa agora dissecar esse valor para melhor percebermos o custo de cada item individualmente.

Segundo a Broadband Commission, ficámos a saber que o custo do telemóvel teve o maior peso do valor total (33 dólares americanos), ainda que seja bastante modesto se comparado com equipamentos possuidores de outros recursos. O cartão SIM custou dois dólares americanos, ao passo que o



O grande objectivo deste projecto assente no m-learning é combater a baixa taxa de alfabetização das mulheres em contexto rural. Fonte: <http://wa2.www.unesco.org>.

material de apoio (por exemplo, o caderno) teve um custo de quatro dólares americanos.

Passando agora para as 800 SMS enviadas, ficámos a saber que custaram 7,2 dólares americanos e as SMS de resposta enviadas pelas estudantes tiveram o custo de 4,8 dólares americanos. Por fim, contratar um professor ao longo dos cinco meses de duração do curso teve um custo de 4,7 dólares americanos. O total, como vimos, é bastante atractivo, considerando a ambição do projecto.

A distância geográfica e as necessidades a ter em conta das alunas não constituíram qualquer embaraço ao sucesso do programa e muitas serão as lições a tirar para o futuro. O impacto do projecto será visível no imediato, mas permite sobretudo criar melhores condições no futuro para as mulheres inseridas naquele contexto. Deste modo, conclui-se que com este projecto as competências de literacia foram retidas com uma taxa de sucesso muito maior após a formação inicial, que se debruçava justamente sobre a alfabetização.

Por outro lado, fica claro que o impacto desta acção no futuro destas pessoas será muito positivo, uma vez que as mulheres alfabetizadas estão em melhores condições de gerir as suas vidas, formar

grupos de apoio e até assumir papéis de liderança, o que melhora substancialmente a sua qualidade de vida, mas também a dos seus filhos. A título de exemplo, ficámos a saber que estas mulheres se mostram muito mais propensas a enviar as suas filhas para a escola, quebrando assim uma prática que teimosamente se vai mantendo em muitos locais, e possibilitando o estreitar do fosso que separa os géneros quanto ao acesso à educação.

Para se ter uma noção mais aproximada da realidade, convém lembrar que o Paquistão é um dos países com uma das taxas mais baixas de alfabetização da Ásia, havendo uma enorme lacuna em termos de género. De acordo com a Unesco, a taxa de alfabetização no Paquistão para os homens com mais de 15 anos é de 67 por cento, enquanto para as mulheres é de apenas 42 por cento. Como se explica esta diferença? As mulheres têm um acesso muito limitado a materiais de leitura, pelo que os telemóveis parecem estar em condições de permitir o acesso constante a esses materiais.

Como sabemos, os novos alfabetizados devem ter um contacto constante com materiais de leitura logo após aprenderem a ler, pelo menos nos três meses seguintes à sua alfabetização. Nem sempre é

fácil manter os novos alfabetizados devidamente motivados de forma a continuarem a sua jornada no caminho do conhecimento, mas os telemóveis podem ser a solução para se romper com esta tendência.

Outra lição a reter do programa em análise é que as mulheres alfabetizadas se apresentam em melhores condições de sustentar uma posição própria relativamente a questões de saúde, nomeadamente com tudo o que tem a ver com assistência à maternidade ou vacinação. Do mesmo modo, estas mulheres obtêm determinadas competências que lhes permitem contribuir para o rendimento familiar, assegurando assim uma posição muito mais segura no futuro.

Contudo, este projecto não se construiu apenas com sucessos. Cerca de metade das alunas ou familiares manifestaram inicialmente posturas bastante desfavoráveis quanto ao curso. Porém, estes obstáculos foram sendo ultrapassados graças aos enormes esforços empreendidos quanto à mobilização social, sendo esta a melhor forma de romper algumas das barreiras culturais e religiosas que impedem as mulheres de aceder livremente à tecnologia.

Para exemplificar e legitimar a resistência demonstrada por parte de algumas mulheres que participaram neste programa, ou dos seus familiares, devemos aludir que todos evidenciavam alguma preocupação com o facto de ser necessário receber telefonemas de estranhos. Este facto revela a preocupação em proteger as mulheres, garantindo-lhes alguma segurança, que com o uso de telemóveis poderia ser comprometida.

Em termos técnicos, importa igualmente referir que o formato SMS impõe algumas limitações. A forma de contorná-las foi encontrar um design inovador dos conteúdos apresentados neste curso de m-learning. Para além dos conteúdos, há ainda a referir a importância da plataforma de suporte, que teve igualmente de ser adaptada, tanto às línguas locais, como aos contextos culturais.

Este género de programas pretende sobretudo alterar as práticas e dar novas perspectivas e novas realidades aos seus beneficiários, algo que antes era muito mais difícil, senão impossível. Acontece que a tecnologia tem este condão de chegar a todo o lado, já que voa como o vento, soprando novas ideias e novas práticas. Ainda bem que assim é, porque o analfabetismo representa ainda nos dias de hoje um enorme desafio, sendo o seu combate o garante de um elevado padrão de vida. Estima-se que 122 milhões de jovens em todo o mundo são analfabetos, dos quais 60,7 por cento desses jovens são mulheres. Se não for possível aceder a outras riquezas então que se fomente a educação, pois como disse António Vieira “a boa educação é moeda de ouro. Em toda a parte tem valor”.



