



Próximas etapas na transformação digital

Como as pequenas e médias empresas aplicam tecnologia para atingir as principais metas empresariais

Com insights da América Latina

InfoBrief da IDC, patrocinado pela SAP | Janeiro de 2017



Resumo

- » Introdução, *página 3*
- » Principais descobertas, *página 4*
- » Conclusões, *página 16*
- » Apêndice 1, Detalhes regionais da América Latina, *página 19*
- » Apêndice 2, Detalhes por país, *página 22*

O que vem a ser transformação digital?

A transformação digital está diretamente relacionada à mudança em curso da economia digital, que se traduz na interconexão em tempo real de indivíduos, empresas e sociedade, com respaldo da tecnologia. Pense nos recursos avançados que estão modificando a natureza dos negócios:

- » Hiperconectividade – decorrente das comunicações a qualquer hora e lugar.
- » Poder computacional ilimitado, disponibilizado pelas diversas plataformas.
- » Computação em nuvem, com acesso facilitado a softwares e serviços hospedados.
- » Proliferação de sensores e dispositivos móveis, que oferecem novas e contínuas fontes de informação, bem como meios de acessá-las.
- » Avanços na segurança cibernética, que garantem acesso confiável e uso de informações essenciais, minimizando vulnerabilidades internas e externas.

Quase todas as pequenas (com 10-99 colaboradores) e médias (com 100-999 colaboradores) empresas já implantaram alguns desses recursos de transformação digital: software de colaboração, recursos poderosos de computação e comunicações, computação em nuvem. Mas ainda é necessário haver implantação e integração efetivas para que o desempenho empresarial alcance outro patamar.



Captação de clientes, crescimento da receita e eficiência são as principais prioridades das pequenas e médias empresas do mundo todo

Em todo o mundo, pequenas e médias empresas de diferentes portes e de vários setores identificam prioridades de negócio semelhantes como as mais importantes. Uma análise mais detalhada das empresas em rápido crescimento (com mais de 10% de crescimento anual de receita) mostra que a principal ambição delas é identificar várias prioridades, como impulsionar o crescimento da receita, melhorar a produtividade e, acima de tudo, conseguir novos clientes. Muitas dessas metas estão inter-relacionadas e muitas têm o respaldo de tecnologias avançadas. A pergunta inerente é: que abordagem de aquisição e uso de tecnologia darão melhor suporte aos objetivos empresariais?

Principais prioridades de negócio nos próximos 12 meses



das pequenas e médias empresas da Alemanha e do Brasil consideram a captação de clientes a principal prioridade. Veja no Apêndice 2, Tabela 1, os detalhes dos países.

Uso crescente de recursos de software – 2016 versus 2017

Os investimentos feitos por pequenas e médias empresas em recursos avançados de software foram consideráveis e continuam crescendo. Em apenas um ano, a empresa média pesquisada adicionou um novo aplicativo, com comércio eletrônico e gestão de RH/Talentos, mostrando o maior aumento de penetração. As empresas maiores e as de rápido crescimento tendem a usar mais aplicativos, mas até as pequenas empresas estão somando recursos. A colaboração, o CRM e o comércio eletrônico ajudam na produtividade e eficiência internas. E, quando as informações de um aplicativo são compartilhadas e atualizadas em toda a organização, é possível ter ganhos significativos de desempenho – a meta da transformação digital.

Em 2016, os entrevistados indicaram que estavam usando uma média de 3,8 soluções; em 2017, o número foi de 4,8.

Veja no Apêndice 2, Tabela 3, os detalhes dos países.

