

# NEGÓCIOS EM REDE

Este suplemento é da responsabilidade do departamento comercial da Cofina Media, é parte integrante do Jornal de Negócios n.º 3295, de 19 de Julho de 2016, e não pode ser vendido separadamente.

TIC – Novas tendências

## Tendências TIC na gestão: o primado da tecnologia

Os antigos modelos empresariais e de gestão dão agora lugar a novos conceitos mais ligados ao digital e às tecnologias de informação e comunicação com o gestor a assumir um papel mais abrangente dentro da empresa. A transformação digital deixou de ser uma estratégia a longo prazo para se tornar um imperativo num curto espaço de tempo, sob pena de as empresas ditas “mais tradicionais” não conseguirem dar respostas cabais à crescente concorrência nascida e criada na era digital.



# TIC – Novas tendências

## Reinventar os modelos de gestão

**Em áreas como a gestão, o tradicional torna-se ultrapassado a um ritmo cada vez mais rápido pelo que urge adoptar modelos capazes de colocar as empresas a par da era digital.**



# N

“No futuro, todas as empresas serão de tecnologia.” A afirmação é de Satya Nadella, presidente executivo da Microsoft, e espelha bem a realidade que enquadra o mercado empresarial dos nossos dias.

Na verdade, não será surpresa para ninguém se afirmarmos que a tecnologia está no centro do mundo e cada vez mais faz parte de tudo aquilo que fazemos. Seja de forma clara e efectiva, seja nos denominados back office, a verdade é que já nada se faz sem ela. E, neste campo, são as empresas tecnológicas que tomam a dianteira.

Em Fevereiro de 2016, entre os cinco primeiros lugares da lista Fortune 500 contavam-se quatro empresas tecnológicas: a Apple, a Alphabet, a Microsoft e o Facebook. Fácil perceber, portanto, que algumas das companhias com

maior capitalização no mundo são “born digital”.

Uma ideia que sustenta a urgência de uma tomada de consciência por parte dos gestores para a necessidade de adoptar processos de transformação digital que passam não só por uma profunda alteração da infra-estrutura em si, mas também, e a par disso, pela modernização dos próprios conceitos de gestão e pela necessária adaptação do negócio às novas exigências do mercado.

### Transformação digital

Esta transformação digital define a evolução das empresas e a sua adopção em termos de tecnologias e ferramentas de trabalho associadas àquilo que a IDC chama a terceira plataforma. Este conceito integra o “cloud computing”, as redes sociais, o “big data” ou a mobilidade. No seu documento “Predictions 2015: Acelerar a Inovação – e Crescimento — na terceira plataforma”, a IDC assinalava já que esta terceira plataforma começava a mudar mais rapidamente para a “Fase de Inovação” com milhões de programadores a

**No final do ano passado, apenas 20% das despesas com TI eram direccionadas para a inovação digital, cabendo os restantes 80% a despesas de manutenção dos sistemas de TI actuais.**

desencadear uma explosão de inovação e de transformação no topo da terceira plataforma de TI.

O que podemos esperar nos próximos tempos? Diz a IDC que em 2016, e nos próximos três a cinco anos, vamos assistir “à próxima fase deste drama, à medida que as organizações ligam o interruptor e se comprometem com a transformação digital e a adopção da terceira plataforma para delimitar a sua liderança na economia digital”.

E esta é uma decisão que não pode mesmo ser adiada. Segundo afirma o Gartner, 25% das empresas que optarem por não transformar os seus negócios em digitais vão acabar por perder competitividade até 2017. Não foi o que fez a Enciclopédia Britânica que, a partir de um negócio de papel puro, soube dar a volta, centrar a sua oferta na web e redireccionar receitas no sentido do futuro.

### Adaptar-se a uma nova realidade

A Enciclopédia Britânica faz parte das denominadas empresas inovadoras que trabalham já para

se adequar à nova realidade e aos novos desafios; que optaram também por introduzir no dia-a-dia dos seus funcionários as adequadas ferramentas de trabalho móvel já utilizadas na esfera pessoal e que agora ganham uma nova dimensão.

Este tipo de organizações é ainda uma pequena parte do número total de empresas existentes em todo o mundo e que está a fazê-lo. Os especialistas são unânimes em considerar que, no geral, a maturidade digital das empresas já existentes fica aquém do que seria esperado e, mais do que isso, do que seria desejável. Diz o Gartner que, no final do ano passado, apenas 20% das despesas com TI eram direccionadas para a inovação digital, cabendo os restantes 80% a despesas de manutenção dos sistemas de TI actuais. Um desequilíbrio que urge mudar. A formação tem aqui um papel fundamental e os novos gestores, saídos das universidades e dos diferentes cursos de formação nesta área devem ser já capazes de saber lidar e, mais do que isso, saber liderar este processo de transformação digital.