De acordo com a Unesco, a taxa de alfabetização no Paquistão para os homens com mais de 15 anos é de 67 por cento, enquanto para as mulheres é de apenas 42 por cento. Fonte: <http://photobank.unesco.org>. Imagem captada por Françoise Pinzon Gil.

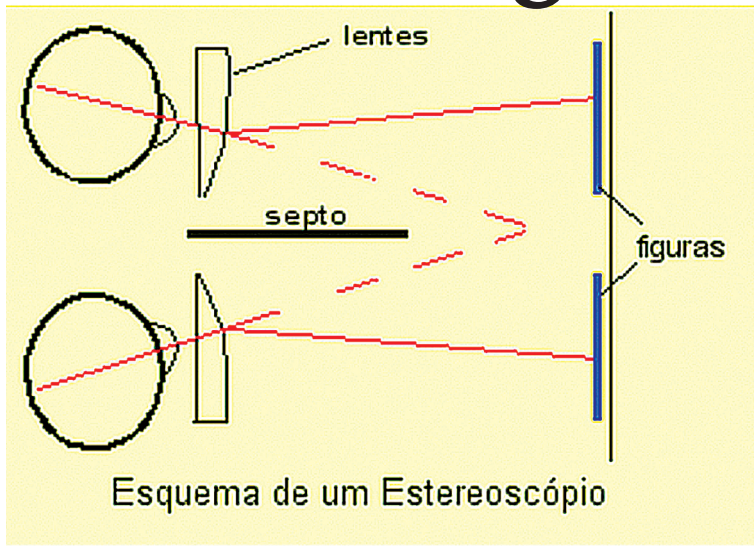
ESTEREOSCOPIA

O segredo das imagens tridimensionais

ALBERTO PINHO

Com a visão dos dois olhos humanos, ao lermos uma imagem temos a combinação de duas imagens com o ponto focal comum, a partir de ângulos diferentes (direito e esquerdo), simulando assim aquilo que conseguimos interpretar como imagem tridimensional (com comprimento, largura e profundidade). Este fenómeno é natural no ser humano e nalguns animais, sendo conhecido por estereoscopia natural.

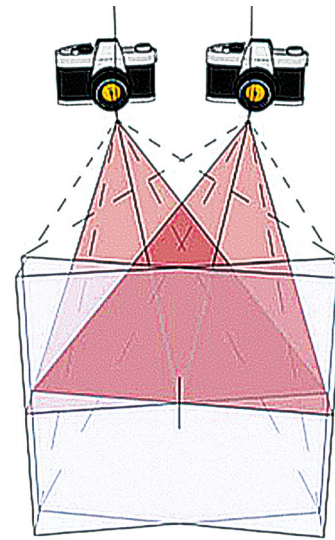
A estereoscopia é uma técnica aplicada na fotografia. Consiste em duas fotografias, adquiridas da mesma forma como a dos olhos humanos, ou seja, com duas objectivas paralelas focadas no mesmo ponto, dando o efeito de paralaxe, podendo assim dar a leitura da profundidade e a sensação das três dimensões. Esta técnica é usada para a simulação e leitura de imagens bidimensionais em imagens tridimensionais, simulando assim o relevo e a leitura da profundidade, e permitindo a leitura e medição do objecto. A principal característica foca-se na ilusão do 3D, que hoje é muito usada no cinema, onde se simula a ilusão tridimensional com



A estereoscopia consiste em duas fotografias, adquiridas da mesma forma como a dos olhos humanos, com duas objectivas paralelas focadas no mesmo ponto, dando o efeito de paralaxe, podendo assim dar a leitura da profundidade e sensação das três dimensões.

base em duas projecções do mesmo objecto com um ligeiro afastamento entre câmaras (esquerda e direita), provocando assim o efeito da proximidade do objecto. A combinação destas duas imagens tem como resultado uma imagem de anáglifo, combinação que apenas pode ser visualizada com o auxílio dos famosos óculos anáglifos, que consistem em duas lentes de cores diferentes, azul e vermelho. A estereoscopia é usada na fotogrametria

para aquisição de informação tridimensional, medições e modelação do existente, aplicada por norma nas áreas de trabalho de levantamento e análise arquitectónica (fotogrametria terrestre), bem como na edição de mapas cartográficos (fotogrametria aérea), medição da altimetria e análise do relevo terrestre. Existem muitas outras áreas profissionais que utilizam esta técnica de aquisição de informação através de imagem estereoscópica, como por exemplo a arqueologia, engenharia, geologia, actividades subaquáticas e estudos do corpo humano. De facto, a estereoscopia pode ser usada em qualquer situação que requeira a obtenção de dados ou de desenhos tridimensionais precisos, e está especialmente bem adaptada à observação e medição de edifícios e monumentos, bem como outro tipo de objectos de estudo ou análise. Na televisão esta tendência está a tor-



nar-se cada vez mais vulgarizada, com a iniciativa da indústria de aparelhos de TV a disponibilizar televisores já com esta tecnologia estereoscópica. Por outro lado, no início do ano passado a Apple comprou a patente e iniciou a construção dos primeiros monitores 3D, sem óculos. Esta nova geração irá revolucionar a nossa nova forma de ver imagens na televisão, passando das duas dimensões para imagens com três dimensões, ou seja, hologramas horizontais.