Principais recursos utilizados

■ Jan. 2016 ■ Jan. 2017



A praticidade impulsiona a escolha de recursos das pequenas e médias empresas

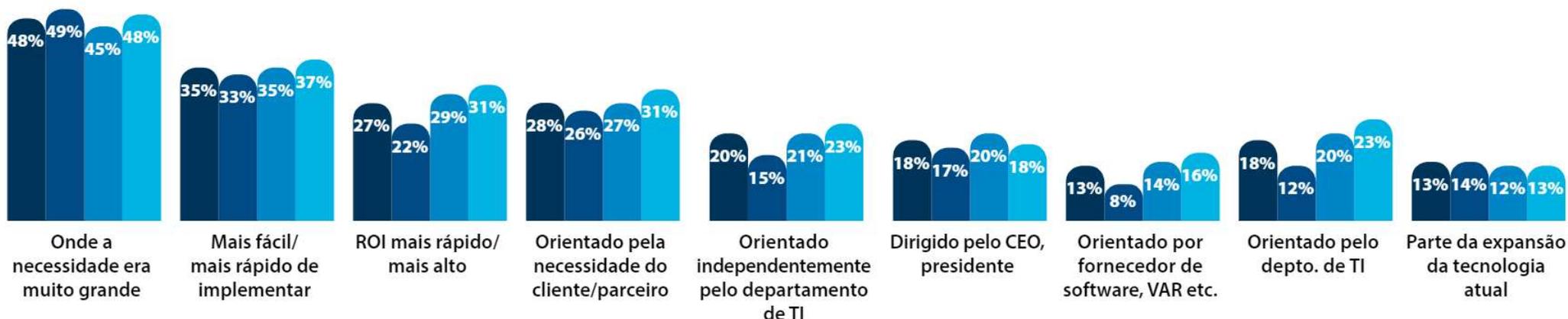
Os aplicativos de software mais usados são também os primeiros a serem implementados por pequenas e médias empresas: colaboração, CRM, e-commerce. Os catalisadores da seleção são óbvios: a maior necessidade e o impacto mais imediato. As médias empresas são mais propensas a observar a influência de parceiros ou de clientes. Embora as fatores básicos do investimento em tecnologia sejam tipicamente internos, por natureza, o estímulo externo também é importante. Observar as necessidades e demandas do ambiente competitivo em constante mudança é sempre recomendável, para você refinar seus planos de investimento em tecnologia.



Metade das pequenas e médias empresas da Coreia e do Brasil indicam “onde a necessidade é maior”. Veja no Apêndice 2, Tabela 4, os detalhes dos países.

Catalisadores da implementação de aplicativos de software

■ Total ■ 10-99 ■ 100-499 ■ 500-999 colaboradores



Resultados excepcionais: mais de 70% alegam expectativas atendidas ou superadas para os principais investimentos em tecnologia

De 73% a 87% das pequenas e médias empresas entrevistadas indicam que as expectativas em relação a investimentos em tecnologia foram atendidas ou superadas. Esse alto nível de êxito naturalmente abre caminho para novos investimentos. Teoricamente, criar um portfólio bem-sucedido de componentes de tecnologia diferentes implica a melhoria marginal ligeiramente menor para cada investimento adicional. Na prática, a coordenação efetiva de novos recursos pode trazer maior impacto de desempenho do que a soma das partes: fornecer insights do engajamento de e-commerce, por exemplo.

A coordenação e a consolidação de processos internos e o engajamento de parceiros e clientes externos podem ajudar a alavancar o impacto do investimento em tecnologia.

Benefícios obtidos com investimentos importantes em tecnologia



Gerência sênior e gestão de TI conduzem a iniciativa de compras tecnológicas

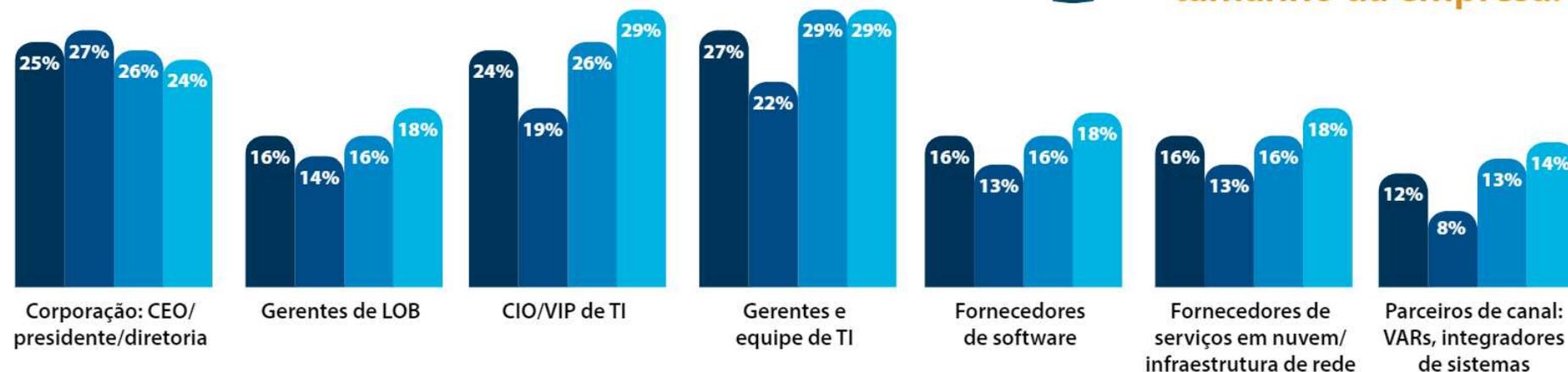
A influência nas decisões de aquisição de tecnologia está dividida entre a gerência sênior/LOB e TI, e a influência da equipe de TI cresce no ritmo da empresa. A conclusão real é a natureza colaborativa do processo, pelo menos na obtenção de resultados mais bem-sucedidos. A entrega de benefícios táticos de curto prazo facilita a construção de consenso nas aquisições. Garantir que as compras atendam às necessidades de várias partes também é o segredo do sucesso. Estar atento às informações externas – de fornecedores de software, provedores de serviços em nuvem ou outros parceiros de tecnologia – pode ser uma fonte extra de orientação quando usada com cautela.

