

High performance. Delivered.

CEO Briefing Portugal 2015 | The Economist

A Internet das Coisas como impulsionador da estratégia das empresas portuguesas



92%

dos executivos portugueses acreditam que as suas empresas dispõem de capacidades para criar novas fontes de receitas através da IdC

Índice

- 4 Apresentação
- 5 Principais conclusões
- 8 A Internet das Coisas como impulsionador da estratégia futura das empresas portuguesas
- 10 Uma oportunidade de melhoria significativa que poucas empresas portuguesas estão a capitalizar
- 11 A agenda a curto prazo

Apresentação

No presente relatório, realizado em parceria com o The Economist Intelligence Unit, apresentamos a visão dos executivos de topo de empresas portuguesas sobre a sua estratégia digital e as suas perspetivas sobre a Internet das Coisas (IdC).

A maioria dos inquiridos portugueses reconhece o impacto positivo que a IdC pode trazer, tanto à economia como às suas empresas. Mais de metade (54%) acredita que o principal impacto prende-se com o aumento da eficiência operacional, por oposição ao aumento direto de receitas mencionado por 63% dos homólogos da Europa Ocidental. Para além do impacto nas empresas, os executivos portugueses acreditam que a IdC melhorará as condições do mercado de trabalho, nomeadamente através do aumento dos postos de trabalho (96%) e dos salários dos colaboradores (86%).

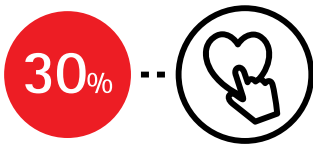
Este estudo mostra que 66% dos inquiridos afirmam que os conceitos da IdC são compreendidos nas suas empresas e 92% acreditam que as suas empresas dispõem de capacidades para criar novas fontes de receitas através desta tecnologia. No entanto, apenas 14% afirmam ter uma estratégia definida para a IdC.

Os executivos portugueses apontam um conjunto de razões que podem estar a atrasar a expansão da IdC, entre outros a falta de acesso ao capital (50%) e à tecnologia (40%). Para os homólogos da Europa Ocidental, um dos principais entraves ao desenvolvimento da IdC também é a fraca infraestrutura de suporte (45%), nomeadamente de tecnologias de informação e de telecomunicações.

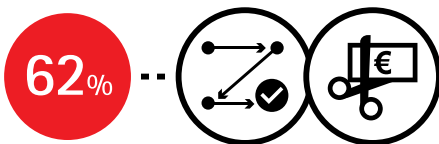
Este relatório revela que os líderes das empresas portuguesas se mostram cautelosos relativamente à IdC, ainda que reconheçam claramente o impacto positivo que a mesma pode gerar. Como tal, a maioria ainda está a começar a dar os primeiros passos para a sua adoção, como podemos ver por 84% das empresas que estão no processo de definição de uma estratégia para a Internet das Coisas.



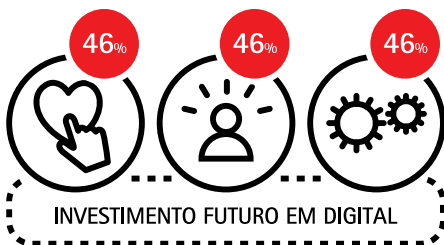
Principais conclusões



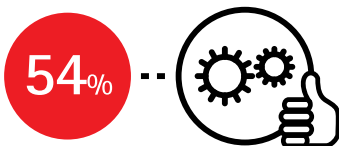
Os principais desafios que os executivos portugueses enfrentam nesta era digital passam por endereçar as novas expectativas dos clientes (30%), competir com novos players (20%) e melhorar a agilidade operacional (18%).



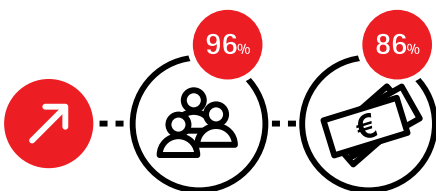
No entanto, a atual estratégia de investimento em digital de mais de metade das empresas portuguesas centra-se no aumento da eficiência dos processos e na redução dos custos (62%).



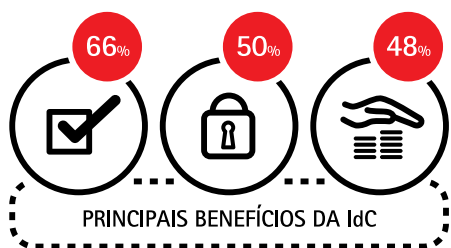
Como tal, os executivos portugueses admitem que a sua estratégia futura de investimento em digital irá focar-se nos principais desafios identificados – endereçar as novas expectativas dos clientes (46%), competir com novos players (46%) e melhorar a agilidade operacional (46%).