No cinema, um dos grandes movimentos neste campo foi o filme Avatar, a primeira megaprodução de um filme estereoscópico. Neste filme foi usada a técnica da aquisição de imagem a partir de duas câmaras de filmar paralelas – sabendo obviamente que este filme foi elaborado em grande parte em estúdio com o recurso a programas 3D – mantendo em ambiente virtual a posição de dupla filmagem. Esta produção teve o dobro do trabalho na sua realização. A exibição do filme foi apresentada nas salas de cinema com recurso aos óculos estereográficos, dando assim a sensação ao espectador de ser o observador dos eventos e simulando a sensação de que se está dentro do filme.



EYE PEAK

supply chain systems

IMAGINE UMA REDE DE GESTÃO DE ARMAZÉNS

Pense nas infinitas vantagens de possuir um sistema de gestão integrado que administra todas as funcionalidades necessárias para a gestão eficiente de um armazém e distribuição.

O Eye Peak é um software concebido para integrar soluções de gestão de armazéns, com uma abrangência de 360°, que garante o inventário permanente de produtos, o controlo absoluto desde a recolha, passando pelo armazenamento até à entrega no destino, com 0% de desvios de mercadorias.

be on top of your chain

integra.com

Certified Product

Primavera

contacte-nos

Rua Kwamme Nkrumah, nº10-3º- Maianga, Luanda

Terminal: (+244) 930 645 386

solucoesmobilidade@sinfic.pt

www.sinfic.pt/eyepack

POWERED BY

SINFIC



GESTÃO DO TEMPO

Estratégias para ser mais produtivo

O correio electrónico e os faxes podem ser verificados apenas antes ou após o almoço e no final do dia. Evidentemente, aqueles que forem mais urgentes devem merecer prioridade. Os outros poderão ser relegados para aqueles períodos de tempo mais descontraídos ou mesmo para o(s) dia(s) seguinte(s).

No caso das chamadas telefónicas, mesmo quando são importantes, é frequente prolongarem-se no tempo depois de dito o essencial. Uma chamada importante pode assim ver diminuída significativamente a sua importância face ao tempo que demora. Há que ser objectivo, abordar o essencial e reduzir ao máximo (ou eliminar) o acessório. Por exemplo, pode-se argumentar que se vai entrar numa reunião daí a dois ou cinco minutos.

Se quiser que os outros acreditem e respeitem a gestão do tempo, existem alguns pormenores que deve impor a si mesmo como verdadeiros imperativos. Pratique a pontualidade absoluta, controle o uso do telefone, do fax e do correio electrónico, minimize os tempos das reuniões ao essencial, utilize listas daquilo que tem para fazer (to do lists) para não se desviar daquilo que é realmente importante.

Para gerir melhor o seu tempo de forma global, também existem algumas dicas úteis. Por exemplo, evite as horas de tráfego mais congestionado sempre que possível. Além de perder tempo, também vai aumentar o stress pessoal, a probabilidade de acidentes e outros problemas. Por outro lado, deve atribuir um valor monetário realista às suas tarefas principais, como se ganhasse à tarefa. Poderá assim avaliar a sua produtividade e a rentabilidade daquilo que faz.

De igual modo, não se esqueça de que a vida não é só trabalho. Defina tempos de descontração, porque só assim conseguirá ser realmente produtivo nas horas de trabalho e aproveitar as horas livres. A sua saúde e os que o rodeiam agradecerão que não misture trabalho e diversão.



Não importa muito aquilo que se sabe, mas antes aquilo que se faz com o que se sabe. A eficácia em aproveitar aquilo que se sabe para fazer algo relevante depende muito do controlo que fazemos do nosso tempo, pois há quem considere que o tempo é o nosso activo mais importante.

Outra dica importante para a gestão do tempo consiste em estabelecer blocos de tempo ao longo do dia, que podem (devem, em muitos casos) assumir mesmo a forma gráfica numa aplicação do smartphone, tablet ou computador pessoal (PC). Esta definição de blocos temporais pode incluir apenas as tarefas relacionadas com o trabalho, mas também pode incluir todo o seu planeamento diário para não se esquecer de cumprir as suas

obrigações (profissionais e pessoais) e tirar o maior partido do seu tempo (tanto no trabalho, como fora da empresa). Mas não exagere na dose de rigidez, tornando-se inflexível relativamente a todo o seu planeamento.

Há situações em que deve ser mais inflexível, mas outras em que a submissão absoluta ao planeamento não será compreensível. A sensatez é sempre a melhor conselheira neste jogo de equilíbrios.

quem precise de quase 30 minutos para começar a trabalhar realmente a sério (produtividade) e se sinta confortável com blocos de trabalho contínuo bastante mais longos. Mas também há quem fique demasiado cansado após os 30 minutos ou uma hora dedicados a algo. Sabe-se que um período de tempo demasiado longo dedicado em contínuo a uma tarefa provoca quebras de produtividade a partir de certo ponto. Mas esse tempo não é igual

Será ainda importante não tentar ser o “bombeiro” de serviço. Não queira fazer tudo. Delege nos outros. Se acha que concentrar muitas tarefas em si o ajuda de alguma forma ou à empresa, está completamente enganado. A nível pessoal poderá trazer-lhe um enfarte cardíaco na meia idade. Para a empresa, será um contratempo quando tiver o enfarte e precisar de descansar por algum tempo. Os centralizadores nas empresas são como os ditadores políticos. Quando eles caem, cai também a empresa (e o regime).