# Empresas “born digital”

**Nasceram na era digital e fazem negócio recorrendo quase exclusivamente às novas tecnologias transformando, em muitos casos, sectores demasiado tradicionais.**

Não haverá, certamente, hoje em dia quem não saiba o que é a Uber. Na realidade, trata-se de uma plataforma de tecnologia que liga pessoas que procuram deslocar-se dentro de uma dada cidade a outras disponíveis para a transportar.

E, polémicas à parte, este é um serviço que tem vindo a crescer em número de clientes e a conquistar cada vez mais as novas gerações francamente digitais.

A Uber opera desde Julho de 2014 em Lisboa e desde Dezembro do mesmo ano no Porto e é um dos exemplos extremos da forma como se podem aliar as tecnologias a um serviço que, até há bem pouco tempo, era dos mais tradicionais que havia: o táxi.

Na verdade, a Uber assume-se como bem mais do que um serviço de táxi, apresentando-se como uma “nova alternativa de mobilidade simples, segura e conveniente”.

Para usufruir dos seus serviços, basta descarregar a respectiva aplicação para o smartphone – gratuita para iPhone/iOS, Android e Windows Phone –, criar uma normal conta de utilizador e, a partir de aí começar a utilizar.

Ao abrir a sua aplicação, o utilizador confirma o local para onde quer chamar o veículo, predeterminado com acesso ao GPS do telefone, e pode até calcular o custo da viagem. A aplicação dá-lhe acesso ao nome e à fotografia do motorista, bem como à marca e à matrícula do veículo.

Ao terminar a viagem, basta sair do veículo – o pagamento é automático e electrónico, através do cartão bancário registado na aplicação. A factura electrónica é depois enviada através do email.

A actuar no mesmo mercado, o Cabify nasceu igualmente na era digital e entrou há pouco tempo no mercado português. Na realidade, esta nova concorrente da

Uber não é mais do que um serviço de transporte que actua igualmente através de uma aplicação móvel.

A app disponibilizada pelo Cabify promete ligar clientes e motoristas credenciados e está, para já, disponível em Lisboa e no Funchal marcando a sua diferenciação pelo facto de cobrar as deslocações ao quilómetro.

O Cabify é mais um exemplo de empresas totalmente digitais já que – à semelhança da Uber – o acesso aos seus serviços só é possível depois de o utilizador descarregar a respectiva aplicação para o seu smartphone.

E, uma vez nascida na era digital, nada melhor do que promover os serviços digitais ao máximo pelo que o Cabify conta já com wi-fi gratuito nos veículos em alguns dos países onde actua.

E dos transportes para o arrendamento de apartamentos, sector em que o exemplo recai na Airbnb. Trata-se de uma plataforma que permite aos seus utilizadores arrendar a sua casa ou partes desta a quem procure um local para ficar.

Assumindo-se como uma empresa totalmente digital, criada em 2008, o site da Airbnb fornece uma plataforma de procura e reserva que liga quem disponibiliza acomodação a quem a procura (muitas vezes, turistas).

Actualmente, a plataforma abrange mais de 500 mil anúncios e está disponível para mais de 35 mil cidades e 192 países. Em pouco menos de quatro anos, assegurou mais de 10 milhões de reservas através da sua plataforma.

A utilização dos serviços Airbnb pressupõe o normal registo (que pode até ser feito recorrendo ao do Facebook) e, logo à partida, cada novo cliente ganha um crédito de 25 euros para utilizar nas suas viagens via Airbnb.



**ISEG** LISBON SCHOOL OF ECONOMICS & MANAGEMENT  
UNIVERSIDADE DE LISBOA

Open minds for a changing world.

**OFERTA FORMATIVA**  
ÁREA DE TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO

INSCRIÇÕES ONLINE  
[www.iseg.ulisboa.pt](http://www.iseg.ulisboa.pt)

**MESTRADO:**  
**GESTÃO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO (15ªed.)**  
Horário: Diurno (1ºano) e Pós-Laboral (2ºano) Duração: 24 meses Início: Setembro

**PÓS-GRADUAÇÕES:**  
**INFORMATION SECURITY MANAGEMENT\* (2ªed.)**  
\*Em parceria com Virginia Commonwealth University  
Horário: Pós-Laboral Duração: 200 horas Início: Outubro

**SISTEMAS E TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO PARA AS ORGANIZAÇÕES (27ªed.)**  
Horário: Pós-Laboral Duração: 240 horas Início: Setembro

