



www.briefing.pt

**B**  
 OPINIÃO

# O IMPERATIVO DIGITAL: PERIGO OU OPORTUNIDADE?



## ROGÉRIO CANHOTO

Diretor da Pós-graduação em  
Marketing Digital do ISCTE  
Chief Business Officer da PHC  
Software

O autor debruça-se sobre a estratégia de digitalização das empresas, sustentando que é fundamental para sobreviverem, mas advertindo que é muito mais do que ter presença online.

Se 2020 provou alguma coisa foi que a digitalização das empresas é fundamental para a sua sobrevivência e competitividade. E, com isto, quero deixar claro que não é uma questão de opção, muito menos de tendência moderna. Provou que é uma, se não "a", vantagem competitiva. E que quem não se prepare para ela, estará sempre um passo atrás de todos os outros.

A pandemia provou claramente que as empresas que estavam dotadas de sistemas de informação, ferramentas de trabalho à distância, e profissionais capacitados digitalmente conseguiram adaptar-se melhor e mais rápido. Também as empresas que se apressaram a aproveitar novas formas de criar valor para os seus clientes conseguiram manter a sua atividade em funcionamento.

Isto é válido de forma quase transversal a todos, desde os profissionais de uma empresa de serviços que se adaptou ao teletrabalho com alguma facilidade, até ao dono de uma mercearia que rapidamente criou a sua loja para venda online e entrega ao domicílio. Os casos de adaptação ao digital provaram que para migrar neste mundo da nova economia é preciso um conjunto de competências novas e em constante evolução.

De estranhar será que cerca de 24% das empresas portuguesas considere que a sua transformação digital está completa. Mais ainda se estranha que 80% das empresas portuguesas não aproveite o e-commerce. É óbvio que estes desenhos com a realidade representam uma necessidade de olharmos para toda a transformação que está a acontecer, e que será cada vez maior. Se não o fizermos, corremos o risco de perder excelentes oportunidades de negócio.

Surge, então, a questão primordial: o que poderemos fazer para nos prepararmos convenientemente? Considero que existem cinco pontos que todos os gestores devem ter em conta:

Primeiro, aceitarmos que a transformação digital necessita de uma mentalidade própria. Pensar o mercado na era digital não é fazer o que sempre foi feito, ago-

ra com novos instrumentos, ou na Internet. Existe uma transformação profunda, que nos obriga a repensar muito do que aprendemos, e a questionar muitas das nossas crenças.

Também, teremos de compreender toda a nova dinâmica dos modelos de negócio emergentes: a crowd economy, a sharing economy, ou a subscription economy. São formas de criação de valor numa sociedade digital em que o consumidor está mais informado, é mais exigente, e procura novas formas de criação de valor.

Depois, há que conhecer outras ferramentas para além do zoom ou do teams, na medida em que a transformação digital é todo um mundo suportado em software e em automatização de processos, melhorando toda a empresa, desde o ponto de venda, à tesouraria, aos recursos humanos ou à gestão logística.

E novas possibilidades trazem novas dinâmicas. Neste mundo digitalizado, os modelos de trabalho alteraram-se, deixaram de seguir a lógica sequencial da qual Ford e Taylor fizeram escola. Emergem novas formas de trabalho mais eficazes na resposta à dinâmica atual de criação de valor e de captação de talento, muito baseadas numa agile organization e na gestão de equipas remotas.

E, por fim, a realidade mais evidente. Este mundo requer uma constante formação, atualização e renovação de conhecimentos. É por isso que temos de apostar na formação em competências digitais, na medida em que são fundamentais para o nosso sucesso e o das nossas equipas.

Estes cinco pontos vão definir o sucesso das empresas neste mundo digital. Vamos adaptar-nos rapidamente para aproveitar as oportunidades? Ou deixaremos que a inércia nos coloque em perigo? O digital é imperativo. Mas o que faremos dele será sempre uma escolha nossa.

**De estranhar será que cerca de 24% das empresas portuguesas considere que a sua transformação digital está completa. Mais ainda se estranha que 80% das empresas portuguesas não aproveite o e-commerce**