

UPDATE

opdc

30° DIGITAL
BUSINESS
CONGRESS

LISBON & ONLINE EDITION

Reinventar com a tecnologia já!

Pioneira e verdadeiramente memorável. Foi assim a edição de 2021 do Digital Business Congress, um evento híbrido, esmagadoramente digital, em formato de programa de televisão.

PELA PRIMEIRA VEZ, a APDC avançou para este modelo, na sequência da situação pandémica, tendo ainda optado pela realização do maior evento do digital a 12 e 13 de maio, quando tradicionalmente o congresso se realizou sempre em novembro e, mais recentemente, em setembro.

Com o tema “Reinventing with Technology”, o 30º Congresso da APDC apostou em trazer múltiplos oradores, nacionais e internacionais, quer presencialmente quer online, para refletir sobre as estratégias certas para preparar o futuro desde já, retirando aprendizagens da difícil conjuntura, para preparar um amanhã mais sustentado, resiliente e inovador. O tema de fundo foi dividido em vários subtemas, que deram o mote aos dois dias de reflexão: “Pós-pandemia e recuperação económica”, “Media e Telecomunicações”, “Reinvenção dos Negócios”, “Tecnologia” e “O Futuro – Recuperação e Resiliência”.

“Sendo este congresso sobre reinvenção com a tecnologia, o que procurámos foi reinventar o congresso. Passou a ser um programa de televisão, completado com sessões interativas em paralelo. Estes dois dias foram dois episódios e teremos um terceiro episódio, do Estado da

Nação das Comunicações, quando o leilão de 5G terminar”, referiu no final do evento o presidente da APDC, Rogério Carapuça.

Para este novo formato de congresso, a APDC contou com o apoio da RTP, que assegurou a realização do evento para o digital. Os hosts Cristina Esteves e João Adelino Faria, jornalistas da RTP, estiveram em palco, em permanência, trazendo à Iniciativa uma dinâmica acrescida.

“Foram dois dias muito interessantes, desafiantes e com propostas muito diversas. Com muita polémica, como deve ser, quando se discute a inovação. Levo para casa várias tarefas”, referiu Maria Manuel Leitão Marques, presidente do congresso, no wrap-up de fecho de iniciativa, em que participou com o líder da APDC.

Para a atual deputada do Parlamento Europeu, uma das tarefas que levará para Bruxelas será a “garantia digital, uma composição de muita coisa que vi, que engloba o acesso, a conectividade, os computadores, a tarifa social de internet e o que talvez tenha sido o mais importante e repetido neste congresso: o desafio das competências, que é muito difícil de vencer”. Este é não só, na sua visão, um desafio de inclusão, mas também da ciência, que permitirá ao país



Foi a partir do Hotel MYRIAD que decorreu a gravação e transmissão da edição de 2021 do Congresso APDC. Com o tema "Reinventing with Technology", a aposta passou por trazer múltiplos oradores, nacionais e internacionais, quer presencialmente quer online, para refletir sobre as estratégias certas para preparar o futuro desde já.



Maria Manuel Leitão Marques, presidente do Congresso, e Rogério Carapuça, líder da APDC, a prepararem-se para dois dias totalmente disruptivos e com propostas inovadoras.



O apoio da RTP foi essencial para a realização do Congresso em digital. Os hosts Cristina Esteves e João Adelino Faria, jornalistas da tv estatal, trouxeram uma dinâmica acrescida.

“disputar uma posição nesta cadeia de competitividade. A garantia digital tem de ser uma bandeira europeia, mas a Europa, tal como nas vacinas, tem de olhar para o resto do mundo. Não podemos deixar partes do globo para trás, nesta transição digital”.

