

VICTOR HUGO ALVES | VICTOR@CONVERGECOM.COM.BR

GUERRA DE APLICATIVOS

ENQUANTO O MERCADO DE APLICATIVOS SE DESENVOLVE EM TODO O MUNDO, MUDANÇA NOS SISTEMAS OPERACIONAIS E NA EQUAÇÃO DE CUSTOS FAZ COM QUE EMPRESAS AVANCEM SOBRE ESSE MERCADO. ANDROID É O CAMINHO PREFERIDO.

As soluções de mobilidade avançam de forma expressiva tanto no mercado corporativo quanto para o de consumo. Uma amostra deste fato é o acelerado crescimento das vendas de smartphones, que devem somar 225 milhões de unidades neste ano, aumento de 21% ante 2009, taxa que tende a se manter acelerada pelos próximos anos, segundo consultorias como Gartner e IDC. Essa expansão intensa da venda de smartphones fez explodir o mercado de aplicativos móveis, que fechou 2009 com receita de US\$4,23 bilhões e download de 251 milhões de aplicativos em todo o mundo, números que tendem a chegar em US\$ 6,77 bilhões e 4,5 milhões neste ano, respectivamente, segundo o Gartner. A consultoria estima que em 2013 serão baixados 21,64 milhões de aplicativos móveis para smartphones, movimentando quase US\$29,5 bilhões.

Este movimento ascendente de mobilidade e dos aplicativos móveis está se tomando fator essencial também para o mercado corporativo, atualmente sendo um diferencial competitivo para as empresas. Mas a tendência é que estes se tomem itens obrigatórios na estratégia das companhias no curto prazo. Não à toa, as corporações globais devem cada vez mais destinar verbas orçamentárias superiores para o segmento de mobilidade, principalmente no que tange a smartphones e aplicativos móveis. Tanto que o número de empresas que usam aplicações móveis em nuvem deve chegar a 130 milhões em cinco anos, de acordo com estimativa mundial da ABI Research.

"Acredito que a mobilidade vai ser essencial para as empresas. A adoção deste tipo de solução resulta em um ganho expressivo de produtividade e eficiência. Elas precisam desse fator para elevar sua competitividade. Quem não utilizar essa estratégia poderá ficar para trás", enfatizou Bruno Neto, analista da indústria de telecomunicações da Frost & Sullivan. Ele ressaltou que para se mostrar a dimensão da importância que as empresas concedem atualmente à mobilidade, em pesquisa realizada pela consultoria em meados do ano passado, 60% das empresas questionadas informaram, mesmo em meio à crise, que aumentariam os investimentos em soluções de mobilidade.

Na disputa pelo mercado global de aplicativos móveis, a Apple, por meio do iPhone, lidera com folga a disputa, com a projeção de responder por 52% dos aplicativos baixados neste ano, sendo que o

Android, do Google, é seu principal rival, devendo fechar este ano com parcela de 24% sobre o total. Outras plataformas rivais como Symbian, BlackBerry e Windows Mobile (atualmente chamado de Windows Phone) têm parcela inferior deste segmento.

Entretanto, quando a análise se dá exclusivamente no mercado corporativo brasileiro, a realidade é totalmente inversa e dividida em três mundos distintos, a começar pela estratificação das plataformas que atendem a cada parte das empresas.

No que se refere à alta gerência e diretoria, há um domínio absoluto da plataforma do BlackBerry, da Research In Motion. Quando se analisa a média gerência, o Symbian, principalmente com celulares da Nokia, detém ampla participação. Já quando se desce

para as áreas de força de vendas e campo das corporações, há um domínio do Windows Mobile, com uma presença de Symbian também. Os principais aplicativos móveis utilizados no mercado corporativo são os de e-mail, sistemas de gestão, CRM, automação de força de vendas, localização e segurança dos dados.

De acordo com analistas, estas posições são determinadas devido a algumas características. A liderança do BlackBerry nos cargos mais altos das empresas é devido à sua mais bem sucedida plataforma de e-mail e devido ao servidor próprio da RIM, com forte apelo no quesito segurança e agilidade. A forte representatividade da Symbian na média gerência está atrelada ao fato desta área das empresas também ter uma necessidade latente de uma boa ferramenta de e-mail, mas com custos menores. As empresas investem em soluções mais baratas como o Symbian, que detém integração com a ferramenta de e-mail do Lotus Notes, por meio de parceria com a IBM.

Já no que tange a força de vendas e campo, a presença muito expressiva do Windows Mobile se dá por dois fatores. Primeiro, por já ser um sistema legado dentro das empresas. Em segundo, devido ao sistema operacional da Microsoft ser propício a customização de aplicativos de gestão voltados para as ações da área de força de vendas e campo. Nesta divisão, os aparelhos que têm registrado maior penetração são os da HTC.

