OJE

Produzido por
COMPUTERWORLD

Este suplemento integra
o jornal OJE n.º 1613

18 de março de 2014

X

CxO
Tech Report

EDITADO MENSALMENTE

Saiba mais em www.oje.pt • ipad • iphone • android

México desafia as PME tecnológicas portuguesas

INTERNACIONALIZAÇÃO A Câmara de Comércio Indústria Luso-Mexicana (CCILM) quer levar as PME portuguesas do setor das TIC a participarem no atual esforço de desenvolvimento económico e digital deste país da América Central. Esta associação criou um programa, com o apoio do QREN, denominado Portugal Connect, através do qual pretende apoiar durante este ano dez PME TIC a internacionalizarem a sua atividade para o México, através de missões com apoio de "tutores" que as colocarão em contacto direto com potenciais parceiros. A CCILM salienta que "os produtos tecnológicos portugueses estão associados a uma boa reputação, comum à generalidade dos congéneres europeus: neste projeto, as empresas aderentes têm a possibilidade de explorar um imenso território de oportunidades potenciada por esta afirmação conjunta".

DR

INTERNACIONALIZAÇÃO

As TIC são "amigas" das nossas diásporas

A internacionalização da atividade das empresas portuguesas, nomeadamente a partir da exportação de bens e serviços, e a capacidade de atrair investimento direto estrangeiro são considerados os dois pilares chave da competitividade da economia portuguesa.
As TIC hoje disponíveis, cada vez mais robustas, seguras e amigáveis para o gestor, são uma ferramenta essencial na conceção, operacionalização e desenvolvimento das diferentes estratégias de internacionalização e flexíveis e adaptáveis para se ajustarem ao modelo de negócio e ao modelo de "diáspora". Saiba quais e como.

G

GLOBAL

EDITORIAL

TIC e internacionalização

A internacionalização das empresas portuguesas no seu conjunto, qualquer que seja a sua dimensão, através da expansão do negócio por via das exportações (incluindo o turismo), com ou sem intermediários, das alianças e parcerias comerciais com locais ou do Investimento Directo Estrangeiro (IDE), conjuntamente com a atração de IDE para a nossa economia são considerados os dois pilares fundamentais para a recuperação da economia e da competitividade nacional e da melhoria da situação financeira de Portugal. No contexto atual do país, a internacionalização, em particular a exportação, que pela sua natureza permite obter resultados mais rapidamente do que o IDE, tem assumido o papel de motor da nossa economia, e espera-se que assim continue nos anos mais próximos.

Num mercado global cada vez mais aberto e interdependente, a internacionalização / exportação coloca novos desafios aos decisores, tais como o controlo e a gestão dos riscos associados ou o aumento considerável da complexidade onde a organização desenvolve a sua atividade, quer no seu ambiente interno, quer nos diferentes ambientes externos em que tem que atuar e acompanhar. A esta inevitabilidade junta-se uma conjuntura atual em que a incerteza e a quase permanente inconstância dos diferentes mercados exige que as empresas que atuam em ambientes externos abertos e altamente concorrenciais estejam cada vez mais focadas no seu core business, tenham um grande controlo de custos, sejam mais rápidas a decidir e a executar e demonstrem ainda uma grande flexibilidade e agilidade para se ajustarem à mudança, à incerteza e ao risco.

Tendo presente o contexto atual, e para poder responder às exigências e aos desafios do negócio, qualquer quer seja a atividade ou o setor de origem, mercado de destino ou mesmo o modo de internacionalização, as TIC são cada vez mais indispensáveis e imprescindíveis, desde a conceção à implementação e acompanhamento, pelo que as organizações precisam de definir o papel das TIC e desenhar as estratégias mais adequadas ao modelo de negócio e ao modelo de internacionalização. A solução pode ser mais ou menos flexível, mais ou menos económica, simples ou complexa. Pode exigir maior ou menor necessidade de gestão. Pode ser mais ou menos determinante no próprio negócio, na sua gestão, na competitividade e nos resultados. Apenas existem duas certezas: não é dispensável nem substituível e pode criar valor.

BREVES

APDSI e associação CIOnet estabelecem parceria

A CIOnet Portugal e a Associação para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade de Informação (APDSI) assinaram um acordo de parceria no sentido de aumentarem a partilha de informação e criarem maior conhecimento sobre o mundo das tecnologias de informação e comunicação (TIC).

ACEPI assegura "Confiança Online" no mercado português

A Europa Digital continua a dar passos seguros. A mais recente iniciativa foi o lançamento do novo selo de confiança do comércio eletrónico (European Trustmark for eCommerce), lançado pela European Multi-channel and Online Trade Association. Trata-se de um passo importante no sentido de aproximar as grandes marcas mundiais da oferta das PME. Em Portugal, este selo será atribuído pela ACEPI, a associação portuguesa do setor que integra a EMOTA. A European Trustmark for eCommerce estabelece critérios de certificação harmonizados para todas as marcas de confiança nacionais na Europa e tem como principal objetivo aumentar a confiança dos consumidores nas compras online entre países, contribuindo assim para o crescimento do volume de negócios dos comerciantes.

BITCOIN

Nova Iorque abre registo de bolsas a moedas digitais

As autoridades financeiras de Nova Iorque vão começar a aceitar candidaturas para o registo de bolsas de moedas digitais, como a Bitcoin. As candidaturas aprovadas acabarão por adotar um quadro regulatório, proposto por NI para suportar o funcionamento de empresas de moeda digital no estado.

Os Sistemas de Informação das organizações, a "disrupção digital" e o mundo global

A questão da "disrupção digital" entrou definitivamente, e sob várias formas, na agenda dos CIO, sobretudo nas organizações que têm como alvo o mercado global

ANÁLISE

▶ **LUÍS PINTO**
IT Consultant. Advisor Board Member
CIONET Portugal

1. CARACTERIZADA como a "revolução" na experiência de utilizador resultante da confluência entre a banalização do uso de dispositivos móveis em linha (estima-se que 60% dos dispositivos atualmente online sejam smartphones e tablets) e a explosão da oferta de apps e social media (Facebook, Twitter, Skype,...) que a generalização destas plataformas viabilizou, a "disrupção digital" induziu nos consumidores um novo padrão de expectativas de serviço e de preferências de interatividade que convergem na definição da "experiência de utilizador" como emergente vetor competitivo crítico.

Amplificados estes efeitos pela avalanche de tecnologias a entrar no mainstream – impressão 3D, dispositivos wearable, internet das coisas, clouds pessoais, criptomoedas, ...) no contexto de uma nova normalidade, um mundo que alguns já designaram pelo acrónimo anglo-saxónico VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity), os modelos de negócio tradicionais encontram-se sob enorme pressão.

