

UPDATE

#35
2018



Digital Business Community



DIGITAL BUSINESS
BREAKFAST

20 JUNHO 2018
MYRIAD CRYSTAL CENTER
PARQUE DAS NAÇÕES

Como está a IoT a mudar os negócios?



Reinventar o modelo de negócio com a IoT

Todos os negócios serão seguramente diferentes no futuro e uma das tendências que está a acelerar a mudança é a IoT. Através dela, as empresas começam a alterar estratégias e modelos de negócio e a criar novas ofertas centradas no cliente. O processo é evolutivo e a experimentação um fator crítico, numa realidade que releva que há muitas incógnitas e desafios.

COMO ESTÁ A INTERNET OF THINGS (IoT) a mudar os negócios? Este foi o tema de um Digital Business APDC que reuniu players de vários setores de atividade num debate sobre o presente e o futuro. As mudanças em curso são muitas e os modelos de negócio começam a alterar-se, ajustando-se a um novo mercado cada vez mais digital e a clientes mais exigentes e atentos. Há ainda muito que aprender e muito por fazer e a experimentação é apontada como a chave para o sucesso.

“Não há limites para a imaginação no que a tecnologia pode fazer com a IoT” e há, seguramente, “muitas oportunidades de negócio à volta dos devices”, começou por garantir o keynote speaker deste encontro. Para Miguel Lopes, VP Platform Strategy da OutSystems, que se centrou no tema “Acelerar a revolução da IoT: uma história real ao serviço dos cidadãos”, a IoT pode mudar totalmente o modelo de negócio das empresas.

A ‘poeira digital’ produzida pelo consumidor,

obtida através dos dados recolhidos em todos os dispositivos que usa no dia-a-dia, assume um papel crítico para as organizações, porque lhes permite avançar com novos negócios e ofertas. Os exemplos desta realidade multiplicam-se todos os dias em todas as áreas de atividade, com muitas empresas a ir muito além da mera recolha de dados dos clientes.

Há quem motive os próprios clientes, envolvendo-os ativamente em todos os processos, de forma até a ter novas ideias de ofertas, num processo evolutivo onde ambas as partes ficam a ganhar. “O interessante não está em acreditar, à cabeça, que se sabe o modelo de negócio final. Está sim na experimentação, no que se vai aprender com base nos resultados que ocorrem com a utilização pelos clientes, que têm as suas próprias motivações”, salienta o orador.

Mas aqui, “há desafios grandes nas empresas, para fazerem um projeto de forma orquestrada”. E a realidade dos fabricantes não ajuda, tendo em conta a existência de uma “dispersão brutal”



O debate sobre o tema reuniu players das áreas da saúde, banca, seguros e energia. Todos já estão a explorar o potencial da IoT e a definir novas estratégias.

de empresas, como mostram números da Gartner, que segue mais de 850 fabricantes de plataformas e devices de IoT, situação que Miguel Lopes antecipa que não irá mudar tão cedo, o que torna difícil a integração de soluções.

Há, no entanto, tendências cada vez mais claras na resposta à exposição dos dados. A aplicação da inteligência artificial, por exemplo, permite “fazer padrões e identificá-los, extraíndo do uso dos clientes as áreas que têm maior adoção”. A integralidade das transações, sabendo-se o que fica registado com tecnologia blockchain, é outra, permitindo assegurar o que se sabe com

confiança, exemplifica o KNS.

“Quando a tecnologia torna tudo mais fácil, é possível mudar o modelo de negócio”, mesmo que existam desafios na IoT, considera. É que passa a ser possível agir em tempo real e intervir para mudar resultados que eventualmente podem impactar o negócio. “O que interessa é poder passar a um modo de experimentação rapidamente, porque só experimentando, com o feedback de clientes, utilizadores e fornecedores, é que se vê se a mudança é real e se há oportunidades de negócio”. Miguel Lopes defende mesmo que há que “viver num modo de con-



tínua experimentação”, para que o modelo de negócio evolua, os clientes estejam satisfeitos e se consiga garantir a otimização operacional.

