

Mobilidade transporta negócios para a internet

SUSANA MARVÃO
s.marvao@vidaeconomica.pt

A “descoberta” da mobilidade veio alterar drasticamente o paradigma da relação da internet com o mundo empresarial. Nos dias de hoje, diz Bruno Castro, CEO da Visionware, a mobilidade, e face à evolução da sustentabilidade e qualidade das comunicações na Internet, veio permitir que os modelos de negócios do tecido empresarial (na sua grande generalidade) fossem rapidamente transpostos para o universo da Internet, permitindo dispersar o modelo de negócio das empresas para um conceito de abordagem “sem fronteiras”. “Este facto, hoje completamente incontornável e obrigatório para a estratégia de qualquer organização que pretenda estar posicionada no mercado, obriga que o ní-

Conceito de mobilidade veio obrigar a que as empresas “inventassem” novas formas para se defenderem

vel de segurança aumente drasticamente, visto que passou a ser necessário colocar o ‘negócio’ na Internet com todos os riscos que daí advêm”.

O responsável admite que o conceito “mobilidade” veio obrigar que as empresas que trabalham nesta área de negócio “inventassem” novas formas para se defenderem num conceito bastante mais exposto que anteriormente, quando apenas existia uma realidade protegida e muito bem delimitada dentro das próprias “muralhas”. “Hoje, temos que saber ‘escudar’ adequadamente as empresas que habitam na ‘selva’ da Internet, permitindo, simultaneamente, que as medidas de segurança implementadas nesse mesmo contexto adverso não limitem o seu desempenho e eficácia comercial”. Para Bruno Castro, é claramente um desafio para as empresas de segurança, mas, principalmente, para todos os gestores que são obrigados a lidar com o risco de uma forma pragmática e muito objectiva.

O CEO da Visionware afixa que os desafios passam, para além de garantir que a qualidade das comunicações no mundo Internet cumpra os requisitos mínimos para (cada vez mais) colocar as aplicações de negócio na Internet com a rapidez, qualidade e segurança que seja aceitável para o próprio mercado. “Não basta colocar o negócio na Internet”, garante. Terá que existir uma preocupação efectiva dos gestores e dos seus parceiros para que as suas aplicações sejam capazes de trabalhar em formato web, com um desempenho eficaz, e finalmente com a segurança adequada para que não comprometa o negócio e imagem institucional da empresa. “Caso não sejam cumpridos estes pressupostos base, a impetuosidade de colocar o negócio num conceito de mobilidade – pode tornar-se rapidamente num factor maléfico e negativo para a empresa. É claramente um ‘pau de dois bicos’ que os gestores terão que forçosamente compreender e gerir daqui em diante. Não há alternativas”.