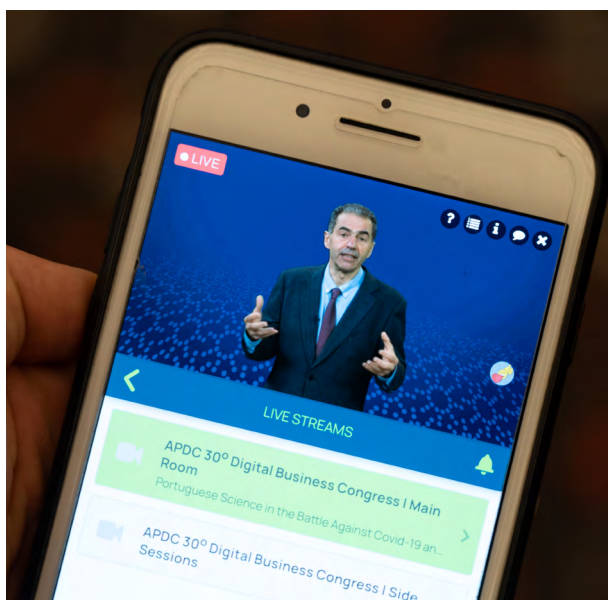
Mas a presidente do congresso leva mais “bandeiras”, como a necessidade de regulação de alguns aspetos da internet, nomeadamente a publicidade, “até em defesa dos meios de informação plurais”; a proteção dos dados; a transição do trabalho; a ética em tecnologia; e a transformação digital dos governos. Sobre a nova geração móvel, instou à aceleração: “despachemos no 5G, porque qualquer dia está aí o 6G e ainda não demos o passo para o 5”.

Hoje, e para dar conta “deste desafio, que é de Portugal, mas também da Europa, que está a correr contra o prejuízo, precisamos de uma grande parceria. Que envolva as empresas, o governo e os seus fundos, que têm de ser executados de modo a que produzam transformação, e a comunidade científica, para experimentar novos produtos e serviços na área da IA”.

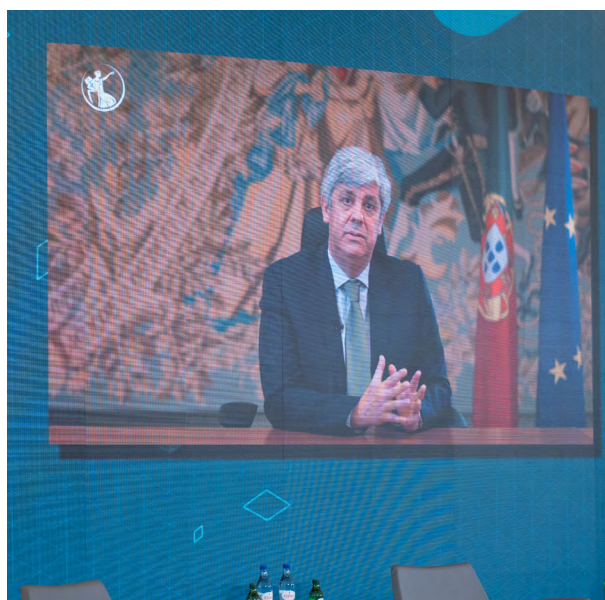
Já Rogério Carapuça passou em revista alguns dos momentos marcantes do evento, a começar pelo Presidente da República, que “chamou a atenção para a importância do digital e disse que o futuro das TIC é o futuro de todos nós”. O ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior “tirou lições sobre a pandemia e defendeu ser necessária mais articulação entre a ciência



O Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa, abriu esta edição do Congresso chamando a atenção de todos para a importância do digital no nosso futuro comum.



Para o ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, Manuel Heitor, a ciência fundamental desempenha um papel crítico na recuperação económica.



Mário Centeno, Governador do Banco de Portugal, defende que no processo de retoma económica deixar para trás setores ou parte da população não é uma opção.



O futurista e humanista Gerd Leonhard deu o mote ao tema “The Future Beyond Corona”, numa sessão onde antecipou mudanças fundamentais nos próximos 10 anos.

fundamental e as empresas disruptivas, assim como aprender ao longo da vida, trabalhar na regulação e partilhar dados abertos”.

Já o governador do Banco de Portugal destacou a “recuperação de banda larga como verdadeiro espírito europeu e congratulou-se do facto de, pela primeira vez, a Europa ter uma resposta comum à pandemia, sendo os serviços digitais fundamentais para a competitividade”.

Gerd Leonard apelou à “construção do mundo com mais pessoas, planeta, propósito e prosperidade”, enquanto David Simas “falou da necessidade dos líderes, cada vez mais, terem um propósito e liderar com menor assimetria, garantindo a inclusão. Não apenas para sentar as pessoas à mesma mesa, mas para tratá-las com a dignidade e qualidade que merecem”. Já

Richard Sims “chamou a atenção para o facto da mudança no trabalho não ser só o trabalho remoto, mas também a automatização, que vai mudar a natureza do trabalho”.

O secretário de Estado para a Transição Digital, tal como o Ministro da Economia, destacaram aspetos como “dar acesso a todos, dar computadores a todos os alunos e usar os fundos estruturais para que as empresas tenham acesso à transformação digital”. E a secretária de Estado da Igualdade considera “que é necessário uma política de igualdade também por razões económicas”.

