

Seis motivos para adotar o outsourcing de TI na sua empresa

Cada vez mais a tecnologia vem provando sua importância nos negócios. Antes, era apenas um suporte para a empresa, agora, se tornou um centro de soluções práticas e de oportunidades para as instituições

Mas, uma vez que a relação entre o uso de tecnologia e o sucesso da marca está se tornando direta e proporcional, a pergunta que fica é: como expandir oportunidades de negócio sem ter que aumentar a infraestrutura e a parte interna da empresa?

A resposta está no outsourcing de TI. O termo tem como tradução e definição a "terceirização", mas, neste caso, não estamos falando da contratação de um(a) profissional ou empresa de prestação de serviço. O outsourcing de TI é uma visão completa de entrega externa de recursos, serviços, ferramentas e talentos especializados. André Abreu, CEO da BossaBox, primeira empresa a operar por squad-as-a-service no Brasil, listou seis motivos para adotar a solução na sua empresa:

1) Redução e controle de custos - A razão principal pela qual empresas do mundo migram para o Outsourcing é a diferença que ela faz na forma como lida com custos de gestão e operação de ativos tecnológicos. Manter uma estrutura própria de TI envolve investimentos grandes, como em hardwares e softwares, além de equipes maiores. "A troca desse modelo para o modo de serviço, elimina custos de atualização e transforma gastos complexos em assinaturas simplifica-



Manter uma estrutura própria de TI envolve investimentos grandes, como em hardwares e softwares, além de equipes maiores.

das", explica o CEO da BossaBox.

2) Mais disponibilidade e segurança - Quando uma empresa cresce, ela precisa investir mais na equipe de TI para manter o sistema funcionando e para garantir a proteção de um volume maior de dados. Ou seja, o mais comum é que um negócio não tenha a equipe necessária e capacitada o suficiente para lidar com a demanda de segurança e gestão de informação. "Como a TI é o foco do negócio contratado, ele fica responsável por oferecer ferramentas e pessoas especializadas nesse único ponto: em uma infraestrutura com performance e confiabilidade", afirma André.

3) Garantia de qualificação e suporte - A vantagem de fazer o outsourcing de um serviço e contar com apoio externo é que os profissionais que atenderão aos seus chamados são

treinados e capacitados especificamente naquele sistema. Além disso, os chamados são respondidos mais rapidamente e problemas são identificados com mais precisão.

4) Inclusão de profissionais mais qualificados em processos de tecnologia - Outra vantagem é a inclusão imediata de profissionais qualificados em determinados processos da TI. Isso não vem só da especialização dos profissionais, mas também da experiência e boas práticas no setor que garantem para as empresas. "Um problema que você está enfrentando agora pode já ter acontecido com outra TI, que contava com a mesma parceria que você. Já tendo passado por situações similares e acompanhado sua resolução, ela pode trazer insights mais rápidos e assertivos para resolver os problemas", ressalta Abreu.

5) Implementação mais rápida de novas tecnologias - Para uma TI interna, é difícil encontrar espaço para analisar e buscar oportunidades oferecidas por novas tecnologias. Por isso, o outsourcing é uma forma de trazer essa inovação mais rápida para dentro da empresa. "Esse é o foco dos bons fornecedores; atualizar e inovar em suas estruturas para oferecer o melhor serviço aos seus clientes. A busca deles se transforma em vantagens para você", destaca André.

6) Facilidade no cálculo do ROI - Se o outsourcing de TI é um serviço com previsibilidade de custos, inovações mais rápidas e gestão mais eficiente, pode ser mais fácil para os diretores de uma empresa definir o que precisam de seus investimentos em tecnologia e prever o retorno que terão.

Nesse cenário apontado pelas vantagens do outsourcing, o negócio como um todo se torna mais inteligente. "O foco do setor será sempre no futuro, com estratégias e ferramentas para ficar um passo à frente dos concorrentes em qualquer situação", finaliza o CEO. Fonte: (www.bossabox.com).

Sorteios virtuais: empresas correm riscos de prejudicar reputação da marca

Isis Vasques (*)

É provável que você já tenha visto alguma página de empresa ou influenciador nas redes sociais promovendo sorteios.

