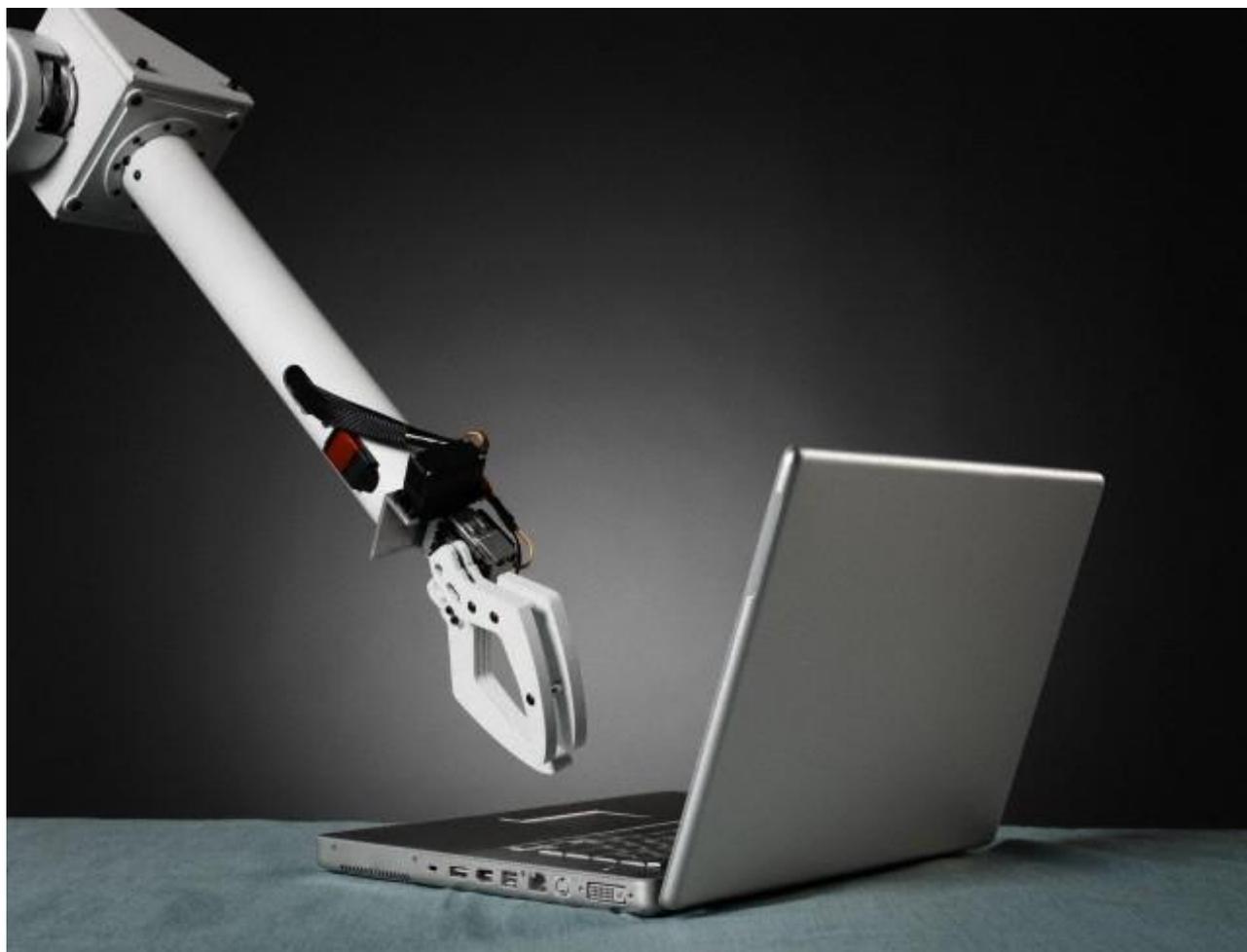


SERVIÇOS

Abril/2012

A PRESENÇA DA TECNOLOGIA É ESSENCIAL PARA A GESTÃO DE NEGÓCIOS



“Alguém duvida que a tecnologia da informação e telecomunicação (TIC) é essencial para a gestão de uma empresa, seja ela de que setor ou segmento for? Seja na indústria, no comércio, no agronegócio ou em serviços, a tecnologia garante um melhor desempenho dos processos, sejam de gestão ou de mercado.”