Não delegue tarefas nos outros só por delegar. Caso contrário, em vez de delegação noutras pessoas, poderá tratar-se apenas de abdicação pessoal e subsequente responsabilização de terceiros. Tem que ter em conta que o acto de delegar significa definir bem o que tem de ser feito, certificar-se de que a pessoa em quem delega percebe exactamente o que tem de fazer, explicar a importância dessas tarefas e porque têm de ser feitas, ensinar como as mesmas deverão ser feitas, certificar-se que a pessoa em quem delega percebe o processo que deve seguir, estabelecer prazos ou datas para a conclusão da tarefa, e certificar-se que ambos (você e a pessoa em quem delega) estão de acordo relativamente à data estabelecida para a conclusão da tarefa.

Não se arme em ocupado

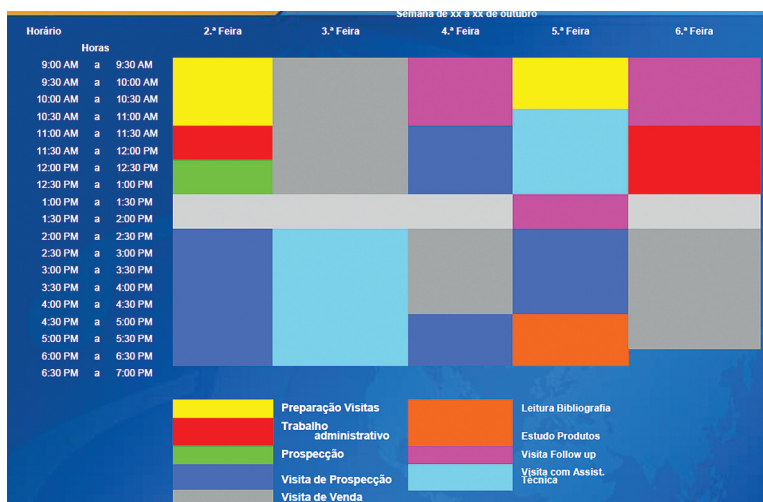
Neste processo de optimização do tempo, vemos muitas vezes as pessoas a “armarem-se” em ocupadas, desculpando-se constantemente com excesso de trabalho, falta de tempo, e mil e uma outras desculpas. Não se esqueça que uma pessoa demasiado ocupada e sem tempo para nada é normalmente sinónimo de desorganização pessoal e não de um verdadeiro aproveitamento do tempo para ser produtivo. Uma boa organização do tempo arranja sempre tempo para tudo (hoje ou amanhã).

Os falsos ocupados, os senhores das reuniões contantes e infindáveis, os indisponíveis para quase tudo, os campeões das horas extraordinárias, quase nunca são os mais produtivos, porque não sabem gerir minimamente o seu tempo nem distinguir entre o que é verdadeiramente prioritário daquilo que é acessório. Por isso, não confunda desorganização pessoal e falta de gestão do tempo com ocupação produtiva.

O mesmo se aplica aos senhores das urgências constantes, para quem é tudo urgente, mesmo que quase irrelevante. Além de prejudicarem a sua produtividade pessoal, estão a prejudicar a dos outros. Além disso, ao fim de algum tempo já ninguém dá credibilidade às suas urgências, mesmo que o assunto seja realmente urgente dessa vez. Organize-se e seja coerente na gestão do seu tempo e do tempo dos outros!



Na gestão do tempo é essencial que todas as pessoas que nos rodeiam respeitem e valorizem o tempo (o nosso e o deles) e ajam de acordo com isso. Toda a gente deve compreender que as interrupções reduzem (ou destroem) a produtividade de cada pessoa.



Estabeleça blocos de tempo ao longo do dia, que podem (devem, em muitos casos) assumir mesmo a forma gráfica numa aplicação do smartphone, tablet ou computador pessoal.

Também há quem recomende blocos de 30 minutos a uma hora ao longo do dia de trabalho, mas ajuste esse tempo de acordo com as suas características pessoais. Há

para todas as pessoas. Por isso, tente perceber a partir de que ponto começa a ser menos produtivo e aproveite para fazer pequenas interrupções.

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
- 914 399 492



CONTROLO!
PRODUTIVIDADE!



GESTÃO
DE FROTA



CUSTOS!
DESPERDÍCIOS!

MELHORIA DO NEGÓCIO

Vantagens competitivas para as empresas

As empresas podem obter vantagem competitiva e melhorar o seu negócio de muitas formas. Por vezes de forma simples e sem grandes custos. Neste texto vamos falar de uma área muito concreta – a auto-venda – e como se podem melhorar os processos, aumentar as vendas e ajudar os comerciais a aumentarem a sua produtividade.