Geralmente, o post pede que a pessoa curta e/ou siga o perfil e marque algum amigo também. Apesar de parecer uma estratégia prática, ela está fora das normas estabelecidas pelo Ministério da Fazenda. Concursos e promoções são processos que podem parecer simples aos olhos do consumidor, mas que exigem uma longa e cuidadosa preparação.

São procedimentos que começam bem antes do início da ação em si, com um amplo planejamento, formatação da estrutura jurídica e operacional, e se segue por um tempo após o final da ação, com a etapa de prestação de contas. Muitas empresas realizam essas ações constantemente, tanto em mídias sociais quanto em outros meios, provavelmente por desconhecer a legislação, e, outras, de forma consciente,

para evitar todo o processo burocrático.

Mas, com isso, estão correndo riscos que vão desde multas, proibições e, o pior deles: prejudicar a imagem da marca. Falando especificamente de sorteios, devem ser emitidos e distribuídos elementos sorteáveis numerados em séries (no máximo cem mil números), definindo os ganhadores com base na combinação desses algarismos ou nos resultados da extração da Loteria Federal.

Ou seja, o uso de aplicativos como Sorteime, entre outros, não são válidos perante a legislação. A empresa que realiza distribuição gratuita de prêmios sem autorização ou que não cumpra o regulamento aprovado fica sujeita à cassação da autorização, e pode ser proibida de realizar esse tipo de distribuição pelo prazo de até dois anos, além de multa de até 100% do valor total dos prêmios.

O participante, por outro lado, não terá problemas legais ao participar dessas ações. Entretanto, o grande ponto está na segurança de seus dados. Ele pode estar colocando in-

formações importantes como CPF, endereço e RG, sem saber quem terá acesso a elas ou o que será feito com seus dados. Outro fator é que não há garantias de que o participante irá receber o prêmio e qual a veracidade da apuração.

Por mais que qualquer pessoa possa fazer o processo, é fortemente recomendado que haja acompanhamento de uma equipe jurídica especializada, assim como de uma agência de publicidade, conhecedoras das regras, já que todo o processo de desenvolvimento da comunicação e ferramentas de participação devem seguir as regulamentações.

No geral, para qualquer promoção, basta verificar se existe um regulamento disponível e se há número do certificado de autorização da Secretaria de Acompanhamento Fiscal, Energia e Loteria (SEFEL) - ele também deve estar visível aos leitores.

(*) - É diretora executiva da Agência Ecco (www.agenciaecco.com.br).

A revolução digital e a jornada de dados na agricultura

Giovana Araújo (*) e Kleber De Paulo (**)

A agricultura digital é uma realidade no Brasil construída de forma consistente ao longo das últimas duas décadas

Essa jornada de sucesso, com amadurecimento das operações e profissionalização das equipes, faz as organizações integrarem, com velocidade e eficiência, a transformação digital aos negócios. Atualmente, existe uma série de ferramentas digitais que processam dados e dão suporte aos produtores nas decisões agronômicas, com benefícios comprovados para a produtividade e redução de custos.

Novas e mais sofisticadas ferramentas digitais em desenvolvimento impulsionarão contínua eficiência no negócio agrícola. A utilização de tecnologia digital tem sido fundamental para ajudar os agricultores a produzir de forma mais eficiente e sustentável. Com o advento da agricultura 4.0, o uso de tecnologias combinadas para a produção do setor torna possível aprimorar o gerenciamento da propriedade, trazendo melhores resultados financeiros e uma produção mais consciente.

No caso da adubação, por exemplo, apenas uma análise de solo era realizada no passado, seguida da definição e aplicação de uma fórmula de adubo padrão. Hoje, é possível executar várias análises em uma área e gerar uma aplicação personalizada de macro e micronutrientes. Outro caso refere-se ao monitoramento de doenças e pragas, uma das principais razões de perda de produtividade de lavouras. Antes, eram feitas apenas ações preventivas na área total.