2. A ameaça concorrencial dos modelos de negócio digitais, temporariamente contida com a crise das dotcom do início do século, e o descrédito das teses da então designada "nova economia", reafirma-se, com outra maturidade, quer através dos casos emblemáticos de sucesso dos grandes sobreviventes da época, que se souberam reinventar e provar o sucesso dos novos modelos de negócio criados e desenvolvidos com base digital (Amazon, Google, ...), quer de modelos de negócio "tradicionais" que se souberam transformar, integrando criativamente as oportunidades abertas pelas tecnologias, num ciclo virtuoso de inovação e diferenciação, que lhes permitiu transformar, a seu favor, o quadro competitivo pré-existente e os respectivos equilíbrios de apropriação de valor.

3. O contexto em que as organizações desenvolvem a sua atividade tem-se inevitavelmente complexificado com a transformação, quase generalizada, de cadeias de valor lineares em ecossistemas digitais nos quais se intensifica a dinâmica de competição, a partilha de informação e de feedback, as práticas colaborativas e as abordagens complexas de co-criação de produtos/serviços/experiências, tornando difusas as fronteiras entre organizações e a unicidade da respetiva função de criação de valor.

Assistimos, assim, à emergência de um imperativo de "transformação digital", correspondente à integração criativa de tecnologias e de processos para melhorias radicais do desempenho e da extensão de capacidades da organização no mundo digital, com a mobilização de analytics, tecnologias de mobilidade, social media e smart embedded devices para alavancar a proximidade relacional com o "cliente", os processos internos e as propostas de valor. Contudo, trata-se de um processo que transcende a "simples" intensificação de investimentos em tecnologia, centrando-se fundamentalmente na capacidade de transformação organizacional que, suportada e alavancada nas tecnologias e em inovação de processos, permita reposicionar competitivamente a empresa nos seus mercados relevantes e, oportunisticamente, redefini-los.

4. Nesta perspetiva, os desafios para o desenvolvimento de sistemas são múltiplos.

Desde logo uma importante alteração de foco.

Tradicionalmente centrados no funcionamento interno da organização, com foco na automatização e na integração, dominante durante décadas, a expansão para fora dos limites institucionais da organização – a empresa expandida (extended enterprise) – realizou-se ainda, predominantemente, como extensão natural à cobertura de cadeias de valor lineares (SCM, PRM e CRM) e à expansão de canais de distribuição (eCommerce).

Esta perspectiva tem que ser complementada com a visão a partir do mercado, com a integração da organização em redes sociais e o acesso alargado a informação externa, que lhe permitam alavancar o capital relacional e reputacional, bem como percecionar necessidades emergentes e internalizar oportunidades geradas pelas dinâmicas da inteligência coletiva.

Neste contexto, a reputação e o analytics tornaram-se dimensões competitivas centrais num contexto dominado pelo fenómeno do social media.

Assim, o desafio que se coloca às organizações, sobretudo as que têm o mercado global como alvo, é o da gestão ativa do seu posicionamento na dinâmica de geração e apropriação de valor no respetivo ecossistema digital, à medida que a informação assume um papel determinante na diferenciação de produtos/serviços e o tradicional foco relacional se desloca do contexto da transacção para o da experiência de consumidor nas suas plataformas de opção – o que é consumido, como é apresentado/experienciado e como é entregue/distribuído.

5. É indispensável salientar que, neste percurso entre a automatização da cadeia de valor e a integração fluida num ecossistema digital, dois focos fundamentais não poderão ser secundarizados.

- a sofisticação das capacidades analíticas de environment sensing para deteção e compreensão oportuna de sinais de tendência e comportamentos indutores de oportunidades de inovação, bem como avaliação dinâmica de riscos/vulnerabilidades;
- a capacidade de integrar a sofisticação da dimensão colaborativa de co-criação.

A convergência na generalidade dos setores de atividade entre os modelos de negócio tradicionais e o mundo digital é inelutável e constitui um formidável desafio de mudança, razão pela qual é imprescindível salientar que a maturidade do modelo de governança dos sistemas de informação, como dimensão integrante da gestão estratégica da organização, constitui condição fundamental de sucesso.

OJE CxO Tech Report
Suplemento elaborado em parceria com IDG International Data Group

PUBLICADO MENSALMENTE • **Coordenação editorial** Idalécio Lourenço, ilourenco@computerworld.com.pt, • **Coordenação comercial** Paulo Fernandes, pfernandes@computerworld.com.pt, 213 303 791 • Av. da República, N.º 6, 7º 1050-191 Lisboa

A ANETIE PROMOVE O SETOR **TICE**

MISSÕES EMPRESARIAIS EM **8 CIDADES MUNDIAIS**
COM UMA ESTRUTURA ITINERANTE: O **PAVILHÃO AMANHÃ.**

ROADSHOW

LOGIN PT
PASSWORDS TO BUSINESS

VENHA PROMOVER OS SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS NESTA VIAGEM PELO MUNDO

SAIBA MAIS EM WWW.ANETIE.PT OU ATRAVÉS DO EMAIL
LOGINPT@ANETIE.PT

ACOMPANHE O FUTURO!

LISBOA | MADRID | BERLIM | VARSÓVIA | RIO DE JANEIRO
SÃO PAULO | LUANDA | MAPUTO | MACAU

RODRIGO CABRITA

ARMINDO MONTEIRO, PRESIDENTE DA ANETIE

"O 'Portugal TIC' é um Portugal dinâmico, proativo, inovador, competente e optimista"

Armindo Monteiro é Presidente da Associação Nacional das Empresas das Tecnologias de Informação e Electrónica (ANETIE) desde abril de 2010. A internacionalização das empresas tecnológicas nacionais do setor das tecnologias da informação e da comunicação (TIC) tem sido a prioridade da sua gestão. Nesta entrevista ao CxO Tech Report, explica a importância do evento INTERNATIONAL IT CONFERENCES LOGIN>PT - CONNECTING CONTINENTS & MARKETS para o setor TIC nacional e para a economia nacional, revelando as expectativas para o evento e para o pós-evento e identificando os mercados estratégicos em que as TIC nacionais devem apostar

Tendo em conta a situação internacional de Portugal, como foi possível o nosso país acolher um evento desta natureza e com este significado?
Este evento é resultado de um conjunto de fatores: da crescente notoriedade das tecnológicas portuguesas ao nível global; da afirmação e influência internacional da ANETIE no contexto das associações e confederações internacionais; do sucesso que as ações promovidas pela ANETIE têm alcançado globalmente; e, por fim, do dinamismo e proatividade da nossa associação, que encontrou nas reuniões institucionais dos diversos players mundiais uma janela de oportunidade para um evento mais lato. De resto, o momento internacional que Portugal vive atualmente apenas acentuou a nossa vontade de levar a cabo aquele que acreditamos ser o maior evento de TICE realizado em Portugal nos últimos 10 anos. E quando dizemos tratar-se do maior falamos, precisamente, da convocatória inerente a esta semana tecnológica, que concentrará em Lisboa os principais decisores mundiais, e do envolvimento que a iniciativa pretende criar com a comunidade empresarial e académica.

