

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

OFERTA E CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS NO MUNICÍPIO DE PANAMBI/RS: UTILIZANDO UM APLICATIVO ANDROID COMO FERRAMENTA¹
OFFER AND CONTRACTING SERVICES IN THE MUNICIPALITY OF PANAMBI/RS: USING A ANDROID APP AS TOOL

Manoel Cardoso Da Silveira Neto², Nairana Radtke Caneppele Bussler³

¹ Projeto de monografia apresentada ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Sistemas Para Internet

² Aluno do curso de Tecnologia em Sistemas para Internet do Instituto Federal Farroupilha campus Panambi

³ Professora Mestra do Instituto Federal Farroupilha campus Panambi

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o Smartphone, conhecido também como telefone celular inteligente, tornou-se um dos equipamentos mais utilizados pela população mundial. Os meios de comunicação trazem diferentes reportagens sobre este fenômeno, como por exemplo, na revista EXAME encontra-se uma matéria intitulada de “Brasil terá um smartphone por habitante até outubro, diz FGV”, publicada no dia 19 de abril escrita por Dermatini (2017). A publicação apresenta informações sobre estimativas feitas pelo professor Fernando Meireles e apresentadas pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). A Estimativa do professor aponta que o número de smartphones em uso no Brasil atingiu a marca de 208 milhões de unidades em uso. Porém, a simples conexão à rede não é o que mais chama a atenção nos telefones inteligentes, mas sim a possibilidade de instalação de aplicativos (APPs), que são softwares desenvolvidos exclusivamente para dispositivos mobile, podendo ser jogos, editores de texto e até mesmo APPs exclusivos para acesso a redes sociais como Facebook ou Instagram. Para Silva, Pires e Carvalho Neto (2015, p. 25), aplicativos são “produtos projetados e desenvolvidos para serem executados especificamente em dispositivos eletrônicos móveis”.

Mesmo com a existência de inúmeras tecnologias para auxiliar o ser humano em seu dia a dia, quantas vezes os cidadãos do município de Panambi já precisaram de algum serviço em sua residência ou ambiente de trabalho e não soube a quem recorrer? E quando conseguia contato com o prestador de serviço que resolveria o problema, como garantir a qualidade do trabalho prestado? E para o prestador de serviço, quanto prejuízo este já teve por não realizar o próprio marketing? E por que é tão importante realizar a divulgação do meu trabalho?

Associação Americana de Marketing - AMA (2013) define Marketing como a qualquer atividade, ato ou processo que tenha como objetivo realizar ofertas que tenham importância para clientes, fornecedores ou a sociedade, ou seja, qualquer ação tomada ou pensada pela entidade, tendo valor para determinado público-alvo, pode ser considerada marketing. Existem diversos meios de

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

comunicação que realizam a divulgação de serviços, um exemplo na cidade de Panambi é a Rádio Sul Brasileira, que realiza anúncios em seu site e em sua programação diária. Porém, estes meios não são dedicados a divulgação dos serviços da região e, em diversas vezes, são inviáveis ao cidadão que deseja divulgar seu serviço por conta do custo cobrado para realizar a divulgação, ficando muitas vezes sem o marketing de seu serviço. Outra opção para realização do marketing digital de serviços é o uso de redes sociais, como o Facebook, mas novamente, surge o problema de que a plataforma não é dedicada a divulgação, e por isso, o sistema de buscas não é preciso.

Tendo em vista o problema descrito, este trabalho tem como objetivo desenvolver um aplicativo mobile voltado para a busca e divulgação de serviços no município de Panambi - RS. O tema do presente estudo justifica-se por realizar a relação entre a tecnologia de aplicativos, que nas últimas décadas, por culpa da popularização do smartphone, tornou-se uma tecnologia utilizada diariamente por grande parte da população, com o setor de marketing, que como será visto posteriormente, é um dos principais setores de uma organização.

METODOLOGIA

Com o objetivo de desenvolver um aplicativo para auxiliar no marketing dos serviços na cidade de Panambi - RS, o projeto visa oferecer a solução para determinado problema local, o que caracteriza a pesquisa como uma pesquisa aplicada. Quanto a sua abordagem, a pesquisa é qualitativa, pois realiza a análise entre os prestadores de serviços do município e o aplicativo que será desenvolvido durante o projeto, sem usar de técnicas estatísticas para analisar os dados. Quanto aos objetivos, este projeto de pesquisa caracteriza-se como exploratória, pois visa, com o uso do aplicativo desenvolvido, investigar a realização do marketing de serviços no município de Panambi - RS. Por fim, quanto aos procedimentos técnicos a pesquisa é classificada como bibliográfica e de campo, pois foi desenvolvido um referencial teórico sobre o tema para o início deste estudo e o aplicativo desenvolvido será realizado a partir de entrevista com diversos prestadores de serviços do município de Panambi, universo amostral do estudo.