Fonte Imagem: Disponível em: < http://www.menvie.com.br/blog/wp-content/uploads/2011/05/tecnologia_nos_negocios.jpg >. Acessado em 11/04/2012 às 11h00

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas

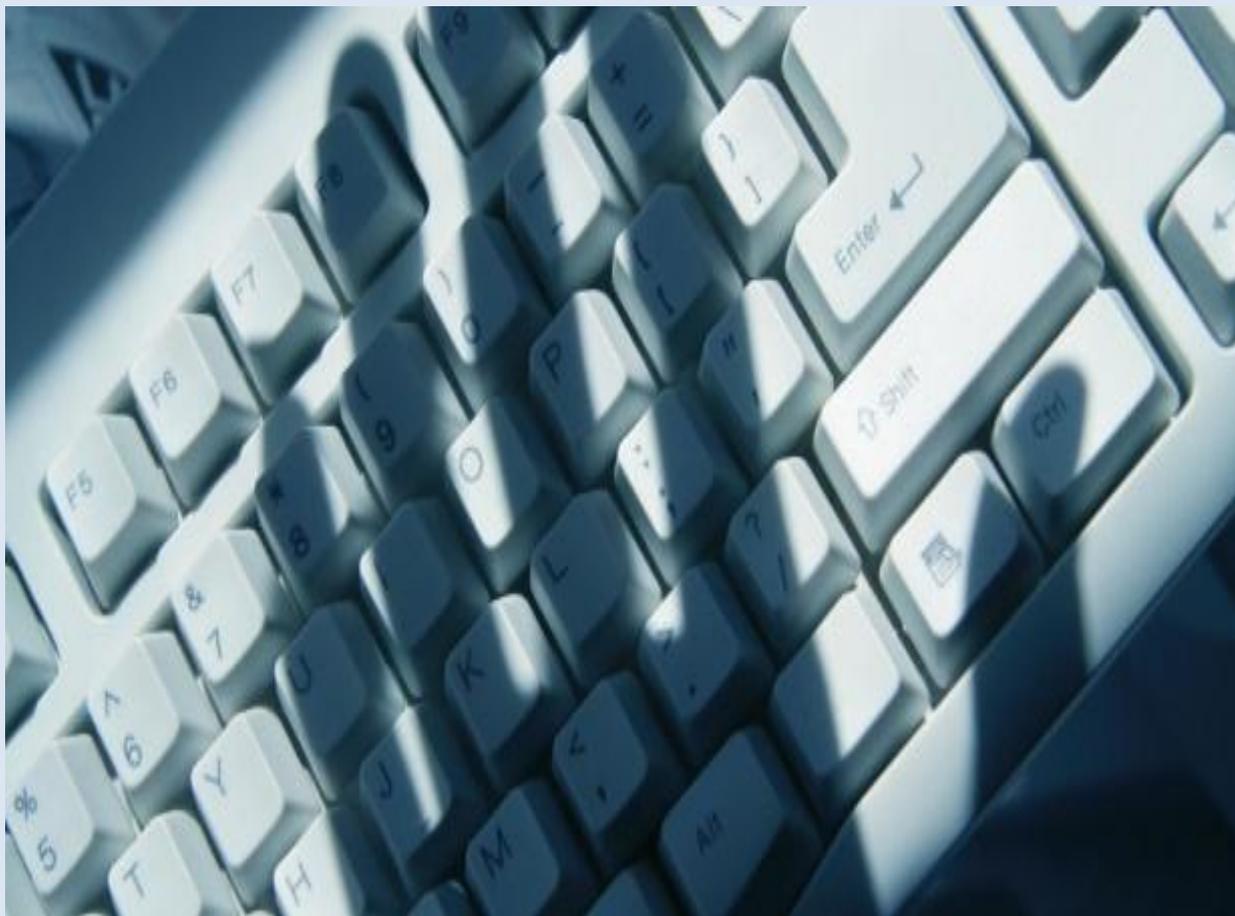
Oportunidades & Negócios

Torna-se difícil imaginar uma empresa de arquitetura sem um programa de CAD, uma agência de publicidade sem um software de design, uma oficina automotiva sem os equipamentos de análise de funcionamento do motor, uma agência de turismo sem um sistema de reservas, entre outros. É possível sobreviver sem a tecnologia hoje em dia?

A inovação tecnológica deixou de se caracterizar como um processo inerente ao setor industrial e passou a interagir, especialmente, com as atividades do setor de serviços de agregação de valor, que incluem transferência de *know-how*, além dos serviços de tecnologia de ponta, principalmente aqueles relacionados à tecnologia da informação. A onipresença dos serviços e tecnologias de informação e comunicação, a ampliação do acesso à internet de banda larga e das redes sociais ampliam a difusão de serviços baseados nessas plataformas, conectando usuários e criando novas formas de se comunicar, conhecer, informar, educar, comprar, criar, inovar, compartilhar e gerenciar melhor o seu negócio.

A tarefa de definir um conceito para serviço não é trivial, pois se refere a uma atividade heterogênea. Parte da dificuldade em se definir serviço reside na sua natureza intangível, na ausência da apropriação de algo físico e concreto, ainda que muitas vezes esteja associado à entrega de um produto.

A simultaneidade entre a produção e o consumo é outra característica que agrega complexidade ao conceito de serviço, pois não se trata de matéria estocável, tendo seu valor definido pela experiência de uso, que se dá no exato momento de sua produção. A garantia de sua qualidade é inerente à sua fruição, pois