O momento é o mais adequado?
A nossa economia começa a dar sinais de recuperação, o nosso sistema científico e universitário está também cada vez mais dinâmico e capaz e, sobretudo, o nosso tecido empresarial diferencia-se crescentemente no cenário global, com as mais inovadoras e competitivas soluções tecnológicas. De resto, estamos num momento de volte-face, que marca o regresso ao crescimento do mercado global de TI, pelo que este é, sem dúvida, o melhor timing para promover as tecnológicas portuguesas e, por esta via, promover um país com um enorme potencial de afirmação enquanto plataforma de negócios tecnológicos. É por tudo isto que depositamos na iniciativa INTERNATIONAL IT CONFERENCES LOGIN>PT - CONNECTING CONTINENTS & MARKETS a expectativa de que empresas e empresários nacionais e internacionais, parceiros e alianças vejam em Portugal um sinal de esperança, de perseverança e dedicação, de solidez e capacidade, mas acima de tudo de otimismo.

Quais são os principais objetivos deste evento internacional?
Desde logo, promover o posicionamento de Portugal enquanto plataforma de negócios no setor das TI, que se diferencia pelo potencial das suas empresas e pelo seu posicionamento geoestratégico. Este é o objetivo matricial da iniciativa INTERNATIONAL IT CONFERENCES LOGIN>PT - CONNECTING CONTINENTS & MARKETS. Mas a abrangência e dimensão desta semana tecnológica permite-nos ir mais além e definir objetivos específicos, como a promoção de casos de sucesso e de boas práticas nacionais, a divulgação de oportunidades de negócio e parceria nesta área e a criação de condições propícias ao estabelecimento de novos contactos entre empresários portugueses e estrangeiros.

> "Acreditamos que a criação de empresas tecnológicas é um dos caminhos para a recuperação do país e este evento pode também ser um excelente ponto de partida para novas ações neste campo, com impacto direto na dinamização da economia

Mais do que captar investimento ou divulgar o setor tecnológico português, pretendemos com esta ação sensibilizar para o vasto potencial das TICE e para as áreas de negócio emergentes, envolvendo e mobilizando o setor de TI português na dinamização da internacionalização das suas empresas, na produção e comercialização de produtos e serviços, nos processos de I&D, na transferência de conhecimento e no estreitamento de relações privilegiadas com novos mercados.

Quanto aos resultados, no curto e médio prazo o que espera a ANETIE alcançar para as "TIC made in Portugal" no contexto internacional?
Acreditamos que daqui vão resultar novas redes de contactos entre empresários e demais players setoriais, redes essas com todo um potencial de dinamização de novos negócios, seja por via da atração do investimento ou da facilitação do investimento português em mercados estrangeiros. Estamos, igualmente, certos de que esta semana tecnológica será um excelente contributo

para a visibilidade das tecnológicas portuguesas junto dos diversos países visitantes. De resto, o acordo que vamos firmar evoluirá, a curto prazo, para um conjunto de planos operacionais mais concretos, dos quais resultarão medidas efetivas de estreitamento de relações e de facilitação de negócios e transações.

E para a economia nacional?
No plano interno, acreditamos seriamente que esta iniciativa poderá ter um contributo importante para uma maior consciencialização da importância do setor ao nível da reestruturação e reorganização do tecido económico nacional, que o atual contexto impõe. Numa altura em que as empresas se veem forçadas a ter capacidade de inovar e de encontrar novas formas de melhorar os respetivos serviços e produtos, as tecnologias de informação e comunicação deverão ser cada vez mais reconhecidas como pilar da desejada e urgente mudança competitiva da economia portuguesa.

De resto, o estímulo do empreendedorismo e a criação de condições favoráveis à iniciativa empresarial nesta área serão também temas em destaque nesta semana, pelo que também a este nível se esperam resultados no plano da sensibilização e, sobretudo, da consciencialização dos públicos institucionais e políticos. A ANETIE acredita que a criação de empresas tecnológicas é um dos caminhos para a recuperação do país e este evento pode também ser um excelente ponto de partida para novas ações neste campo, com impacto direto na dinamização da economia.

De alguma forma, este evento pode mudar ou vir a mudar alguma coisa nas TIC nacionais no futuro próximo?
Além do que acabo de referir no que toca ao contexto interno, impõe-se sublinhar a alavancagem que uma iniciativa como esta pode conferir em matéria de internacionalização empresarial. As características do nosso mercado interno ditam que o futuro das tecnologias passe por um importante contributo para a balança comercial do país, através da afirmação das exportações. Ora, com as redes de contactos que serão lançadas, com as sinergias que acreditamos que serão criadas e com o lançamento global do nosso Road-Show LOGIN>PT estamos certos que, num futuro próximo, possamos falar em resultados concretos no que concerne à promoção internacional.

> “ Portugal é um país com um vasto potencial em matéria de afirmação enquanto plataforma tecnológica internacional, capaz de fazer a ponte entre a Europa e outros continentes, especialmente com os mercados da América Latina e dos PALOP

Como avalia a imagem projectada e a imagem real sobre as TIC nacionais nos países onde as empresas que integram a ANETIE desenvolvem negócio? É melhor do que a do país?
O mercado nacional das tecnologias de informação e comunicação tem dado sinais positivos ao nível da sua capacidade de inovação, facto que é já reconhecido fora de portas. Basta vermos o caso da plataforma LOGIN>PT, composta por cerca de 100 empresas, das quais cerca de 60% desenvolvem uma atividade contínua no estrangeiro e baseiam grande parte do seu crescimento no negócio além-fronteiras. Esta plataforma já contou com a adesão de empresas como a PT Inovação, Brisa, SIBS, Novabase, We-Do Techcnologies, NDrive, TIMWE, Critical Software, Glintt, Reditus ou Vortal. São casos como estes que têm vindo a construir uma imagem real das tecnológicas portuguesas muito acima daquela que será a imagem real de um país que, nos últimos anos, vem sendo notícia pelos piores motivos económicos e financeiros. Ainda que haja muito a fazer em matéria de qualificação, investigação e desenvolvimento ou de transferência de conhecimento do meio académico para o meio empresarial, a verdade é que, nas diversas ações internacionais que promove, a ANETIE consegue, efetivamente, diagnosticar uma imagem cada vez mais positiva e credível das nossas empresas tecnológicas. Prova disso mesmo é o evento que vamos agora levar a cabo em Lisboa, com a participação das mais importantes confederações globais.