Matthew Griffin alertou para que o “que vem a seguir à pandemia será cada um de nós decidir o que queremos fazer como pessoas novas” e Jeffrey Sachs mostrou “que devemos ter um



"How to Inspire and Lead People to Change the World in the Middle of a Pandemic": David Simas, CEO da Fundação Obama, falou do papel dos líderes e do sentido de missão.



No Estado da Nação dos Media, o papel das redes sociais e dos grandes agregadores face aos grupos de comunicação social voltou a gerar um grande debate entre os players.



“5G-Powered Digital Economy”: ninguém tem dúvidas do seu papel na retoma da economia e da grande oportunidade que representa para um futuro promissor na Europa e Portugal.

mundo mais digital, mais verde e com muito mais educação”. Luc Julia diz que “há problemas muito difíceis que os computadores não conseguem resolver, ao contrário do cérebro humano”.

O comissário europeu para o mercado interno falou de como Bruxelas quer construir uma Europa digital, o ministro das Infraestruturas e da Habitação de como as comunicações são fundamentais e da importância do 5G. No encerramento, o primeiro-ministro, António Costa, diz que “é hora de executar e de transformar”, sendo “essencial a mobilização de todos” para “garantir um melhor país para as gerações futuras”

No final da sua intervenção, o líder da APDC deixou claro que “a transformação digital chegou aos eventos e este congresso nunca mais voltará a ser igual. Este formato mostra que podemos chegar a audiências diferentes, mais vastas, mais diversas e ter connosco oradores de todo o mundo, que de outra forma não seria possível”.•



"Inspiring Youth" para a inovação disruptiva é a missão da TKS. Anupra Chandran, 17 anos, é um exemplo inspirador.



"Influencer's Dilemma": o mundo dos influenciadores está a mudar com a aceleração tecnológica.



"Portugal and the Future of Work": ficou claro que investir nas pessoas e nas suas capacidades é a prioridade.



O secretário de Estado para a Transição Digital está a analisar os investimentos a realizar na cobertura de redes.



"Reinventing Business & Life with Exponential Technologies": Matthew Griffin diz que temos de estar preparados.



Para o ministro da Economia e da Transição Digital, o país está preparado para fazer os investimentos necessários para acelerar a transformação digital. Se soubermos conciliar vontades, será a possibilidade de Portugal dar o salto.



"The Future of Automotive Industry": um setor que está a projetar um futuro mais digital e sustentável



"The Future of Government" é cada vez mais digital e Cheow-Hoe Chan falou do exemplo de Singapura.



"The Future of Retail": a experiência de Bernardo Perloiro (Majid Al Futtaim) mostra que tudo se centra no cliente.



"The Future of Energy": o net zero é a tendência e um verdadeiro game changer de um setor cada vez mais digital.



A secretária de Estado da Cidadania e Igualdade alerta para os riscos de retrocesso, com mais desigualdades.



A cientista Elvira Fortunado falou de "Materials Science & Technology" e diz que a pandemia foi um aviso.



Para Luc Julia, especialista em interação homem-máquina, a IA não existe como um todo. O que há são pequenas inteligências, ferramentas que aumentam a inteligência humana.



Portugal Strategy 2030: o mentor do PRR não tem dúvidas de que o desafio será a sua execução e operacionalização. Há que agregar vontades e fazer acontecer.



Thierry Breton, Comissário Europeu do Mercado Interno, destacou a forma como a Europa quer apostar na transição para o digital



O ministro das Infraestruturas e Habitação espera que o leilão de 5G aumente a concorrência e traga mais ofertas e mais diversidade ao mercado



O Primeiro-ministro encerrou o Congresso da APDC com uma mensagem: é a hora de executar e de transformar o plano de recuperação em ações tangíveis, envolvendo todos.

