

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/328281821>

A Transformação Digital nas Pequenas e Médias Empresas: Utilização e impacto das tecnologias moveis e sociais no caso angolano

Article · October 2018

CITATIONS

0

READS

41

2 authors, including:



Mário Pereira

Universidade da Beira Interior

3 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



A Digital Transformation in SMEs: Use and Impact of Mobile and Social ICTs [View project](#)



Minha dissertação [View project](#)

A Transformação Digital nas Pequenas e Médias Empresas: Utilização e impacto das tecnologias móveis e sociais no caso angolano

1st Mário Salumbongo Ezequiel Pereira

Dept. Informática (of DI.)
Universidade da Beira Interior (of UBI)
Covilhã, Portugal
salumbongo.pereira@ubi.pt

2nd Pedro José Guerra de Araújo

Dept. Informática (of DI.)
Universidade da Beira Interior (of UBI)
Covilhã, Portugal
paraujo@di.ubi.pt

Abstract— O desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação proporcionou à sociedade facilidades para a solução de muitas tarefas, bem como o aumento das vendas, expansão da marca e internacionalização das empresas. Interessadas em sobreviver no mercado, as pequenas e médias empresas recorrem a tecnologias de fácil utilização e de baixo custo, mas muito eficientes, para enfrentarem a competitividade num mercado composto por grandes empresas e com muitos recursos. As tecnologias móveis e as redes sociais, são as ferramentas que encaixam no perfil das pequenas e médias empresas. Esse trabalho, estuda a implementação e o impacto das tecnologias de informação e comunicação móveis, bem como das redes sociais, no seio das pequenas e médias empresas angolanas, além de avaliar até que ponto as empresas estão alinhadas com a tecnologia digital. Os resultados encontrados, mostram um setor muito distante da digitalização nos seus processos de negócio, e com uma exploração deficiente dos recursos que estas tecnologias oferecem para as empresas, assim como uma classe empresarial ainda muito distante de conseguir resultados positivos com a sua implementação no negócio. Os custos da Internet, a falta de Know-how dos colaboradores, a falta de alinhamento dos objetivos da empresa com as soluções tecnológicas e a inexistência de estratégias que garantam uma implementação inteligente destas tecnologias são as principais dificuldades que as pequenas e médias empresas enfrentam em Angola.

Keywords: Transformação digital, Tecnologias de informação e comunicação móvel, Redes sociais e Pequenas e médias empresas.

I. INTRODUÇÃO

Hoje, a tecnologia é um integrante fundamental da sociedade em que vivemos. Graças a ela, as organizações tornam-se mais atuantes, globalizadas, flexíveis, ubíquas e competitivas. Os investimentos nos sistemas de informação, na tecnologia móvel (TM) e na Internet, tem facilitado o crescimento exponencial e sustentável das empresas que têm apostado na implementação destes recursos.

O desenvolvimento da tecnologia provocou alterações profundas no ambiente de negócio e na maneira como os líderes hoje olham para a gestão das organizações, já que se tornou num fator determinante para a competitividade empresarial [1], e um claro incentivo à digitalização das empresas, que contam com a valiosa contribuição da 3^a plataforma de inovação de tecnologias de informação (TI), formada pelas tecnologias móveis, aplicações sociais,

soluções de Big data e analítica de negócio e pelos serviços de Cloud Computing, que juntas têm a capacidade de transformar os negócios das empresas.

Para Coimbra [2], esta 3^a plataforma de inovação, tem sido o motor do crescimento e da inovação da indústria de TI nos últimos 5 anos”. As TM são as que mais crescem nos últimos anos, obrigando a uma reestruturação das empresas e a aposta destas na inovação. O crescimento dos negócios móveis deve-se a um conjunto de tecnologias que oferecem uma grande variedade de serviços inovadores [3]. É bem visível o crescimento da utilização das TM e sem fio, assim como a sua implementação na nossa vida pessoal e social e nas empresas [4]. Para Coimbra [2], é certo que a implementação das tecnologias da 3^a plataforma de TI, vai provocar um impacto diferente dentro das empresas, comparativamente a outras tecnologias.

As pequenas e médias empresas (PME), apostam na modernização dos processos de negócio e na integração da TM com as redes sociais (RS), como estratégia de crescimento. O casamento entre estas duas tecnologias, aumentou a popularidade das PME entre os clientes. A TM é um ajuste natural para as RS, já que os consumidores utilizam-na para se conectarem com amigos, através de chamadas móveis e mensagens de texto [5]. Em países como EUA, China, Índia, Brasil e na Europa, as PME já dedicam muita atenção à inovação e a exploração da 3^a plataforma de TI, por formas a ganharem vantagens competitivas nos negócios.

Transformar para o digital, implementar tecnologias móveis e sociais no negócio, são atividades para ontem em países onde estes elementos são vistos como fatores de competitividade e crescimento das PME. Angola tarda em despertar para esta realidade. Para Teta [6], “O fosso digital já existe”. Esta dificuldade é visível entre as PME e as grandes empresas, entre as zonas urbanas e as zonas rurais e entre o país e as outras zonas do mundo onde a aposta na inovação é um facto, e o acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) é feito sem problemas. É importante que Angola consiga superar esta insuficiência tecnológica. É fundamental garantir mecanismos, infraestruturas e processo de apoio e assessoria às PME nos processos de digitalização,

criação e consolidação do *e-commerce* como parte de um processo de internacionalização do mercado local [6].