Para as empresas, as vantagens podem-se resumir ao aumento das vendas e, conseqüentemente, ao aumento dos lucros. Para os comerciais, o aumento das vendas e a rentabilização do tempo irá traduzir-se em melhores salários ao fim do mês, já que os comerciais costumam ganhar em função do volume de vendas que conseguem realizar. Os pontos de venda também saem favorecidos com a modernização tecnológica que descrevemos brevemente neste texto, uma vez que passam a ter um melhor serviço por parte dos comerciais, podendo assim aumentar também as suas vendas aos clientes finais e reduzir custos de stocks. Por sua vez, os clientes finais serão melhor servidos, passando a encontrar aquilo que pretendem mais facilmente no ponto de venda da sua preferência.

O que acabámos de dizer é válido para qualquer tipo de actividade comercial, incluindo a venda de refrigerantes, gelados, chicletes, batatas fritas em pacote, telefones móveis, jornais e revistas, envelopes, cadernos, esferográficas, ou tudo aquilo que possa encontrar num quiosque ou qualquer loja de venda ao público. As empresas não podem estar apenas à espera que os clientes (pontos de venda) lhes façam encomendas. Têm que percorrer o terreno a visitar os pontos de venda para lhe proporem novos produtos, novas estratégias de venda, promoções, etc.

Num país como Angola, com um vasto território, qualquer empresa que pretenda estar presente nos cantos mais remotos do país terá que seguir uma de duas lógicas, de acordo com as especificidades do seu negócio e com a avaliação dos prós e contras de cada uma delas



Considere uma equipa de comerciais que actua na área da distribuição de produtos junto de pontos de venda espalhados pelo país. Esses comerciais percorrem o território nacional com carrinhas que são autênticos armazéns de produtos. A automatização pode reduzir custos e aumentar a rentabilidade para a empresa e para os comerciais, além da qualidade de serviço aos pontos de venda.

por parte da gestão. Por um lado, pode-se seguir a estratégia de investir na instalação de armazéns em todas as províncias, a partir dos quais servirá os pontos de venda da mesma com as suas equipas de comerciais. Por outro lado, pode-se optar por equipas de comerciais com viaturas-armazém que efectuem a cobertura do território nacional a partir de apenas um ou poucos armazéns localizados estrategicamente no território. Em ambos os casos, a solução de que falamos a seguir pode ser de grande utilidade na melhoria de processos, aumentando a eficiência, a produtividade e a qualidade do serviço.

Considere uma equipa de comerciais que actua na área da distribuição de produtos junto de pontos de venda espalhados pelo país. Muitos destes comerciais percorrem o território nacional com carrinhas que são autênticos armazéns de produtos. Se for este o caso da sua empresa, este texto interessa-lhe. Se não for bem esta a actividade da sua empresa, uma solução de auto-venda também poderá ajudar na opti-

mização de processos e no aumento da rentabilidade. Os stocks existentes em cada viatura dos comerciais (ou qualquer tipo de stock) precisam de ser fiáveis, pelo que a sincronização em tempo real entre os terminais móveis dos comerciais e o sistema central é um requisito, e não uma opção. A sincronização dos terminais móveis tem que actuar nos dois sentidos, com os terminais a receberem informação do sistema central e a enviarem informação para o sistema central.

No caso do módulo de auto-venda Eye Peak, faz parte de uma solução mais abrangente de gestão de armazém e de gestão da distribuição com o mesmo nome, pelo que a integração entre os vários módulos da solução é um dado adquirido e linear. Paralelamente, esta solução pode ser integrada com a solução ERP (sistema integrado de gestão) da empresa.

Outro aspecto importante é a actualização dos terminais de forma remota, já que os comerciais vivem em deslocação pelo país e não no escritório da empresa. Em vez dos

comerciais terem que se deslocar à empresa ou enviar os terminais para actualização/reparação – por exemplo, instalação de uma nova versão de software, ou para reparar eventuais problemas detectados – essa actualização e muitas correcções de problemas deverão poder



A integração dos terminais móveis dos comerciais com o sistema de gestão de armazém e deste com o ERP da empresa representa outra grande vantagem, dado que a informação circula entre os vários sistemas de gestão da empresa em tempo real, agilizando e conferindo fiabilidade a todos os processos relacionados com a actividade da empresa, desde a gestão de stocks, até à facturação.

ser feitas de forma remota. Concretamente, as actualizações ou correcções de software deverão ser feitas de forma automática quando o comercial sincroniza o seu terminal com o sistema central.

Este aumento de rapidez na troca de informação e de comodidade na actualização dos terminais traduz-se em maior qualidade do serviço que é prestado aos pontos de venda e em mais tempo para os comerciais se dedicarem à sua tarefa que realmente interessa – a venda. Além disso, a fiabilidade dos stocks móveis em carrinhas também facilita e melhora o serviço aos pontos de venda, graças à fiabilidade dos stocks existentes em cada viatura, decorrente da actualização da informação em tempo real. Os comerciais deixam assim de perder oportunidades de venda por falta de stocks e podem planear e rentabilizar melhor a sua actividade junto dos pontos de venda.

A integração com o sistema de gestão de armazém e deste com o ERP da empresa representa outra grande vantagem, dado que a informação circula entre os vários sistemas de gestão da empresa em tempo real, agilizando e conferindo fiabilidade a todos os processos relacionados com a actividade da empresa, desde a gestão de stocks, até à facturação.

