



**MARIA DA GRAÇA CARVALHO**  
Eurodeputada do PSD  
e antiga ministra do Ensino Superior

Nas últimas décadas Portugal conseguiu elevar de forma considerável os níveis de qualificação da sua população. Temos mais jovens a entrarem e a diplomarem-se nas instituições do ensino superior e registámos uma subida muito significativa dos doutorados e das bolsas de pós-doutoramento. Crescemos tanto do ponto de vista quantitativo como do qualitativo. Portugal tem profissionais de excelência, reconhecidos internacionalmente, em todas as áreas, desde cientistas a médicos e enfermeiros. Tem sido um crescimento progressivo, mas constante, que temos de manter, porque qualquer hesitação terá como consequência um retrocesso a este nível. Por outro lado, existe uma franja considerável da população adulta, anterior a esta expansão do ensino superior, mas ainda em idade ativa, com habilitações literárias significativamente inferiores. Este é um fator que tem peso estatístico – mantendo as habilitações médias dos nossos cidadãos abaixo de muitos dos países com os quais nos comparamos a nível internacional. Mas é sobretudo um problema em termos de oportunidades de carreira e de expectativas de rendimento para esses cidadãos. Por isso, Portugal tem de trabalhar muito mais na qualificação da sua população adulta. Nomeadamente ao nível das competências digitais que, nos nossos dias, são tão essenciais como a proficiência na língua materna ou na matemática. Contudo, o grande desafio que Portugal enfrenta, como revela o relatório Innovation Scoreboard, da Comissão Europeia, é ao nível do aproveitamento da sua população mais qualificada. Não temos ainda um ecossistema de inovação que valorize o conhecimento e talento que sai das nossas instituições do ensino superior e de investigação. Para que este se torne numa realidade, não nos chega investir nas qualificações. Precisamos também de combater todas as barreiras à inovação, nomeadamente a burocracia e o sistema fiscal que temos, entre outros.

## DESAFIO DA DIGITALIZAÇÃO

# Qual a receita para avançar na digitalização?

**MARIANA BANDEIRA**  
mbandeira@jornaleconomico.pt

Algumas das maiores tecnológicas portuguesas defendem que a transformação digital deve pôr sempre o consumidor na frente, repensar a relação com o cliente e criar um comité técnico de em tecnologia de vanguarda para levar ao lançamento de mais concursos públicos e pareceres técnicos sobre digitalização.



**CIPRIANO SOUSA**  
Chief Technology Officer  
da Farfetch

Acredito que Portugal já avançou bastante na digitalização e que, neste momento, o desafio passa por reforçar e consolidar este mindset. Portugal deve continuar o processo de aceleração para a digitalização, promovendo políticas de incentivo à transformação digital, lançando estratégias nacionais em áreas chave como a educação, a saúde, a energia e o comércio. É fundamental que existam ações nacionais que se concentrem em aumentar a literacia digital, acelerar a implementação do 5G ou integrar tecnologias como a Inteligência Artificial no nosso tecido produtivo. Além disso, é essencial criar um regime regulatório simples, transparente e eficaz em áreas como a segurança digital, a proteção de dados, o teletrabalho e a educação remota. As entidades governamentais devem trabalhar em conjunto com o nosso tecido empresarial no sentido de procurar as melhores práticas do mercado e aplicá-las ao nosso país. Não é novidade que a Covid-19 veio acelerar a transição digital. Face às limitações na mobilidade e às restrições impostas, as empresas que ainda estariam numa fase prematura da digitalização foram forçadas a adaptarem-se rapidamente. As empresas que já tinham uma maior integração de tecnologia no seu processo foram as que rapidamente se ajustaram e mostraram ser mais resilientes perante a atual conjuntura. No caso particular da Farfetch, enquanto plataforma tecnológica de e-commerce que nasceu no seio da economia digital, posso dizer que respondemos rapidamente aos desafios impostos pela pandemia. Estávamos preparados. O próximo passo é acelerar a digitalização de toda a indústria de moda a nível global. Entre outras iniciativas, lançamos recentemente o "Luxury New Retail" em parceria com os grupos Alibaba e Richemont, que irá acelerar a digitalização da indústria, mudando a experiência do consumidor no futuro através da tecnologia.