Já não há tempo a perder. “Temos de acelerar o processo de maturidade tecnológica das nossas empresas” [6], e incentivar a adoção dos integrantes da 3ª plataforma de TI nos planos estratégicos dos gestores, para as empresas beneficiarem do impacto positivo que os mesmos oferecem.

As PME de Angola devem incluir na sua forma de atuação no mercado, estratégias que aproveitem da melhor forma o crescimento das TM e do número de utilizadores das RS, bem como a sincronia existente entre o *Mobile*, as RS e a Internet.

Estes factos, levam as seguintes questões de investigação:

- i. Qual é a avaliação que se faz, sobre a implementação das tecnologias móveis e das RS nas PME angolanas?
- ii. Porquê as PME angolanas ainda não têm os seus processos de negócio digitalizados?
- iii. Que impacto as TM e as RS têm nos processos de negócio das PME?

II. OBJECTIVOS

Tendo em conta as circunstâncias, o presente artigo tem os seguintes objetivos:

A. *Objectivo Geral*

Avaliar o nível de implementação e o impacto da transformação digital (TD) e das TM e sociais, nas PME angolanas.

B. *Objectivos Específicos*

- i. Mostrar o impacto que a implementação da transformação digital (TD), das TM e das RS, traz para as PME;
- ii. Identificar as principais barreiras que as PME angolanas enfrentam, na implementação da TD, das TM e das RS;
- iii. Mostrar a importância da implementação destas tecnologias nas PME, para garantirem o seu crescimento e competitividade no mercado.

III. METODOLOGIA

Para atingir os objetivos definidos para o trabalho, recorreremos à utilização de metodologias que garantissem a recolha e o processamento de informações credíveis. Os resultados, foram obtidos através de um estudo quantitativo, com a aplicação de um inquérito a uma população constituída por 83 PME angolanas, localizadas nas províncias de Luanda, Benguela, Huíla, Namibe, Cunene e Uíge. O inquérito decorreu em duas fases, a primeira no período de Outubro a Dezembro de 2017, e a segunda no período de Fevereiro a Março de 2018.

IV. TECNOLOGIAS MÓVEIS E PLATAFORMAS SOCIAIS

As últimas décadas, testemunharam avanços significativos na comunicação e na computação, que permitiram um desenvolvimento acelerado das tecnologias de informação. Esta é a era da tecnologia móvel, onde se destacam os *Smartphones* que revolucionaram o modo de vida das pessoas e das organizações. Reestruturar e inovar, são dois princípios que as PME estão obrigadas a cumprir, caso queiram beneficiar de novas e grandes oportunidades de negócio. Este progresso tecnológico, é marcado pela proliferação das TM, com particular destaque para os *Smartphones* que revolucionaram o modo de vida das pessoas e das organizações. Não há dúvidas que o crescimento e a utilização das tecnologias móveis e sem fio, é um facto na nossa vida pessoal, social e económica [4].

Hoje, as PME tendem a apostar mais na modernização dos processos e na integração entre o *Mobile* e as RS como estratégia de crescimento. O casamento entre estas duas tecnologias, aumentou a popularidade das PME entre os clientes. Para Cortimiglia [5], a tecnologia móvel é um ajuste natural para as RS, e ter acesso a elas através de um *Smartphone* é tão simples que não requer grandes mudanças na mentalidade de quem o faz. Conhecer as TIC, as empresas e os profissionais que compõem o mercado tecnológico, não é apenas uma necessidade, mas sim uma obrigação de todos, empresas e cidadãos [1]. Hoje na sociedade da informação sobrevive quem melhor consegue adaptar-se à utilização das tecnologias não importando a área do conhecimento.

A. *Dispositivos móveis*

A indústria móvel faz a diferença no ramo das TIC. Continua a crescer de forma exponencial, e a sua tecnologia é aperfeiçoada a cada dia, para responder da melhor forma as necessidades dos seus utilizadores. Hoje, os *Smartphones* são vistos como autênticos escritórios móveis, já que por conta das suas capacidades de processamento e armazenamento (inferiores a dos computadores), incorporam aplicativos que permitem a realização de várias tarefas como, controlo, operações financeira, transferências bancárias gestão de *stocks*, análise de dados, reuniões e outros. Tudo isto é possível, graças a inovação tecnológica que os dispositivos móveis (*Smartphones*, *iPad*) têm sofrido ao longo das últimas décadas.

A necessidade de inovação constante para responder da melhor forma as necessidades dos seus utilizadores, transformaram o *Smartphone* na menina dos olhos da sociedade tecnológica atual. A sua aceitação no mercado resulta das características que lhe permitem uma fácil integração na sociedade, fruto do empenho das empresas que compõem o ecossistema móvel, exemplos da *Samsung*, *iPhone* e *Huawei* que lideram o mercado de vendas (em milhões de dólares) destes dispositivos, como é possível ver no gráfico da figura 1, referente aos dispositivos móveis mais vendidos em 2017.

