

Empresa e funcionários ganham com os web-quiosques

A tecnologia ainda é nova, mas as empresas que saíram na frente já têm os benefícios comprovados

Por Beth Moreira

A tecnologia enfeitiça o ser humano. Estranho imaginar que nossos avós tenham vivido sem fax, computador, internet, microondas e outros itens tão imprescindíveis. As inovações seguem em ritmo frenético e, tanto consumidores quanto empresas, vivem a busca constante de atualização. No Brasil, um grande benefício foi a criação do auto-atendimento bancário. É fato recente que

não completa ainda 20 anos. Hoje, essa moderna ferramenta desponta no cenário nacional para dinamizar e enriquecer as relações trabalhistas.

Aplicado em Recursos Humanos, o auto-atendimento, realizado em web-quiosques, é um veículo tecnológico de contato entre o trabalhador e o departamento. Esse equipamento vive um boom de experimentação em provas de conceitos que estão dando muito retorno para as empresas, segundo o gerente de Produtos de Automação Comercial da IBM para a América Latina, Paulo Guimarães. “Nos próximos dois anos, essa tecnologia vai se assentar e, em 2010, cairá o ritmo de novas instalações para começar a atualização dos parques existentes.”

O que define o uso do web-quiosque é a localização física: quando a força de trabalho não tem uma estação com computador e quando não está localizada no mesmo recinto da empresa.

Minimiza custos operacionais e pode ampliar a gama de informações aos funcionários.

As empresas de ponta começaram a automatizar o RH no início dos anos 90. À época, o que se fez foi desenvolver soluções pertinentes à folha de pagamento. No final da década, porém, os procedimentos já atingiam controle de férias, benefícios e despesas, entre outros. Entre 1999 e 2005, no entanto, ocorreu uma estagnação. “Houve mudanças na gestão, mas não na tecnologia”, relata Guimarães. Nesse hiato, os funcionários passaram a ser vistos como investimento das empresas. Também começaram a ser incluídos no quadro funcional os pertencentes a minorias. Já era uma nova mentalidade.

Em 2005, com o surgimento da tecnologia dos quiosques, essas ferramentas de gestão vieram a público. Os procedimentos operacionais, como solicitação de férias, afastamento, holerites,



Detalhe do web-quiosque da TAM, ao lado do balcão de check-in, no Aeroporto de Congonhas



Painéis com tecnologia touchscreen para agilizar serviços e aprimorar qualidade de atendimento

passaram a ser solucionados a distância, e o RH pôde se concentrar em ações não cotidianas, porém de extrema importância, como planos de carreira, por exemplo.

Diferentemente do que se pode imaginar, o relacionamento do funcionário com a empresa não fica distanciado por conta do auto-atendimento. “Em longo prazo, o web-quiosque ajuda a estreitar as relações porque, livre das operações repetitivas, os analistas de RH podem se dedicar ao desenvolvimento dos trabalhadores dentro da empresa”, destaca Guimarães.

Credibilidade

Os web-quiosques unem hardware, software e serviços em um mesmo equipamento. O quiosque é um recurso físico. Está remoto e exige confiabilidade porque, se o equipamento trava, o trabalhador deixa de utilizá-lo. O executivo da IBM afirma que a exigência de credibilidade desse equipamento é maior do que a cobrada na operação dos fornos de siderurgia.

Para gerir o recurso físico é necessário um software que checa se há papel, se há usuário, enfim, que gere o hardware. O programa da IBM para esta finalidade é o RMA (*Remote Management Agent*). Também é necessário um programa com módulo gestor de uso e dispositivo de controle de quantidade de janelas abertas, entre outros.

É importante ajustar para que o uso da máquina não seja muito prolongado. A utilização do equipamento por mais de dez minutos pode levar a ferramenta ao insucesso. “Nenhum trabalhador vai querer enfrentar fila em web-quiosque”, observa Guimarães. Por fim, é necessário o software de conteúdo, que também cheque a atualização de informações e faça os updates dos programas.

Para o executivo da IBM, os empresários que ainda estão à margem dessa tecnologia só vão conhecer seus benefícios se estudarem os cases de empresas mais afinadas com tecnologia ou se forem inovadoras o suficiente para buscar novas soluções,

“Quando a vantagem fica clara, a empresa adere”, garante Guimarães. As inovações chegam ao mercado por meio das grandes corporações, que têm mais recursos financeiros e que operam em outros mercados. Dessa forma, podem analisar sua aplicação nas diversas localidades.