Funcionários podem comprar seus equipamentos de trabalho

Os programas de BYOD (bring your own device – ou traga o seu próprio equipamento de computação para a empresa) estão a generalizar-se um pouco por todo o mundo. Em termos futuros, isto terá grandes implicações para os funcionários e para as empresas.

Segundo a Gartner, em 2017 metade dos empregadores exigirão que os seus funcionários forneçam os equipamentos de computação necessários para a realização do seu trabalho. Ainda segundo a Gartner, 38 por cento das empresas esperam acabar com o fornecimento destes equipamen-

tos aos seus funcionários em 2016. Como refere David Willis, analista na Gartner, as estratégias BYOD representam uma mudança radical para a economia e a cultura da computação cliente nas empresas. Para este analista, as vantagens do “traga o seu próprio equipamento de computação para a empresa” são a criação de novas oportunidades de forças de trabalho móveis, o aumento da satisfação dos empregados, e a redução de custos. Mas os desafios para a empresa também são vários, nomeadamente para o departamento de TI (tecnologias de informa-

ção), que terá de disponibilizar as aplicações e os dados empresariais a múltiplas plataformas, além de ter que lidar com as questões de segurança, suporte e mobilidade dessa diversidade de equipamentos.

Apesar do título deste texto fazer supor que serão os empregados a custear o equipamento de computação que irão utilizar para fins profissionais, felizmente a realidade não será exactamente dessa forma em muitos casos. Muitas empresas permitirão que os seus funcionários e parceiros de negócio escolham os equipamentos de compu-

tação da sua preferência para correr as aplicações e aceder aos dados empresariais, mas irão suportar pelo menos parte do seu custo. Se não for o custo do equipamento propriamente dito, será o custo do serviço (comunicações, por exemplo). Estes equipamentos vão desde os smartphones aos tablets, passando ainda eventualmente pelos computadores pessoais (PCs), sobretudo os portáteis.

A tendência futura deverá ser para que cada vez mais o custo de aquisição do equipamento seja suportado inteiramente pelos funcionários, sobretudo quando as

empresas não colocam restrições em termos de marca, modelo, ou sistema operativo. Esta tendência está a espalhar-se por empresas e instituições governamentais de todas as dimensões, mas são as médias e as grandes organizações que estão a adoptar mais as estratégias de BYOD. Também existem diferenças de região para região. Por exemplo, nas empresas dos Estados Unidos é duas vezes mais provável a adopção do BYOD do que nas empresas europeias. A Europa é a região do mundo onde se regista a mais baixa taxa de adopção do BYOD.

GESTÃO DE ACTIVOS

Ganho das empresas está no controlo do equipamento

MIGUEL MELO |

Num mundo onde a concorrência é feroz, em permanente desenvolvimento e apuramento tecnológico, é necessário que as empresas controlem despesas, diminuam custos e aumentem a performance de todo e qualquer investimento. Angola não é excepção e, como país em elevado crescimento, vê de dia para dia o seu território a mudar, com o surgimento de novas empresas geradoras de emprego e de riqueza. Há novas fábricas, há novas companhias internacionais a decidirem marcar presença no país, há investimento e há novos equipamentos.

Mas este crescimento, mudança e evolução a um ritmo elevado requer também um controlo elevado, uma afinação das partes para que os resultados sejam positivos, para que os objectivos comerciais, financeiros, institucionais, comunicacionais sejam alcançados. Há que garantir a performance e a optimização do investimento, dos equipamentos adquiridos para a produção e construção dos produtos e serviços.

A solução Quatenus, abarca produtos especializados na área da monitorização, controlo e gestão em tempo real, recorrendo a informação georreferenciada aplicável aos activos fixos e móveis com valor relevante para as empresas. Uma das necessidades a que responde esta solução inclui o controlo da performance dos equipamentos, sejam estes máquinas, instalações, pessoas, ou equipas.

Com a solução Quatenus Asset Edition Machine os gestores/empresários conseguem gerir equipamentos transportáveis destinados a dar suporte a operações fabris dispersas geograficamente e com exigências de controlo da sua capacidade utilizada versus capacidade disponível. Conseguem ainda controlar o nível de desempenho de forma remota e em tempo



Com a instalação da tecnologia Quatenus nos equipamentos, nas máquinas e nos meios de transporte, as empresas saberão a cada instante onde os mesmos se encontram, quais os seus níveis de desempenho e de produtividade. Compreenderão se estão a ser adequadamente utilizados, ou se podem ser potenciados com novos softwares. Foto: Ilda Carvalho.

real com recurso a tecnologia GPS e GSM. A disponibilização de informação em tempo real sobre a localização, o estado actual e o desempenho, significa dispor de mais dados relevantes para poder decidir e actuar rapidamente. Permite igualmente maior eficácia, bem como reduzir os custos operacionais e aumentar a produtividade, rentabilizando a ocupação da capacidade instalada total.

Todas estas questões e o alcance e optimização destes factores conduzem a maior eficiência, eficácia, produtividade e rentabilidade dos investimentos efectuados. O elevado controlo dos activos traduz-se num retorno mensurável, acompanhado e maximizado. As grandes, médias, ou pequenas empresas poderão assim usufruir de uma tecnologia avançada que as ajudará na maximização de ganhos, no controlo e na melhoria do trabalho e do desempenho de máquinas e infra-estruturas que diariamente

despendem energia e recursos.