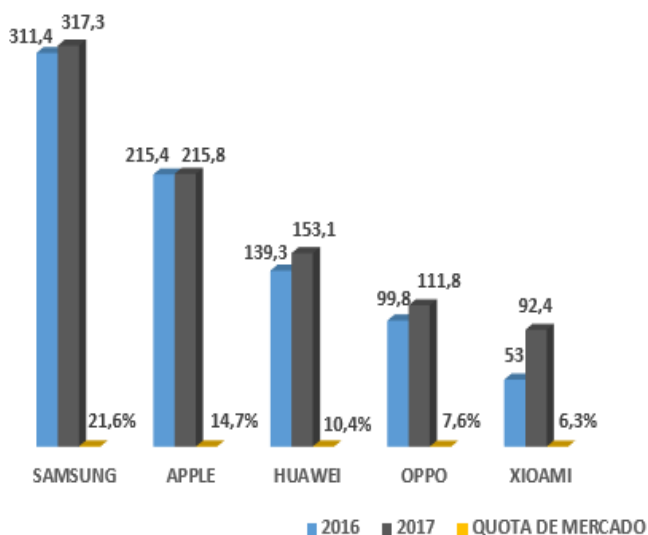


Fig.1 Smartphones mais vendidos em (2017). Fonte IDC (2018)

A evolução destes dispositivos móveis, proporcionou um impacto transversal que abrange todos os sectores empresariais. O *Mobile* conquistou uma quota considerável do mercado global e o seu impacto económico pode ser avaliado em triliões de dólares [7]. O móvel contribui para o PIB global e para a criação de milhares de empregos, onde as PME têm uma quota de mercado considerável, empregando a maior parte destes novos funcionários. A BCG[7], considera que 25% das PME que utilizam os serviços móveis, conseguem duplicar as suas receitas comparativamente as outras, e empregam oito vezes mais pessoal do que as restantes.

As tradicionais dificuldades das PME fazem das soluções móveis, a principal alternativa para estas empresas crescerem num mercado muito competitivo. A tecnologia móvel promoveu a transformação da cultura comercial das PME através da inovação dos seus processos de negócio, bem como alterou os paradigmas de liderança das empresas. O impacto do *Mobile* é tão visível que, seis das vinte e cinco maiores empresas do mundo pertencem ao ecossistema móvel, *Apple*, *Google*, *China Mobile*, *Alibaba*, *Facebook* e *Verizon*.

B. Plataformas sociais / Redes Sociais

As TIC permitiram a criação de ferramentas que tornam mais fácil a comunicação entre pessoas, bem como as atividades desenvolvidas pelas empresas e clientes. Para Moshe [8], as TIC tornaram possível a criação de plataformas e ecossistemas que facilitam a atividade comercial das empresas e o seu relacionamento com o mundo exterior. A digitalização dos processos de negócio, obrigou a um investimento nas redes sociais e nas plataformas corporativas, que tornaram-se ferramentas indispensáveis na estratégia das empresas, para a expansão das suas marcas e produtos e para a conquista de mercados. Existem vários tipos de plataformas e redes sociais, cada uma com as suas características específicas, mas todas com o objetivo de proporcionar os melhores serviços aos seus utilizadores.

Entenda-se por plataforma empresarial, como uma base, desenvolvida por uma empresa, para garantir um ambiente

inovador, maior interligação entre os colaboradores e permitir a disponibilização dos melhores serviços aos seus clientes [9]. Para I. Marco and L. Roy [10] é uma rede que envolve tecnologia, composta por ferramentas e serviços, que garantem a colaboração entre os participantes dos vários processos da empresa, e que formam um ecossistema para melhorar o funcionamento desta. Por redes sociais, entenda-se como estruturas formadas dentro ou fora da Internet, por pessoas e organizações com interesse ou valores comuns [11]. Podem ser, sites como, *Blogs*, *YouTube*, *MySpace* e o *Facebook*, que garantem a conectividade de milhões de utilizadores que partilham interesses em comum [12]. Comparativamente às plataformas empresariais (que incorporam RS privadas/internas), as plataformas sociais abertas/livres, são de longe, as mais utilizadas pelas PME na divulgação e venda dos seus produtos e serviços. São de fácil configuração, baratas e acessíveis para qualquer pessoa que utiliza a Internet. O gráfico da figura 2, apresenta a lista das RS mais populares até janeiro de 2018, com o *Facebook* a contabilizar mais de dois mil milhões de utilizadores [13].

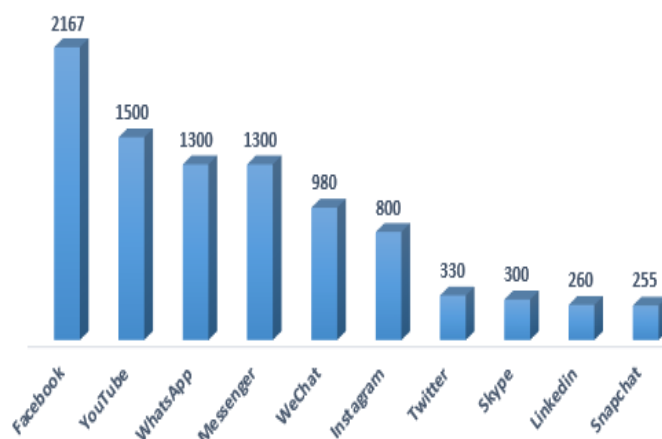


Fig.2 Redes sociais mais populares até janeiro de 2018.

