

Como criar apps para homens e mulheres: entendendo o mercado mobile

Roberto Rodrigues (*)

Quantas vezes você utilizou o WhatsApp hoje? Mesmo quem não entende muito de tecnologia, provavelmente tem um smartphone e utiliza o “zap zap” com certa facilidade. Isso é apenas um exemplo de como o mercado de aplicativos mobile já faz parte das nossas vidas.

De acordo com o relatório divulgado pela App Annie, o Brasil é o terceiro país onde as pessoas passam mais tempo utilizando seus apps por dia, cerca de 190 minutos diários. E o brasileiro gosta de experimentar aplicativos novos: nossos smartphones têm, em média 80 apps instalados, mas acabamos usando apenas metade deles por mês. Se compararmos os dados com a pesquisa anterior, temos boas notícias para os novos desenvolvedores, pois houve um aumento de 36% no tempo de uso dos apps pelo público brasileiro.

O mercado de desenvolvimento mobile

Para atender tal demanda, o mercado de desenvolvimento mobile está em franco crescimento. Grandes empresas já entenderam a necessidade de estarem presentes no universo dos smartphones e apostam em apps para cativar seu público. Outros apps optam por resolver problemas do dia a dia das pessoas, conseguindo um expressivo número de downloads.

Existe uma série de possibilidades para se obter rentabilidade com os aplicativos. É possível trabalhar com apps pagos, trabalhar com licenças freemium ou oferecer pequenas vantagens para o comprador, como vidas extras em jogos ou funcionalidades exclusivas para os usuários pagantes. O modelo ideal depende de cada aplicativo, mas muitos desenvolvedores conseguem resultados interessantes com apps que viralizam.

A maioria dos brasileiros utiliza smartphones com o sistema Android, mas em contrapartida, os melhores salários encontram-se com os desenvolvedores de iOS. A Apple possui uma cultura maior de apps pagos. Além disso, a linguagem Swift é específica para iPhones e iPads, o que torna o trabalho do desenvolvedor algo muito mais especializado.

Segundo dados divulgados por uma pesquisa realizada ano passado pela Quaddro Treinamentos, 81% dos desenvolvedores entrevistados desejam abrir seu próprio negócio. Atualmente, 55% trabalham na área de serviços, 21% em bancos e 19% no setor de educação.

Precisamos de desenvolvedores experts, porém flexíveis

Ainda existe certo preconceito com a figura do programador. Alguns ainda acreditam na figura de um homem jovem, muito centrado no trabalho, mas com poucas habilidades sociais. Esse estereótipo não

faz o menor sentido.

Para conseguir um lugar de destaque no mercado, o desenvolvedor precisa ser expert na sua linguagem escolhida, mas também precisa ter muita facilidade de comunicação e relacionamento para conseguir entender seu cliente e trabalhar em equipe. A atual complexidade dos projetos pede por um profissional flexível, que consiga trabalhar em uma equipe multidisciplinar e que, ao mesmo tempo, destaque-se pela sua criatividade e comprometimento. A exigência técnica também é muito alta.

Desenvolvendo apps para homens e mulheres

Destacar seu aplicativo entre os milhares que encontramos na App Store e Google Play não é fácil. Mas é muito importante pensar em um diferencial para o seu app, para que ele não seja “apenas mais um”. Antes de começar a programar, dedique um tempo para pesquisa de mercado, análise de público alvo e construção de personas. Você pode pensar em fazer um aplicativo para homens ou mulheres, mas o ideal é ter um público ainda mais específico, trabalhando com nichos de mercado como “homens, classe A e B, 30 a 35 anos e que gostam de cozinhar” ou “mulheres, classe A e B, 30 a 35 anos que viajam com frequência”.

Você encontra uma série de aplicativos voltados especificamente para o homem ou a mulher nas lojas de apps, mas é preciso tomar muito cuidado com essa questão. Apenas pintar o layout de cor de rosa é mostrar uma visão muito superficial. Hoje homens e mulheres possuem uma rotina muito corrida, com as mulheres trabalhando normalmente em dupla jornada. Por outro lado, os homens começam a se abrir ainda mais para aspectos como a paternidade, ou questões vistas erroneamente como femininas, como cuidados pessoais e dicas de moda.