PROGRAMA

DIA 12 MAIO

Post-pandemic and Reinventing with Technology

09:00	Opening with the President of the Republic of Portugal
09:05	Reinvention with Technology
09:35	Portuguese Science in the Battle against Covid-19 and its role in the Economic Recovery
10:00	The Miracle of Multiplication of Merit
10:05	How to Guarantee Economic Recovery in a Post-Pandemic Europe
10:15	Economy and Health - How to Reconcile Priorities
11:00	The Future Beyond Corona
11:45	How to Inspire and Lead People to Change the World in the Middle of a Pandemic
12:25	Inspiring Youth

Telecommunications and Media

14:20	Influencers' Dilemma
14:55	The State of the Nation of Media
15:45	5G-Powered Digital Economy
16:35	APDC Best Thesis Awards Ceremony
16:45	Portugal and the Future of Work
17:45	Talking with the Secretary of State for Digital Transition

DIA 13 MAIO

Reinventing Business

09:00	Opening with the Minister of Economy and Digital Transition
09:15	Reinventing Business & Life with Exponential Technologies
10:00	The Future of Government
10:35	The Future of Automotive Industry
11:10	The Future of Retail
11:45	The Future of Energy
12:20	Diversity and Inclusion
12:40	Digital with Purpose

Technology

14:15	Materials Science & Technology
14:35	There is no Such Thing as Artificial Intelligence
15:15	Technology - Comments

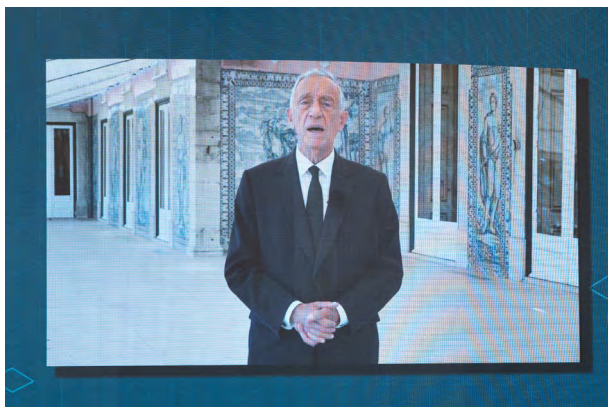
The future - Recover & Resilience

15:35	How to Allow Europe to Make the Most of the Digital Transition
15:45	Portugal Strategy 2030
16:30	The Opportunity of the Recovery and Resilience Plan for Cities and Territories
17:10	The Future of Media
17:25	Speech of the Minister for Infrastructure and Housing
17:35	Wrap-Up
17:50	Closing with the Prime Minister of Portugal

DIA 12 MAIO

POST-PANDEMIC AND REINVENTING WITH TECHNOLOGY

OPENING



Marcelo Rebelo de Sousa,
Presidente da República

“A palavra que quero deixar é futuro. O futuro do digital, das comunicações que fazem a diferença. O futuro da mudança. A mudança como a grande constante, científica, tecnológica, financeira, económica, social e cultural. Está nas vossas mãos e o vosso papel pioneiro é indiscutível”

“Agora, não é apenas consolidar o passado, nem recuperar. É reconstruir uma realidade diversa para um mundo, uma Europa e um Portugal diversos. O que significa ter ambição, ter metas, antecipar as mudanças do futuro e mudar comportamentos”

“Não pode haver um dualismo agravado da sociedade portuguesa entre os que acompanham e os que não acompanham o digital. Essa deve ser a vossa preocupação. Que o encontro seja mais do que um reencontro. Neste arranque do futuro, que seja uma aposta determinada no futuro do país”

REINVENTION WITH TECHNOLOGY



Maria Manuel Leitão Marques,
presidente do Congresso APDC

“Refletir sobre o futuro e antecipar tendências foi sempre o que se procurou fazer nos congressos da APDC. Não apenas o futuro das tecnologias, mas sobretudo saber como é que as tecnologias têm impacto na economia e na sociedade. É esse o grande desafio da Europa”

“Todos falamos de transição digital e climática, mas a grande preocupação é evitar que estas duas transições deixem muitos de fora. É preciso antecipadamente gerir essa transição. No digital, a pandemia tornou visível o que já existia: a desigualdade entre ricos e pobres e entre homens e mulheres”

“O grande investimento terá de ser feito nas competências digitais, se Portugal não quiser ficar numa posição de valor acrescentado menor na economia digital. Conseguir ter tarefas ao longo de toda a cadeia do digital é que tornará o país numa economia mais competitiva. Tem que se repensar e redesenhar a forma como produzimos e vivemos”



Rogério Carapuça,
presidente da APDC

“Há três palavras-chave nas TIC: transversalidade, responsabilidade e ambição. Transversalidade, porque o setor muda a vida dos outros setores, das pessoas e da forma como se governa. Responsabilidade, pois temos que ser capazes de fazer esta transformação digital de uma forma inclusiva, que não deixe ninguém para trás. Ambição, para termos um país melhor, mais diferenciado e competitivo. Isso é possível, com tecnologia. É só usá-la bem”