Hoje o mercado é muito competitivo, e fortemente influenciado pela tecnologia. As plataformas sociais fazem parte desta tecnologia, e hoje transformara-se em autênticas máquinas de fazer dinheiro. Por conta disto, as empresas veem nelas, um recurso para aumentar as vendas e expandir a marca ou serviço, através do Marketing e da venda direta. O efeito multiplicador desta tecnologia, torna os utilizadores em peças decisivas no impacto destas sobre as empresas. A Internet deu uma abrangência sem precedentes às redes sociais e ajudou as empresas a romperem barreiras e a alcançarem novos mercados antes considerados difíceis de alcançar. As duas são responsáveis pelo relacionamento estreito entre empresa e cliente, e despertaram os gestores para maior utilização do Marketing digital na divulgação de marcas e produtos, em detrimento dos canais publicitários tradicionais. As RS, permitem que as empresas criem novos modelos de negócio e mais dinâmicos [14]. Com a sua utilização, as PME podem mobilizar mais clientes, melhorar a comunicação, conhecer melhor o comportamento e as tendências dos seus clientes.

Implementar RS nas PME implica tomar decisões firmes e certas para o negócio [15]. Um gestor deve saber combinar os interesses da sua organização, com as características das várias plataformas sociais existentes, para atingir o seu público-alvo.

Ahmad et al. [15], afirmam que a escolha inteligente das RS pelas PME trás as seguintes vantagens: Aumento do número de clientes, lealdade, reputação e conhecimento da marca, redução dos custos de comunicação, aumento das receitas e vantagens competitivas em relação a concorrência.

Muitas empresas, apostam na implementação das RS no negócio, porque para Neves [16], diminuem a complexidade dos processos diários, garantem facilidade no acesso a informação, e garantem uma interação dinâmica entre os *Stakeholders*. Elas permitem que as PME e os consumidores estejam muito próximos, e que a divulgação das informações sejam feitas em várias direções, de forma rápida e a baixo custo [17]. Elas têm um impacto enorme na redução de custos das PME e no aumento do seu alcance espacial. O seu impacto pode ser positivo ou negativo, vai depender da maneira como a empresa aborda a sua presença nestes espaços. Hoje juntamente com os *Smartphones*, são a forma mais fácil das empresas interagirem com os seus parceiros e clientes. As RS têm o poder de transformar pequenas em grandes empresas.

V. A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NAS PME

O crescimento acelerado da tecnologia, impôs ao mundo, um novo paradigma tecnológico. Vivemos numa era em que a TD se tornou num processo irreversível, onde as PME estão obrigadas a acompanhar o desenvolvimento da tecnologia. Para Rocha [18], “a TD das organizações não é uma opção, é uma obrigação”. Este é um processo que as empresas devem implementar hoje, para garantirem o amanhã [19]. Kane [20], define TD como a capacidade de adaptação que as empresas, líderes e funcionários têm, às mudanças da tecnologia digital que estão sempre em rápida evolução. TD também pode ser a utilização de novas ferramentas tecnológicas que facilitam a criação de valor e vantagens competitivas para a empresa [21]. Para EY e MA&A [22] “a transformação digital caracteriza-se pela fusão de tecnologias avançadas e pela integração de sistemas físicos e digitais, pela predominância de modelos de negócios inovadores, novos processos produtivos e criação de produtos e serviços inteligentes”. A sua implementação pelas PME, significa uma alteração de paradigma, uma mudança do tradicional para o digital a procura dos melhores produtos, serviços, estratégias, modelos de negócio e conquista de novos clientes e mercados, através da tecnologia.

A. Inovação VS Disrupção tecnológica nas PME

O desenvolvimento das TIC provocou o surgimento das tecnologias digitais e as empresas têm urgência em implementar, para segundo Evans [23], repensarem e redesenharem os seus modelos e processos de negócios tradicionais, tendo em conta a nova realidade, constituída por tecnologias disruptivas, consumidores digitais, computação ubíqua, e a interligação cada vez maior da sociedade. Implementar a TD, exige coragem e espírito inovador dos gestores. A inovação é algo inevitável no processo de digitalização das empresas [18]. Não há dúvidas que hoje, é uma base importante para o crescimento e afirmação de empresas e nações. Ela é a introdução de algo (produto, serviço, estratégia) novo ou melhorado significativamente por uma pessoa, empresa, país ou qualquer outra organização num determinado mercado. Saunila and Ukko [24], definem

inovação, como a oportunidade de por uma excelente ideia em prática, para resolver um problema importante. A inovação define e garante o futuro de uma empresa ou país, para tal é importante que faça parte do plano estratégico de quem lidera. O seu impacto está ligado à capacidade de substituir uma solução existente, implementar o novo e dar resultados melhores que a anterior. Quando o impacto da inovação provoca reações aos líderes de um determinado mercado, quer dizer que estamos perante uma possível disrupção, embora nem toda a inovação seja disruptiva, por mais sucesso que ela tenha [25]. Não é obrigatório que uma inovação rompa paradigmas, basta que ela melhor, sem ter que alterar o original. A transformação digital, obriga que as empresas coabitem com dois processos fundamentais, inovação e disrupção.