Mas as transformações que marcam o momento atual do mundo de mobilidade podem resultar em algumas mudanças no cenário do mercado corporativo nacional. Isso porque analistas

O NUMERO DE EMPRESAS QUE USAM APLICAÇÕES MOVEIS EM NUVEM DEVE CHEGAR A 130 MILHÕES EM CINCO ANOS, DE ACORDO COM ESTIMATIVA MUNDIAL DA ABI RESEARCH.



destacam que a RIM vem enfrentando a concorrência do iPhone, principalmente devido ao status e facilidade de uso que o aparelho representa, e também começa a sofrer impacto do Android, por meio de aparelhos como o Milestone, da Motorola. Para não ficar de braços cruzados enquanto sua parcela da alta gerência e diretoria são ameaçadas, a RIM resolveu atacar o segmento de

média gerência, onde quer se rivalizar com o Symbian. Para viabilizar essa estratégia, a RIM se baseou em duas frentes: reduzindo os custos do serviço de seu servidor, com uma solução mais barata e menos robusta batizada de BlackBerry Enterprise Server Express (BESEExpress) e também lançando aparelhos com custos menores, principalmente

devido ao início de sua produção no país, o que deve facilitar a oferta de aparelhos em comodato junto às operadoras. Por fim, devido à falta de alternativas de aparelhos e ao não lançamento do Windows Phone 7, a Microsoft tem sua liderança no segmento de automação de vendas ameaçada um pouco pelo Symbian, mas principalmente pelo Android.

"A guerra está sendo travada no quesito de qual será o melhor sistema operacional que gerará a maior facilidade para desenvolvimento de aplicativos e melhor experiência para a empresa", afirmou João Paulo Bruder, analista do mercado de telecomunicações da IDC. Ele disse que atualmente cerca de 40% das médias e grandes empresas brasileiras já contam com alguma

utilização de aplicativos móveis mais robustos.

Julio Fabio, diretor de marketing da MC1, observou que as plataformas dominantes para o desenvolvimento de soluções de negócio B2B são respectivamente o Windows Mobile e J2Me, sendo que nesta última tanto plataforma BlackBerry quanto celulares baseados em Symbian podem se utilizar quase

que do mesmo desenvolvimento.

"Porém, o Android está vindo com força total e com ganhos substanciais sobre as plataformas existentes. Acredito que a grande barreira para o Android ainda seja a quantidade de equipamentos já em uso, cujo ciclo de troca ainda será longo", disse ele.

Mas a maior gama de aparelhos no mercado com custos menores, somado ao fato do sistema

operacional ser de código aberto, o que facilita o desenvolvimento de aplicativos e acarreta em despesas nulas no que tange a licenças, faz do Android a principal ameaça à Microsoft neste segmento de automação de força de campo e vendas. "O Windows Mobile está perdendo fôlego. Minha gama de aparelhos com o Windows Mobile é muito pequena e muito inferior ao leque de Android. Enquanto tenho dois modelos de Windows Mobile para oferecer às empresas, tenho de oito a nove aparelhos com Android", pontuou o diretor de Top Clients da TIM, Leonardo Queiroz, frisando o fato de que o custo de operação do Windows Mobile ser mais alto do que o Android é também um fator positivo para a Google nesta disputa. Queiroz

"A GUERRA ESTA SENDO TRAVADA NO QUESITO DE QUAL SISTEMA OPERACIONAL GERARA A MAIOR FACILIDADE PARA DESENVOLVIMENTO DE APLICATIVOS", AFIRMOU JOÃO PAULO BRUDER, ANALISTA DA IDC.

ESPECIALMOBILIDADE CORPORATIVA APLICATIVOS

apontou que a TIM está implantando um grande projeto de substituição do parque de Windows Mobile por Android na força de campo de uma grande empresa, já com aplicativos de gestão instalados. No total, o projeto envolve dois mil acessos. O nome da companhia não é revelado. O executivo ponderou que caso a Microsoft não responda a esse avanço do Android, em três anos quase toda a base de maiores clientes corporativos da TIM deve migrar sua força de campo e vendas para a plataforma do Google.

O gerente da divisão de soluções corporativas da Vivo, Alex de Almeida, também apontou que a falta de opção de smartphones com Windows Mobile é um problema da empresa na oferta de soluções de aplicativos móveis de automação para a força de vendas e campo das corporações.

Precisamos de uma alternativa maior de aparelhos para o Windows Mobile. As ofertas estão limitadas. O mercado como um todo ganha quando se tem mais opções, como com a redução de preço e aumento das funcionalidades. É muito ruim quando não há alternativas", avaliou.

"A vantagem do Android é de ser uma plataforma aberta e que deve proporcionar uma expansão muito grande de aplicativos. O Windows tem perdido espaço no mercado corporativo devido à questão de custo operacional. Cerca de 80% das empresas preferem trocar o patrimônio existente por uma tecnologia com a qual tenham custo operacional menor", ratificou Estevan Bataglia, gerente comercial da BinárioMobile.