COMO USAR A MULTIPLICIDADE DE DADOS?

O debate que se seguiu, moderado por Rogério Carapuça, Presidente da APDC, que reuniu players das áreas da saúde, banca, seguros e energia, mostrou que todos estão já a explorar o potencial da IoT e a definir novas estratégias para o negócio. Até porque se têm que reajustar às novas condições de mercado, a clientes cada vez mais digitalizados e a capacidades de armazenamento e de processamento que não param de crescer.

O grupo José de Mello Saúde está muito atento ao que se está a fazer, um pouco por todo o lado, com a multiplicidade de dados que todos os dias são produzidos na sua operação. Rui Assoreira Raposo, administrador executivo, garante mesmo “que o futuro está a chegar” ao setor. Exemplos? Uma escova de dentes com sensores que mostram a saúde oral do utilizador e comunicam os dados a um contact center clínico, que os controla e emite alertas para eventuais problemas. Ou um hospital espanhol que tem 70 camas em casa dos pacientes, usando monitorização remota intensiva por parte da unidade hospitalar.

“A informação está a deixar de ser estática. Tudo podem ser indicadores de determinadas situações clínicas que, quando transformadas em informação útil, permitem que os problemas do paciente se resolvam de forma preventiva, sem chegar à situação aguda. É muito mais fácil e barato prevenir do que remediar, leia-se curar”,

explica este responsável.

Por isso, defende que é preciso que o mercado se deixe de centrar numa “cultura hospitalar egocêntrica, que é a que temos hoje, para passar ao paradigma da prevenção. Aqui, a IoT tem um papel como não há. Todos os devices e ligações à distância vão ser transformadas em valor efetivo, o que beneficia não só o doente e o cidadão, mas a sociedade como um todo, mantendo-nos mais ativos e produtivos”.

ECOSSISTEMAS COMPLEXOS

“Quando falamos em IoT, falamos essencialmente de sermos capazes de recolher um conjunto muito vasto de informação, que nos ajude a perceber o cliente em cada setor e de sermos capazes de atuar sobre esses indicadores”, começa por referir o administrador executivo do Banco BPI.

“Tornarmo-nos absolutamente omnipresentes na vida do cliente e transparentes é o grande objetivo do setor financeiro, hoje um ecossistema complexo, de várias peças, que nos permite há já algum tempo recolher muita informação sobre o cliente”, diz Francisco Barbeira. Aliás, não é por acaso que a banca tem múltiplos ATM’s, apps, soluções de home banking e cartões, através dos quais o cliente está sempre a ir ao banco, mesmo que não se aperceba disso. “Há muito tempo que a banca tem um ecossistema de sensores que permite conhecer o que se passa na vida financeira dos clientes”, garante o gestor. O grande desafio do setor está, contudo, na forma como se utiliza a informação recolhida. Aqui, a IoT permitirá “fazer muito mais”, com a melhoria da sensorização e reco-



lha de informação em áreas como os wearables, balcões físicos, “o canal menos lido”, ou mesmo por via do conceito de open banking. “Um cliente bancário tem, em média, 1,5 bancos. Por isso, verdadeiramente, ninguém pode dizer que conhece a saúde financeira integral dos seus clientes. O advento do open banking vai permitir, desde que o cliente queira, aceder a toda a informação financeira”, explica, “Necessário é também “saber atuar sobre essa informação”, que tem que ser olhada como oportunidade e não como custo. “Aí temos muito que fazer. O setor financeiro fez muita coisa, mas também desperdiçou muita informação”, diz Francisco Barbeira. Está, no entanto, convicto que os pagamentos se vão tornar nos

próximos anos mais transparentes, com os standards e interfaces a alterarem-se substancialmente. A evolução dos sistemas de segurança e a transformação do suporte ao aconselhamento financeiro do cliente são outras áreas onde a IoT vai transformar tudo. Tal como no tema do risco, que será “altamente disrrompido pela capacidade de recolher informação e de, em cima dela, colocar machine learning”. O setor segurador não foge à regra de uma transformação profunda nos próximos anos. Também aqui há uma “impressionante capacidade de recolher dados em tempo real. Em 10 anos, será assustador o que será possível”, antecipa Eduardo Romano, CIO da Liberty Seguros. Com um conhecimento dos clientes e dos ris-