**GESTÃO DE PROJETOS (19ªed.)**  
Horário: Pós-Laboral Duração: 242 horas Início: Setembro

ACCREDITATION



MEMBER



RANKING



ISEG - LISBON SCHOOL OF ECONOMICS & MANAGEMENT  
RUA DO QUELHAS, 6, 1200-781 LISBOA / PORTUGAL

(+351) 213 925 888

[spg@iseg.ulisboa.pt](mailto:spg@iseg.ulisboa.pt) [f iseg.pt](https://www.facebook.com/iseg.pt) [in iseg](https://www.linkedin.com/company/iseg)

# TIC – Novas tendências

## Tecnologia na base de uma boa administração

**As TIC assumem um papel nuclear na gestão actual, mas importa perceber se Portugal terá já profissionais à altura dos desafios que se colocam.**

Muito se tem falado de tecnologia e da forma como esta modela as estratégias de gestão nas empresas. Vítor Rodrigues, presidente da ANETIE, considera que esta “assume hoje um papel nuclear na gestão, funcionando como suporte e ferramenta essencial”. Na realidade, “longe ficam os tempos em que apenas a gestão técnica assentava na tecnologia”, sendo que “hoje, todas as suas dimensões – da mais estratégica à operacional – passam pelas TIC”, defende Vítor Rodrigues.

Também Maria Helena Monteiro, vogal da direcção da APDSI, considera que “as TIC hoje em dia são, não só fundamentais, como incontornáveis numa gestão que deverá cruzar diferentes canais e organismos numa rede de comunicação que facilita o processo de tomada de decisão que os mercados exigem que seja cada vez mais célere”.

Tendo em conta esta realidade incontornável, João Rafael Koehler, presidente da ANJE – Associação Nacional de Jovens Empresários, lembra que “o principal desafio para as empresas actualmente passa por saber adoptar as tecnologias que melhor se adequem às suas necessidades, objectivos e expectativas”. Neste sentido, as organizações “devem procurar no mercado ou em centros de I&D quem lhes desenvolva soluções tecnológicas inovadoras, customizadas e com preços acessíveis”, diz.

Para tanto, podem estabelecer parcerias com centros de I&D do meio académico ou com start-ups tecnológicas, “de modo a reduzir os custos do investimento em tecnologia e assegurar uma solução que seja, de facto, customizada”, lembra o responsável máximo da ANJE. Por outro lado, as empresas têm de dotar “as suas equipas de técnicos com competências digitais”.



Com base nestas ideias, a própria ANJE terá já proposto ao Governo “a criação de um programa que promovesse a interligação entre start-ups inovadoras e médias/grandes empresas dos sectores tradicionais, de modo que as primeiras possam qualificar tecnologicamente as segundas fornecendo-lhes produtos, serviços e ‘know-how’”.

Mas quer se trate de empresas jovens ou de outras já com vários anos de existência, a pergunta impõe-se: será que Portugal conta com gestores preparados para estes novos desafios mais ligados ao digital?

Sérgio Nunes, professor de Sistemas de Informação do ISEG, defende que “infelizmente ainda existe um desconhecimento da parte de alguns gestores da forma como algumas das actuais tendências podem gerar benefícios para o negócio”. No entanto, o professor acredita que os alunos saídos do ISEG “vão conseguir ultrapassar as dificuldades que essas novas tendências possam trazer e maximizar os

benefícios dos sistemas de informação para o sucesso do negócio”.

Um tudo-nada mais optimista, Vítor Rodrigues defende a existência de gestores preparados em Portugal: “O facto de muito haver ainda por fazer não invalida o reconhecimento dos casos de sucesso de gestão empresarial no segmento tecnológico.” Diz o presidente da ANETIE que “Portugal tem vários exemplos de negócios globalmente bem-sucedidos, que operam nos mais inovadores segmentos”.

Maria Helena Monteiro afina pelo mesmo diapasão ao defender que “em Portugal já temos gestores com este conhecimento e atitude”. Uma realidade notada, “principalmente em indústrias onde a dimensão e a concorrência são elevadas e o ‘benchmarking’ já faz parte do dia-a-dia”. Apesar de tudo, a vogal da direcção da APDSI não deixa de sublinhar que “os gestores com este nível de envolvimento e atitude ainda são muito insuficientes para o crescimento das PME, por exemplo”.

## Formar cada vez melhor

**A formação profissional neste campo é m dos trunfos para responder de forma mais eficaz aos novos desafios do mercado**

Face aos desafios que se colocam aos actuais gestores, Vítor Rodrigues, presidente da ANETIE, considera que o tema do défice de “formação nacional no campo das tecnologias não é novo”, sendo igualmente notório “ao nível da gestão”. Aliás, gestores e empreendedores com formações base especializadas em áreas tecnológicas “são, por regra, forçados a recorrer a formações pós-graduadas em gestão”, recorda o mesmo responsável para quem “neste campo específico das competências de gestão” seria fundamental “enriquecer os planos curriculares dos cursos tecnológicos com competências específicas de empreendedorismo e gestão”.