“Os incentivos são fundamentais e a pandemia significou um incentivo brutal de transformação. A forma como estamos a enfrentá-la tem a ver com os resultados das TIC, da ciência e a reinvenção dos negócios para fazer face a essa situação. As crises são também importantes para vermos que existem coisas mal preparadas”

“Não podemos parar de falar disto, porque as pessoas esquecem. Depois da pandemia começar a ser gerível, não podemos esquecer. É preciso estruturar de forma diferente as cadeias de valor. Temos que passar à ação, não com grandes estratégias globais, mas indo ao terreno e garantindo que as coisas mais complicadas possam ser mais simples”

PORTUGUESE SCIENCE IN THE BATTLE AGAINST COVID-19 AND ITS ROLE IN THE ECONOMIC RECOVERY



Manuel Heitor,

ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior

“Vivemos em tempos de incerteza, sobretudo de ignorância coletiva sobre o futuro. Por isso, o debate sobre aprender a viver numa sociedade com risco é o melhor desígnio para as futuras gerações. O que exige mais conhecimento, que só se obtém se o desenvolvermos para enfrentar esta incerteza onde vivemos de forma crescente”

“Temos a necessidade de conjugar melhor as necessidades da transição digital, tão intrínsecas à atividade de todos, com o que é a emergência de olhar para a transição climática. É na sinergia entre os desafios de uma e outra que hoje o debate sobre o conhecimento e a ciência deve estar cada vez mais centrado. Se hoje sabemos que a ciência cura, também sabemos que cria mercados e novos empregos”

“Ao longo dos próximos meses e anos teremos que refletir muito sobre o que aprendemos com esta pandemia. Mas há lições que já poderemos tirar. Como a articulação crescente entre a ciência fundamental e a capacidade de empreender e de desenvolver novo conhecimento, com empresas verdadeiramente disruptivas. E de aprender mais ou de ter um quadro regulatório mais robusto, sobretudo no que respeita às inovações disruptivas que temos de acelerar”

THE MIRACLE OF MULTIPLICATION OF MERIT



Pedro Faustino,

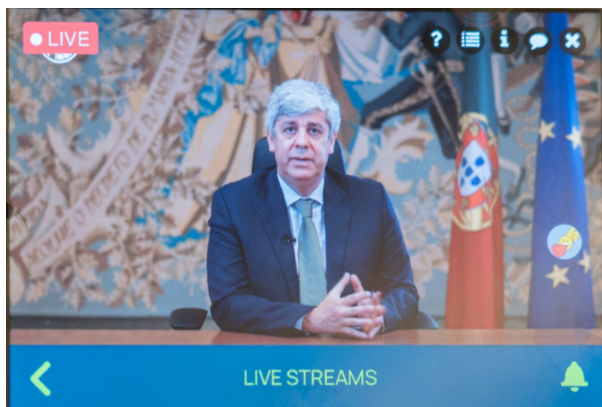
managing director da Axians Portugal

“Estou aqui hoje convosco em choque. Porque alguns números têm-me deixado em choque. 61 mil milhões de euros: é este o tamanho do envelope financeiro que está disponível para Portugal até 2029”

“Estamos perante a situação insólita de termos, provavelmente, muito mais meios financeiros em Portugal do que talento e gente qualificada para os aproveitar. Sabemos que o talento é dos fatores mais críticos para o desenvolvimento económico e que hoje é cada vez mais o mercado global. Por isso, não temos tempo. Não podemos esperar uma ou duas gerações”

“O talento precisa, mais do que um pacto de regime, de quase um choque de regime. A tecnologia pode-nos ajudar nesta urgência nacional de desenvolvimento de talento. Este é um momento de união no skilling e reskilling e é hoje, agora”

HOW TO GUARANTEE ECONOMIC RECOVERY IN A POST-PANDEMIC EUROPE



Mário Centeno,

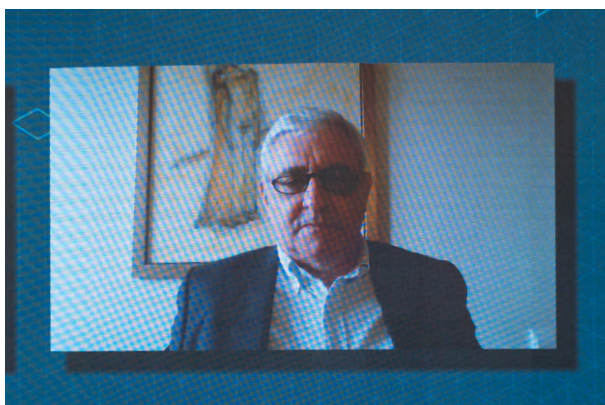
governador do Banco de Portugal

“Precisamos de uma recuperação de base alargada, com um verdadeiro espírito europeu. É nossa obrigação assegurar-nos que nenhum setor ficará para trás e que terá o suporte necessário. Esperamos que a atividade económica recupere gradualmente, suportada pela continuação da forte resposta em termos de políticas de apoio e o desenvolvimento do processo de vacinação”