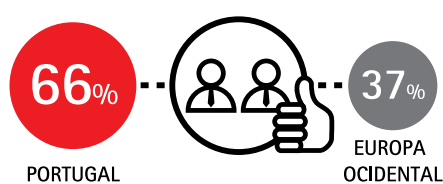
Mais de metade dos inquiridos em Portugal (54%) afirma que a Internet das Coisas (IdC) irá impactar as suas empresas através do aumento da eficiência operacional, por oposição aos seus pares da Europa Ocidental, que acreditam que o principal impacto será o aumento das receitas (63%).



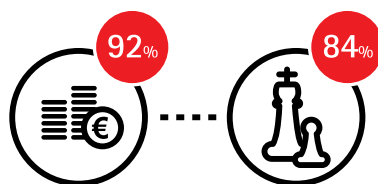
No mercado de trabalho, os executivos acreditam que a IdC trará melhorias das condições, nomeadamente no aumento dos postos de trabalho (96%) e dos salários dos colaboradores (86%).



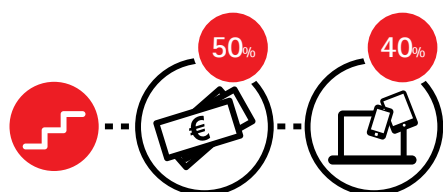
Os principais benefícios da IdC identificados pelos executivos portugueses são a melhoria dos níveis de controlo (66%) e da segurança operacional (50%), bem como a otimização da utilização dos ativos (48%). Os restantes executivos da Europa Ocidental também apontam o aumento da produtividade dos colaboradores como sendo um dos principais benefícios da IdC (45%).



Grande parte afirma que os executivos das suas organizações compreendem totalmente os conceitos da IdC (66%), valor superior à média verificada no resto da Europa Ocidental (37%).



Apesar de os executivos portugueses acreditarem que as suas empresas têm capacidade para gerar novas fontes de receita através da IdC (92%), a maioria ainda está a definir uma estratégia para a IdC (84%), o que se verifica em linha com os restantes homólogos da Europa Ocidental.



Os principais entraves apontados para o desenvolvimento da IdC nas organizações são a dificuldade de acesso a financiamento (50%) e a tecnologia (40%). Para os restantes homólogos da Europa Ocidental, além da dificuldade de acesso a financiamento (48%), as fracas infraestruturas de suporte também representam um desafio considerável (45%).

Fonte: CEO Briefing 2015 - From productivity to outcomes, Accenture e The Economist Intelligence Unit

Muitos dos recentes avanços tecnológicos já fazem parte da nossa realidade atual. Como tal, vivemos num mundo onde todos os objetos – quer se trate de maquinaria industrial, automóveis ou eletrodomésticos, entre outros – se podem ligar à internet para recolher, enviar ou receber dados. Esta nova fronteira, conhecida como a Internet das Coisas (IdC), está a criar um vasto conjunto de novas oportunidades para as organizações.

Com a IdC os consumidores poderão ajustar a temperatura das suas casas de forma remota ou monitorizar o seu estado de saúde em tempo real. As cidades, por sua vez, poderão utilizar infraestruturas e dispositivos como semáforos inteligentes para monitorizar o trânsito e os níveis de poluição. Nos armazéns, as estantes com capacidade para recolher e transmitir dados em tempo real contribuirão para a redução das contagens e perdas de inventário. Nos terrenos agrícolas, os sensores com capacidade para detetar a humidade e a temperatura ajudarão a indústria agroalimentar a regar de forma mais eficiente, trazendo benefícios para as colheitas e redução do consumo de água. De uma forma mais lata, qualquer

infraestrutura que use sensores irá gerar informação de melhoria a eficiência operacional e a manutenção preventiva.

Para as organizações, a IdC pressupõe uma transformação que irá gerar novas oportunidades de receitas e, como revela o estudo da Accenture, as organizações a operar em Portugal já estão sensibilizados para este tema. A principal questão prende-se com quais as empresas que irão capitalizar esta oportunidade e quais sairão vencedoras.

