

Low-code: força motriz para agilizar negócios

O low-code pode ser definido como uma plataforma de desenvolvimento de código mínimo. Na sigla em inglês é conhecida por LCAP (Low Code Application Platform)

Marcus Luz (*)

Elas têm baixa complexidade para criar aplicativos e está em um movimento cada vez mais crescente. Segundo o Gartner, em 2021, o negócio de LCAP cresceu 23%, atingindo um faturamento de 11,3 bilhões de dólares, que chegará a 24 bilhões de dólares nos próximos três anos.

E até 2024, as plataformas de desenvolvimento low-code serão responsáveis por mais de 65% da atividade de desenvolvimento de aplicativos, e 75% das grandes empresas usarão pelo menos quatro ferramentas de desenvolvimento low-code tanto para TIC quanto para desenvolver aplicativos. Esses números mostram que essa abordagem de desenvolvimento de software está sendo promissora para os negócios.

Diante da transformação digital cada vez mais rápida, as empresas precisam ser ágeis para atender aos requisitos de negócios e enfrentar a concorrência. E essa plataforma é veloz e fácil de ser utilizada. Como funciona o low-code e porque traz vantagens aos negócios - O low-code é o desenvolvimento de software por meio de uma interface visual de arrastar e soltar com codificação manual mínima. Em plataformas de desenvolvimento low-code, o usuário move blocos visuais de código existente para criar um produto com a funcionalidade desejada.

Esses componentes pré-construídos aceleram o trabalho com tarefas típicas e eliminam ações repetitivas. Sim, ainda é preciso escre-



E até 2024, as plataformas de desenvolvimento low-code serão responsáveis por 65% da atividade de desenvolvimento de aplicativos.

ver código para soluções, configurações e personalização individuais, mas, é um requisito mínimo, em que os próprios profissionais de TI que já trabalham com os sistemas da empresa podem aprender facilmente. E isso é outra vantagem do low-code, que elimina a busca por profissionais especializados. Que, vale citar, são cada vez mais escassos.

Como exemplos, podemos criar um site sem habilidades de programação; fazer um chatbot para atender clientes; criar uma loja online; criar um aplicativo móvel ou mesmo automatizar um processo de negócios sem a participação de desenvolvedores especializados em programação ou linguagens. O low-code não exclui o desenvolvimento e os programadores tradicionais, mas acelera seu trabalho.

Mesmo a codificação manual nem sempre é um projeto do zero: desenvolvedores profissionais muitas vezes reutilizam modelos de seu próprio código para economizar tempo. Então

podemos ver as vantagens imediatas: alta velocidade no desenvolvimento, baixo risco de perdas financeiras, baixo custo de desenvolvimento e menor pressão sobre o departamento de TI. Portanto, construir um produto em uma plataforma low-code é um diferencial.

Enquanto especialistas em TI estão engajados em projetos prioritários que exigem conhecimento profundo, funcionários sem habilidades de programação podem criar, por exemplo, um aplicativo para tarefas internas da empresa ou mesmo ter uma equipe de low-code para criar soluções dentro do ambiente do cliente. Isso livra o departamento de TI de uma sobrecarga e resolve também o problema de contratação de profissionais específicos, economizando tempo e dinheiro.

A aplicação das principais plataformas de low-code permitiu, por exemplo, à Minsait centralizar o atendimento a mais de 9.000 clientes em tempo recorde,

reduzindo em mais de 75% o tempo médio de gestão e processamento de pedidos crescentes, com uma poupança global superior a 6.500 horas. Além disso, a companhia conferiu a um grande banco as capacidades necessárias para que os usuários das áreas de operações pudessem desenvolver seus próprios processos, o que se traduziu na automatização de mais de 700.000 tarefas de forma autônoma.

Além de soluções pontuais, temos uma proposta diferenciada no âmbito do Cloud-Data, que visa acompanhar empresas e organizações na sua transição fluida para a nuvem. A oferta vai desde a transformação de sistemas, com metodologias próprias desenvolvidas desde a experiência até à criação de ativos e processos digitais nativos, por meio da combinação personalizada de tecnologias de low-code e hiper automação para transformar as operações e aumentar a eficiência e competitividade das organizações.