Produza seu aplicativo estudando a fundo seu público. Conheça sua rotina, seus desejos e o papel que desempenha na sociedade. Não trabalhe apenas com “masculino x feminino”. Encontre lacunas e produza algo novo!

Mesmo com a grande quantidade de apps existentes, a rápida evolução da tecnologia faz surgir novas oportunidades todos os dias. Além disso, as novas gerações estão cada vez mais acostumadas a utilizar o smartphone para resolver problemas corriqueiros de sua vida, o que impulsiona a criação de cada vez mais apps.

Sempre irá existir espaço no mercado porque as pessoas estão constantemente buscando o novo. Elas querem uma forma mais fácil, prática e até mesmo divertida de realizar suas tarefas. Pense em apps que atendam essa necessidade. Obviamente, não é uma tarefa simples virar o “novo WhatsApp”, mas com muita pesquisa, planejamento e alto conhecimento técnico, você já sai na frente.

(*) É CEO da Quaddro Treinamentos – maior centro de desenvolvimento de carreiras mobile no Brasil, sendo seus carros-chefe cursos de desenvolvimento de aplicativos em sistemas iOS e Android. Mais informações no site: www.quaddro.com.br

Transformação digital: O termo da vez

As empresas continuam a buscar novas diretrizes e modelos para o desenvolvimento de seu plano estratégico e operacional, assim como, realizavam no passado

Tiago Couto (*)

Nas décadas de 80 e 90, o termo da vez era Downsizing, que buscava atingir ganhos de eficiência, alegando a redução da burocracia da empresa e, consequentemente, enxugando a estrutura organizacional. Por vezes, e após anos, podemos ver que essas medidas até surtiram efeitos positivos em um curto espaço de tempo, porém foram excessivas.

Atualmente, o termo da vez é: Transformação Digital. Todos os olhares já estão voltados para o tema e diversas companhias estão se movimentando para adequarem a estratégia e operação da nova tendência.

Porém, para não incorrer no mesmo erro de adotar ações apenas para seguir a corrente do momento, é fundamental entender o que é a Transformação Digital.

Ela está relacionada somente ao desenvolvimento de novas aplicações? Utilizar o conceito de customer centricity é o suficiente para ser digital? Ter uma cultura “informal” contribui para o processo de transformação?

O professor e pesquisador do MIT/Sloan, George Westerman, em entrevista recente, apresentou a seguinte definição: “Transformação digital é quando as companhias usam tecnologias para mudar radicalmente a sua performance ou abrangência”. Baseado nela, é possível dizer que a transformação digital vai além do desenvolvimento de aplicações voltadas para o cliente em um ambiente formal. É um conceito mais amplo, principalmente, ao considerar a mudança estrutural envolvida, a qual impacta os objetivos estratégicos, o modelo de negócio e a propensão à inovação das organizações.

Essa transformação deve tomar como reflexão diversos fatores, dos quais se destacam:

- Construir uma cultura digital é estar aberto ao desenvolvimento de novas ideias e aprender com os possíveis erros delas;



Preocupação com ciberativismo é maior em ano de Copa do Mundo e Eleições

O ano de 2018 é movimentado por dois eventos de ampla magnitude, a Copa do Mundo, entre junho e julho, e eleições presidenciais, em outubro. Com isso, surge a preocupação em relação aos ataques virtuais por parte de ciberativistas, que atacam sites e serviços digitais de empresas ou celebridades como forma de se manifestarem de maneira contrária aos acontecimentos – sejam eles apoiados ou não por essas organizações.

Um exemplo é o que ocorreu em 2016, quando a Nissan teve seu site inutilizado em um movimento de protesto do grupo Anonymous contra a caça às baleias no Japão – mesmo sem ter nenhuma ligação com o caso. Em ano de Copa, patrocinadores e marcas relacionadas ao evento esportivo se tornam alvos para os ativistas, que reivindicam pelos mais diversos motivos, seja por causa dos escândalos de corrupção da FIFA e de seus representantes brasileiros que estão presos, ou por causa do impacto do futebol na sociedade.

Nas eleições a situação é similar. Com denúncias de corrupção contra políticos e empresas estampando os noticiários diariamente, a web se torna um campo fértil para o protesto contra partidos e candidatos. Além disso, existe o uso do DDoS como uma ferramenta anticompetitiva, visando a e tirar do ar toda a campanha on-line de determinados candidatos, que perdem



alcança e, por consequência, diminuem suas chances.