A eficiência da ferramenta é vital para o sucesso da operação. “Se a usabilidade não é clara, o usuário é um juiz cruel. Se for bem implantada, a aceitação é grande”, diz Guimarães. Para ele, a taxa de utilização do self service cresce à medida que o benefício fica claro.

A IBM possui um novo quiosque de auto-atendimento, o Any-

Livres das operações repetitivas, os analistas de RH podem se dedicar ao desenvolvimento dos trabalhadores dentro da empresa



Hoje, os web-quiosques já se encontram em aeroportos, livrarias, shoppings, hotéis e cartórios, entre outros setores

Place Kiosk, ultra-compacto, com soluções wireless integradas, que pode ser colocado em funcionamento rapidamente em qualquer ambiente. O modelo oferece acesso instantâneo às informações, serviços de comércio on-line em formato de multimídia, que inclui vídeos, áudio de alta qualidade, gráficos 3D realistas e tecnologia infravermelha de tela sensível ao toque.

Acessibilidade

A Intercompany, parceira Premier da IBM, é responsável por levar ao mercado todos os produtos e soluções da multinacional. A empresa tem se especializado nas soluções de auto-atendimento e hoje já possui clientes em diversos segmentos e com múltiplas aplicações para utilização dos quiosques e impressoras térmicas.

O sócio e diretor comercial da Intercompany, Marcelo Mathias Cereto, observa que a automação deixou de estar presente somente nos ramos de varejo e atacado, e passou a fazer parte do dia-a-dia em diversos outros segmentos e em qualquer tipo ou tamanho de empresa.

“Hoje já se encontram em aeroportos equipamentos com soluções de check-in, livrarias, shoppings, cartórios, hotéis e diversas outras aplicações, com empresas desenvolvedoras de soluções se especializando no atendimento destes nichos de negócio”, diz Cereto.

Mas o RH é um dos nichos que mais crescem no momento. “Muitas empresas já descobriram que envolver, comprometer, valorizar e qualificar seus colaboradores é uma política-chave para o aumento da satisfação e da produtividade”, declara o executivo.

Cereto reforça que os quiosques de auto-atendimento têm por objetivo simplificar o acesso à intranet das empresas, proporcionando aos colaboradores serviços e facilidades, como programação e agendamento de férias, consulta e impressão de holerite, consulta ao banco de horas, atualização de cadastro, inclusão de dependentes, declaração de rendimentos, votações (CIPA), promoções internas, benefícios, circulares, e muitos outros.

A NCR Corporation (NYSE) desenvolve soluções que proporcionam a automação dos processos de clientes, fornecedores e funcionários. A diretora de Marketing, Izabel Pinto, destaca que os web-quiosques são um conjunto de PC touchscreen com opcionais que incluem teclado criptografado, leitor de cartão DIP/Smart, leitor de código de barras e impressora térmica, que permitem consultas, compras e pagamentos.

“Essas soluções possibilitam aos funcionários consultar em tempo real questões de seu in-

teresse, como o status de férias, 13º salário e Fundo de Garantia, entre outros”, explica Izabel. Para ela, os web-quiosques podem ser oferecidos a qualquer empresa, principalmente àquelas que estão investindo na otimização dos processos.

“A principal vantagem é a redução do tempo, pois esses equipamentos promovem o auto-atendimento, facilitando o dia-a-dia das pessoas, e diminuindo as filas em estabelecimentos comerciais e nas empresas”, afirma a executiva.

Em pesquisa realizada recentemente pela NCR e pela Opinion Research Corp ficou constatado que 39% dos consumidores revelaram a intenção de utilizar cada vez mais os serviços de auto-atendimento. “Claramente, as pessoas querem ter mais controle sobre o seu dia-a-dia e isso inclui a possibilidade de reduzir o tempo que perdem em atividades não-produtivas, como esperar em filas para serem atendidas”, diz o presidente da NCR do Brasil, Elias Rogério Silva.

Cláudio Gusela, diretor da Tyco Electronics, fabricante de monitores touchscreen, destaca a funcionalidade do equipamento, especialmente para os trabalhadores de chão de fábrica. A facilidade do uso, com o simples toque na tela, democratiza a máquina. “A empresa pode propor atividades interativas aos funcionários que não têm estações de trabalho digitalizadas. Dessa forma, ao utilizar os web-quiosques, eles são nivelados com os demais, já que podem ter acesso a todo tipo de informações”, finaliza. 