Grupos que influenciam as compras de tecnologia por porte de empresa

■ Total ■ 10-99 ■ 100-499 ■ 500-999 colaboradores



Influências externas aumentam com o tamanho da empresa.



As preferências de implementação refletem cautela, praticidade e impacto

Empresas aceitam alterações radicais, mas são cautelosas



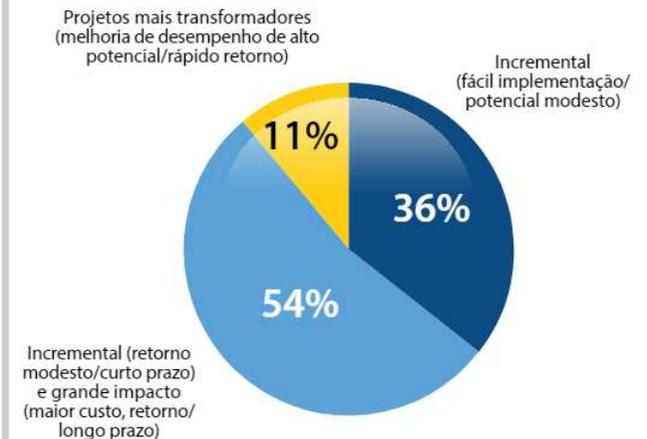
As empresas preferem avançar com cautela nas novas soluções. A integração efetiva com as operações atuais é importante.

Soluções que combinam pacotes com personalização são preferenciais



Metade das empresas tende para soluções prontas para uso do que as personalizadas. Um ajuste simples ajuda a alcançar os objetivos de desempenho.

As empresas preferem projetos com rápido e simples impacto



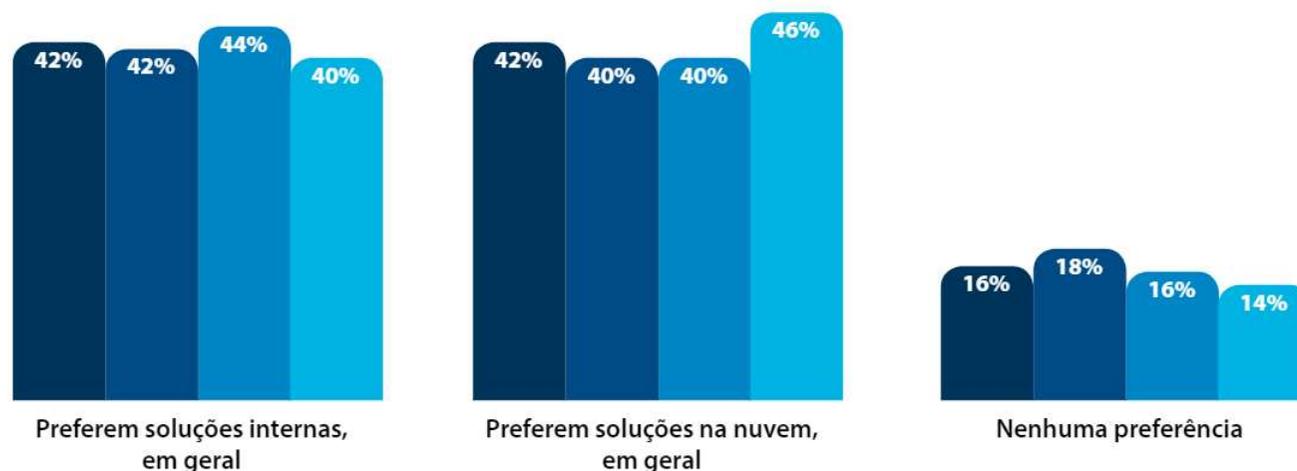
Investimentos em projetos pequenos e de rápido impacto abrem caminho para projetos mais ambiciosos e exigentes.