O fato é que, sem eficientes formas de mitigação de ataques de negação de serviço (DDoS), as empresas envolvidas direta ou indiretamente se colocam em uma posição delicada em que a interrupção de seus serviços se torna uma ameaça real. Para evitar esse tipo de situação, as organizações precisam estar alertas a esses tipos de atitude, que ganham notoriedade. Essa modalidade de ativismo permite que os praticantes não

se locomovam e não causem tumultos públicos, podendo se manifestar de dentro de suas casas.

Para evitar a indisponibilidade e a anticompetitividade promovida por esse tipo de violação, as empresas e campanhas precisam se conscientizar sobre a importância do uso de ferramentas de monitoramento e mitigação de ataques de negação de serviço e terem o conhecimento que a implantação não é feita do dia para a noite. Da mesma forma que não se espera um incêndio ainda que uma das metas do Quero Bolsa é permitir ao usuário a finalização da matrícula diretamente pelo aplicativo.

(Fonte: Bruno Prado é CEO da UPX Technologies, empresa especialista em performance e segurança digital. – www.upx.com)

App avisa estudante quando faculdades liberam bolsas de estudo

Os interessados em iniciar um curso de graduação no 2º semestre podem desde já contar com o auxílio do Quero Bolsa. A partir de 15 de maio, o app da empresa, presente nos sistemas Android e iOS, irá avisar os candidatos sobre a disponibilidade de bolsas de estudos em 1.400 instituições de ensino privadas do País. O benefício pode gerar até 75% de desconto nas mensalidades, evitando a contração de dívidas com financiamento estudantil.

Para tomar conhecimento do benefício em primeira mão, o estudante só precisa cadastrar no aplicativo os cursos e faculdades de interesse no raio de localização almejado. Feito esse processo, a plataforma fará o monitoramento automático e notificará o usuário assim que surgir a oportunidade. Quando isso ocorrer, o interessado precisa somente clicar

no botão ‘Quero esta Bolsa’. Em seguida, será redirecionado ao site móvel do Quero Bolsa para confirmar a pré-matrícula.

Vale lembrar que antes de prosseguir com a confirmação da matrícula, no próprio app o candidato tem acesso às regras e pré-requisitos para contratação da bolsa junto à instituição de ensino e também para manter o benefício até o final do curso.

De acordo com Lucas Gomes, diretor de produto da plataforma, 150 mil usuários únicos utilizaram o app desde o seu lançamento, no final de 2017. No período, os cursos mais buscados foram, na ordem: Direito, Enfermagem, Administração, Psicologia e Pedagogia. Já as graduações Gestão de Recursos Humanos, Direito, Enfermagem, Educação Física e Administração apresentaram o maior número de bolsas garantidas pelo aplicativo.

“Devemos atingir a marca de 1 milhão de usuários no app até o final do ano. Para isso, ele está em constante aprimoramento. Nossa equipe trabalha para tornar nossa plataforma mobile ainda mais prática e com maior número de funcionalidades. Ao mesmo tempo, temos ampliado as parcerias com instituições de ensino superior, com isso há cada vez mais bolsas de estudo disponíveis para quem quer estudar” informa o executivo. Ele esclarece ainda que uma das metas do Quero Bolsa é permitir ao usuário a finalização da matrícula diretamente pelo aplicativo.

“O aplicativo do Quero Bolsa é mais um grande facilitador para levar a educação a cada vez mais pessoas, ajudando-as na escolha do curso certo, por um preço que possam pagar”, conclui Lucas Gomes (www.querbolsa.com.br).

News @TI

Mochilas executivas Suits

@ A Maxprint está lançando no mercado a linha de mochilas executivas Suits, feita sob medida para consumidores em busca de qualidade, estilo e preço. São três modelos que prometem agradar a diferentes perfis e necessidades: Mochila Trolley Suits 15,6", Mochila Executiva Suits 15,6" e Mochila Executiva Suits Júnior 15,6". Resistentes e confeccionadas com nylon duplo e poliéster, as mochilas são espaçosas, ideais para notebooks de até 15,6", e contam com design sóbrio e elegante (www.maxprint.com.br).