**TIAGO PAIVA**  
CEO e fundador  
da Talkdesk

Portugal tem a oportunidade de ser mais proativo, no que toca à digitalização. Quando a pandemia começou, vimos de que forma é que empresas das mais variadas indústrias, como a saúde, o retalho e as finanças, tiveram de iniciar o seu Business Continuity Plan, alocando os seus colaboradores para um regime de teletrabalho, quase de um dia para o outro. Grande parte do sucesso destas organizações que apoiaram os seus clientes e colaboradores, durante esta altura, esteve dependente da transformação digital. Se não fossem pelas ações de ágeis e inovadoras empresas que já tinham dado o passo, de forma proativa, para digitalizar os seus negócios, muitos serviços e recursos dos quais as pessoas dependem teriam sido interrompidos, o que seria catastrófico para as organizações, colaboradores e consumidores. Aquilo que testemunhámos durante a primeira vaga da pandemia foi que os líderes inovadores, em todas as indústrias, estavam prontos para responder aos impactos nos negócios de forma rápida, pois tinham-se preparado, tanto em termos de medidas, como de investimentos, de forma adequada, muito antes do ano passado. Por outro lado, as empresas sem preparação não conseguiram assegurar o negócio, e muitas delas acabaram por fechar. O que nós, enquanto economia global coletiva, aprendemos desde março de 2020 foi a importância de, daqui para a frente, as empresas adotarem a transformação digital. Um estudo divulgado pela Talkdesk afirma que os líderes estão mais preparados para responder a um novo possível confinamento, com 54% a sentirem-se mais aptos para fazer mudanças nas suas infraestruturas tecnológicas e 56% a garantir que vão passar a usar mais soluções digitais. A transformação da tecnologia digital deve sempre colocar o consumidor na linha da frente. Repensar a forma como levamos o negócio é, acima de tudo, repensar a maneira como interagimos com o cliente. Isto afeta todas as vertentes num negócio, desde os recursos humanos até à segurança, passando pelas vendas, bem como pelo marketing. É aqui que o poder e a flexibilidade da cloud torna-se, realmente, o motor de avanço das empresas, no que toca ao teletrabalho e à digitalização dos seus negócios. Em modelos de negócio centrados no cliente, a central de atendimento tem um

papel especialmente importante, no qual a digitalização é imperativa. As expectativas não param de aumentar, à medida que os consumidores procuram um apoio personalizado, eficiente e em tempo real para ajudar na resolução dos seus problemas, através dos canais que lhes sejam mais convenientes. Se a central de atendimento de uma empresa não for capaz de assegurar o tipo de experiência do cliente (CX) que se espera, arrisca-se a perder os seus consumidores para outras empresas que o conseguem fazer. Muitas empresas não voltarão a ser o que eram e terão de se tornar mais digitais. A própria natureza do trabalho já sofreu um ponto de viragem, com os modelos remotos e híbridos a surgirem como a nova norma. Independentemente da forma como o trabalho e a experiência do cliente evoluam, os negócios têm de investir em tecnologia que lhes permita uma adaptação mais ágil, bem como um posicionamento enquanto empresas que sabem aproveitar, rapidamente, as novas oportunidades. A digitalização é um processo iterativo e, em muitos aspetos, nós ainda estamos no início desta jornada, em Portugal. Sinto-me entusiasmado pelo progresso que está a ser feito e pela forma como o país está a emergir enquanto um forte centro de engenho e talento. Aguardo com expectativa a oportunidade de ver a Talkdesk, a par de outros líderes tecnológicos, a capacitar empresas em Portugal ao longo das suas transformações digitais, à medida que vamos entrando numa nova era de trabalho, de fazer negócios e de servir os clientes.



**DANIELA BRAGA**  
Fundadora e CEO  
da DefinedCrowd

É necessário mais investimento associado à criação de um comité técnico a nível nacional de especialistas em digitalização e Inteligência Artificial. Isto seria o ponto de partida para o lançamento de vários concursos públicos e pedidos de pareceres técnicos com vista à resolução de problemas concretos e criação de diretrizes para a implementação do que viria a ser a estratégia nacional.