Preferências internas e na nuvem igualmente divididas

Os recursos na nuvem, hospedados e acessados online, têm crescente importância para a obtenção de tecnologia nas pequenas e médias empresas. Mais da metade das pequenas empresas e três quartos das médias empresas do mundo todo usam pelo menos um recurso na nuvem, e os engajamentos na nuvem continuam crescendo. As empresas em rápido crescimento mostram o mesmo nível de interesse em nuvem, como as pequenas e médias empresas em geral – para todas elas, os recursos na nuvem são cada vez mais atraentes.

Plataforma de aplicativos preferenciais por porte de empresa

■ Total ■ 10-99 ■ 100-499 ■ 500-999 colaboradores



A nuvem é interessante para empresas de países desenvolvidos e em desenvolvimento. O maior interesse se concentra na China, Índia e Brasil. Veja no Apêndice 2, Tabela 5, os detalhes dos países.

Os catalisadores e inibidores de nuvem estão em transição

Embora a economia de custo tenha despertado o interesse inicial na nuvem durante 5 a 10 anos atrás, os principais motivos para usar recursos na nuvem hoje são a praticidade e a facilidade de integração. A segurança continua sendo preocupante, porém, menos do que no passado. Os problemas de gestão, controle e desempenho são preocupações potenciais para empresas em rápido crescimento ou não.

Principais fatores/benefícios que incentivam o uso da nuvem

	Em rápido crescimento	Todas as outras
Capacidade para integrar aplicativos atuais/ ambiente de TI	35,8%	28%
Expandir recursos de TI sem aumentar a equipe	30,3%	34,3%
Adicionar novos usuários sem dificuldade	33,9%	24,7%
Fazer todos usarem o software mais recente	33,5%	26%
Gestão/coordenação remotas	32,6%	25%
Pagar apenas pelo que você usar	29,6%	23,9%

Principais fatores/preocupações que inibem o uso da nuvem

	Em rápido crescimento	Todas as outras
Segurança dos dados	44,9%	43,3%
Confiabilidade do serviço	31,1%	27%
Custo recorrente de propriedade	29,8%	25,9%
Não quer ficar restrito ao uso de um só provedor de serviços	27,4%	24,2%
Perda de controle dos aplicativos no departamento de TI	25,2%	21,2%
Possíveis problemas de compliance/ regulamentação	24,9%	19,8%



As empresas em rápido crescimento são mais propensas a observar vários benefícios da nuvem e várias preocupações relativas à nuvem.

As médias empresas são mais propensas a indicar o progresso da transformação, mas têm trabalho pela frente

1/3

A maioria das pequenas e médias empresas diz que estão no caminho da transformação digital, embora grande parte da aquisição de recursos-chave e sua coordenação ainda estejam no estágio inicial. Para a maioria das empresas, o real benefício está na conscientização da oportunidade de alinhar e usar recursos tecnológicos. A coordenação e atualização das informações do cliente no CRM, financeiro e outros aplicativos podem aumentar a eficiência interna e a qualidade da experiência do cliente, por exemplo.

das pequenas e médias empresas diz que está bem adiantada ou melhor. Esse número aumenta para 40% entre empresas em rápido crescimento. Há uma clara associação entre o sucesso empresarial (crescimento da receita) e o engajamento e coordenação da tecnologia, que está no centro da transformação digital. Veja no Apêndice 2, Tabela 2, os detalhes dos países.

Progresso da transformação digital por porte de empresa

■ Total ■ 10-99 ■ 100-499 ■ 500-999 colaboradores



As empresas não se consideram adiantadas na transformação digital, apesar de usar tecnologia

Em comparação com quase um ano atrás, a cota de pequenas e médias empresas que se consideravam adiantadas na transformação digital é realmente menor: 43% se consideravam bem adiantadas ou melhor um ano atrás, e hoje, apenas 35% fazem essa avaliação. Na opinião da IDC, as empresas não perderam terreno, elas apenas têm uma visão mais realista do ponto onde se encontram e do que ainda precisam fazer. No final das contas, o uso de diferentes soluções de tecnologia aumentou de modo significativo. O aumento das empresas que dizem estar no início da jornada da transformação reflete o reconhecimento da complexidade e da natureza contínua do processo.

Estágio da transformação digital por porte de empresa

■ Jan. 2016 ■ Jan. 2017

2/3

de todas as pequenas e médias empresas dizem que estão nos estágios iniciais da transformação digital.