Do lado da APDSI, Maria Helena Monteiro defende que as empresas modernas “têm preocupações de formação contínua dos seus profissionais colaborando com universidades ou criando academias internas, convidando ou adquirindo para tal recursos formativos altamente especializados”. No fundo, esta formação “destina-se a desenvolver de forma contínua as competências necessárias a cada função” e, neste desenvolvimento “estão as competências de TIC, dos mais diversos meios digitais e o seu alinhamento com as perspectivas presentes e futuras da actividade de negócio da organização”.

Já João Rafael Koehler, presidente da ANJE, fala na necessidade de “adequar a oferta de cursos das universidades e politécnicos às oportunidades profissionais e empresariais na área digital”, o que significa “não só reforçar o ensino da ciência, das tecnologias, da engenharia e da matemática, mas também promover a interdisciplinaridade dos cursos, de modo que os estudantes de todas as áreas do conhecimento tenham uma formação tecnológica de base”.

Este responsável lembra, contudo, que o mercado de trabalho deverá, em breve, “começar a receber os chamados ‘nativos digitais’, o que poderá atenuar o défice de qualificações tecnológicas que hoje se verifica”.



**As TIC são fundamentais e incontornáveis numa gestão que deverá cruzar diferentes canais e organismos numa rede de comunicação que facilita o processo de tomada de decisão que os mercados exigem que seja cada vez mais célere.**



MARIA HELENA MONTEIRO, vogal da direcção da APDSI



**O principal desafio para as empresas actualmente passa por saber adoptar as tecnologias que melhor se adequem às suas necessidades, objectivos e expectativas.**



JOÃO RAFAEL KOEHLER, presidente da ANJE



# Novos modelos de negócio e gestão



**As tecnologias digitais permitem a emergência de novas formas de fazer negócio, alterando o panorama até agora vivido no sector empresarial.**

Empresas como a Uber, a Cabify e outras semelhantes nascem numa nova era digital e começam a impor regras na forma como abordam o negócio e chegam aos seus clientes. Com a emergência das novas tecnologias, tudo muda no sector empresarial.

João Rafael Koehler, presidente da ANJE – Associação Nacional de Jovens Empresários, diz acreditar que “além da emergência de novas oportunidades de negócio a partir das tecnologias digitais, como a Uber, os sectores tradicionais vão ter de evoluir tecnologicamente para serem competitivos no mercado global”. Na realidade, o futuro também passa, “por aquilo que se convencionou designar por Indústria 4.0, ou seja, pela introdução de tecnologias digitais no sector industrial”. Lembra João Rafael Koehler que “a necessidade que os sectores tradicionais têm de se modernizar tecnologicamente é também uma oportunidade de negócio para as start-ups tecnológicas, que lhes podem fornecer produtos e serviços para o efeito”.

Já Sérgio Nunes, professor de Sistemas de Informação do ISEG, defende a existência de “um movimento generalizado de transforma-

ção digital nas empresas” que terá “de ser abraçado pela organização de forma integrada e não apenas proveniente das tecnologias de informação”. Na realidade, importa acima de tudo acautelar “a gestão da mudança e a redefinição de processos mais tradicionais”, diz o professor.

Nesse sentido, João Rafael Koehler acredita que a Uber “é um bom exemplo das transformações que o mercado está a sofrer, em todos os sectores, com a introdução de modelos de negócio disruptivos motivados pelo avanço das TIC”. Na verdade, estes novos modelos de negócio acabam por contribuir para a alteração de “práticas, conceitos e processos de forma a melhor servirem os consumidores, com quem mantém geralmente uma relação directa, sem intermediários”. Tendo em conta tudo isto, “estes novos negócios digitais entram em choque com a regulamentação vigente, com os monopólios, com os interesses instalados, com o ‘status quo’...”, não deixa de sublinhar o presidente da ANJE.

E, assim sendo, “a emergência destas empresas digitais obriga, por um lado, a alterações legais que enquadrem os seus modelos de negó-

cio, e, por outro, ao ajustamento dos sectores tradicionais às novas dinâmicas do mercado”.