E, para os próximos anos, podemos citar algumas áreas que serão a força motriz das plataformas de low-code: User Experience (UX), mobilidade e aplicações multi-device e back office; robotização e hiperautomação de processos internos e de negócios (BPA - Business Process Automation); o desenvolvimento de atendentes virtuais, baseados em linguística computacional e bots de assistência ao usuário; e Governança de Dados.

(*) - É Diretor Executivo de Tecnologias Digitais da Minsait no Brasil.

Livros em Revista



Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



Empreendedorismo no Varejo

André Luis Soares Pereira – Pedro de Luna (Ilustr) – Edit. Ilustre – Amparado em convicções das artes marciais, seu lastro comercial e habilidade inovadora, com olhar onde a visão ultrapassa o senso

comum, André bondosamente deixa transparecer sua vastíssima competência para empreender, negociar, dar passos para trás e no momento oportuno, avançar, para vencer. Nas páginas desta obra o leitor encontrará sábias recomendações, para qualquer tipo, tamanho, amplitude empresarial e por que não, pessoal. Com bastante leveza, sem perder foco na profundidade dos temas, bem ao estilo faixa preta de ser e agir, André palmilha, em cada página, a garantia do sempre almejado sucesso. Nada lhe escapa. Deve ser lido por jovens, administradores, naturalmente por empreendedores e até por meros diletantes. Factível!



Conteúdos Autênticos para Rede Sociais

Paula Tebett – Girafa – Jornalista, especialista em mídias sociais e filantropa, Paula demonstra para leigos e sabidinhos, como utilizar de maneira correta, ágil, seja comercialmente ou não, as ferramentas para o desenvolvimento de nome ou marca, nas

requisitadas mídias sociais, tão imprescindíveis. Naturalmente, quase que num processo osmótico, incorporamos maneirismos e nos “deixamos levar” numa onda irreversível, seja em qual ferramenta nos apresente. Paula literalmente ensina, não só como navegar, mas também como aproveitar-se para aferir dividendos. Tudo de forma simples, obviamente com muito humor e sabedoria. Leitura rápida para utilização imediata até por quem não é tão “antenido”!



A Filosofia e o Mundo Contemporâneo: Meditações entre o Espanto e o Desencanto

Luiz Felipe Pondé – Nacional – Pondé sempre – felizmente – imprime sua indelével marca em suas expressões e pensamentos. Sempre quebrando paradigmas, transita ao alto, fora do lugar comum.

Não está diferente em mais esta obra de peso, na qual deixa nítida a importância da Filosofia, desde os primórdios, sem a qual viveríamos estagnados. Em formato de bolso, nos remete a profundas reflexões e descobertas. Para poucos, todavia, necessário!

www.bcctelevision.com.br

Assista ao programa Livros em Revista. Um canal repleto de novidades do universo literário. Entretenimento garantido!



Com apresentação de Ralph Peter.



Viagens rodoviárias marcam transformação digital no setor

Apesar da transformação digital de alguns setores já fazerem parte da nossa rotina, e a Neotrust - empresa responsável pelo monitoramento do e-commerce brasileiro - mostrar que o crescimento de 26,9% do e-commerce no Brasil em 2021, ainda existem nichos de mercado mais tradicionais que estão evoluindo nesse processo. Como é o caso do transporte rodoviário.

Este mercado, que ainda não firmou 100% seu espaço no digital e busca entregar ao consumidor uma experiência phygital (mistura de físico com virtual), têm vivido essa transformação bem de perto, e a prova disso é um levantamento feito pela scale-up DeÔnibus, marketplace de viagens rodoviárias, que mostrou um crescimento superior a 150% entre 2021 e 2022.

“Os números mostram uma mudança de comportamento do consumidor, porém, a penetração do e-commerce nas vendas de passagens ainda tem muito espaço para crescimento. Antes da pandemia, as vendas pela internet representavam menos de 12% das vendas do setor rodoviário. Hoje, com a digitalização acelerada do setor, estamos perto dos 20% e devemos ultrapassar 50% até 2025.”, analisa Breno Moraes, CEO da DeÔnibus.

No primeiro quadrimestre de 2022, o mercado de viagens rodoviárias pela internet registrou um crescimento de visitas superior a 100% em relação ao mesmo período em 2021 e fechou o período com mais de 150 milhões de visitas registradas.