A Internet das Coisas como impulsor da estratégia futura das empresas portuguesas

As principais alavancas reconhecidas pelos executivos portugueses para melhorar a posição competitiva das suas empresas são o aumento da eficiência (54%), a diversificação (46%) e a melhoria do serviço ao cliente (42%). Atualmente, o investimento em tecnologias digitais em Portugal tem tido como objetivo melhorar a eficiência operacional. No entanto, e reconhecendo a importância da experiência de cliente, os executivos admitem alterar o foco deste investimento.

As tecnologias digitais continuam a representar uma prioridade estratégica para as empresas portuguesas. A maioria dos inquiridos admite investir atualmente em digital com o objetivo de melhorar a eficiência dos seus processos e reduzir custos (62%). No entanto, reconhecem que os principais desafios que o digital traz para as suas empresas são a satisfação das novas necessidades do cliente, a concorrência de novos players e a melhoria da agilidade operacional. Como tal, os executivos portugueses admitem seguir futuramente uma estratégia de investimento com foco na satisfação das novas necessidades dos clientes (46%), na melhoria da sua posição competitiva face a novos players (46%) e na melhoria das suas operações (46%). Da mesma forma, os homólogos da Europa Ocidental também irão direcionar esforços com vista à satisfação dos seus clientes (50%) e à melhoria da agilidade operacional (48%), mas priorizarão a melhoria da eficiência dos seus custos (53%).

Os executivos portugueses acreditam que a IdC tornará as suas empresas mais eficientes e que contribuirá para a melhoria das condições do mercado de trabalho. Mais de metade acredita que o principal impacto da IdC é o aumento da eficiência operacional (54%), por oposição aos restantes executivos da Europa Ocidental que indicam o aumento das receitas como sendo o seu principal impacto (63%).

No mercado de trabalho, 96% dos executivos portugueses acreditam que a IdC trará um aumento dos postos de trabalho e 86% pensam que haverá

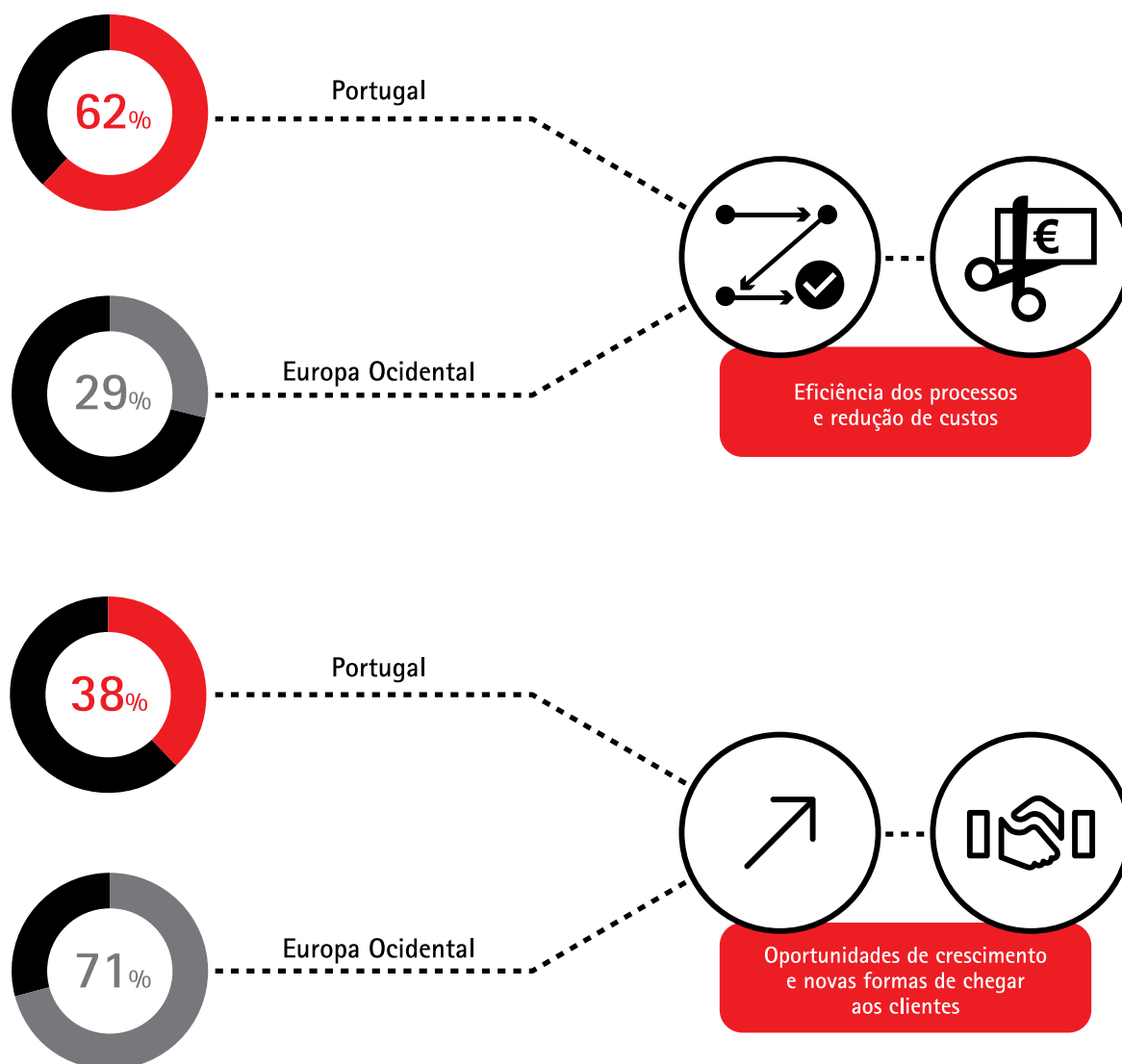
um aumento no salário médio dos colaboradores. Embora a restante Europa Ocidental concorde com o aumento dos postos de trabalho (89%), mais de metade acredita que os salários dos colaboradores irão diminuir (59%).