## TIC no centro da mudança

Legislação à parte, Maria Helena Monteiro, vogal da direcção da APDSI, sublinha que as TIC “estão preparadas para promover excelência operacional e ganhos de eficácia, qualidade e permitir inovação”. Na realidade, “recorre-se a soluções como serviços partilhados, desmaterialização de documentos e fluxos, criação e uso de registos únicos de entidades, rapidez e controlo de transacções com automatização de regras e fluxos com recurso a cadeias de Supply Change Management, atendimento e tratamento personalizado” utilizando as soluções de Customer Relationship Management. Faz-se também a antecipação de comportamentos “com recurso a soluções de ‘business intelligence’” e aproveita-se “toda a panóplia de inovações derivadas da utilização das redes sociais no contexto do marketing e da entrada de soluções inteligentes no domínio da Internet das Coisas”.

Maria Helena Monteiro refere que, neste momento, Portugal “está

em preparação para receber estes novos modelos estando alguns deles já em uso delimitado” embora acredite que “há um longo caminho a percorrer”.

Também no sector das TIC enquanto tal, “o ritmo de mudança é muito acelerado” recorda Vítor Rodrigues, presidente da ANETIE. Desta forma, as novas tecnologias e os novos modelos de negócio introduzidos “serão sempre responsáveis pela imposição de uma necessidade de actualização e melhoramento das empresas mais antigas”. Contas feitas, a realidade é que “mais cedo ou mais tarde, as empresas já existentes (inclusive, as líderes de mercado) terão de efectuar reestruturações, mudar ou abandonar linhas de produtos, incorporar novas práticas comerciais e, claro está, redesenhar modelos de negócio”, assegura o responsável máximo da ANETIE.

Por outro lado, “as que sabem adaptar-se acabam, muitas vezes, por beneficiar da sua trajectória”, mas outras haverá que “acabam por ser ultrapassadas”. Nesta espécie de “competição”, Vítor Rodrigues opta por destacar “sobretudo que as empresas nascentes que levam a melhor não são, por norma, aquelas que mudam modelos já existentes, mas as que criam modelos complementarmente inovadores, alterando de tal forma o mercado que criam novas necessidades nos consumidores”.

## Call Indústria 4.0 financia modernização

**A Portugal Ventures promove a competitividade da indústria assegurando capital que visa áreas como a digitalização de processos de criação**

Trabalhar no sentido de acelerar a modernização e aumentar o nível de competitividade dentro da indústria nacional são as metas traçadas para a Call Indústria 4.0. Trata-se de um novo instrumento de financiamento lançado pela Portugal Ventures e que procura promover a digitalização dos processos de criação, gestão e produção nas indústrias.

Entre o leque de candidatos elegíveis ao financiamento estão empreendedores e empresas que pretendam desenvolver start-ups ou “spin-offs” no âmbito da Indústria 4.0, tendo por base áreas como os sistemas ciberfísicos, redes de comunicação, virtualização, modelação e simulação, digitalização, tecnologias de suporte, energia, inteligência artificial e “smart & new materials”.

A Call Indústria 4.0 valoriza projectos que resultem em tecnologias ou soluções comercializáveis à escala global e que, ao mesmo tempo, se apresentem dotadas de verdadeiros factores de competitividade internacional. Os projectos seleccionados beneficiam do investimento da Portugal Ventures até ao montante máximo de 500 mil euros por projecto e ronda de investimento.

O capital investido nas empresas é disponibilizado em tranches de acordo com as metas cumpridas pelos projectos. Recorde-se que a Call Indústria 4.0 vem substituir o programa +Inovação +Indústria e o período de candidatura termina no próximo dia 18 de Agosto.

## Os projectos seleccionados beneficiam do investimento da Portugal Ventures (...).

# TIC – Novas tendências

## Fórmula para o sucesso

**Não será fácil descobrir o segredo para bem-fazer negócios, mas há áreas estratégicas que importa ter em conta.**

Qualquer empresário que avance com o seu negócio próprio, ou aceite liderar empresas de maior ou menor escala, procura sempre encontrar o caminho certo para o sucesso neste novo mundo digital. E, se bem sabemos que o segredo não é fácil de desvendar, a verdade é que existem áreas mais estra-

**As organizações que não possuem uma estratégia e infra-estrutura IoT serão como os indivíduos que funcionam sem a maioria dos cinco sentidos.**

tégicas a ter em conta, numa fórmula cujo mais recente ingrediente crítico é a “escala”, segundo garante a IDC Portugal, através do seu “country manager”, Gabriel Coimbra.

Entre as áreas definidas destaque desde logo para a necessidade de se promover uma estratégia de negócio centrada na transformação digital. Diz a IDC Portugal que “nos próximos dois anos, dois terços dos CEO das Global 2000 vão colocar a transformação digital no centro da sua estratégia corporativa” enquanto no decorrer dos próximos três a cinco anos, “a percentagem de organizações com estratégias e implementações de transformação digital vai duplicar”. A IDC acredita que este aumento de escala das estratégias de negócio digital vai acabar por “condicionar a generalidade dos investimentos de TI das organizações”.