OJE/VICTOR MACHADO

Em termos globais, qual deve ser o posicionamento do "Portugal TIC" nos mercados internacionais?
O “Portugal TIC” é um Portugal dinâmico, proativo, inovador, competente e otimista. Um país herdeiro de uma geração de conquistadores, que se diferencia pelo seu posicionamento geoestratégico e pela sua capacidade de adaptação a diferentes mercados, contextos e culturas. Um país fundador de uma das línguas mais faladas em todo o planeta e, sobretudo, falada em mercados cruciais para os negócios intercontinentais. Um país com um vasto potencial em matéria de afirmação enquanto plataforma tecnológica internacional, capaz de fazer a ponte entre a Europa e outros continentes, especialmente com os mercados da América Latina e dos PALOP.

Partindo do próprio exemplo das empresas TIC, e tomando o caso das associadas ANETIE, de que forma estas empresas utilizam as TIC nos seus próprios processos de internacionalização, tendo em conta o modelo adoptado?
A exportação de serviços informáticos pelas tecnológicas nacionais é uma realidade incontornável. Na verdade, de acordo com dados do Banco de Portugal, citados recentemente pela IDC, é possível apurar, a este nível, um saldo positivo de 492,6 milhões de euros. De resto, em matéria de internacionalização, as empresas têm apostado sobretudo em fusões e aquisições, bem como no estabelecimento de novas alianças estratégicas, que lhes permitam alcançar novos mercados, mas também incrementar a quota de mercado nos países em que já estão presentes.
Aliada a este facto, surge uma outra tendência: se é verdade que a lusofonia se evidencia como eixo prioritário, é igualmente incontestável que são cada vez mais as tecnológicas a optar por acompanhar a internacionalização das empresas nacionais, por via da atuação em rede.

No que respeita à utilização das TIC nos processos de internacionalização, ganham crescente relevância todas as soluções que possibilitam reduzir custos e melhorar/otimizar processos, bem como melhorar a capacidade de resposta aos novos requisitos de negócio. Soluções essas que passam cada vez mais pelas tecnologias cloud, bem como pelas soluções móveis, sociais e de big data.

Relativamente ao Horizonte 2020, como avalia o investimento previsto para as TIC? Qual poderá ser o impacto na indústria TIC nacional e o contributo para a competitividade nacionais?
As TIC são uma prioridade transversal aos três pilares do Horizonte 2020 (Excelência Científica, Liderança Industrial e Desafios Societais), facto que nos deixa muito expectantes quanto à operacionalização de todos os apoios programados. É inevitável reconhecer o reforço previsto em matéria de investigação na área das novas tecnologias, de fomento do empreendedorismo tecnológico, bem como de aplicação das TIC nos diversos setores de atividade económica. Acreditamos, por isso, que o H2020 poderá ter um impacto muito positivo na renovação do setor e na sua capacidade de inovação, bem como na produtividade e competitividade nacionais. Ressalvamos, porém, que importa complementar todo este suporte com apoios centrados nas empresas e nas suas necessidades de internacionalização, que continuam a ser cruciais para que as mesmas ganhem escala.

Mercados lusófonos devem ser a prioridade

Angola e Brasil, sem esquecer Moçambique e a América Latina, são identificadas pelo presidente da ANETIE como os mercados com maior potencial para as empresas TIC nacionais.

No contexto actual, quais são os mercados que poderemos considerar mais estratégicos para as empresas TIC nacionais?
Angola e Brasil são os mercados que mais contribuem para os volumes de negócios consolidados das empresas do setor das TICE, de acordo com o último estudo efetuado pela ANETIE. Mas a verdade é que estes dois mercados são apenas duas das referências do conjunto que podemos considerar mais estratégico para as TICE nacionais: os mercados lusófonos, junto dos quais temos a vantagem competitiva da proximidade cultural.

Qual deve ser a abordagem?
Evidenciamos países como Angola e Moçambique, que têm merecido a nossa atenção, por serem mercados que têm ainda uma larga margem de progressão, possuem elevados índices de crescimento económico, revelam flagrantes carências ao nível das novas tecnologias e encerram vastas potencialidades de investimento. E mais do que bons mercados para exportar, são destinos promissores para investir, eventualmente através de empresas subsidiárias, delegações ou parcerias empresariais.

E o caso brasileiro?
De facto, não podemos deixar de sublinhar o caso brasileiro, que representa uma oportunidade de negócio privilegiada junto de um conjunto de países que, no seu todo, compõem um mercado de elevado potencial para as empresas lusas: a América Latina. Representando um universo superior a 150 milhões de consumidores, o Brasil possui hoje um melhor nível de vida, um maior poder de compra e uma mais expressiva procura de produtos de alto valor acrescentado.

EMC, MICROSOFT, PORTUGAL TELECOM E UNISYS

As TIC adaptam-se ao modelo de negócio e ao modelo de internacionalização

Fundamentais e aliados. São as duas palavras que resumem a visão sobre o papel das TIC em processos de internacionalização por parte destas referências no mundo dos fornecedores, com experiência nacional e internacional. Já na execução, mais do que a divergência é a diversidade da abordagem, de acordo com o perfil de cada fornecedor. No entanto, sobressai o Cloud Computing como uma das tecnologias-chave

As estratégias de TIC em processos de internacionalização dependem de um sem número de factores e situações que quase conduzem a dizer "cada caso é um caso". Para Vitor Baptista, da EMC, "diferentes mercados, em países distintos, acarretam novas realidades que afetam as TIC. Por exemplo, regras de compliance distintas, que podem influenciar a forma como os dados são armazenados, ou níveis de maturidade associados às tecnologias de comunicação, que podem afetar as soluções de proteção de dados". Este responsável lembra também que "nos últimos anos, a EMC Portugal tem apoiado diversas organizações nacionais durante o seu processo de internacionalização, por exemplo em mercados emergentes como Angola, Polónia ou Brasil". E a experiência mostra essa variedade e diversidade.