não existe serviço bem feito pronto ou estocado. A percepção do cliente será formada no exato momento em que o serviço é oferecido. Tudo o que pode representar uma boa imagem perante o consumidor consiste em uma forma de tangibilização, e a tecnologia contribui de forma significativa para este posicionamento, para tornar perceptível um serviço ao cliente.



A TECNOLOGIA COMO DIFERENCIAL

O varejo vende produtos que os clientes podem tocar, olhar e avaliar o formato, o design, entre outras características. No caso dos serviços, é difícil estabelecer um valor, pois são apenas consumidos. Quanto vale um curso de língua estrangeira? Se formos levantar preços no mercado, as diferenças podem chegar a mais de 50% de diferença nas mensalidades. Certamente, um dos diferenciais que emprestam valor ao serviço é a tecnologia empregada na empresa. Por exemplo, há cursos em que a aula é acompanhada por um microcomputador que projeta a imagem em um telão em que o professor dispõe de um recurso de "touch-screen" (tela sensível ao toque), para desenhar coisas no telão, acessar a internet, abrir arquivos eletrônicos, tocar músicas, etc. Quanto vale isso para o aluno, quando ele compara o curso que oferece esses recursos a outro que não oferece?

Ainda no segmento da educação, temos a TIC oferecendo outras importantes soluções como, por exemplo, os jogos voltados para educação desenvolvidos na comunidade do Porto Digital em Recife (PE). Um desses aplicativos ensina a tocar bateria e foi o produto voltado para celular e *tablet* mais vendido na Europa e nos Estados Unidos, em 2010. Outros softwares ensinam música em escolas públicas e particulares com linguagem de videogame e atendem alunos de várias idades. No lugar da partitura, o software acelera o aprendizado na sala de aula. O que um aluno levaria de seis a oito meses para começar a entender com o método tradicional, eles aprendem em três meses.