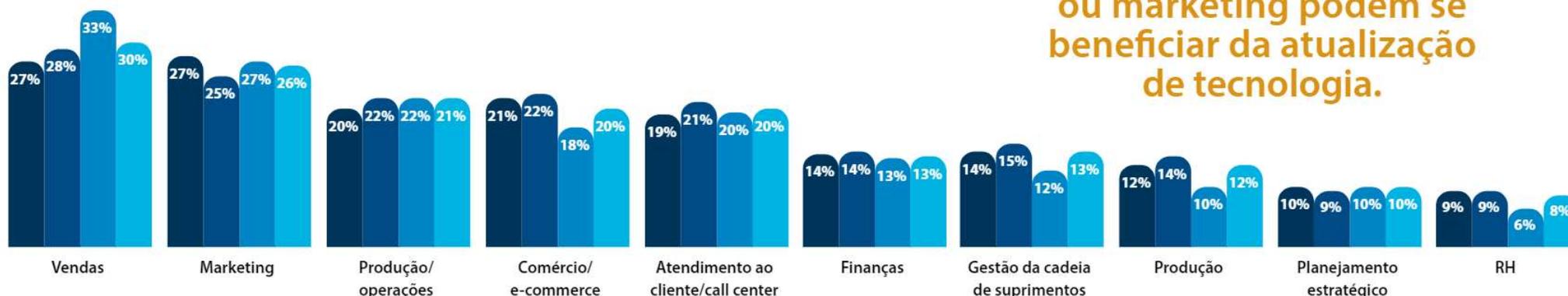


As equipes voltadas aos clientes provavelmente se beneficiam da transformação digital

As pequenas e médias empresas, independentemente do tamanho e região, são notavelmente consistentes em relação a áreas que consideram como grandes beneficiárias da transformação digital. Vendas e marketing são geralmente identificadas como áreas que podem se beneficiar da atualização de tecnologia, principalmente nas empresas em rápido crescimento. Todos os principais grupos de setores, de serviços a manufatura, também indicaram as vendas e marketing como os principais beneficiários potenciais, principalmente empresas atacadistas e varejistas. Embora os processos internos possam ser considerados suficientes e até excepcionais por muitos, as vendas e marketing de atuação externa são consideradas áreas de real oportunidade de novos investimentos.

Áreas que se beneficiam do uso de tecnologia por porte de empresa

■ Total ■ 10-99 ■ 100-499 ■ 500-999 colaboradores



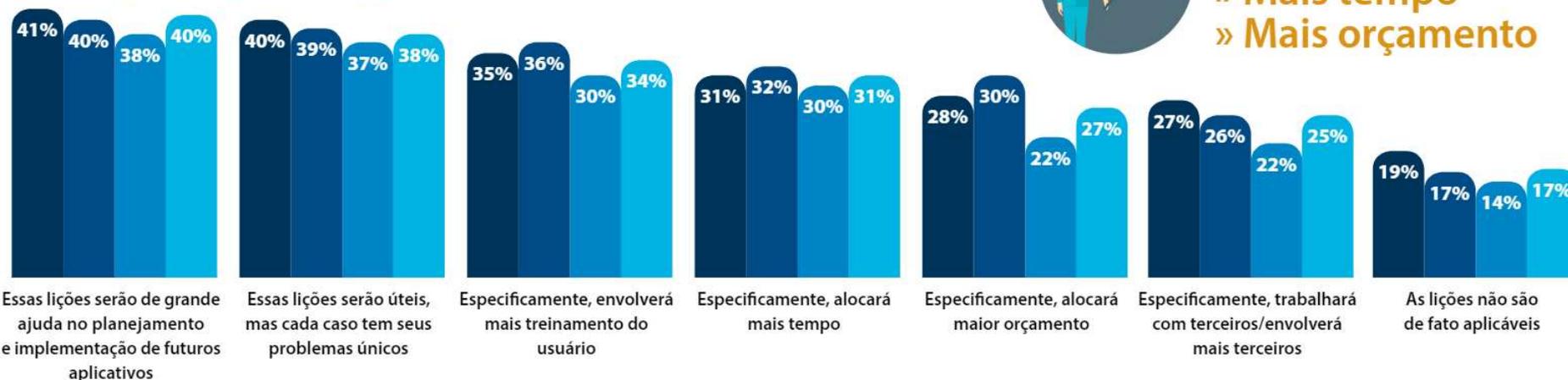
Independentemente do tamanho, a metade das empresas dizem que vendas ou marketing podem se beneficiar da atualização de tecnologia.