“Não nos podemos enganar. Devemos endereçar os recursos públicos para quem precisa, respondendo às necessidades à medida que forem surgindo, de uma forma direcionada. Numa recuperação assimétrica, as escolhas têm de ser feitas. E todos os agentes económicos devem participar, para impulsionar em conjunto o processo de retoma económica. Desta vez, deixar para trás setores ou parte da população não é uma opção. Nenhum setor de atividade poderá aguentar a recuperação por si só”

“Nesta fase, o desenvolvimento tecnológico impactará toda a cadeia de valor de produtos e serviços, promovendo a realocação económica dos fatores para um mais eficiente e sustentável uso de recursos”

ECONOMY AND HEALTH - HOW TO RECONCILE PRIORITIES



Henrique Barros,

presidente do Instituto de Saúde Pública da Universidade do Porto e presidente da Associação Internacional de Epidemiologia

“Não estamos a mudar a forma de responder a uma pandemia, mas apenas a mudar a intensidade e natureza da resposta. O que mais importava, para responder a esta crise, estava desacreditado ao nível político e das instituições: era a ciência das populações e a saúde pública”

“Não temos um país B ou um planeta B. Vimos e vivemos uma revolução científica, com o digital. Mas não estamos a controlar a qualidade da resposta. Precisamos de uma humildade maior para podermos avançar mais rapidamente e encontrar as soluções”

“A desigualdade de acesso e na capacidade de navegar no sistema é clara. Tínhamos obrigação de estar mais preparados para dar resposta à situação. Respondemos demasiado emocionalmente e, seguramente, que devíamos ter feito mais. Espero que o estejamos a fazer para o futuro. Porque o vírus já não é epidémico, vai ficar endémico e estar sempre connosco”



Francisco Veloso,

dean do Imperial College Business School

“É preciso criar uma maior ligação entre as dimensões económica e epidemiológica. Uma das áreas em que há muito trabalho a fazer é numa maior integração, com decisões para minimizar o impacto económico que existe para as cidades, regiões e países. Este trabalho não foi feito na atual crise. O que fez com que as pessoas tomassem um conjunto de decisões baseadas no contexto do que numa estrutura de intervenção, para uma resposta mais uniforme”

“Não estamos com capacidade de aprender com o impacto que existe para as populações mais vulneráveis. A nossa população, tal como o impacto da pandemia, é extraordinariamente assimétrica. Temos de fazer uma revolução na forma como fazemos saúde e desenvolvemos algumas atividades económicas, de uma forma cada vez mais digital”

“Como é que nós olhamos para a frente? Há um conjunto de lições tiradas no suporte e apoio às pessoas e no envolvimento da comunidade que, se forem desenvolvidas, podem fazer uma diferença muito significativa”

THE FUTURE BEYOND CORONA



Gerd Leonhard,
futurist & humanist

“O impensável está a tornar-se o novo normal.

Habituem-se. Veremos mudanças fundamentais nos próximos dez anos. Empresas, pessoas e governos estão à procura de um novo propósito, que não pode ser só lucro e crescimento. Tem que haver um “novo como”, ligado ao planeta e à prosperidade. Este é o novo paradigma, o driver por detrás das mudanças que estão a ocorrer”

“O desenvolvimento tecnológico tem sido gigantesco.