Após passar pela banca de aprovação do projeto, este entrará na fase de desenvolvimento, que se inicia pela etapa de análise dos requisitos, onde serão coletadas informações e será realizada uma análise para conhecer e entender os requisitos que o sistema deve atender. Ao fim da coleta das informações e da definição dos requisitos do sistema, será desenvolvida a modelagem de um banco de dados (BD) MySQL e a construção das interfaces do aplicativo. Ao fim destas três etapas, as interfaces receberão a codificação de suas funcionalidades e a interligação com o BD. Posteriormente, o aplicativo será publicado na Google Play, para que se torne viável a execução de testes futuros. A etapa seguinte será realizar a redação do relatório do projeto que será apresentado a banca avaliadora. Por fim, serão realizadas as correções propostas pela banca avaliadora e a versão final será entregue ao Instituto Federal Farroupilha campus Panambi.

EVOLUÇÃO DOS SMARTPHONES E APLICATIVOS

Segundo McCarty (2011), o primeiro smartphone desenvolvido foi o IBM Simon, da IBM, foi lançado no ano de 92 e vinha equipado com uma tela sensível ao toque e enviava e recebia fax,

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

além de conter um bloco de notas. Porém, o IBM Simon não era chamado de smartphone, o primeiro equipamento a receber essa alcunha foi GS88, da linha Ericsson da Sony, lançado em 1997. Nos anos seguintes, os smartphones continuaram sendo desenvolvidos para serem dispositivos empresariais, mudando apenas o sistema operacional presente nestes, como BlackBerry OS e o Windows CE.

Em 2007, para McCarty, ocorreu a maior mudança na produção dos smartphones, que veio pelas mãos da empresa Apple Inc., o lançamento do primeiro telefone inteligente voltado ao consumidor comum e não para as empresas e seus funcionários. Este modelo de smartphone tornou-se popular e no ano seguinte, com apoio da Google e da HTC, surgiu o primeiro dispositivo do projeto Android, ou seja, um smartphone popular com um sistema operacional de código aberto.

Desde o surgimento dos smartphones os aplicativos já os acompanhavam, segundo a Neolane Inc. (2012), mesmo sem uma loja de aplicativos, estes já estavam presentes, como exemplo temos o bloco de notas do IBM Simon. Quando os telefones inteligentes começaram a ser desenvolvidos para consumidores comuns, surgiram as lojas de aplicativos, App Store da Apple e a Android Market, que posteriormente tornou-se Google Play Store, da Google.

Para realizar o desenvolvimento destes aplicativos, é necessário que um profissional qualificado realize a codificação do APP, utilizando uma linguagem de programação, que para Gotardo (2015) é uma forma padronizada, por regras de sintaxe e semântica, de instruir um dispositivo programável a realizar determinada tarefa. Exemplos de linguagens de programação são o C, o PHP e o JAVA, que é uma das linguagens utilizadas para o desenvolvimento de aplicativos para o sistema operacional Android.

MARKETING DE SERVIÇOS

Em seu livro administração de marketing, Kotler e Keller (2012) falam da importância do marketing, que no atual cenário comercial e econômico desempenha uma importante tarefa, essencial para a economia, que é a geração de demanda para que a empresa possa adquirir lucro com a venda de seus produtos ou prestação de serviços. Esta criação de demanda ocorre pois é o setor de marketing das empresas que faz a apresentação e introdução de novos produtos e/ou para o consumidor.

A definição de marketing para Kotler e Keller (2012) é a identificação e satisfação de necessidades humanas e sociais, que gere lucro para a empresa. Kotler e Keller ainda apresentam uma citação de Peter Drucker, que é um dos principais teóricos da administração. O teórico diz que vender não é o principal objetivo do marketing, o principal objetivo é realizar o entendimento completo e profundo do cliente, para que se possa realizar um produto ou serviço que seja adequado para determinado cliente, e assim, possa vender-se sozinho. Os autores citam a Nintendo (sistema de jogos Wii), a Canon (câmeras digitais ELPH) e a Toyota (automóvel híbrido PIRUS), como exemplos de sucesso pois seus setores de marketing fizeram uma análise correta de seus clientes e conseqüentemente estas empresas desenvolveram e lançaram os produtos "certos".