MICROSOFT: TUDO PELA CLOUD

A Microsoft foca a sua abordagem e estratégia na Cloud, apontando as suas vantagens. Segundo Mauro Xavier, diretor de PME e Parceiros, "o investimento reduzido que a Cloud implica, a que se juntam ainda o aumento da mobilidade e da produtividade, são fatores altamente motivantes que estamos a ver refletidos nos casos de internacionalização que semanalmente nos chegam ao conhecimento, alguns dos quais usamos na Microsoft como melhores práticas e referências". E acrescenta: "A partir do momento em que uma empresa opta por uma solução Cloud, tem sempre ao seu dispor os recursos aplicacionais de que necessita a cada momento, podendo dimensionar esses recursos com total flexibilidade e de acordo com a evolução das necessidades, sem ter de investir na aquisição da tecnologia. Ou seja, todos os recursos de TI necessários para suportar a sua operação internacional – sejam servidores, capacidade de armazenamento, backups e software – podem ser utilizados como um serviço à medida das necessidades de crescimento do negócio e aprovisionados a partir de qualquer lugar".

PT: A CONVERGÊNCIA

Por seu lado, fonte da PT, considera importante enquadrar a situação: "A ascensão do e-commerce, o shift da realidade analógica para a digital e a convergência entre telecomunicações, informática, televisão e internet num único ambiente multimédia são alguns dos principais fatores que têm contribuído para a definição de uma nova era de globalização de empresas de todos os segmentos e setores, potenciada em grande parte pelas TIC". E acrescenta: "A evolução tecnológica verificada no mercado tem proporcionado vantagens claras para as pequenas e médias empresas (PME). A título de exemplo, a crescente disseminação de tecnologias de e-commerce tem permitido abranger novos mercados sem a necessidade de expansão local.

Para além disso, as plataformas de pagamentos globais assentes em redes fiáveis e em plataformas robustas comprovam que as TIC permitem a realização de transações financeiras entre fronteiras de forma segura, agilizando as diversas componentes do processo de internacionalização das empresas (produção, distribuição, exportação, comercialização, etc.). E a possibilidade de centralizar os sistemas associados a cada geografia permite outra possibilidade, fruto das TIC, otimizando a gestão de informação de vários locais, ao mesmo tempo que otimiza a infraestrutura entre as diversas geografias".

UNISYS: ACOMPANHAR OS CLIENTES

Luís Deveza, presidente do Conselho de Administração da Unisys Portugal, salienta que a estratégia da Unisys passa por "ajudar os nossos clientes portugueses de vários setores a potenciarem o seu papel de empresas exportadoras. Portugal precisa de mais exportação e as TIC ajudarão nesse desígnio. Até o próprio setor público poderá dar uma ajuda, exportando alguns projetos que são considerados boas práticas internacionais", concluiu. O responsável da multinacional em Portugal lembra que "a Unisys exporta ela própria via três abordagens/canais. Todos têm visto crescer a concretização exportadora: venda para mercado externo com gestão direta (caso de Angola) com auxílio de parceiros locais. Venda para mercados externos, através de outras subsidiárias da Unisys na Europa, que nos compram serviços para desenhar, desenvolver e implementar projetos para os seus clientes e em que recursos portugueses são envolvidos pela sua expertise e preço competitivo. E venda de serviços em funções internas quando quadros portugueses as executam pertencendo ao Management da Unisys."

Até que ponto as TIC podem ser importantes para ajudar as empresas em processos de internacionalização? (enquanto exportador, comercial ou IDE) ,

EMC
Vitor Baptista,
EMEA senior development manager,
EMC Data Protection & Availability Division

As TIC são fundamentais para qualquer negócio seja qual for a estratégia. As TIC são a fundação que suporta as operações de qualquer organização e, assim sendo, são também a base para qualquer processo de internacionalização. A internacionalização de um negócio implica mais desafios, maior complexidade, mais concorrência e mais riscos. As TIC devem ser ajustadas de forma a garantir o suporte continuado a este processo de transformação, garantindo que as aplicações e serviços de TIC podem crescer e garantir o apoio aos utilizadores finais, novos parceiros e novos clientes. Sendo a EMC Corporation uma grande multinacional, nós próprios estamos bem conscientes dos desafios relacionados com a internacionalização. Além disso, conhecemos muito bem outros mercados e sabemos quais as TIC que são fundamentais para singrar nesses países. Diferentes mercados, em países distintos, acarretam novas realidades que afectam as TIC.

Microsoft
Mauro Xavier, diretor de Pequenas e Médias Empresas e Parceiros na Microsoft Portugal

As TIC são um aliado de peso em qualquer momento da vida de uma empresa (desde a sua incorporação) e em particular em fases de saltos qualitativos, como é o caso de uma expansão ou internacionalização. O novo modelo de computação assente na Cloud é uma solução não apenas adequada, mas indispensável, mesmo para que esses processos se façam de forma mais expedita, menos onerosa, menos disruptiva e com menor exposição ao risco. Isto porque ao assentarem a sua infraestrutura e os principais processos de gestão de negócio e produtividade na Cloud, as empresas podem deixar a cargo do país sede a gestão das TIC nos novos mercados, podendo assim canalizar os investimentos para os processos de negócio e necessária localização. O investimento reduzido que a Cloud implica, a que se juntam ainda o aumento da mobilidade e da produtividade, são fatores altamente motivantes que estamos a ver refletidos nos casos de internacionalização que semanalmente nos chegam ao conhecimento, alguns dos quais usamos na Microsoft como melhores práticas e referências.

PT Telecom
(Fonte PT)

As TIC têm um papel fundamental no processo de internacionalização das empresas, permitindo diversificar o seu negócio e reforçar a sua solidez financeira. A evolução tecnológica verificada no mercado tem proporcionado vantagens claras para as PME. Estas empresas encaram as TIC como um conjunto de ferramentas indispensáveis no seu processo de internacionalização, oferecendo diversas possibilidades de crescimento ao mesmo tempo que colmatam as suas limitações financeiras.
As TIC também têm um contributo importante no processo de internacionalização das grandes empresas, oferecendo ganhos claros na eficiência e agilizando o investimento necessário na entrada em novos mercados. Atualmente, as TIC são ferramentas absolutamente fundamentais para o crescimento económico das empresas e potenciam, de forma clara, a expansão geográfica das mesmas. Este novo paradigma permite reduzir custos através de ganhos claros em eficiência, ao mesmo tempo que oferece novas possibilidades de crescimento através da abertura a novas geografias.