São várias as empresas (multinacionais e nacionais) que têm unidades fabris dispersas pelo território, ou unidades de produção, linhas de montagem instaladas em espaços ou fábricas pertencentes a terceiros. De igual modo, são muitas as empresas que estão a trabalhar no terreno, nomeadamente em projectos de construção civil, planeamento, projecção e elaboração de estradas, auto-estradas, infra-estruturas diversas espalhadas pelo país. Também são várias as empresas e entidades que necessitam e fazem uso corrente de transportes pesados e de movimentação de cargas.

Todas estas empresas investem grandes quantias de capital e todas elas capitalizam e criam a rede de negócios que estimula e provoca o crescimento da economia. Contudo, sabendo à partida que todo e qualquer investimento comporta riscos, a palavra de ordem que se torna vital é a minimização desses riscos. As-



Estima-se que as vantagens incluam uma redução dos custos na ordem dos 10 por cento e um aumento dos ganhos em cerca de cinco por cento. Também passa a haver maior segurança e um nível crescente de credibilidade e desafogo no risco relacionado com o investimento. Foto: Ilda Carvalho.

sim, acompanhando o ritmo de investimento por parte dos empresários nacionais e o capital estrangeiro que vê neste mercado uma fonte de rendimento e uma oportunidade de expansão, torna-se estratégico e necessário que as empresas controlem, maximizem e rentabilizem os seus activos móveis, os equipamentos e os meios de transporte.

Com a instalação da tecnologia Quatenus nos equipamentos, nas máquinas e nos meios de transporte, as empresas saberão a cada instante onde os mesmos se encontram, quais os seus níveis de desempenho e de produtividade. Compreenderão se estão a ser adequadamente utilizados, ou se podem ser tecnologicamente potenciados com novos softwares ou afinações mecânicas, por exemplo. Em caso de desvio ou, no pior dos cenários, roubo, esta tecnologia de gestão de activos diminui o risco de perda do sinal da viatura ou da máquina, aumentando a probabilidade de seguir

o seu rasto e identificar a sua localização. Tudo isto traduz-se num aumento do rendimento e na colocação do enfoque na rentabilidade do investimento efectuado. Estima-se que as vantagens incluam uma redução dos custos na ordem dos 10 por cento e um aumento dos ganhos em cerca de cinco por cento. Também passa a haver maior segurança e um nível crescente de credibilidade e desafogo no risco relacionado com o investimento.

Face ao que foi referido, torna-se evidente que o investimento nesta tecnologia de gestão de activos trará frutos para as empresas, permitindo uma maior sustentabilidade e consolidando as bases do seu negócio. Porque investir não é só construir, mas também é manter, potenciar, controlar, melhorar e afinar diariamente, a tecnologia de gestão de activos permite reduzir custos, aumentar a rentabilidade e evitar cenários desfavoráveis para as empresas.

Mercado do software CRM cresceu no ano passado

Perante a informação da Forrester (ver texto "A lealdade dos clientes depende mais da experiência do que do preço"), não admira que a Gartner venha dizer que o mercado mundial do software de gestão da relação com os clientes (CRM) cresceu 12,5 por cento em 2012. Os fornecedores destas soluções beneficiaram de uma grande procura das soluções de CRM sob a forma de serviço (SaaS), que re-

presentou cerca de 40 por cento das receitas totais obtidas com software de CRM em 2012. A América do Norte e a Europa Ocidental continuaram a ser a principais regiões para o software de CRM, sendo responsáveis por mais de 80 por cento das receitas totais deste mercado. No entanto, todas as regiões registaram crescimento nesta área. Em termos futuros, espera-se que o crescimento do software de CRM

aconteça sobretudo na Europa de Leste, Eurásia, Médio Oriente e África. A lista dos principais cinco fornecedores mundiais de software de CRM é encabeçada pela Salesforce.com, que ultrapassou a SAP em 2012, roubando-lhe o primeiro lugar. No total, as receitas geradas pelo software de CRM a nível mundial totalizaram 18 mil milhões de dólares americanos no ano passado.

| Fornecedor | Receita 2012 | Quota Mercado 2012 | Receita 2011 | Crescimento 2011-2012 |
|----------------|-----------------|--------------------|-----------------|-----------------------|
| Salesforce.com | 2,525.6 | 14.0 | 2,004.6 | 26.0 |
| SAP | 2,327.1 | 12.9 | 2,325.1 | 0.1 |
| Oracle | 2,015.2 | 11.1 | 1,870.0 | 7.8 |
| Microsoft | 1,135.3 | 6.3 | 900.9 | 26.0 |
| IBM | 649.1 | 3.6 | 465.6 | 39.4 |
| Outros | 9,437.7 | 52.1 | 8,513.7 | 10.7 |
| Total | 18,090.0 | 100.0 | 16,079.9 | 12.5 |

Receitas arrecadadas pelos principais cinco fornecedores mundiais de software de gestão da relação com os clientes (CRM) e receita total deste mercado em 2012 em milhões de dólares americanos. Fonte: Gartner, Abril de 2013.