Lições de implantações de tecnologia do passado ajudarão no futuro – até certo ponto

Para manter os altos níveis de êxito (mais de 70%) das metas de desempenho dos investimentos em tecnologia, 4 de cada 5 pequenas e médias empresas também observam que a aquisição e implantação de tecnologia não foram mais difíceis do que o previsto. A implicação? As empresas tendem a superestimar desafios potenciais ao avançarem com nova tecnologia. É claro que a preparação é fundamental. E, no futuro, a maioria das empresas espera que suas experiências passadas sejam úteis. O financiamento pode ser visto como o maior desafio por aqueles que avançam com nova tecnologia; retrospectivamente, as empresas são mais propensas a recorrerem aos cronogramas de treinamento e execução em vez do orçamento, como exigindo mais atenção. A implementação pode levar mais tempo e envolver mais treinamento de equipe do que o previsto.

O impacto das lições do passado nas futuras implantações por empresa

■ Total ■ 10-99 ■ 100-499 ■ 500-999 colaboradores



Próxima vez:
 » Mais treinamento
 » Mais tempo
 » Mais orçamento

Como gerenciar a transformação digital

Três conclusões



1. Uso de tecnologia para melhorar a eficiência e a posição competitiva não é suficiente. A nova tecnologia deve ser efetivamente integrada, usando e contribuindo para os principais bancos de dados internos a fim de obter impacto máximo.



2. A transformação digital é um processo, não um fim. Ela dá respaldo aos objetivos empresariais no nível mais alto.



3. Participação direta e contínua da gerência sênior, executivos de linha de negócio e gerência de TI é a chave. A flexibilidade e a agilidade no investimento em tecnologia são importantes, mas precisam contribuir para os objetivos da transformação digital.

Metodologia

- » Para elaborar este relatório, a IDC realizou uma pesquisa de âmbito mundial com os responsáveis pelo processo decisório em 3.904 empresas de pequeno e médio portes.
- » A pesquisa incluiu empresas cujo quadro de colaboradores varia entre 10 e 999 pessoas.
- » A pesquisa online foi concluída em novembro de 2016.
- » Os países da pesquisa incluem: Austrália/Nova Zelândia, Brasil, China, França, Alemanha, Índia, Japão, Coreia, México, Cingapura, África do Sul, Reino Unido e Estados Unidos.

Apêndice 1: detalhes regionais — América Latina

1. Principais prioridades e autoavaliação da transformação digital em pequenas e médias empresas
2. Uso de tecnologia, preferência de nuvem e atendimento das expectativas da transformação digital

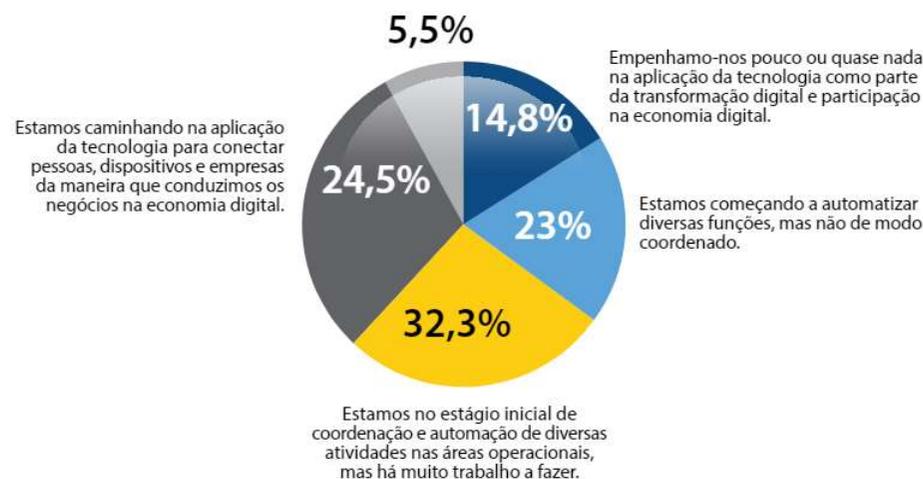
1. América Latina: principais prioridades e autoavaliação da transformação digital em pequenas e médias empresas

Prioridades: melhorar a captação de clientes é a principal prioridade citada por quase 60% das pequenas e médias empresas da América Latina. O aumento da receita e eficiência também são metas importantes.

Progresso da transformação digital: cerca de 70% das pequenas e médias empresas indicaram que estão nos estágios iniciais da transformação digital. Destes, 13% dos entrevistados do México e 17% do Brasil dizem que mal começaram. As empresas dessa região devem pensar na possibilidade de colher os benefícios oferecidos pela transformação digital.

Autoavaliação da transformação digital

Superamos o nível de integração e agora temos insights em tempo real para promover otimizações em processos e fluxos de trabalho para produzir resultados empresariais.



Veja no Apêndice 2, Tabela 2, os detalhes dos países.

