

CHEGAM MAIS TABLETS, AGORA PARA EMPRESAS

Fabricantes de sistemas de comunicação corporativa, como Avaya e Cisco, trazem ao mercado alternativas ao iPad, fabricado pela Apple

Renato Cruz

Todos querem vender tablets. Além de atrair os fabricantes tradicionais de celulares e de PCs, estão entrando nesse mercado grandes fabricantes de sistemas de comunicação corporativa, como a Avaya e a Cisco.

“Nunca na história da tecnologia houve um mercado com previsão de crescimento tão alto”, afirmou Fernando Belfort, analista sênior da consultoria Frost & Sullivan. “Estamos sempre revendo os números para cima.”

A Avaya começou a comercializar no Brasil seu tablet corporativo, chamado Avaya Flare, em março. A empresa já

tem mais de dez clientes no País, e o maior projeto usa cerca de 100 dispositivos.

Com uma tela de 11,6 polegadas, câmera de alta definição integrada e sistema operacional Android, o equipamento da Avaya custa de US\$ 1,5 mil a US\$ 2 mil no Brasil. “Nosso objetivo não é competir pelo mercado de tablets, mas oferecer uma solução completa de colaboração”, disse Thiago Siqueira, diretor de tecnologia e engenharia da Avaya Brasil.

Não existe previsão de produção local. A Avaya planeja lançar em novembro uma versão para iPad do software Flare, presente em seus tablets, para que as pessoas possam ter o mesmo recurso nos aparelhos do concorrente. Para janeiro, está prevista a

versão para tablets Android.

Unificação. A grande aposta de empresas como a Avaya é no que as empresas de tecnologia costumam chamar de comunicações unificadas. O conceito já circula há algum tempo no mercado, mas até agora não pegou. A ideia é ter todo o tipo de comunicação – telefonia, e-mail, bate-papo, videoconferência, redes sociais e outros – funcionando como se fosse um serviço único, que pode ser acessado do mesmo dispositivo. A chegada dos tablets deve acelerar esse processo.

Dolado de quem usa a tecnologia, existe outra expressão feita empregada pelo mercado para explicar a ascensão dos tablets, que é “consumerização”. Essa palavra quer dizer o seguinte: as



Competição. Thiago Siqueira apresenta tablet corporativo

pessoas querem ter na empresa a mesma experiência disponível em casa. Os gerentes de tecnologia da informação (TI) enfrentam uma demanda cada vez maior por equipamentos que tenham uso tão fácil quanto aqueles criados para o mercado de

consumo.

“Não dá para falar que não dá para usar o tablet no ambiente corporativo, porque muitas vezes quem quer usar é o presidente da empresa”, destacou Ricardo Ogata, gerente de desenvolvimento de colaboração da Cisco

Brasil. Além da integração com os serviços de comunicação, os tablets corporativos têm segurança reforçada, com a possibilidade de limitar os aplicativos instalados e de ter acesso por rede privada virtual (VPN, na sigla em inglês).

Este mês, a Cisco começa a entregar no País o seu tablet, batizado de Cius. Ele tem tela de sete polegadas, câmera de alta definição e sistema operacional Android. Nos Estados Unidos, o Cius custa cerca de US\$ 700. Por aqui, com os impostos de importação, o preço pode dobrar. “Ainda estamos estudando se teremos fabricação local”, disse Ogata. O governo anunciou, no mês passado, incentivos à produção local de tablets.

Segundo Belfort, da Frost & Sullivan, além dos aparelhos da Avaya e da Cisco, o PlayBook, da RIM (fabricante do BlackBerry), e o TouchPad, da HP, devem ser competidores fortes no mercado corporativo. A consultoria prevê que a participação do cliente empresarial no mercado de tablets deve subir de 4% em 2010 para 30% em 2015.