A ficção científica tornou-se realidade e estamos no ponto de viragem, em que tecnologia consegue fazer tudo. O futuro está a acontecer mais depressa do que nunca. Teremos que descobrir como fazer da tecnologia o melhor que ela pode ser. Porque há muitas oportunidades, mas também duros desafios, éticos e humanos. Tudo é conectado e é mais inteligente. E tudo pode tornar-se tudo”

“Estamos rodeados por tecnologia, que é poderosa e explosiva. Mas veremos o renascimento do novo humano, da importância das pessoas, dos relacionamentos, experiências, confiança e sabedoria. Isso será a chave para o futuro. Teremos todas as ferramentas, mas teremos a sabedoria? Essa é a questão fundamental”



Vanda Jesus,
executive diretor da Portugal Digital

“Se 52% da população nacional tem competências digitais básicas, 18% ainda não tem sequer acesso à internet. E o número antes da pandemia era de 22%. Nem sequer é um problema de produtividade neste novo mundo digital. Por isso, estamos a desenvolver um conjunto de medidas de inclusão digital e de trabalho ao longo da vida”

Estamos a preparar uma estratégia de dados que não é só da ciência e da economia. Temos de juntar todos os atores para garantir a governance, porque sem dados não temos IA e tudo o resto. A cibersegurança é outra prioridade onde trabalhamos conjuntamente”

“No privado e público, quando trabalhamos juntos, nos vários projetos para testar e inovar, fica claro que a simbiose é crítica para o futuro.

Precisamos muito dos líderes das empresas privadas, mas também de os ajudar a fazerem o trabalho de serem mais digitais”



Carmo Palma,
managing director da Axians

“A tecnologia traz-nos muitas potencialidades. O tema é o que fazemos com ela e como a aplicamos. É este balanço que depende de todos nós, da consciência social, as éticas de liderança pública e privada. A tecnologia traz escala e velocidade e quando as escolhas são boas, é espetacular”

“Vejo várias mudanças a acontecer. Há muita cocriação e experimentação, com modelos de trabalho cada vez mais flexíveis. Há muito pouco de business as usual. De alguma forma, estamos todos conscientes de que este é um novo normal, que temos que abraçar e saber gerir”

“Tudo é muito complexo. Parece que não temos tempo suficiente para conseguir fazer tudo. Estamos a viver um extremo de imprevisibilidade. Este novo caos faz parte e temos que saber e aprender a viver com isso”

HOW TO INSPIRE AND LEAD PEOPLE TO CHANGE THE WORLD IN THE MIDDLE OF A PANDEMIC



David Simas,
CEO da Obama Foundation

“O impensável está a tornar-se o novo normal.

Habituem-se. Veremos mudanças fundamentais nos próximos dez anos. Empresas, pessoas e governos estão à procura de um novo propósito, que não pode ser só lucro e crescimento. Tem que haver um “novo como”, ligado ao planeta e à prosperidade. Este é o novo paradigma, o driver por detrás das mudanças que estão a ocorrer”

“A única constante na vida é a mudança e nos últimos meses tivemos muito mais mudanças do que antecipávamos. É tudo acerca de novas possibilidades e de reinvenção. De não voltar ao status quo. Como nos vamos reinventar? Em alturas de incerteza, ou estamos muito seguros, ou não podemos assumir que, ao sairmos disto, o que era antes se vai manter”

“É necessário manter a clareza da missão e da visão, como empresa, organização ou indústria, mas é insuficiente. Porque se lida com pessoas que nunca passaram com esta experiência e que precisam de um propósito. Um líder tem que dar à equipa um sentido de missão, um propósito. Em momentos de incerteza, quando as pessoas sentem certezas, tudo funciona”



Aida Chamiça,
executive coaching

“Somos todos do mesmo tamanho e temos a ilusão de estar em posições diferentes. Como todos acreditamos nesse paradigma, há assimetrias que aceitamos. Um líder é alguém que assume a responsabilidade de partilhar com equipas um propósito e de as inspirar. Felizmente, é neste sentido que vão muitos líderes nacionais”

“Este sentido de missão, a capacidade de comunicar a razão, tem imbuído os líderes empresariais. Têm abraçado este desafio, mas é uma caminhada. Já a nível político vejo pouca liderança, no sentido do propósito, de haver autenticidade e proximidade. Todos sabemos que a inteligência política não é sinónimo de estar a prestar um serviço público”

“A forma como se lidera e motiva é com autenticidade e transparência. Os líderes que puderam mostrar a sua verdadeira face e até vulnerabilidade e desgaste que estão a ter, naturalmente deram um exemplo de proximidade com as pessoas. Os que o não puderam fazer, cavaram um fosso com as equipas. Os resultados foram diametralmente opostos”