B. Inovação nas PME

Hoje a competitividade empresarial obriga uma inovação diária, desde processos, serviços e produtos. A oferta de algo novo e útil por meio da inovação tem sido determinante para o aumento das vendas, conquista de mais clientes e expansão da empresa e da marca no mercado. Para Yifeng [26], as organizações recorrem à inovação, como um dos fatores determinantes para garantia da competitividade no mercado. As PME como têm menos recursos em relação às grandes empresas, devem optar por estratégias eficientes, competitivas e abrangentes, mas, que tenham em conta a sua condição financeira e as limitações humanas. Wang [27], defende que a estratégia deve passar pelo reforço da sua capacidade de projetar e desenvolver produtos inovadores com qualidade e desempenho, que correspondam às exigências dos consumidores e que consigam despertar a imaginação dos mesmos. Para além de ser muito importante para as PME, a inovação deve ter em conta as características do mercado [28]. É imperioso que os gestores saibam o que é preciso inovar, como e quando inovar. Hoje, é exigido dos líderes das PME, capacidade e visão para mudarem a cultura da empresa e criarem condições que permitam a criação ou implementação do novo, para manterem as empresas competitivas.

Os líderes inovadores, transformam as barreiras que as PME enfrentam em vantagens. Isto faz das PME, organizações menos burocráticas Yifeng [26]. Mais importante que inovar é garantir que a inovação tenha um efeito positivo junto do público pela qual ela se destina. Para o caso em estudo, é fundamental que os gestores das PME angolanas desenvolvam capacidades para tornarem as suas empresas inovadoras e competitivas e que consigam perceber o processo disruptivo que as tecnologias digitais estão sujeitos a todo momento.

C. Disrupção tecnológica nas PME

O mundo esta envolvido numa atmosfera totalmente dinâmica, com mudanças constantes, impostas pelo ambiente competitivo que se vive, que segundo Korhonen and Halen [21], muitas vezes imprevisíveis e muito mais rápidas que as respostas. Essa dinâmica, impõe muitas vezes inovações disruptivas que se destacam pela substituição de processos existentes, por novos, tendo em conta a tecnologia. A quase dependência pela tecnologia impõe às empresas um processo de disrupção tecnológica constante. Disrupção é um termo

inventado pelo professor de Harvard, Clayton Christensen. [29], para caracterizar inovações que disponibilizam produtos acessíveis e aparentemente com menor qualidade que os já existentes no mercado, mas que em pouco tempo conseguem criar um novo mercado de consumidores e desestabilizam os líderes do sector. Ela sempre acompanhou as várias transformações tecnológicas que permitiram melhorias nos sistemas de produção, venda e outros. A disrupção sempre elevou o nível da digitalização, e permitiu a produção de tecnologia ou produtos melhores que os anteriores [21]. Por serem dinâmicas e inovadoras, Pantano [30], considera que as PME estão em constante inovação disruptiva. Este é um processo importante para a manutenção das PME, e aumento da sua capacidade competitiva no mercado.

D. Reinvenção das PME face a digitalização

A cultura competitiva instalada entre empresas, países e regiões económicas, obriga todos a investirem na I&D de novos produtos, serviços e estratégias, para a conquista de mercados, e internacionalização das marcas e das empresas. A transformação digital, tem sido a grande impulsionadora destas alterações. Está a revolucionar os processos de negócio de muitas empresas com nome e mercado, e a dar oportunidades para que novas organizações criem novos negócios baseados em tecnologia [31]. A tecnologia é a base da transformação digital. A sua implementação torna o negócio competitivo e provoca um impacto na estrutura, cultura, estratégias e processos das empresas [32]. A transformação digital será responsável pela inovação disruptiva dos negócios da maioria das empresas [18]. O processo de digitalização, permitiu uma reinvenção das organizações. As empresas deixaram de estar confinadas num espaço físico e passaram a ser móveis, flexíveis e ubíquas. Deram abertura para os funcionários trabalharem fora dos escritórios, que os clientes interagissem com as empresas independentemente da posição geográfica.

A mobilidade corporativa e os *Millennials*, são resultados da implementação das tecnologias digitais nas organizações. O conceito mobilidade corporativa começou com o *BYOD* (Traga o seu próprio dispositivo). Constantino et al. [33] e Tse et al. [34], afirmam que *BYOD* é uma política que permite a utilização de dispositivos móveis pessoais no trabalho, com privilégios de acesso a informações e outros recursos da empresa. Transformou o computador em posto móvel de trabalho. Os funcionários deixaram de estar sentados no computador da empresa para trabalharem. Dispositivos como *Smartphones*, *Tabletes* e *Notebooks*, apresentam características que deram maior flexibilidade e eficiência a esta tendência, e tornaram o processo irreversível para as organizações. Em função dos poucos recursos que as caracterizam, as PME aproveitam estas facilidades que a tecnologia oferece para minimizar gastos e maximizar lucros. Hoje as empresas vivem uma mobilidade corporativa digital em larga escala, imposta pela utilização de dispositivos móveis, da Internet e das TI da terceira plataforma de Tecnologias de Informação e inovação da IDC, que tornam possível a otimização dos processos e a realização de qualquer tarefa em qualquer lugar e até mesmo no comércio móvel. Esta tecnologia, garante às empresas,

maior presença e disponibilidade dos seus produtos e serviços aos clientes.