Miguel Lopes

VP Platform Strategy, OutSystems

“O fundamental não está em acreditar que se sabe qual o modelo de negócio final, mas sim na experimentação e no que se vai aprender, com base nos resultados que surgem com o uso dos clientes, que têm as suas próprias motivações”

“Há, tipicamente, desafios na IoT. Mas toda uma panóplia de informação gerada através dos sensores permite agir em tempo real, com a experiência de negócio de cada um, para poder intervir e mudar os resultados que eventualmente impactam o negócio”

“Just do it. Passem à ação, com equipas que tenham vontade de implementar projetos de IoT com base na vida real, para aprenderem com o mercado”



Carlos Costa Pina

Administrador Executivo, GALP

“Há um potencial imenso que está à nossa frente para ser explorado. É um desafio, dada a emergência de novas empresas, as energy techs, que com uma matriz tecnológica, oferecem bundles de serviços. Ou tomamos medidas para liderar projetos desta natureza ou corre-se o risco de nos assumirmos apenas como fornecedores de produtos energéticos de marca branca”

“Temos que olhar para a cadeia de valor e ver o que pode e deve ser explorado no negócio da energia. Temos que estar na ponta final da relação com o cliente. Não se pode, de modo nenhum, perder este campeonato”

“As alterações dos perfis de mobilidade vão obrigar a mudar o atual modelo de negócio. Teremos que oferecer experiências ao cliente e saber tirar partido do potencial da tecnologia”



cos cada vez mais apurado, o setor vai, contudo, defrontar-se com alguns desafios. A começar pela extinção de alguns seguros não obrigatórios, que serão substituídos por soluções tecnológicas eficientes. Em carteira, ficarão os seguros obrigatórios e os eventos da natureza.

Por isso, as seguradoras terão de apostar no aconselhamento ao cliente. A rede de mediadores, eventualmente substituída no futuro por plataformas digitais, terá um papel relevante para aconselhar o cliente. Essa é uma área “cada vez mais essencial”, acrescenta o gestor.

Na energia, a utilização de tecnologia e de soluções de IoT é também cada vez mais abrangente. Sobretudo em empresas como a GALP, que tem

vindo a alargar a atividade muito além da refinação e distribuição de produtos petrolíferos, entrando em áreas como a exploração e produção e no gás e eletricidade. Carlos Costa Pina, administrador executivo da empresa, considera que há ainda coisas por fazer para garantir o negócio, sobretudo ao nível dos dados e da digitalização, claramente “um dos maiores desafios que se coloca ao setor”.

Na vertente industrial e de logística, “o potencial de utilização de sensorização e de extração de dados para a tomada de decisão tem um potencial imenso para explorar”, assim como no próprio funcionamento da empresa e na organização interna. Além das áreas mais diretamente

**Eduardo Romano**

CIO, Liberty Seguros

“Precisamos de mais uns anos de tecnologia e de conhecimento para dominar melhor o tema. O grande desafio dos próximos 5 anos será o de obter talento que saiba e queira trabalhar estas áreas”

“É impressionante a capacidade que já temos de recolher dados em tempo real. Daqui a 10 anos, será assustador o que será possível”

“A nossa vida é conhecer os riscos. Mas com um conhecimento cada vez maior, qualquer dia não haverá necessidade de seguros nas várias áreas. É preciso evoluir para o aconselhamento ao cliente, que será uma área cada vez mais essencial”