Agora, já é possível identificar focos de pragas e doenças, fazer pulverizações dirigidas com a dosagem correta inclusive utilizando distintas opções de defensivos biológicos e orgânicos disponíveis. Em relação à performance de tratores e colheitadeiras, anteriormente era feita apenas a manutenção preventiva. Atualmente, os motores podem ser monitorados em tempo real. Algoritmos já indicam possíveis problemas que poderão ocorrer e a manutenção pode ser feita no momento certo.

O monitoramento eficiente reduz a movimentação de tratores no campo, gerando benefícios como redução de diesel utilizado e, consequentemente, menores custos e pegada de carbono. Tecnologias mais avançadas estão em constante desenvolvimento e podem aprimorar ainda mais a tomada de decisão. Atualmente, estão disponíveis no mercado recursos tecnológicos que, há poucos anos, eram só assuntos em alta.

Ferramentas como nuvem e computação em nuvem são fatos e tendências. Muitos dados podem ser coletados em campo, desde a análise de solo, aplicação de adubos e defensivos, acompanhamento de doenças e pragas, produtividade na colheita, performance de tratores e colheitadeiras. É importante considerar, também, os dados relativos à previsão do tempo, logística de transporte e comercialização da safra.

Tudo isso pode ser imediatamente transmitido e armazenado em nuvem. Há cada vez mais dados disponíveis, que precisam ser transfor-

mados em informações para serem interpretadas e analisadas, sustentando a correta tomada de decisão no melhor momento. As tecnologias digitais não só identificam e destravam valor nos negócios existentes como criam fontes de valor. A valorização e a consequente monetização dos dados gerados nas operações agrícolas, por exemplo, são uma tendência que já se destaca.

Novas formas de fidelização dos clientes estão sendo criadas através de informações e conhecimento acumulado em plataformas digitais, que possuem múltiplos serviços, inclusive financeiros. A digitalização também desafiará a posição dos atores na cadeia de valor agroalimentar.

Dessa forma, abrirá espaço para novos participantes, trazendo mudanças na dinâmica de competição, nos portfólios de ativos e produtos, na medida em que um novo ecossistema de agricultura conectada se estabelece, em que as startups do setor de agronegócio (agtechs) se destacam. Aqueles que adotarem as tecnologias digitais estarão mais bem posicionados para responder aos desafios do futuro e prosperar em um ambiente competitivo de negócios impulsionado pela conectividade da agricultura.

A potencialização do uso de aplicativos e das análises de dados só será possível com tecnologias de conectividade de ponta. A maioria das redes que utiliza internet das coisas (IoT) não consegue suportar um número maior de dispositivos, nem garantir a transferência de imagens entre os dispositivos necessários para monitorar o campo com precisão.

A tecnologia 5G está chegando e promete resolver os problemas atuais de largura de banda e de densidade de conexão. Conectividade, integração de processos, agilidade e autonomia são o sonho de consumo de todo agricultor. À medida que a agricultura se digitaliza, novos dados são produzidos para serem trabalhados (antes, dentro e após a porteira) e mais valor é gerado pelo negócio.

A agropecuária no Brasil gerou uma renda de R\$ 518 bilhões no ano passado (o que representa 26,2% do total do agronegócio), apresentando um crescimento de R\$ 187,4 bilhões, ou seja 56,6% em relação a 2019, de acordo com levantamento do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA) em conjunto com a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA). Com esse crescimento, a participação da agropecuária no PIB do Brasil registrou o patamar recorde de 7% em 2020, comparado com 4,3% em 2019, segundo ainda o estudo realizado por estas entidades.

Se a agropecuária brasileira mantiver um crescimento médio histórico de produtividade, da ordem de 3% ao ano, o valor adicional gerado será de R\$ 15,6 bilhões ao ano, estimulando um efeito multiplicador em outros elos da cadeia de valor do agronegócio. São fatores que consolidam o segmento como importante vetor de crescimento da economia brasileira e o país como líder na exportação líquida de alimentos.

(*) - É sócia-líder de agronegócio da KPMG;

(**) - É sócio-diretor responsável pelo relacionamento com contas globais do setor de ciências da vida da KPMG na América do Sul.

Publicidade legal em jornal é obrigação. Tá legal?