VI. RESULTADOS DO ESTUDO

O estudo apresentou resultados curiosos que, realçam o estado de implementação e utilização das TM e das RS nas PME. Os resultados mostram que 95,2% dos gestores acreditam que estas tecnologias podem contribuir para o crescimento das suas empresas, já que são muitos os benefícios que podem obter com a sua implementação como mostra o gráfico apresentado na figura 3.



Fig. 3 Fatores determinantes na implementação das TM e as RS nas PME angolanas

Dos gestores inquiridos, 94% utilizam dispositivos móveis nas suas empresas, o que a partida parece ser um dado bastante positivo, se não fosse a forma trivial como as mesmas utilizam estes dispositivos, dando maior importância no envio de mensagens e serviços de voz, em detrimento de atividades mais exigentes como: controlo das vendas, recolha e tratamento de dados, gestão de tarefas e *Analytics*, que garantem melhor desempenho da empresa, como podemos ver no gráfico da figura 4.



Fig. 4 Utilização das tecnologias móveis nas PME

Apesar de 95,2% dos gestores reconhecerem a importância da implementação das tecnologias móveis e das RS nas PME, apenas 63,9% aderiram as tecnologias sociais. O Facebook é a plataforma preferida das PME angolanas como mostra o gráfico da figura 5.

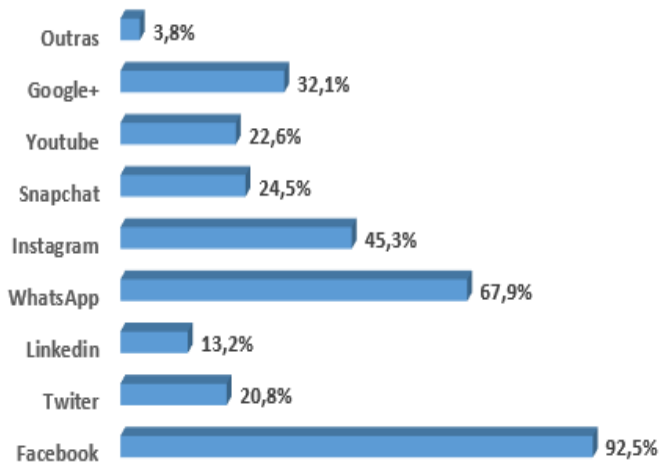


Fig. 5 Redes Sociais mais utilizadas pelas PME angolanas

A implementação e utilização das RS nos processos de negócio das PME angolanas, ainda é bastante sofrida. Tanto as empresas que já fazem uso deste recurso ainda que de forma trivial, como as que ainda não recorreram a estas plataformas, queixam-se da existência de dificuldades que impedem a utilização desta ferramenta como fator decisivo no crescimento dos negócios. O gráfico da figura nº 6, mostra as principais dificuldades que as PME angolanas atravessam.

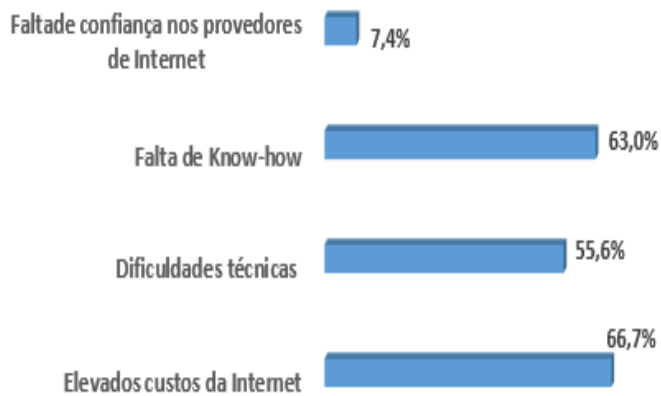


Fig. 6 Principais fatores que impedem a utilização das RS nas PME.

Mas importante do que ter presença nas plataformas sociais, é saber avaliar quais as que encaixam no perfil e nos objetivos da empresa, ter pessoal especializado na gestão das mesmas para definir as melhores políticas de utilização. O estudo revelou uma presença muito baixa de elementos fundamentais para a implementação e gestão das redes sociais nas PME. A maioria das empresas apresentam um défice

considerável de pessoal especializado na gestão desta ferramenta, como mostra a tabela nº1.

TABELA 1. Elementos importantes para a gestão das redes sociais.

	Responsaveis_RS	Políticas para utilização das RS	Métricas de desempenho
Sim	87,6%	76,8%	67,5%
Não	12,5%	23,2%	22,5%

A par das dificuldades espelhadas na fig. 6 e das insuficiências da tabela 1, o não alinhamento dos objetivos da empresa com as soluções tecnológicas disponíveis no mercado, também é um dos elementos que contribui para o impacto negativo da implementação e utilização das tecnologias móveis e sociais nas PME angolanas, comparativamente a outras realidades do globo. O gráfico da figura 7, mostra o resultado do impacto das referidas tecnologias nas PME, segundo os Gestores inquiridos.