Kahtalian (2015, p. 20) descreve que serviços são "desempenhos no tempo e espaço que geram

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

valor para o cliente por meio de uma transformação”. Ou seja, serviço é a ação que passa por uma transformação e gera resultados para o cliente. O autor cita que, uma pessoa, ao ir ao cabelereiro e realizar um novo corte, não fica proprietária deste corte e sim “sofre” a ação do corte. Igualmente, quando um aluno assiste a uma aula, este não se torna dono do conhecimento, ele apenas “sofre”, “recebe” a experiência transmitida pelo professor.

Grönoos (1998) apresenta a ideia de que serviços são apenas processos, que não geram um bem final a base de matéria prima, e conseqüentemente, as empresas que ofertam serviços não produzem produtos que possam ser comparados a “pacotes pré-produzidos” por empresas de manufatura. Por isso, pode-se afirmar que, o resultado do serviço é usufruído pelo cliente para resolver o problema identificado.

O marketing de serviços é o marketing aplicado a serviços, que Kotler e Keller definem como “ato que uma parte pode oferecer a outra e que não resulta na propriedade de nada. A execução de um serviço pode ou não estar ligada a um bem concreto”. Ou seja, qualquer ação que determinado(a) indivíduo/instituição forneça a outro(a), se não resultar em um produto, é considerado serviço. Grande parte das empresas que trabalham com prestação de serviços estão utilizando da Internet e outras tecnologias para aumentar seu alcance e divulgação, um exemplo é o site Monster.com, que realiza aconselhamento de carreira e recrutamento de pessoal pela internet.

O MARKETING REALIZADO POR MEIO DA TÉCNOLOGIA

Após compreender o marketing de serviços e a evolução dos smartphones e aplicativos, surge o seguinte questionamento: De que forma a tecnologia auxilia o marketing de serviços das organizações? Zeithaml, Bitner e Gremler (2014) o uso da tecnologia oferece ao marketing oportunidade de novos produtos de serviços e viabiliza meios de divulgação mais acessíveis, convenientes e produtivos, além de facilitar a funções básicas de serviço ao cliente.

Ou seja, o uso da tecnologia facilita a integração e comunicação entre organização e cliente, pois utiliza meios (redes sociais e aplicativos) onde os clientes já estão inseridos e acostumados a utilizar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como o presente trabalho está em desenvolvimento, sua parte prática não gerou nenhum resultado até o presente momento, porém, o estudo bibliográfico realizado durante a fundamentação teórica do projeto mostra aos autores a importância que a tecnologia atual pode trazer ao setor de marketing, seja para divulgação ou apoio ao cliente.

Ao fim deste projeto, almeja-se a conclusão do aplicativo, para que este, possa ser publicado em uma loja de aplicativos e possa ser testado, para que no futuro, torne-se uma ferramenta útil à população, seja divulgando ou buscando serviços.

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

REFERENCIAS

AMA. American Marketing Association. Disponível em: <
<https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>>. Acesso em: 07 mai. 2018.

DEMARTINI, M. Brasil terá um smatphone por habitante até outubro, diz FVG. EXAME. Online. Disponível em: <
<https://exame.abril.com.br/tecnologia/brasil-teraum-smartphone-por-habitante-ate-outubro-diz-fgv/>>. Acesso em: 07 mai. 2018.

GOTARDO, R. Linguagem de Programação. Rio de Janeiro. SESES. 2015.

GRÖNROOS, C. Marketing Services: the case of a missing product. Journal of Business & Industrial Marketing. Vol 13. p. 322 - 338. 1998.

KAHTALIAN, M. Marketing de serviços. Marketing, p. 19-29, 2002

KOTLER, P. KELLER, K. L. Administração de Marketing. São Paulo. Pearson Education do Brasil. 2012.

MCCARTY, B. The History of the Smartphone. 2011. Disponível em: <
<https://thenextweb.com/mobile/2011/12/06/the-history-of-the-smartphone/>>. Acesso em: 27 mai. 2018.

NEOLANE. The Age of Apps. 2012. Disponível em: <
<http://www.industryweek.com/sites/industryweek.com/files/uploads/2012/08/mobile-application-evolution-full.jpg>>. Acesso em: 29 mai. 2018.

SILVA, L. L. B. PIRES, D. F. CARVALHO NETO, S. Desenvolvimento de Aplicações Para Dispositivos Móveis: Tipos e Exemplo de Aplicação na plataforma IOS. In: II Workshop de Iniciação Científica em Sistemas de Informação. 2015. Goiânia. Disponível em: <
<http://www.lbd.dcc.ufmg.br/colecoes/wicsi/2015/004.pdf>>. Acesso em: 07 mai. 2018.

ZEITHAML, V. A. BITNER, M. J. GREMLER, D. D. Marketing de Serviços: A Empresa com Foco no Cliente. AMGH Editora, 2014.