Uma segunda área estratégica a ter em conta surge associada à terceira plataforma de TI, uma vez que nos próximos 24 meses, as tecnologias e as soluções neste campo “vão representar mais de metade da despesa com TI, ultrapassando mais de 60% em 2020”.

Outra área igualmente importante é a capacidade de inovação já que, em 2018, as organizações com iniciativas de transformação digital “vão duplicar a dimensão das suas equipas de desenvolvimento de software concentradas

quase exclusivamente em iniciativas de transformação digital”, diz a IDC Portugal.

Por seu lado, em 2018, a IDC prevê que o número de equipamentos associados ao conceito de Internet of Things (IoT) “vai duplicar, provocando o desenvolvimento de mais de 200 mil aplicações e soluções que tiram partido desta nova realidade”. Dois anos depois, as mesmas previsões dão conta de que o número de equipamentos IoT venha a “triplicar e as aplicações vão ultrapassar as 250 mil”. Diz a IDC Portugal que “as organizações que não possuírem uma estratégia e infra-estrutura IoT serão como os indivíduos que funcionam sem a maioria dos cinco sentidos”.

A área associada à informação virá também a sofrer transformações, com os dados a chegarem em tempo real em qualquer lugar. Assim sendo, em 2018, “mais de metade das equipas de desenvolvimento vão embeber serviços cognitivos nas suas aplicações” sendo que, na mesma altura, “o número de plataformas ‘cloud’ sectoriais — os eixos estratégicos para escalar as cadeias de abastecimento e as redes de distribuição digitais — vai crescer cinco vezes”. Assegura a IDC Portugal que “mais de 50% das grandes organizações vão ligar-se e os líderes vão utilizar estas plataformas para dimensionar em 100 a 1.000 vezes as redes de abastecimento e de distribuição”.



**Três eixos fundamentais em números**

**2018...**

... ano em que mais de metade dos investimentos em software e infra-estruturas de TI vai ser baseado em serviços de “cloud computing”, ascendendo a 60-70% em 2020.

**3 a 5...**

... o número de vezes em que, até 2018, as organizações com iniciativas estratégicas de transformação digital vão ampliar os “pipelines” de dados externos que alimentam com inteligência as suas organizações.

**30%...**

... dos fornecedores de TI actuais vão deixar de existir conforme os conhecemos actualmente, até 2020.

E a verdade é que, sem estas comunidades escaláveis de conexões digitais, “as organizações vão ficar isoladas de uma parcela crescente dos seus mercados”.

Uma das áreas mais importantes a ter em conta diz, naturalmente, respeito ao relacionamento com

clientes, sendo que dentro de dois anos “uma maioria considerável das organizações B2B (60%) e B2C (80%) vai rearquitectar os seus sistemas de relacionamento com clientes para suportar 1.000 a 10.000 mais clientes e pontos de contacto com esses clientes”.

# ISEG forma profissionais do futuro

**A tecnologia domina as tendências de gestão entre as empresas em todo o mundo. Para garantir que os gestores estão a par destes novos conceitos, o ISEG tem em todos os seus cursos disciplinas ligadas aos sistemas de informação.**



A forma de gerir as empresas está a mudar com o advento das novas tecnologias e todas as alterações que daí advêm. Aos gestores, actualmente, exige-se que estejam a par dos imperativos trazidos pela transformação digital e que os saibam integrar de forma linear nas suas empresas sob pena de serem absorvidos pela concorrência.

É também isso que se pede a quem acaba uma formação superior nas áreas de gestão: a capacitação para responder a estas exigências e a habilidade de se movimentar livremente num mundo que deixou de ser apenas o dos negócios para trazer consigo muito de tecnologia e novos conceitos relacionados com “social media”, “big data”, “cloud”, entre outros.

Atentos a esta realidade, o ISEG criou uma oferta formativa que dá resposta aos novos desafios da actualidade, contando com três pós-graduações na área. A primeira é a de Sistemas e Tecnologias de Informação para as Organizações, que confere acesso ao mestrado em Sistemas de Informação; uma segunda formação de Gestão de Projectos, que confere acesso ao mestrado em Gestão de Projectos; e uma terceira em Information Security Management, leccionada em parceria com a Virginia Commonwealth University e dedicada à temática da cibersegurança.

O ISEG conta ainda com uma formação para executivos centrada na Governança dos Sistemas de Informação.