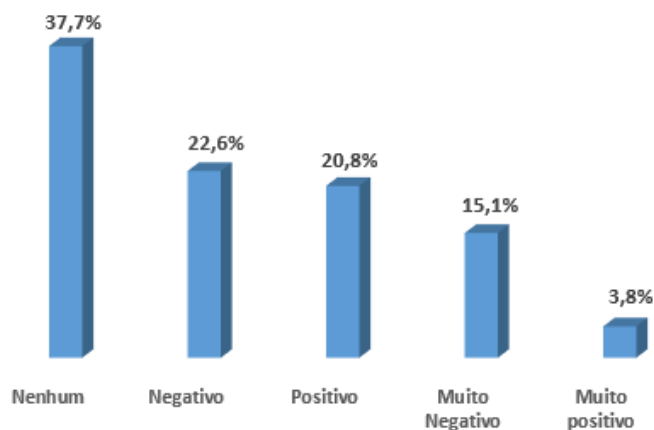


Fig. 7 Impacto das TM e das RS nas PME angolanas.

De forma global, o estudo revela que o impacto destas tecnologias ainda é negativo para as PME. Os gestores justificam as suas afirmações com bases nos pontos do gráfico da figura 8.



Fig.8 Fatores que contribuem para o impacto negativo da implementação das TM e das RS nas PME angolanas.

CONCLUSÕES

Atualmente, as empresas vivem um clima de pressão permanente, motivado pela dinâmica do mercado que constantemente altera os seus paradigmas. As tecnologias são um elemento determinante na forma como as empresas hoje conseguem produzir, vender, divulgar, interagir com clientes e colaboradores, bem como manter ou aumentar a sua competitividade no mercado. Elas hoje estão no epicentro das grandes transformações a que as empresas estão submetidas para sobreviverem num mercado global bastante competitivo e que não dá margem para grandes erros.

As TM e as RS são duas soluções acessíveis para as PME e que bem utilizadas podem elevar os níveis competitivos destas organizações. Foi por estas razões, que este trabalho se debruçou sobre a utilização e o impacto das TM e das RS nas PME angolanas. Do estudo, foram retiradas as seguintes conclusões, em função da realidade que se vive em Angola:

Existe um fosso muito grande entre a vontade dos gestores e aquilo que são as práticas corretas de implementação e utilização das tecnologias móveis e sociais nas PME;

A forma desconhecida como são utilizadas as tecnologias móveis e sociais, constitui um perigo para a sobrevivência das PME angolanas. Tudo porque não têm estratégias de implementação, não valorizam a segurança, não utilizam soluções inteligentes de *Big Data*, analítica de negócio e de *Cloud Computing*, e não têm pessoal qualificado para explorar o melhor que as tecnologias oferecem;

Os resultados mostram que o elevado custo da Internet, a falta de *Know-how* dos colaboradores e a falta de estratégias de implementação destas duas tecnologias, são os principais entraves da utilização vantajosa destas tecnologias nas PME e no negócio;

Não existe um alinhamento entre os objetivos da empresa e as várias soluções tecnológicas disponíveis;

Embora x% das empresas tenham implementado dispositivos móveis e redes sociais nos processos de negócio, ainda assim a avaliação que se faz é negativa, já que as mesmas não tiram o melhor rendimento destas duas tecnologias, baseando-se numa utilização bastante superficial.