Lealdade do cliente depende da experiência

A lealdade dos clientes depende mais da experiência que o fornecedor lhe proporciona do que do preço que lhe é proposto, sobretudo no mercado bancário e no sector retalhista. Esta é a conclusão de um estudo recente realizado pela Forrester, que procura testar a relação entre as percepções dos clientes relativamente à sua experiência, as suas percepções em termos de preço-valor, e a sua lealdade.

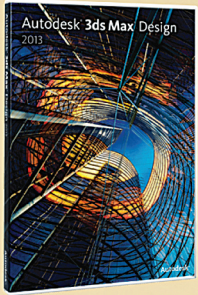
No caso dos bancos, a experiência proporcionada aos clientes conta 55 por cento para a lealdade dos mesmos, enquanto no caso dos retalhistas conta 46,5 por cento. Quando se consideram em conjunto a experiência proporcionada aos clientes e o preço-valor, a percentagem de lealdade sobe ligeiramente para 56 por cento e 47 por cento, respectivamente. Esta informação levou Maxie Schmidt-Subrama-



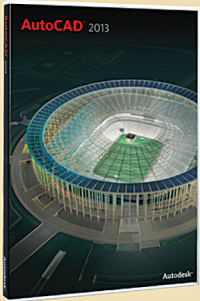
nian, analista e autor do estudo, a concluir que isto significa que as empresas não deverão querer suplantá-las apenas no preço e ignorando a experiência que proporcionam aos seus clientes.

Deverão antes formular uma estratégia que aposte em proporcionar uma boa experiência aos consumidores e definir depois os preços. Evidentemente, em ambos os casos (experiência e preço), terão que ter em conta as características de cada público-alvo.

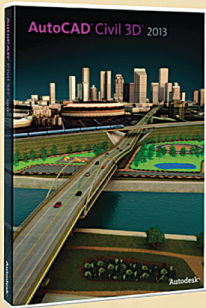
Autodesk



3ds Max Design 2013



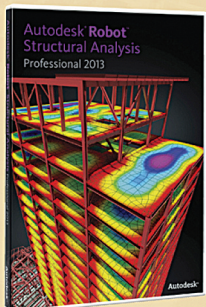
AutoCAD 2013



AutoCAD Civil 3D 2013



Autodesk Revit 2013



Autodesk Robot 2013



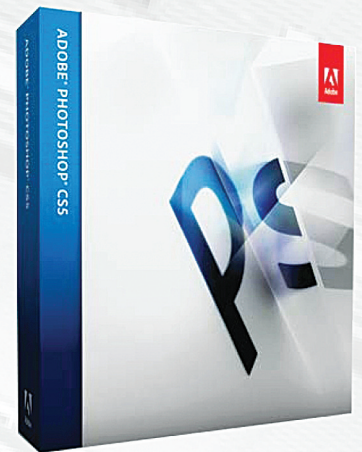
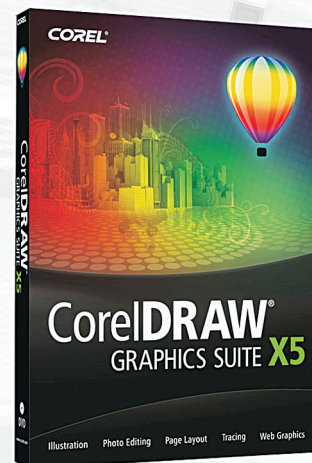
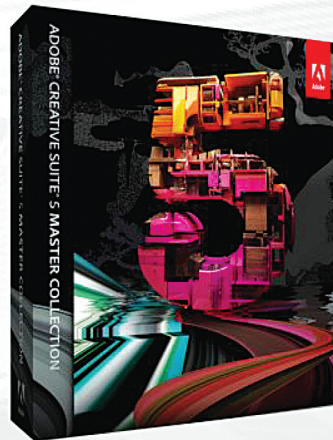
Rua Kwamme Nkrumah
nº 10 - 3º, Maianga
Luanda

Av. Dr. Amílcar Cabral,
Ed. Pangeia - Bairro Lalula,
Apartado 184/ Lubango

Software | Formação



Adobe Master Collection | Corel DRAW X5 | Adobe Photoshop CS5



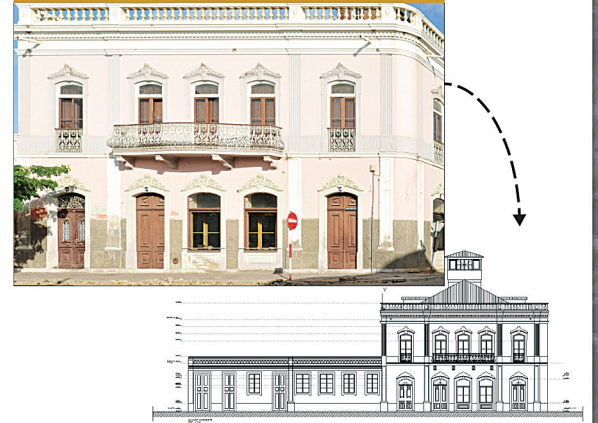
Adobe | Corel

Serviços prestados

3D interiores & exteriores



Levantamentos por Laser - Laser Scanning



Serviço de Design Gráfico



Levantamentos Fotogramétricos

Parcerias na realização de Projectos de Construção Civil