Conforme explicou ao Negócios em Rede, Sérgio Nunes, professor de Sistemas de Informação

do ISEG, “a experiência no mercado de trabalho exige conteúdos focados em áreas científicas ou em sectores de actividade, como é o caso das TIC”. A pensar nisso, as pós-graduações e os cursos executivos do ISEG “são apro-

priados para quem quer aprofundar conhecimentos” sendo que, “para garantir que todos os gestores dominam esses novos conceitos”, o ISEG tem “em todos os cursos disciplinas ligadas aos sistemas de informação”. Anualmente, aquela instituição de ensino reúne “cerca de 700 alunos em cursos para executivos”.

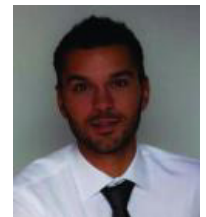
Entre as formações mais populares, estão as de Sistemas e Tecnologias de Informação para as Organizações e de Gestão de Projectos, até porque contam com “um grande histórico em termos de procura por parte dos alunos”. Já a pós-graduação em Information Security Management, “embora mais recente – agora na sua 2.ª edição – é também um tema actual que tem grande procura por parte dos alunos”, diz Sérgio Nunes.

Assegurando que todas as pós-graduações e mestrados do ISEG “têm uma grande aceitação no mercado laboral”, o professor adianta que a formação ali ministrada engloba uma natural componente prática dominada sempre pelo conceito “hands-on” “com as tecnologias mais utilizadas nas organizações”.

O ISEG trabalha ainda no sentido de fomentar “parcerias com os maiores fabricantes para poder ter acesso à tecnologia mais actualizada” e assim garantir a capacidade de formar os seus alunos “com as melhores práticas”.

## Ponto de vista

Trabalho na área de controlo interno e risco operacional e considero que esta pós-graduação foi um excelente investimento para a minha carreira profissional. Inicialmente estava um pouco reticente relativamente ao conteúdo programático e ao facto de poder revelar-se demasiado técnico, contudo isso não se verificou e nunca senti qualquer dificuldade por a minha formação base não ser nas áreas de tecnologias de informação. O programa adapta-se de forma transversal às diversas áreas no âmbito da segurança de informação e é uma mais-valia para qualquer profissional que actue neste campo. De uma forma geral, o curso consegue transmitir o conhecimento pretendido sobre o tema, não só através da vasta experiência do corpo docente, bem como através da interacção com todos os colegas com as mais variadas experiências profissionais. Tendo em conta que esta foi a primeira edição, de certeza que as seguintes serão cada vez melhores.



Pedro Barão, aluno da 1.ª edição da pós-graduação em Information Security Management Controlo e Risco Operacional

### CURSOS DISPONÍVEIS

**O ISEG possui pós-graduações em Sistemas e Tecnologias de Informação para as Organizações, que confere acesso ao mestrado em Sistemas de Informação; uma segunda formação de Gestão de Projectos, que confere acesso ao mestrado em Gestão de Projectos; e uma terceira em Information Security Management, leccionada em parceria com a Virginia Commonwealth University e dedicada à temática da cibersegurança.**

### O GESTOR DO ISEG

**O futuro gestor não deve apenas focar-se nas tecnologias, “mas sim integrar as mesmas com a adaptação dos processos e controlo da gestão de mudança das pessoas de forma a alinhar os sistemas de informação com os objectivos de negócio”, refere Sérgio Nunes. O professor de Sistemas de Informação do ISEG acredita que “só com este movimento integrado de transformação digital é possível a criação de valor”.**

### FORMAÇÃO NO ISEG

**Pós-graduação em Information Security Management**

**2ª edição: Outubro de 2016**

**Total de horas: 200**

**Pós-graduação em Sistemas e Tecnologias de Informação para as Organizações**

**27ª Edição: Setembro de 2016**

**Total de horas: 240**

**Formação para executivos – Governança dos Sistemas de Informação**

**Data do curso: 14 de Setembro**  
**Duração: 90 horas (13 semanas)**

Candidaturas a decorrer para as três.



# TIC – Novas tendências



## Empresas portuguesas rumo à terceira plataforma

**Também em Portugal a tecnologia dita as regras e as empresas começam a abraçar várias iniciativas de transformação digital.**

Um pouco por todo o mundo, o sector empresarial tem vindo a adaptar-se às novas tendências e conceitos tecnológicos e, neste campo, Portugal não é (nem poderia ser) uma excepção.

Segundo dados da IDC Portugal, avançados ao Negócios em Rede por Gabriel Coimbra, “country manager” daquela empresa, “ultrapassado o período recessivo que afectou a economia nacional, as organizações nacionais privilegiam, para lá da manutenção dos processos de consolidação e optimização da infra-estrutura tecnológica, iniciativas de actualização e de renovação” desta mesma infra-estrutura.