No segmento da economia criativa, a tecnologia vem se apresentando como um instrumento de inovação e eficácia nos processos produtivos e de comercialização dos serviços:

✓ **Em publicidade e propaganda** - em todos os meios de comunicação audiovisuais, a TIC está presente com novas formas de impactar o consumidor: os celulares levam mensagens dos patrocinadores com promoções do comércio e dos serviços; as mídias sociais são usadas não só como instrumento de relacionamento com os clientes, como para a venda dos produtos e serviços ("*s-commerce = social commerce*"); as mídias *indoor* levam vídeos ao consumidor em shoppings, elevadores, etc., que podem ser atualizadas através da telecomunicação da central para todos os pontos de venda; o e-mail faz o marketing direto acontecer entregando uma mensagem para um público selecionado e de forma personalizada. Nos meios impressos, a produção depende de um software de *design*,

Oportunidades & Negócios

✓ **No segmento editorial** – livros, revistas, jornais, chegam hoje aos consumidores em formato eletrônico. Alguns são gratuitos, valendo-se da receita da propaganda em seus conteúdos, outros são vendidos mais baratos do que em suas versões impressas. Alguns consumidores já se dispõem a ler livros inteiros em seus *tablets*,

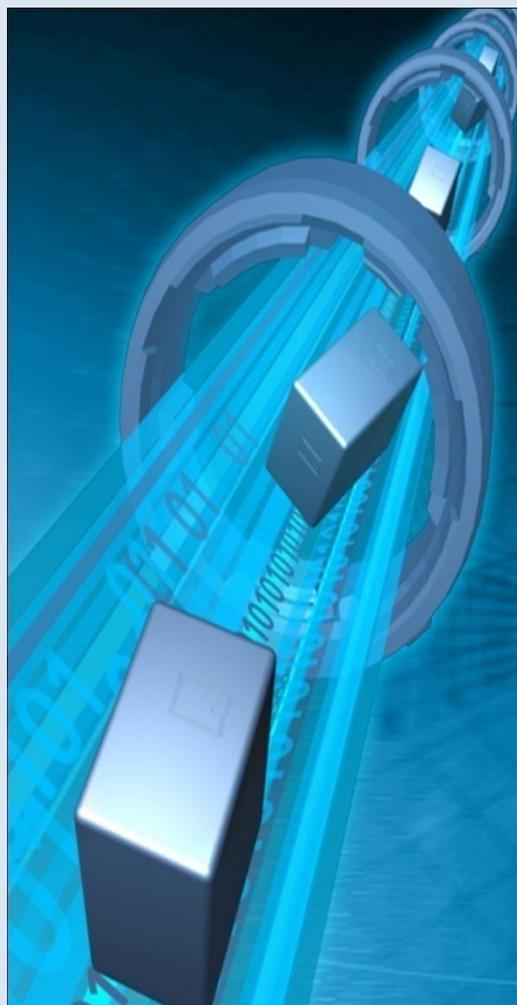
✓ **No segmento audiovisual** – CDs e DVDs ainda são vendidos no varejo, mas quantas páginas na internet de música e filmes não existem, comercializando os mesmos conteúdos? Mais uma vez a TIC permite que, em função dos baixos custos do processo de distribuição e comercialização, os produtos possam ser vendidos a preços mais em conta para o público. No cinema e no teatro, as salas de exibição e apresentação já vendem seus *tickets* pela internet, inclusive permitindo a marcação de assentos de forma antecipada. Muitas vezes, esse simples recurso faz com que um espectador escolha uma sala em detrimento de outra;