**Francisco Barbeira**

Administrador Executivo, Banco BPI

“Há muito que a banca tem um ecossistema de sensores, que lhe permite conhecer a vida financeira dos clientes. O nosso desafio está na utilização da informação e é nesta parte que a IoT pode trazer novidades”

“As fintechs fazem parte do ecossistema e gosto muito delas, porque vieram ajudar a estimular a inovação e a regulação. A maioria delas são colaborativas. Do lado dos incumbentes, a expectativa é que os bancos se tornem pontos fundamentais das plataformas e dos ecossistemas”

“Há muito que investir na segurança dos dados. O tema da privacidade é muito sério e temos que o manter sob observação, porque há o risco da transformação na forma como olhamos para a nossa informação”



Carlos Costa Pina, Eduardo Romano, Francisco Barbeira e Rui Assoreira Raposo admitem que há muitas dúvidas sobre o que vai ser este processo de mudança, sobretudo porque exige a colaboração entre os vários players para acontecer

ligadas à comercialização de produtos de energia, seja no B2B ou no B2C. Para o gestor, “há um potencial imenso que está à nossa frente para ser explorado”.

Mas num cenário a 10 anos, é impossível anteciper o que vai acontecer. A “incerteza é enorme”, sobretudo em empresas como a GALP. Tendo uma presença relevante no segmento da mobilidade, a evolução dependerá do que vai acontecer com o perfil de utilização dos automóveis, nomeadamente os elétricos e os sem condutor, assim como com o padrão de comportamento dos consumidores, nas suas preferências entre carro próprio e partilhado.

Todas estas razões farão com que “os modelos

de negócio tenham que ser reinventados. Não vamos poder estar apenas a fazer as mesmas coisas de modo diferente, com base em plataformas tecnológicas. É muito mais do que isso. Trata-se de, verdadeiramente, reinventar o modelo de negócio”, prevê Carlos Costa Pina.

NOVAS EMPRESAS DISRUPTIVAS

Questionados sobre o crescente número de empresas de base tecnológica que podem ameaçar os seus negócios, quase todos falam na necessidade construir ecossistemas e de fazer parcerias. Na banca, negócio que “será seguramente diferente”, Francisco Barbeira diz que é inevitável “a emergência das plataformas e dos



Rui Assoreira Raposo

Administrador Executivo, José de Mello Saúde

“O que vai acontecer, cada vez mais, é deixarmos de estar numa cultura hospital egocêntrica, a que temos hoje, para passarmos para o paradigma da prevenção. Aqui, a IoT terá um papel como não há”

“O ministério da Saúde é mais o ministério da doença. Investe na vertente curativa e não na prevenção. Não há qualquer incentivo para a sociedade e as pessoas investirem na sua saúde.

Enquanto continuar assim, como operador, tenho que ler os sinais do mercado e alinhar a operação, para poder capturar as oportunidades que existem”

“É muito mais barato prevenir do que remediar. Temos que investir na promoção da saúde e manter as pessoas fora do hospital. Em Portugal é o inverso e, por isso, o primeiro desafio é mudar o sistema”.

ecossistemas. É isso que vamos ver acontecer com muita preponderância nos próximos anos”, prevê. O caminho para os bancos só poderá passar por se assumirem como nova plataforma, criando um ecossistema. Neste, estão as fintechs, que vieram ajudar a estimular a inovação e a alterar a regulação. São “mais uma peça do ecossistema”, diz.

Mas o gestor do BPI concorda com a opinião dos restantes membros do painel de que “há muitas dúvidas sobre o é que vai ser esta mudança para todos os setores. É que, ao contrário de algumas outras transformações do passado, esta exige colaboração entre os vários players para acontecer. Não é uma coisa que possamos fazer sozinhos”.

Também Carlos Costa Pina destaca que muita da inovação do setor tem sido gerada “sobretudo por empresas de menor dimensão e de base 100% tecnológica. Com isso, têm tido um efeito disruptivo”. Perante a emergência destas, as energy techs, que se assumem com uma matriz estritamente tecnológica e oferecem um bundle de serviços de energia, as empresas tradicionais do setor têm duas alternativas: ou agem para assumir e liderar projetos desta natureza, ou passam a ser apenas fornecedores energéticos de marca branca.