REFERENCES

- [1] D. T. Antunes, "O Impacto do Enterprise 2.0 nas PME's de Excelência em Portugal," Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa, 2011.
- [2] IDC, "Diretório Global Das TIC," Lisboa, 2017.
- [3] G. Camponovo, Y. Pigneur, A. Rangone, and F. Renga, "Mobile Customer Relationship Management: An Explorative Investigation of the Italian Consumer Market," 2005.
- [4] T. Zarpou, M. Vlachopoulou, and F. Patsioura, "An Exploratory Research for Mobile Services Penetration in Greece," 2011.
- [5] M. N. Cortimiglia, F. Renga, and A. Ghezzi, "Mobile Social Networking: a Case Study in an Australian Mobile Network Operator," 2011.
- [6] P. S. Teta, "ESTADO DA ARTE DAS TIC E ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTAÇÃO EM ANGOLA," Maputo, 2016.
- [7] J. Bezerra *et al.*, "The Mobile Revolution: How Mobile Technologies Drive a Trillion - Dollar Impact," Boston, 2015.
- [8] M. Yonatany, "Platforms, ecosystems, and the internationalization of highly digitized organizations," *J. Organ. Des.*, vol. 6, no. 1, p. 2, 2017.
- [9] R. Adner, "Match your innovation strategy to your innovation ecosystem," *Harv. Bus. Rev.*, vol. 84, no. 4, 2006.
- [10] M. Iansiti and Levien, R., *The new operational dynamics of business ecosystems: Implications for policy, operations and technology strategy.*, vol. Working Pa. 2002.
- [11] R. Digitais, "Redes Sociais (ou Mídias Sociais_) Tudo o que você precisa saber." [Online]. Available: <https://resultadosdigitais.com.br/redes-sociais/#>. [Accessed: 20-Nov-2018].
- [12] N. R. Rao, *Social Media Listening and Monitoring for Business Applications*. 2016.
- [13] Statista, "Leading global social networks 2018 | Statistic," *The Statistics Portal*, 2018. [Online]. Available: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>. [Accessed: 15-Feb-2018].
- [14] T. Hennig-Thurau *et al.*, "The impact of new media on customer relationships," *J. Serv. Res.*, vol. 13, no. 3, pp. 311–330, 2010.
- [15] S. Z. Ahmad, N. Ahmad, and A. R. Abu Bakar, "Reflections of entrepreneurs of small and medium-sized enterprises concerning the adoption of social media and its impact on performance outcomes: Evidence from the UAE," *Telemat. Informatics*, vol. 35, no. 1, pp. 6–17, 2018.
- [16] B. P. A. Neves, "O impacto das redes sociais na rentabilidade e crescimento das PMEs: estudo aplicado ao Facebook," Coimbra, 2014.
- [17] H. Nobre and D. Silva, "Social Network Marketing Strategy and SME Strategy Benefits," *Journal of Transnational Management*, vol. 19, no. 2. pp. 138–151, 2014.
- [18] IDC, "Digital Transformation at Scale Innovation in a Changed World," 2016, pp. 1–50.
- [19] A. Rabelo, "Transformação Digital_ o que é e quais os seus impactos na sociedade," 2017. [Online]. Available: <https://marketingdeconteudo.com/transformacao->

- digital/. [Accessed: 06-Mar-2018].
- [20] G. C. Kane, "'Digital Transformation' Is a Misnomer," *MIT Sloan Management Review*, 2017. [Online]. Available: <https://sloanreview.mit.edu/article/digital-transformation-is-a-misnomer/>. [Accessed: 08-May-2018].
- [21] J. J. Korhonen and M. Halen, "Enterprise Architecture for Digital Transformation," *2017 IEEE 19th Conf. Bus. Informatics*, pp. 349–358, 2017.
- [22] EY and AM&A, "Avanço da Economia Digital," Portugal, 2017.
- [23] N. D. Evans, *Mastering Digital Business: How powerful combinations of disruptive technologies are enabling the next wave of digital transformation*. United Kingdom: PCS Learning & Development Ltd, 2017.
- [24] M. Saunila and J. Ukko, "Intangible aspects of innovation capability in SMEs: Impacts of size and industry," *J. Eng. Technol. Manag. - JET-M*, vol. 33, pp. 32–46, 2014.
- [25] E. Banzato, "INOVAÇÃO E DISRUPÇÃO NA CADEIA DE SUPRIMENTOS (SUPPLY CHAIN) _ Eduardo Banzato _ Pulse _ LinkedIn," 2016. [Online]. Available: <https://pt.linkedin.com/pulse/inovação-e-disrupção-na-cadeia-de-suprimentos-supply-chain-banzato>. [Accessed: 06-Mar-2018].
- [26] X. Yifeng, "Open innovation of small and medium sized enterprises and R & D public service platform: A case about the VIC model of Zhangjiang Hi-tech Park," *2011 Int. Conf. E-bus. E-Government, ICEE2011 - Proc.*, pp. 479–482, 2011.
- [27] H. Wang, "Developing Innovation Strategy for Small and Medium-Sized Enterprises in China," *2009 Int. Conf. Inf. Manag. Innov. Manag. Ind. Eng.*, pp. 570–573, 2009.
- [28] W. Reinartz, B. Dellaert, M. Krafft, V. Kumar, and R. Varadarajan, "Retailing innovations in a globalizing retail market environment," *J. Retail.*, vol. 87, no. SUPPL. 1, pp. S53–S66, 2011.
- [29] C. Christensen, "Disruptive Innovation." [Online]. Available: <http://www.claytonchristensen.com/key-concepts/>. [Accessed: 20-Feb-2018].
- [30] E. Pantano, "Innovation drivers in retail industry," *Int. J. Inf. Manage.*, vol. 34, no. 3, pp. 344–350, 2014.
- [31] "4 benefícios que a transformação digital traz à sua empresa - Opensoft," 2017. [Online]. Available: <https://www.opensoft.pt/transformacao-digital/>. [Accessed: 14-May-2018].
- [32] Digitalgreen, "A transformação digital das PME e os 4 gatilhos dos ecossistemas digitais," 2018. [Online]. Available: <https://www.digitalgreen.pt/home/2018/04/30/transformacao-digital-das-pme/>. [Accessed: 15-May-2018].
- [33] G. Costantino, F. Martinelli, A. Saracino, and D. Sgandurra, "Towards enforcing on-the-fly policies in BYOD environments," *2013 9th Int. Conf. Inf. Assur. Secur. IAS 2013*, pp. 61–65, 2014.
- [34] D. TSE, L. Wang, and Y. Li, "Mobility Management For Enterprises in BYOD Deployment," in *Trustcom/BigDataSEI SPA, 2016 IEEE*, 2016, vol. 76, pp. 638--645.