Considerando um recorte menor, como o feriado prolongado de Tiradentes deste ano, a DeÔnibus divulgou um aumento de 320% na demanda por viagens rodoviárias se comparado com o mesmo feriado em 2021. São Paulo e Rio de Janeiro foram os destinos mais procurados pelos viajantes rodoviários durante o feriado.

• **Pix, a mola propulsora das vendas online** - Lançado em novembro de 2021, o PIX bancariza cerca de 50 milhões de brasileiros que não utilizavam meios de pagamento eletrônicos. No quarto trimestre de 2021, as transações via Pix já eram maiores do que as feitas via cartão de crédito e débito, representando cerca de 20,61%, segundo dados do Banco Central.



A penetração do e-commerce nas vendas de passagens ainda tem muito espaço para crescimento.

O PIX é considerado um dos pontos relevantes na transformação digital das empresas e, além da facilidade na hora do pagamento, ainda agrega valor à experiência de compra do cliente. Sem precisar sair de casa, o cliente entra na plataforma, escolhe o seu destino e paga de uma forma prática e rápida.

Atualmente, as transações via PIX já representam cerca de 30% das vendas de passagens rodoviárias pela internet.

Além de economizar tempo, o viajante ainda sente essa praticidade no bolso, já que muitas vezes, comprando com antecedência o valor da passagem é mais em conta.

Para Breno, a digitalização do setor é uma tendência que veio para ficar e está ligada diretamente a alguns fatores importantes.

“A alta da gasolina encarecendo o preço das passagens de avião, o fim das medidas sanitárias mais rígidas estimulando o turismo, a população bancarizada por meio do Pix e mudanças regulatórias no setor são alguns dos pontos que colaboram para o aumento da penetração online no setor de transporte rodoviário”. - Mais informações: (https://deonibus.com/).

Compliance e tecnologia: um não vive sem o outro

Desde a regulamentação da Lei Anticorrupção, que determina responsabilização de empresas por eventuais crimes cometidos por colaboradores, houve um crescimento de 10% no número de empresas que investem em compliance. Segundo o anuário da Análise Executivos Jurídicos e Financeiros, em 2015, quando a lei foi aprovada, apenas 68% das empresas tinham setor de compliance. Cinco anos depois, o número já ultrapassava os 80%.

Segundo Eduardo Tardelli, CEO da upLexis, empresa especializada em mineração de dados, um dos aspectos que tem popularizado o assunto no país foi a evolução da tecnologia que agora permite que o compliance seja feito de maneira muito mais estratégica e menos braçal: “Com o desenvolvimento da análise de Big Data, por exemplo, a gestão de compliance ficou mais rápida e eficiente, possibilitando que gestores tomem decisões com muito mais precisão”.

Tardelli explica que, além de tecnologias que auxiliam o trabalho do time de compliance, o trabalho deve ser feito de uma forma humanizada, sempre atento às questões mais latentes da atualidade. O CEO detalha duas vertentes que os executivos devem ficar de olho o quanto antes:

Regulações das relações de trabalho: por conta da Medida Provisória 1108/22 que regulamenta o trabalho híbrido e remoto, o compliance será necessário para garantir que o novo cotidiano corporativo esteja em conformidade. Casos de assédio moral e sexual aumentaram durante a pandemia e com isso as áreas de compliance nas empresas têm o desafio de evitá-los, assim como garantir que as denúncias sejam efetivas;

ESG: foi-se a época em que apenas algumas empresas precisavam se importar com causas sociais e ambientais. As pautas ESG (ambiental, social e governança, em tradução livre do inglês) estão em evidência e este cenário não vai mudar tão cedo. É essencial que os gestores percebam quais práticas de ESG são aplicáveis ao negócio e então usar o compliance como ferramenta para a construção de uma estratégia.

Algo que pode nortear as ações pró-agenda ESG é o trabalho de reparação histórica com políticas de diversidade. Ações inclusivas são muito importantes nesse sentido. Além disso, linhas de denúncias se tornaram essenciais para um bom ambiente corporativo mais inclusivo. - Fonte e outras informações: (https://uplexis.com.br/).