2. América Latina: uso de tecnologia, preferência de nuvem e atendimento das expectativas da transformação digital em pequenas e médias empresas

Implementação crescente de partes da tecnologia: a maioria das pequenas e médias empresas da América Latina já usa tecnologia avançada, desde software colaborativo, ERP até e-commerce. As empresas adicionam tecnologia onde a necessidade é maior e o retorno é mais rápido. A chave é olhar a longo prazo e conectar “ilhas” de tecnologia para melhorar a eficiência interna e o engajamento externo.

Crescente uso de recursos na nuvem: cerca de 50% das empresas do Brasil prefere usar a nuvem para os novos recursos, como fazem 42% das empresas do México. Quando combinados com aqueles que não têm preferência, a maioria das empresas entrevistadas da América Latina vai considerar implantações futuras em nuvem.

A transformação digital compensa o esforço: cerca de 70% a 90% dos entrevistados na América Latina indica que seus investimentos em tecnologia atenderam ou superaram as expectativas, e a redução de custos foi especialmente importante. Em toda a região, pequenas e médias empresas estão investindo em tecnologia e se beneficiando com a melhoria do desempenho.

Preferências futuras de soluções em nuvem vs. internas



Veja no Apêndice 2, Tabela 5, os detalhes dos países.

Apêndice 2: detalhes por país

1. Principais prioridades das pequenas e médias empresas do mundo todo, por país
2. Autoavaliação da transformação digital
3. Uso de diferentes recursos de software
4. Principais motivos para adicionar soluções de tecnologia avançadas
5. Preferências de implantação em nuvem versus on-premise

1. Principais prioridades das pequenas e médias empresas do mundo todo, por país (%)

	Austrália/ Nova Zelândia	Brasil	China	França	Alemanha	Índia	Japão	Coreia	México	Cingapura	África do Sul	Reino Unido	Estados Unidos
Captação de clientes OU conquistar novos clientes	52	65,8	53,3	57,0	66	59,7	44,7	47,7	60,3	53,3	58,5	58,3	54
Aumentar o crescimento da receita	37,3	44,5	42,7	30,7	39	49,3	38,7	41,7	40,7	44	47,5	44,7	41,7
Melhorar a eficiência/ produtividade	39,7	48,5	45,7	37	35	43,3	28,7	37,3	43,7	40,3	44,9	44,7	40,1
Reduzir custos/despesas	39	50,2	31,3	38,3	36,3	38,7	41	31,7	43	42	39,5	44,3	41,4
Expandir os negócios mantendo o mesmo nível de qualidade	33,7	37,2	47	25	35,7	35,7	26	28,7	40	27,7	37,5	39	37,1
Ser mais inovador	32	33,9	51	26,3	18	46	13,3	28,7	40	29	41,2	26	27,8
Aumentar a fidelidade dos clientes	27,7	36,9	35,3	26,7	31,7	42,7	13	14,7	23	25	36,9	30,3	24,5
Melhorar o fluxo de caixa	27	29,6	25,7	15	20	35	16	19,3	28,7	29,7	37,9	32,7	26,8
Aumentar a retenção de equipes/desenvolvimento	28	18,6	37,7	13,3	20	33	26	35,7	24,3	24,7	28,9	29	20,2
Melhorar a posição competitiva em relação aos concorrentes maiores	21,3	26,6	30,3	18,3	18,3	30	17,7	21,7	29	22,3	27,6	20,7	20,2

2. Autoavaliação da transformação digital por país (%)

	Austrália/ Nova Zelândia	Brasil	China	França	Alemanha	Índia	Japão	Coreia	México	Cingapura	África do Sul	Reino Unido	Estados Unidos
Empenhamo-nos pouco ou quase nada na aplicação da tecnologia como parte da transformação digital e participação na economia digital.	15	16,6	9	11,7	16	15,3	16	13,3	13	13	16,3	12,7	11,9
Estamos começando a automatizar diversas funções, mas não de modo coordenado.	23,3	22,9	20	27,7	21,3	21,7	18	25	23	28,3	18,9	22,7	17,2
Estamos no estágio inicial de coordenação e automação de diversas atividades nas áreas operacionais, mas há muito trabalho a fazer.	33,7	29,9	31,7	23	30	27,3	30,7	38,3	34,7	35	26,9	29	34,8
Estamos caminhando na aplicação da tecnologia para conectar pessoas, dispositivos e empresas da maneira que conduzimos os negócios na economia digital.	23	24,6	20,7	33	28,7	28	29,7	20	24,3	18	29,9	30	26,8
Superamos o nível de integração e agora temos insights em tempo real para promover otimizações em processos e fluxos de trabalho para produzir resultados empresariais.	5	6	18,7	4,7	4	7,7	5,7	3,3	5	5,7	8	5,7	9,3