Unisys
Luís Deveza, presidente do Conselho de Administração – Unisys Portugal

As TIC são fundamentais a dois níveis. Em primeiro lugar, para as empresas exportadoras de outros setores, tornando-as mais ágeis e flexíveis, melhor geridas e mais abertas ao mundo digital global. Em segundo lugar, o próprio setor das TIC é exportador, uma vez que detém capacidade, em quantidade e qualidade, para se dirigir a mercados externos, vendendo os seus produtos e serviços.
Acreditamos que Portugal tem um papel a desempenhar como "nearshore" nos investimentos internacionais de TIC. Temos verificado progressos neste âmbito, mas o governo deveria dar mais atenção a este tema de um modo estratégico, como fazem outros países no mundo. Temos conhecimento técnico, adaptação cultural e preço competitivos para nos posicionarmos bem.

Com as TIC as sedes ficam menos longe... ou mais perto

Há organizações que utilizam as TIC como forma de omnipresença comercial global, especialmente dirigida para os seus mercados estratégicos. Para outras organizações, as TIC são o próprio motor da estratégia do processo de internacionalização. Embora as motivações sejam diversas entre estas organizações, existe um denominador comum: a necessidade de partilha de informação

INTERNACIONALIZAÇÃO

POR JOÃO NÓBREGA

SÃO FREQUENTES os casos em que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) têm suportado e desbloqueado processos de internacionalização, até bem anteriores à atual vaga de internacionalização das empresas portuguesas. Mas com a evolução das tecnologias e redes de comunicação, o processo está facilitado e até permite a internacionalização do negócio sem haver necessidade de uma implantação efetiva das empresas no estrangeiro. São tipicamente situações de exportação de produtos, com maior ou menor valor acrescentado.

E também é o caso das operações "nearshoring" para serviços de outsourcing de processos de negócios baseados em TIC, desenvolvidos por empresas como, por exemplo, a Novabase. Outro caso, a Mainroad, embora mantenha estruturas de negócio fora de Portugal, assenta já parte do seu processo de internacionalização em Espanha a partir de sistemas de cloud computing baseados nos seus datacenter localizados em Portugal, para prestar serviços de gestão de TI.

A própria PT incorpora este modelo de negócios na sua atividade internacional. Mas fora deste setor, os exemplos também abundam e as plataformas tecnológicas com inspiração naquele tipo de computação assumem destaque.

DIFERENTES PAPÉIS PARA AS TIC

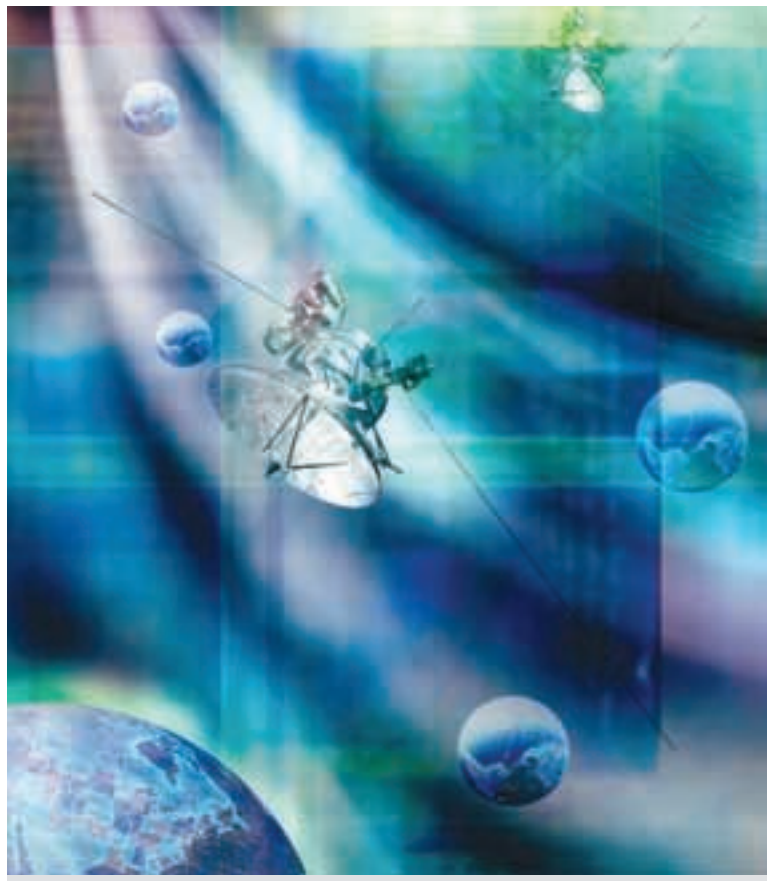
Essas abordagens procuram sobretudo a facilidade de acesso a dados ou a sistemas de informação, com preferência para a possibilidade de partilha de dados e informação em tempo real. As plataformas de suporte a trabalho em modo colaborativo têm especial protagonismo, tanto para a edição de documentos como de projetos mais técnicos. Ou apenas para comunicar em videoconferência.

Na base está a infraestrutura da internet, aquela que suporta também operações de internacionalização por via do e-commerce e e-business. As empresas do setor turismo são exemplos naturais, assim como os retalhistas.

Para os mais ambiciosos ou em que a exigência do mercado estratégico de destino é maior, o processo de internacionalização pode envolver transformações profundas nas TIC, como testemunha o CIO da Farfetch, Nuno Miller (ver caixa). Em muitos casos, o papel ou função das TIC ao processo de internacionalização é mais dirigida às aplicações de negócios, tanto suportando e moldando uma operação em conformidade com a legislações do mercado/país de destino como, depois, apoiando o alinhamento da gestão de recursos e ativos.

O suporte aos clientes nesta componente dos sistemas de informação tem ajudado empresas tecnológicas como a Roff e a Primavera nas suas iniciativas de desenvolver negócio no estrangeiro.

> "Com a evolução das tecnologias e redes de comunicação, o processo está facilitado e até permite a internacionalização do negócio sem haver necessidade de uma implantação efetiva das empresas no estrangeiro



Farfetch: suportar os caprichos da moda

A Farfetch é gestora de uma plataforma online, com o mesmo nome, agregadora de lojas online de vestuário, acessórios e sapatos de estilistas independentes. Por isso diz que coloca produtos de mais de 300 lojas, em mais de 140 países.

Para suportar as operações e serviços mais atrativos nos últimos três anos, a equipa de TI teve de redesenhar totalmente a arquitetura de servidores. O desafio passou por suportar um aumento médio diário de visitas ao portal de 300%, com picos de cerca de 1000% e aumentar a disponibilidade de vários serviços de 99,5% para 99,95%.

Mas além disso, revela o CIO da empresa, Nuno Miller, a equipa de TI geriu ainda o desenvolvimento de software crucial para o negócio: capaz de disponibilizar políticas de preços baseadas na localização, fazer recomendações de produtos no portal e a gestão de produtos duplicados.