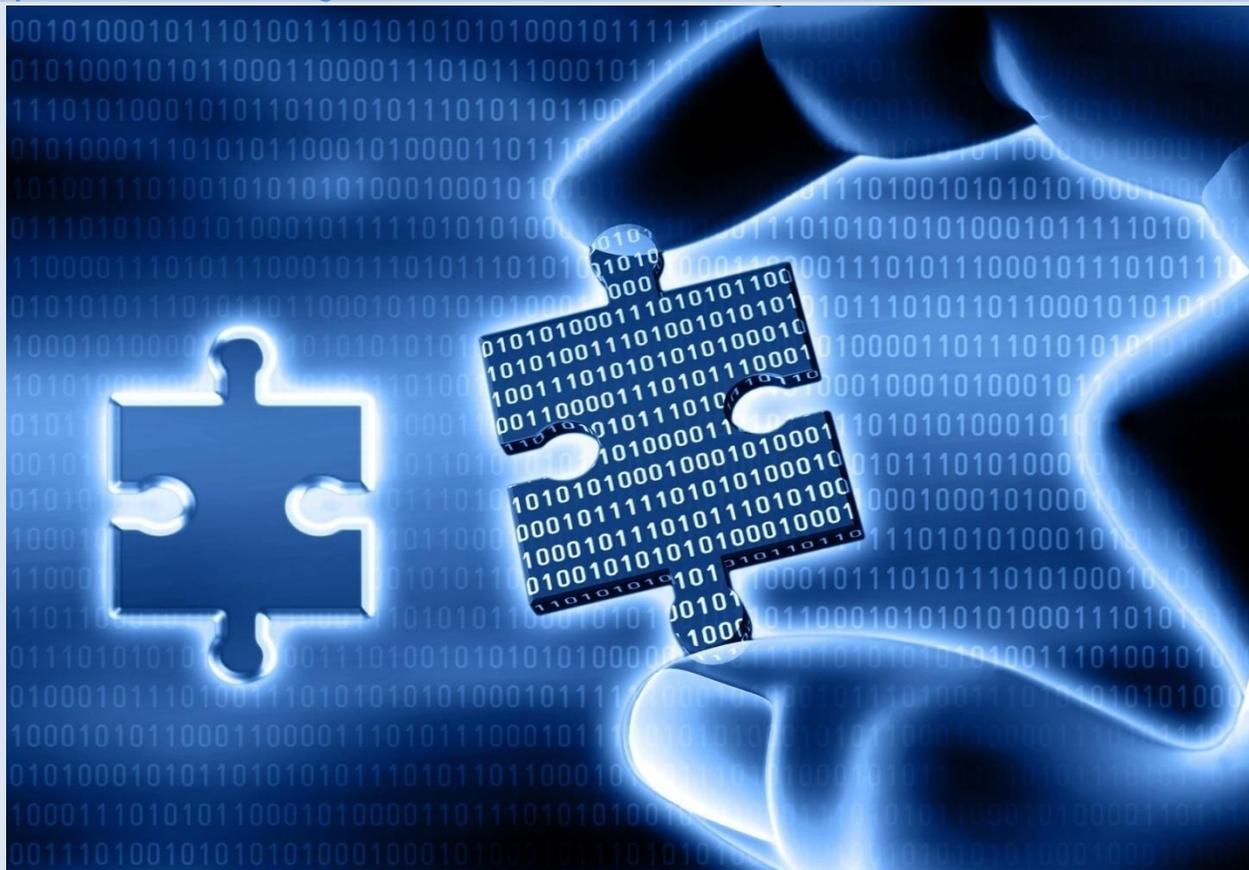
✓ **Em entretenimento** – centenas de milhares de jogos já existem para o uso em mídias móveis, com celulares e *tablets*. Diariamente surgem novidades que impulsionam os consumidores a comprar os aplicativos e se divertir em suas tecnologias ambulantes. A indústria dos jogos para celulares é uma das que mais cresce nos últimos anos.