Acrescenta ainda que podem até ser complementares, uma vez que a escalabilidade das soluções tende sempre a ser apropriada pelas empresas de maior dimensão. O que significa que há oportunidades para ambos os perfis de empresas. O gestor garante que “não se pode, de modo nenhum, perder este campeonato”, devendo manter-se sempre a ligação e relação com o cliente final. É o que a GALP está a fazer,

com a recente compra de uma participação relevante numa tecnológica espanhola de comercialização, contratação, ativação e faturação de eletricidade.

Já na saúde, a tecnologia está a ajudar a redução de custos, mas também a provocar uma disrupção. Para Eduardo Romano, é mesmo um acelerador da mudança de paradigma. Mas mais do que novos concorrentes tech, o problema é outro. “Há que alinhar os interesses e incentivos, para que o modelo de negócio efetivamente evolua, ou então nada acontecerá”, referindo-se concretamente à opção política por uma medicina curativa, ao invés da preventiva, o que obriga operadores como a José de Mello a alinhar a sua estratégia com esta opção, para poder aproveitar as oportunidades de negócio. “É muito mais barato prevenir do que remediar. Temos que investir na promoção da saúde e manter as pessoas fora do hospital. Em Portugal é o inverso e, por isso, o primeiro desafio é mudar o sistema”.

Questionados sobre a mudança de paradigma da IoT, ao passar-se de um cenário de escassez de informação para a abundância, todos admitem que muda muita coisa. Para Eduardo Romano, “quase todos os setores já se baseiam extensamente em dados”. O problema é que se as empresas conhecem as tecnologias de guardar, manipular e obter informação a partir dos dados, não as dominam. Por isso, é preciso “mais uns anos de tecnologia e de conhecimento. O grande desafio a cinco anos será o de obter talento que saiba e que queira trabalhar estas áreas”.

Também o gestor da Galp adianta que “dados, informação e conhecimento são coisas diferen-

tes que há que saber separar. Se as confundirmos será inútil”. É preciso saber segmentar, no universo dos dados, qual é a informação relevante e aplicar e produzir conhecimento com base nessa informação, para se poderem estruturar modelos de negócio que sejam viáveis. Nesta dimensão, “a tecnologia e a inteligência artificial associada dão uma grande ajuda”.

Rui Assoreira Raposo destaca o facto de, com o advento da tecnologia, o principal desafio ser o surgimento de novas competências e profissões. “Como sociedade temos que estar preparados para isto”, porque a realidade mostra a dificuldade em encontrar talento. Acresce a preocupação com a segurança dos sistemas e com a privacidade: “a informação que temos tem um valor inestimável, se for bem utilizada. Mas também pode ser mal aplicada e resulta em situações perigosas. É um tremendo desafio”.

A segurança é também uma das grandes preocupações de Francisco Barbeira. “Os clientes têm que sentir que a informação é recolhida de forma segura. No espaço da IoT, há aqui muita coisa para fazer”, diz.

Acresce o cibercrime, que tem que ser olhado com muita atenção, tal como a privacidade. “Corremos o risco de nos afastarmos de uma sociedade que olha para o tema da privacidade de forma deontológica, para a olhar de forma utilitária. O RGPD é, por isso, fundamental. O cidadão tem hoje mais poder, mas também mais responsabilidade”. Para o responsável do BPI: “como sociedade, temos que manter debaixo de olho este tema”.•



Patrocinadores do Digital Business Breakfast



Patrocinadores Silver



Patrocinadores Bronze

**AXIANS CGI CISCO DELOITTE DXC TECHNOLOGY FUJITSU GFI GOOGLE
HP HPE IBM MICROSOFT NOVABASE PAYPAL RANDSTAD SAS**

Parceiros

NOSSA VdA VIATECLA