Em termos operacionais, os executivos portugueses apontam como principais benefícios da IdC para as suas empresas a melhoria dos níveis de supervisão e controlo interno (66%), o aumento da segurança dos colaboradores (50%) e a otimização da utilização dos ativos (48%). Comparando com os seus pares na Europa Ocidental, para além da otimização dos ativos (47%) e do aumento da segurança dos colaboradores (44%), também a melhoria da produtividade (45%) constitui um dos principais benefícios da IdC. Ainda assim, é importante destacar que 100% dos executivos em Portugal e no resto da Europa Ocidental acreditam que a IdC trará benefícios para as suas empresas.

O nível de conhecimento dos executivos das empresas portuguesas é elevado e superior à média da Europa Ocidental. Concretamente, 66% dos executivos portugueses entrevistados admitem que as suas organizações compreendem na totalidade os conceitos relacionados com a IdC, por oposição a 37% dos homólogos da Europa Ocidental.

Quanto à capacidade das empresas para capitalizar a IdC, 92% afirma que as suas empresas têm capacidade para gerar novas fontes de receita através da IdC, o que está em linha com os restantes executivos da Europa Ocidental.

Foco do investimento atual em digital



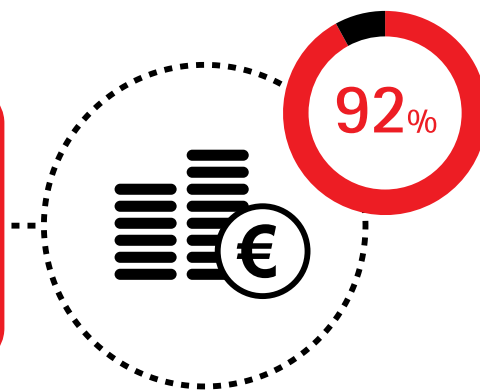
Fonte: CEO Briefing 2015 - From productivity to outcomes, Accenture e The Economist Intelligence Unit

Uma oportunidade de melhoria significativa que poucas empresas portuguesas estão a capitalizar

Ainda que a maioria dos executivos portugueses entrevistados reconheça os benefícios da IdC e que 92% afirmem ter as capacidades necessárias à sua capitalização, apenas 14% das organizações a operar no país tem uma estratégia definida para a IdC. A maioria das empresas ainda está numa fase inicial de definição da estratégia para a IdC (84%), sendo que apenas 2% afirma ainda não estar nesta fase.

Os principais entraves identificados pelos executivos ao desenvolvimento da IdC nas suas organizações são a falta de acesso ao capital (50%) e à tecnologia (40%). Para os restantes executivos da Europa Ocidental, para além da dificuldade de acesso ao capital (48%), a fraca infraestrutura de suporte à IdC (45%), nomeadamente tecnologias de informação e telecomunicações, e a falta de procura por parte dos consumidores (45%) constituem outros dos principais desafios.