O recurso a plataformas de cloud computing é fundamental. A empresa utiliza um centro de dados em Londres para suportar os serviços mais críticos e outro em Portugal. A indisponibilidade da infraestrutura durante minutos implica perdas de dezenas de milhares de euros, diz o CIO da empresa, Nuno Miller.

Salsa: expansão alinhada

A Irmãos Vila Nova começou a sua internacionalização em 2002, mas por volta de 2010 sentiu necessidade de renovar a sua plataforma de aplicações de gestão para suporte das suas operações no estrangeiro, para internacionalização da marca de vestuário Salsa. A empresa implantou soluções para a gestão integrada do seu negócio e incidindo na gestão de capital humano. Adotou soluções setoriais específicas para integração dos sistemas centrais com os armazéns e pontos de venda. Na altura tinha mais de 250 pontos de venda e estava presente em 1500 clientes multimarca, distribuídos por 35 países na Europa, África e Médio Oriente.

O alinhamento com a estratégia de crescimento internacional foi a motivação principal, mas acrescem ainda a obtenção de um maior controlo de gestão, unificação da informação e a integração de novos processos de negócio.

Arqueonautas: embaixadas às profundezas do mar

A Arqueonautas empresa de arqueologia subaquática desenvolve operações à escala mundial e utiliza um serviço integrado de soluções de produtividade, comunicação e colaboração, assente em cloud computing. Resolve dessa forma a necessidade de partilha de informação interna e para exterior, beneficiando de acesso ao sistema de e-mail em geografias com infra-estruturas de comunicações inconsistentes. Além disso, os colaboradores da organização têm acesso a repositórios de contactos, bases de dados e agendas partilhadas, em situação de mobilidade.

Com a plataforma contratada é possível ainda a partilha em tempo real de informação, através de vários tipos de dispositivos de comunicação.

DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE

Carlos Costa

Marketing & Business Development Manager da Quidgest

Genio: agilidade na criação e manutenção de soluções de gestão

Programar sem erros à primeira e depois alterar fácil e rapidamente o que for preciso é o grande sonho de qualquer programador. Se além disso for possível programar em várias linguagens e tecnologias sem grandes conhecimentos de informática e construir complexas soluções, em pouco tempo e com recursos mínimos, melhor ainda.

Foram algumas destas ideias que estiveram e estão na essência do Genio da Quidgest. Uma plataforma multitecnológica de geração automática de software, acessível mesmo a não programadores. Num mundo tão competitivo como o da indústria de software, o Genio apresenta-se como uma solução inovadora e continua a dar à Quidgest e aos seus parceiros em todo o mundo uma grande vantagem diferenciadora.

Com pequenas equipas em lugares tão remotos como Díli, Luanda ou El Salvador, o Genio permite desenvolver e entregar soluções de gestão de grande responsabilidade e complexidade, adaptadas ao negócio do cliente.

A plataforma geradora de código consegue atingir produtividades até 10 vezes superiores à programação manual, mas talvez a maior potencialidade do Genio seja a de permitir uma evolução fácil, ao longo do tempo, das aplicações desenvolvidas. Os negócios evoluem hoje muito rapidamente e nem sempre as aplicações de software conseguem acompanhar essas mudanças a custos competitivos. Muitas vezes os sistemas de informação de gestão ficam obsoletos ou demasiado caros na sua manutenção. Com a plataforma Genio é possível propor novas soluções para substituir velhas aplicações obsoletas ou com custos elevados de manutenção.

Pelo preço da manutenção anual, o cliente obtém uma solução nova, numa nova tecnologia, com redução de custos de manutenção na ordem dos 70% e, melhor que tudo, com uma capacidade evolutiva (rapidez/preço) nunca antes conseguida.

> "Com pequenas equipas em lugares tão remotos como Díli, Luanda ou El Salvador, o Genio permite desenvolver e entregar soluções de gestão de grande responsabilidade e complexidade, adaptadas ao negócio do cliente.

A separação das regras de negócio do código de software é a principal razão da elasticidade da plataforma.

Os parceiros da Quidgest concorrem em vários pontos do mundo com todo o tipo de soluções e, sempre que o fator confiança é conseguido pela apresentação rápida de um protótipo ou prova de conceito, a solução gerada pelo Genio passa a ser considerada para uma 2ª fase.

A sua capacidade multilíngua e multimoeda é também uma grande vantagem nestes processos de internacionalização.

ESTRATÉGIA E GESTÃO

A importância da 3ª Plataforma Tecnológica na internacionalização das empresas portuguesas

As empresas que apostarem na internacionalização – entrada, reforço ou consolidação – têm nas tecnologias da 3ª Plataforma Tecnológica uma ferramenta de suporte à decisão e à operação capaz de reduzir os riscos e trazer benefícios significativos

ANÁLISE

▶ **GABRIEL COIMBRA**
Country Manager, IDC Portugal

ENQUADRAMENTO E CONTEXTO DA ACÇÃO DAS TI

A crise financeira internacional teve um impacto profundo na economia portuguesa, nomeadamente no que diz respeito ao crescimento do défice público e ao aumento das dívidas pública e privada. Estas circunstâncias levaram Portugal a pedir, em junho de 2011, a intervenção externa do Fundo Monetário Internacional, do Banco Central Europeu e da Comissão Europeia, que, em conjunto, procederam ao desenho de um Programa de Assistência Financeira e Económica (PAEF) que impedisse a falência da economia nacional. O conjunto de medidas de austeridade adotado e a adotar precipitou a economia nacional numa espiral recessiva que, em 2012, ultrapassou 3,2 pontos percentuais.

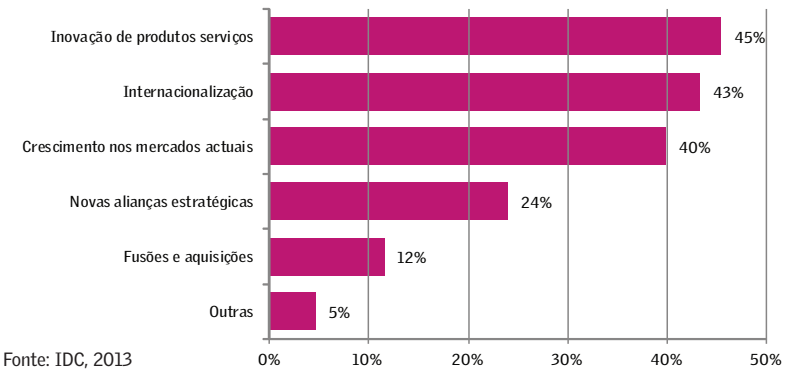
Com o objetivo de ultrapassarem as condições adversas da economia nacional, as empresas nacionais adotaram um conjunto de medidas no sentido de reduzirem os custos e otimizarem os seus processos de negócio.