3. Uso de diferentes software das pequenas e médias empresas por país (%)

	Austrália/ Nova Zelândia	Brasil	China	França	Alemanha	Índia	Japão	Coreia	México	Cingapura	África do Sul	Reino Unido	Estados Unidos
Software de colaboração	26,3	32,2	35	30	27,7	35	27,7	34	31,3	30,7	23,6	24	18,9
Gestão do relacionamento com o cliente (CRM)	31,7	34,9	37,7	28,3	27,7	29	25,7	35	34,3	31,7	35,2	25	25,2
Comércio/e-commerce, incluindo a entrada de pedidos e faturamento online	28	25,9	27,3	27,7	25,7	28,3	28	31	30,7	35	28,9	27	21,2
Gestão de talentos/RH	32,3	31,2	25,3	33,7	26	29,3	30	32,7	34,3	33,3	36,9	30,3	25,8
Planejamento de recursos empresariais (ERP)	36,3	31,2	35,7	33,3	25	33,7	29,7	32	35,3	33,7	36,9	34,3	18,9
Funções analíticas empresariais/BI	33,7	41,9	38	29,7	33,7	32	38	45,3	43,3	37,7	32,9	31	26,2
Funções analíticas de mídias sociais	29,7	32,6	44	33,7	26,3	31,7	26,7	43,3	41,7	34,7	27,9	30,3	27,8
Soluções de planejamento/ coordenação com parceiros/fornecedores	34	35,5	48,7	34,3	29	37,7	29	41,3	41	40,7	35,5	31,7	26,8
Redes de negócios avançadas	37,7	34,2	45,7	35,7	35	42,7	28,3	45,3	39,3	34	35,5	33,3	29,1
Tecnologias para Internet das Coisas	29,7	33,9	43,7	32,3	32	37,7	32,7	45	38	36	33,9	36,3	28,8

4. Motivos da escolha inicial de tecnologia, por país (%)

	Austrália/ Nova Zelândia	Brasil	China	França	Alemanha	Índia	Japão	Coreia	México	Cingapura	África do Sul	Reino Unido	Estados Unidos
Onde a necessidade era muito grande	43	55,9	51,4	44,9	48,2	49,3	43,5	56,6	43,4	43,2	48,4	48,6	41,4
Mais fácil/mais rápido de implementar	34,8	28,7	41,2	31,9	29,4	41,4	33,5	34,7	37,5	36,8	39,3	36,8	31,4
ROI mais rápido/mais alto	24,1	21,9	50,3	31,2	12,5	41,1	17,6	27	23,5	23,3	27,4	28,6	23,1
Orientado pela necessidade do cliente/parceiro	27,4	22,2	43,6	18,5	16,1	40,1	24,7	28,1	26,8	34,2	32,3	20,4	25,5
Orientado independentemente pelo departamento ou grupo	17,4	16,5	30,4	14,9	9,4	33,6	18,8	21,2	18,8	17,7	19,3	17,5	16,2
Dirigido pelo CEO, presidente	19,3	13,3	25	18,8	14,5	30,1	10,5	17,2	16,9	19,5	18,2	17,5	15,2
Orientado por fornecedor de software, VAR etc.	9,3	9	21,3	8	6,3	27,4	8,8	12,4	13,2	10,9	14	9,6	9,7
Orientado pelo departamento de TI	15,2	17,2	16,2	10,9	11,8	34,6	16,7	13,1	14,3	14,3	24,6	23,9	20,3
Parte da expansão/atualização da tecnologia atual	11,1	11,8	24	6,5	5,9	15,1	9,2	14,2	19,5	13,9	5,1	9,6	9,7

5. Preferências de implantação de aplicativos em nuvem versus on-premise, por país (%)

	Austrália/ Nova Zelândia	Brasil	China	França	Alemanha	Índia	Japão	Coreia	México	Cingapura	África do Sul	Reino Unido	Estados Unidos
Prefere soluções on-premise, em geral	40,3	37,2	28,7	38,3	58,3	44	33,3	43	45,3	40,3	46,5	47	42,4
Prefere soluções em nuvem, em geral	42	51,5	56	40	27	53,7	35,3	42,7	41,7	42,3	43,9	35,7	36,8
Nenhuma preferência	17,7	11,3	15,3	21,7	14,7	2,3	31,3	14,3	13	17,3	9,6	17,3	20,9