AS INOVAÇÕES EM SERVIÇOS PROMOVIDAS PELO USO DE TECNOLOGIAS

No campo da própria TIC, um movimento conhecido como *crowdsourcing* vem demonstrando o importante papel da tecnologia no trabalho colaborativo (*workgroup computing*) através da internet. O *crowdsourcing* é um modelo de produção que utiliza a inteligência e os conhecimentos coletivos e voluntários espalhados pela [internet](#), para resolver problemas, criar conteúdo e soluções ou desenvolver novas tecnologias. Esse movimento ainda incorpora um conceito moderno da co-criação, onde clientes interferem no processo criativo e produtivo das empresas, contribuindo de forma voluntária para a adaptação dos produtos às necessidades do mercado. Dois bons exemplos de produtos obtidos através do *crowdsourcing* são o sistema operacional [Linux](#) e o navegador [Firefox](#), que foram criados por um exército de voluntários ao redor do mundo.

O Brasil é reconhecido mundialmente como um dos maiores inovadores em uso de TIC no segmento de instituições financeiras. A automação bancária evoluiu mais em nosso país, especialmente pelas exigências de uma economia instável, que submetia as instituições a constantes mudanças em moedas, legislações, entre outros. O movimento nas agências bancárias diminuiu sensivelmente com o serviço online na internet. Muitas pessoas e empresas realizam seus pagamentos e cobranças pelos sítios de seus bancos. Não fosse a tecnologia, com o aumento do poder aquisitivo da população e, conseqüentemente, um maior uso dos serviços bancários, as agências não suportariam a elevação das transações nas lojas.





No segmento da saúde, a tecnologia da informação e telecomunicação tem possibilitado salvar mais vidas. Cirurgias já podem ser feitas a distância, com o cirurgião realizando os procedimentos a centenas de quilômetros do paciente na sala cirúrgica, através da telecomunicação e da robótica. Os resultados dos exames laboratoriais, na maioria das vezes, podem ser obtidos através dos sítios das clínicas e hospitais, trazendo mais conforto e comodidade para seus clientes. A maioria dos médicos armazena as informações de seus pacientes em fichas eletrônicas, guardadas em seus microcomputadores. Além de ocupar um espaço menor, a tecnologia torna mais fácil o acesso às informações dos pacientes.

Empresas do segmento de recursos humanos, como de seleção e recrutamento, perceberam a vantagem de adoção da TIC em seu negócio. Currículos de candidatos a emprego são armazenados em um banco de dados, cujos modelos de estruturação da informação permitem a seleção de um perfil profissional em segundos, por meio de diferentes formas de pesquisa de dados. O próprio cadastramento é facilitado pelo acesso a um portal na internet. Portanto, o ato de recrutar se tornou muito mais ágil e barato para essas empresas.

Em alguns segmentos, a ausência da TIC significaria a total impossibilidade de implantação do serviço, como é o caso dos cursos de Educação à Distância (EAD) e de serviços de *Call Centers*. Em ambos, a telecomunicação é o único meio de contato com o público e o *software* é essencial no processo do negócio.

Além de seu uso nos processos de comercialização, a TIC também está presente nas áreas administrativa e financeira das empresas. Cobranças podem ser feitas com boletos eletrônicos enviados por e-mail ou obtidos nas páginas da internet. O pagamento pode ser feito pela internet com o uso de cartões de crédito. No Brasil a nota fiscal eletrônica (NF-e) já é uma realidade (e obrigatória para a maioria das empresas). O cliente usufrui do serviço e recebe o seu documento fiscal por e-mail (ou até impresso na hora do consumo). No campo legal, a certificação digital imprime uma maior segurança para as transações *online*, o que constitui mais um elemento de tangibilização do serviço para as empresas que adotam essa tecnologia.

Oportunidades & Negócios

É importante perceber que, na verdade, a TIC já faz parte da vida de todas as empresas, seja nos processos administrativos e financeiros ou de negócios. A questão que se impõe como desafio para as empresas está em descobrir onde ela agora representa um diferencial competitivo e tudo isso está relacionado ao seu uso como instrumento de inovação em serviços. Vejamos alguns exemplos onde a TIC é um instrumento de inovação em serviços:

✓ Empresas de marketing e comunicação vêm inovando no campo da criação de marcas, oferecendo todo o serviço através da internet. Algumas adotam a estratégia de criar logomarcas previamente à demanda do cliente, oferecidas ao mercado por um preço mais atrativo do que o serviço tradicional, com a possibilidade de algumas pequenas customizações. Esse novo formato de assessoria de marketing vem trazendo excelentes lucros para os seus idealizadores. Algumas micro empresas já estão faturando mais de R\$ 1 milhão de reais por ano com esse serviço, alavancando seus negócios e crescendo;

✓ Escritórios de arquitetura conseguem simular como ficará o ambiente do contratante de seus serviços com o uso de sofisticadas ferramentas de *design*;

✓ Sítios de “compra coletiva” (apesar de seu viés comercial) prestam serviços de marketing promocional às empresas que desejam alavancar as suas vendas no curto prazo. Já há, inclusive, agora no mercado os portais de “recompra coletiva”. Essa novidade decorre do fato de que muitos consumidores não conseguem, por motivos diversos, usufruir de oferta e preferem revendê-las com pequeno prejuízo, evitando perder todo o valor investido;

✓ Sites de venda de passagens aéreas, hotéis, atrações turísticas tomam mercado de agências de viagens com venda de pacotes turísticos a preços imbatíveis. Há empresas no mercado internacional que operam somente pela internet (ex.: www.lastminute.com), oferecendo passagens aéreas e quartos em hotéis com valores muito inferiores aos preços de transportes terrestres e de diárias de balcão ou de agência de turismo. O intuito das empresas aéreas e dos hotéis é aumentar a taxa de ocupação ao máximo possível e utilizam esses sites para intermediar tais promoções de última hora;

✓ Livrarias recebem as listas de material escolar das diversas escolas e oferecem o pacote para os alunos com preços mais em conta e com serviço de entrega em domicílio. Basta ao aluno entrar no sítio da livraria e selecionar a sua escola e série.



Oportunidades & Negócios

Os exemplos acima são apenas algumas das centenas de inovações que as empresas de serviços trazem e que são baseados em TIC. Mas é crucial entender que toda inovação traz mudanças que podem causar resistências, sentidas tanto por parte de quem as usufruirá, como também por quem utiliza a tecnologia em seus serviços. Por isso, o empresário do setor deve entender que, antes de tudo, ele precisa vencer as resistências internas em sua própria empresa, quando introduz uma nova tecnologia no processo. Não são poucos os casos em que o funcionário rejeita a novidade, por não ter consciência de como ela poderá ajudá-lo a ser mais eficaz e como ela deve usá-la.

Os projetos de *Customer Relationship Management* (CRM) são exemplos de tecnologia que muitas vezes fracassam, porque os seus usuários entendem que a ferramenta é mais uma burocracia de controle de suas atividades do que um apoio estratégico de relacionamento com seus clientes. É necessário um trabalho de conscientização e de treinamento para o uso da tecnologia antes de colocá-la a serviço da empresa. Em seguida, é preciso também lembrar que o consumidor não aceita novidades de imediato. Há um processo de adaptação em que a confiança na tecnologia é o elemento chave de sucesso para a sua aceitação.



Fonte Imagem: Disponível em: <http://www.algosobre.com.br/images/stories/assuntos/profissoes/engenharia_de_comunicacao.jpg> em 12/04/2012 às 10h00

BOLETIM DE OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS é uma publicação da Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros **SEBRAE** – Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: **Roberto Simões**

Diretor-Presidente: **Luiz Barretto**

Diretor-Técnico: **Carlos Alberto dos Santos**

Diretor de Administração e Finanças: **José Claudio dos Santos**

UAMSF - NIM - **Núcleo de Inteligência de Mercados**

UACS- **Unidade de Atendimento Coletivo Serviços- Carteira de Serviços e TIC e Economia Digital**

Consultor Conteudista: **Marcos Rabstein**

Diagramação: **Amanda Rodrigues**

Endereço: SGAS 604/605, módulos 30 e 31, Asa Sul, Brasília/DF, CEP: 70.200-645