Capacidades necessárias à geração de novas fontes de receitas com serviços baseados na IdC



Fonte: CEO Briefing 2015 - From productivity to outcomes, Accenture e The Economist Intelligence Unit

14%

das empresas portuguesas tem uma estratégia definida para a IdC

84%

das empresas portuguesas está na fase inicial de definição da estratégia para a IdC

2%

das empresas portuguesas afirma ainda não estar nesta fase

A agenda a curto prazo

A eficiência operacional é o tema central na agenda dos executivos portugueses relativamente à IdC, uma vez que apenas 16% refere a oportunidade de gerar novas fontes de receita através de novos produtos e serviços. No entanto, em algumas indústrias já se está a explorar, não só como a IdC pode vir a aumentar a eficiência operacional, mas também como pode vir a gerar novos fluxos de receita.

Na indústria automóvel, por exemplo, os sistemas de diagnóstico dos veículos que monitorizam o padrão de condução estão a preparar o caminho para que as seguradoras possam oferecer produtos pagos consoante o tipo de condução. Também na saúde, a monitorização remota permite aos prestadores de serviços oferecer um maior portfólio de serviços ao domicílio. Outro exemplo concreto é o do fabricante alemão Bosch Group, que criou o Internet of Things Lab em parceria com a Universidade Suíça de St. Gallen para explorar o potencial da IdC para alterar modelos de negócio.

Ainda assim, os resultados deste estudo indicam que, embora os executivos portugueses compreendam os benefícios da IdC, a maioria das empresas ainda não tem definida uma estratégia para sua implementação. Quando se trata da Internet das Coisas, a maioria dos inquiridos prefere seguir a tendência do que marcar a diferença.

Em alguns setores este pode ser um foco sensato. No entanto, existe um conjunto de tendências que apontam para um futuro em que a IdC será uma força cada vez mais influente, nomeadamente a queda do preço de tecnologias como os sensores, o aumento da capacidade de processamento e de armazenamento de dados, bem como a proliferação das ligações sem fios.



16%

dos entrevistados reconhecem que a IdC cria

oportunidades de gerar novas fontes de receita através de novos produtos e serviços

Sobre a Accenture Strategy

A Accenture Strategy encontra-se na interseção entre o negócio e a tecnologia. Combina o conhecimento profundo do negócio e da tecnologia para acompanhar o cliente na dimensão mais estratégica da sua atividade, procurando melhorar a agilidade e entregar resultados tangíveis. A Accenture Strategy apoia as organizações líderes na definição e execução dos seus planos de crescimento, eficiência e inovação, transformação digital, competitividade, novos modelos operacionais, talento e liderança, transformando desafios em oportunidades. Para mais informação, visite www.accenture.com/strategy.

Sobre a Accenture

A Accenture é uma organização global de serviços de consultoria de gestão, tecnologias de informação e outsourcing, com mais de 336 mil profissionais a servir clientes em mais de 120 países. Através da combinação de uma experiência ímpar, um conhecimento profundo dos vários setores de atividade e funções de negócio, e uma extensa pesquisa sobre as empresas mais bem sucedidas do mundo, a Accenture colabora com os clientes ajudando-os a tornarem-se organizações de alto desempenho. A empresa gerou receitas no valor de 30 mil milhões de dólares, no exercício terminado em 31 de agosto de 2014.

Sobre o estudo

O estudo CEO Briefing da Accenture foi realizado em parceria com o The Economist Intelligence Unit. Este relatório analisa a opinião de 1.400 executivos a nível mundial, em 32 países e de 25 indústrias, sobre as suas previsões para a economia global, bem como a estratégia das suas organizações e o impacto do digital nos seus negócios. Em complemento aos resultados do inquérito, o EIU realizou entrevistas individuais com diversos líderes empresariais. A Accenture agradece a todos os executivos que participaram neste estudo.

Contactos

Luís Pedro Duarte
Accenture Strategy Portugal Lead
luis.pedro.duarte@accenture.com
(+351) 213 803 500

Siga-nos:



[Facebook.com/AccenturePortugal](https://www.facebook.com/AccenturePortugal)



[Linkedin.com/company/accenture-portugal](https://www.linkedin.com/company/accenture-portugal)



[Youtube.com/AccenturePortugal](https://www.youtube.com/AccenturePortugal)



[Google Plus](https://plus.google.com/AccenturePortugal)

Copyright © 2015 Accenture
All rights reserved.

Accenture, its logo, and
High Performance Delivered
are trademarks of Accenture.