Neste contexto, e apesar da quebra verificada no investimento em tecnologias de informação em Portugal, nos últimos 5 anos a IDC verificou um conjunto de investimentos por parte das empresas nacionais em projetos de consolidação da infraestrutura de TI, automatização da generalidade dos processos de negócio, de forma a reduzirem custos de funcionamento e otimizarem os seus processos de negócio.

De forma a permanecerem competitivas, verificamos que um conjunto significativo de empresas, que ganha dimensão todos os anos, tem vindo a adotar estratégias que privilegiam o desenvolvimento de novos produtos e serviços, a expansão para novos mercados, assim como o crescimento da quota de mercado nos seus segmentos tradicionais.

No gráfico abaixo, e com base num recente inquérito levado a cabo pela IDC Portugal junto de mais de 200 empresas nacionais, a internacionalização é hoje uma das principais estratégias de crescimento adotadas pelas empresas portuguesas, desde a exportação ocasional, passando pela exportação através de um agente ou filial, até a implantação produtiva que substitui, total ou parcialmente o fluxo de exportação.

ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO ADOTADAS PELAS ORGANIZAÇÕES NACIONAIS



Fonte: IDC, 2013

> A 3ª Plataforma Tecnológica, que permite o desenvolvimento de um novo paradigma de soluções de negócio digitais e inteligentes, é ainda mais crítica no desenvolvimento e operacionalização em processos de internacionalização

A EMERGÊNCIA DE UM NOVO PARADIGMA TECNOLÓGICO

Historicamente, a indústria de TI desenvolveu-se primeiro em redor dos sistemas centralizados, o que a IDC designa pela 1.ª Plataforma Tecnológica, e depois à volta das arquiteturas cliente/servidor, a 2.ª Plataforma. A IDC acredita que estamos hoje a viver na 3.ª Plataforma de inovação e crescimento, desenvolvida em redor da Mobilidade, do Cloud Computing, das tecnologias de Social Business e de Big Data, que permitem o desenvolvimento de um novo paradigma de soluções de negócio digitais e inteligentes.

Isto significa grandes desafios mas também oportunidades para todas as organizações nacionais. Acreditamos que a capacidade para abraçar esta terceira plataforma irá redefinir a liderança no mercado das tecnológicas, mas também em todos os outros sectores económicos, desde o setor financeiro à administração pública.

Na perspectiva da IDC, a importância dos novos pilares tecnológicos, a mobilidade, os serviços Cloud, as tecnologias sociais e de Big Data que permitem o desenvolvimento de um novo paradigma de soluções de negócio digitais e inteligentes, são ainda mais evidentes no desenvolvimento de uma estratégia de internacionalização e para a sua operacionalização. Desde a exportação ocasional, passando pela exportação através de um agente ou filial, até à implantação produtiva que se substitui, total ou parcialmente ao fluxo de exportação.

1. CLOUD COMPUTING

Resumidamente podemos definir Cloud Computing como um modelo de distribuição online de oferta para empresas e consumidores. Este modelo vai para lá da abordagem de disponibilidade de serviços online — combina a utilização eficiente de recursos partilhados, embalagem simplificada, aprovisionamento self-service, escalabilidade elástica e granular, preço flexível e disponibilidade alargada de tecnologias internet normalizadas — para transformar as ofertas fáceis e baratas de utilizar.

De uma forma exemplificativa, mas não exaustiva, na tabela poderá encontrar alguns dos principais benefícios com a utilização dos serviços de Cloud Computing para suportar a internacionalização das empresas portuguesas.

2. MOBILIDADE

Nos últimos anos, o desenvolvimento e massificação dos dispositivos móveis (portáteis, smartphones e tablets), o rápido desenvolvimento das redes móveis de alta velocidade e a explosão de novas aplicações veio revolucionar a forma como podemos desenvolver atividades profissionais fora do nosso local de trabalho e como podemos nos relacionar com clientes. Alguns benefícios com a utilização das tecnologias móveis para suportar a internacionalização das empresas portuguesas podem ser consultadas na tabela deste artigo.

3. BIG DATA

As tecnologias de Big Data & Analitycs (BDA) podem ser definidas como uma mistura de dados, talentos, tecnologia, processos e serviços que possibilitam uma gestão eficaz de largos volumes de dados multiestruturados e/ou de elevada velocidade. Possibilita uma variedade de aplicações analíticas e de business intelligence para suporte dos processos de tomada de decisão tática, operacional e estratégica. Poderá encontrar na tabela alguns benefícios com a utilização das tecnologias de Big Data & Analytics para suportar a internacionalização das empresas portuguesas.

4. SOCIAL BUSINESS

A IDC define Social Business como a aplicação de tecnologias emergentes, como a Web 2.0, acompanhadas de alterações organizacionais, culturais e nos processos, com o objetivo de melhorar o desempenho do negócio num ambiente económico global e crescentemente conectado. Assim, as tecnologias de Social Business não estão limitadas a uma única função como captação de clientes através das redes sociais e podem ter um impacto mais alargado nas organizações e tocar todas as funções corporativas. Na tabela deste artigo poderá conhecer alguns dos benefícios com a utilização das tecnologias de Social Business para suportar a internacionalização das empresas portuguesas.

Benefícios com a utilização da 3.ª Plataforma Tecnológica para suportar a internacionalização das empresas portuguesas

Cloud Computing	Mobilidade	Big Data & Analytics	Social Business
- Redução dos custos com o desenvolvimento de novos centros de dados e novas geografias - Rapidez e agilidade na implementação e expansão dos sistemas de informação para o desenvolvimento de novos mercados - Acesso em qualquer lugar do mundo às aplicações empresariais e documentos corporativos - Colaboração em tempo real através de aplicações de colaboração - Controlo dos custos com os sistemas de informação à medida do crescimento da expansão para novos mercados	- Aumento da produtividade devido ao acesso da informação corporativa (e-mail e aplicações empresariais) fora do escritório e em viagens • Maior colaboração entre equipas em diferentes geografias • Melhor serviço a clientes • Maior rapidez no processo de decisão	- Possibilidade de acesso e análise a um conjunto quase infinito de dados para suportar decisões de investimento em novas geografias - Acesso em tempo útil à informação relevante para a tomada otimizada de decisões - Monitorização em tempo real das atividades em todas as geografias	- Recolher informação sobre o comportamento dos consumidores em novas geografias - Capacidade de comunicar de forma eficiente com potenciais clientes em novos mercados - Maior colaboração entre equipas em diferentes geografias - Recrutar talentos em novas geografias