Diz a IDC Portugal que, no âmbito deste processo e em termos futuros, as organizações nacionais vão contemplar a actualização das suas soluções de ERP, assim como “proceder à implementação, actualização ou renovação das suas aplicações de relacionamento com clientes”, vulgarmente designadas CRM.

Os dados disponibilizados pela

IDC dão conta de que as empresas portuguesas estão a começar a adoptar iniciativas de transformação digital pelo que “não será de estranhar” que a maioria “tenha planos para implementar serviços de ‘cloud computing’ nos próximos 12 meses”. No mesmo sentido, estas organizações vão manter “os esforços de mobilização dos processos de negócio no decorrer dos próximos 12 meses” e ainda “reforçar os seus investimentos em soluções de ‘big data’ e analítica de negócio” durante o mesmo período.

Por outro lado, e tendo até em conta a crescente complexidade da sua infra-estrutura tecnológica, fruto em parte da proliferação de equipamentos móveis e da adopção de serviços de “cloud computing”, “associada ao crescimento do risco da segurança de informação, as organizações nacionais vão proceder ao reforço da despesa com segurança no decorrer dos próximos 12 meses”, diz ainda a IDC Portugal.

Mas outra deverá ser também

a preocupação dos gestores nacionais focados na tecnologia, já que a IDC prevê a necessidade de estes virem a assegurar a continuidade do negócio, procedendo “à implementação de tecnologias de ‘disaster recovery’”.

Dados curiosos dizem respeito à consciência que as empresas têm das suas capacidades e “know-how”. Assim sendo, no âmbito dos desafios colocados pela nova plataforma de TI e pela transformação digital, “as organizações nacionais acreditam que possuem as competências digitais necessárias – compreensão do valor da tecnologia e da sua incorporação na estratégia, estrutura e actividades da organização – para fazer face aos desafios da transformação digital”.

Os dados recolhidos pela IDC permitem perceber que “cerca de um terço das organizações considera que possui muita competência nestas áreas, enquanto cerca de 55% acredita que possui alguma competência.

Neste contexto, a maioria das

empresas aponta a importância das tecnologias de mobilidade e de big data e analítica de negócio “na alteração significativa ou na transformação do negócio das suas organizações”.

Dados da IDC Portugal permitem ainda perceber qual a importância dos serviços de “cloud computing” e das ferramentas de “social business” neste processo. Na realidade, à excepção das soluções relacionadas com a Internet of Things (IoT), “a generalidade das organizações ainda não reconhece a importância dos aceleradores de inovação – robótica, impressão 3D, sistemas cognitivos e realidade aumentada – para a transformação do negócio”, refere Gabriel Coimbra com base em dados da IDC Portugal.

Entre as áreas da organização em que as tecnologias da terceira plataforma de TI poderão vir a ter mais impacto, os responsáveis das organizações nacionais falam “nas operações internas da organização – melhoria da eficiência da organização e melhoria do controlo, supervisão e governação” e também nas operações externas, ou seja, “melhoria da experiência dos clientes e no desenvolvimento de novos produtos/serviços”.

## Os exemplos nacionais da era digital

**Em Portugal também há bons exemplos das denominadas empresas “born digital” como é o caso da Farfetch ou da Uniplaces.**

A Farfetch e a Uniplaces são duas empresas portuguesas criadas já neste século e que tiram partido do que de melhor as tecnologias têm para oferecer, com o intuito de se afirmarem num mercado que contava (e ainda conta) com uma grande fatia das denominadas empresas “mais tradicionais”.

No caso da Farfetch, a companhia assume ter um coração português, mas um ADN claramente global, movimentando-se no mundo da moda de luxo. A empresa, criada por José Neves, conta actualmente com mais de 500 colaboradores e escritórios em países como Portugal, Reino Unido, Estados Unidos, Brasil ou Japão.

A empresa não pretende ser apenas um site de comércio electrónico, mas antes uma “forma revolucionária” de os seus utilizadores comprarem moda.

O conceito parece simples: agregar num único portal mais de 100 mil artigos de luxo provenientes de cerca de 300 boutiques localizadas em 30 países. A ligação entre todos é feita apenas através da plataforma online, sendo que posteriormente os produtos são enviados pelo correio tradicional.

Integrada no mercado do arrendamento, surge a portuguesa Uniplaces, pensada para estudantes universitários e que se assume também como uma marca global “nascida e criada” na internet e de acordo com as novas “regras” da era digital.

Presente em dez cidades – entre as quais Lisboa e Porto –, a plataforma online facilita o processo de alojamento para estudantes e a comunicação destes com os proprietários, assumindo claramente a sua vontade de “renovar um mercado antiquado”, tirando partido das novas tecnologias.