Este cenário do avanço do Android no que se refere a aplicativos móveis para o mercado corporativo brasileiro é ressaltado pela desenvolvedora Navita, que já coloca o sistema do Google como o segundo mais demandando por seus clientes em projetos de aplicativos móveis. O diretor de operações da Navita, Fabio Nunes, informou que já foram implantados alguns projetos com o Android, e pontua que as empresas estão intensificando o interesse no sistema, citando a grande gama de dispositivos diferentes como uma vantagem competitiva.

Entretanto, a questão de segurança é ainda um fator que inibe a maior presença do sistema do Google no mercado de mobilidade corporativa, segundo pontuaram os especialistas. Além disso, outra desvantagem do Android é ainda a falta de um leque expressivo de aplicativos corporativos mais robustos desenvolvidos para o sistema.

Preço

A questão do custo também é um fator primordial na decisão das empresas em investir em mobilidade e definir quais soluções disponíveis no mercado irão utilizar na sua estratégia. "A questão do preço ainda é uma barreira. Principalmente pelo fato das empresas ainda não conseguirem mensurar o retorno sobre os investimentos nos projetos de mobilidade", enfatizou Neto.

Já o diretor de Top Clients da TIM corrobora a mesma opinião, frisando que toda decisão das empresas é baseada no custo. "Aparelhos mais baratos, com desenvolvimento mais fácil, e com baixo custo de operação e atualização devem ter a preferência das companhias", comentou Queiroz.

No mercado atual, a maior parcela dos aplicativos móveis

comprados pelas empresas é feita no modelo de desenvolvimento customizado e contratado junto a empresas especializadas neste segmento. Almeida pontuou que na maioria das vezes até a operadora fica de fora da negociação, só sendo chamada para conversar após a conclusão do projeto de desenvolvimento do aplicativo. Ele avalia que o cenário perfeito seria o projeto ser desenvolvido juntamente entre a operadora, o desenvolvedor e o cliente, fato que facilitaria a criação de uma solução mais adequada e evitaria problemas de ajustes. O gerente da divisão de soluções corporativas da Vivo acrescentou que neste modelo de negócios atual do mercado fica muito difícil para as pequenas empresas iniciarem estratégias de mobilidade, para as quais o melhor caminho

seria o de realizar downloads dos aplicativos.

Uma das saídas apontadas por ele seria as operadoras criarem uma loja de aplicativos móveis, por meio da parceria com desenvolvedores, voltada exclusivamente para o segmento corporativo. "Esse é um filão de suma importância para as

operadoras e uma oportunidade em potencial. Custos e funcionalidades são primordiais para as pequenas e médias empresas, que não têm capital suficiente para investir em projetos de mobilidade", analisou Almeida.

CASE

A Marilan, uma das maiores indústrias alimentícias do País, foi uma das empresas que apostou no investimento em soluções de mobilidade para melhorar o desempenho da sua equipe de vendas espalhada pelo Brasil e aumentar o controle sobre o processo de venda. Para isso, a companhia investiu em um projeto de uso de smartphones e uma aplicação de Automação de Força de Vendas (SFA).

A solução foi oferecida pela TIM, em parceria com a desenvolvedora Acácia Consultoria. No total, são mais de 230 usuários da aplicação, entre vendedores, supervisores, gerentes e diretores da área de vendas, que passaram a ter acesso online ao banco de dados da Marilan de qualquer lugar que estejam. A TIM forneceu em comodato aparelhos HTC Touch dotados com a aplicação de SFA em substituição aos dois equipamentos que a equipe de vendas precisava utilizar. O sistema operacional do dispositivo é o Windows Mobile.

Segundo a Marilan, um dos principais impactos positivos foi no processo produtivo da empresa, já que, com as informações das vendas recebidas diariamente, o planejamento da produção se tornou mais eficaz. A empresa afirmou que conseguiu centralizar todo o processo de venda, ganhando agilidade. O aplicativo móvel permite o gerenciamento eficiente de todo ciclo da venda, da checagem dos estoques da Marilan, passando pela consulta do histórico de cada cliente, preenchimento do pedido, entre outros.

Alberto Brunassi, gerente de TI da Marilan, cita outros ganhos com a comunicação online, maior agilidade para atualização das informações, das políticas de descontos e das campanhas, além do acompanhamento dos roteiros de visitas.

A QUESTÃO DO PREÇO AINDA É UMA BARREIRA PRINCIPALMENTE PELO FATO DAS EMPRESAS AINDA NÃO CONSEGUIREM MENSURAR O RETORNO SOBRE OS INVESTIMENTOS NOS PROJETOS DE MOBILIDADE.