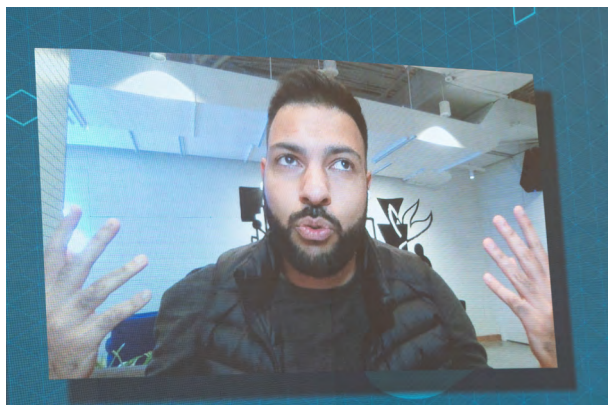
Miguel Xavier,
director do National Mental Health Programme

“A crise é algo em que mergulhamos e quando saímos ficamos sempre diferentes. O que deve orientar um líder, seja de uma empresa, seja de uma equipa de cuidados intensivos, é ter aspirações, ter capacidade de mudança e ter valores”

“Tudo está ancorado num sistema de valores que funcione, ou o líder é um líder a prazo. Ninguém aceita ser liderado de forma convicta e em partilha por alguém com quem não consegue fazer uma similitude de valores”

“Temos que ver se os líderes que temos foram capazes de enfrentar a crise. Sim e não. Mas têm alguma desculpa, porque o que nos caiu em cima era algo sem livro de instruções. Havia muitas coisas que ultrapassavam a nossa capacidade de adaptação momentânea, porque nunca as tínhamos vivido”

INSPIRING YOUTH



Nadeem Nathoo,

co-fundador da The Knowledge Society (TKS)

“Como poderão os jovens treinar para serem CEO’s, líderes de topo, inovadores ou cientistas? É isso que a TKS pretende ser, a instituição onde podem ser curiosos e treinar a utilização de tecnologias emergentes para resolver problemas complexos do mundo. Trabalham em áreas como a cura de doenças, criar empresas e trabalhar coisas que possam ajudar a sociedade”

“Recebemos jovens entre os 13 e os 17 anos, que nem sequer sabem criar códigos e num ano ou dois conseguem fazer coisas incríveis e inesperadas. Não nos importamos com idades ou escolas na seleção, mas sim com a curiosidade, com jovens que adoram aprender, que têm ambição e que pensam maior e têm atitude de trabalho”

“Reinventar a educação é objetivo. Temos que nos perguntar qual é a definição de educação. Acredito que o potencial humano é o recurso mais valioso que temos enquanto civilização. Agora não estamos a fazer um bom trabalho. Na TKS, damos aos jovens a oportunidade de maximizar o seu potencial e as probabilidades de sucesso”



Anupra Chandran,

estudante da TKS

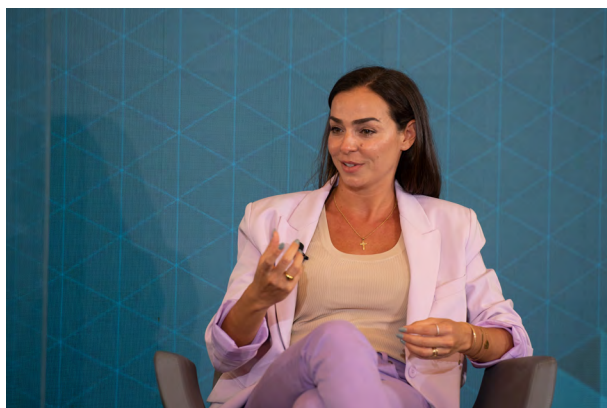
“Na maioria da minha vida, sempre me vi a ter impacto no mundo. Quando comecei na TKS não sabia muito de tecnologia e a forma como poderia ser usada para resolver grandes problemas. Fiquei exposta a um mindset de exploração e a tentar perceber as diferentes tecnologias”

“Dentro do programa, aprendemos a codificar e a construir projetos, a criar propostas a partir de ideias que ninguém trabalha. Ficamos não só com o conhecimento, mas com as capacidades para resolver problemas. O que é mais importante é ser capaz de trabalhar muito, fazendo a prioridade, e ter a capacidade de pensar diferente, transformando ideias em soluções pouco convencionais”

“Tenho grandes objetivos e a TKS ajudou-me a ter capacidades que nunca pensei. Neste momento, estou interessada nos grandes problemas existenciais do mundo, como as alterações climáticas, e nas doenças do envelhecimento, como o Alzheimer”

TELECOMMUNICATIONS AND MEDIA

INFLUENCERS' DILEMMA



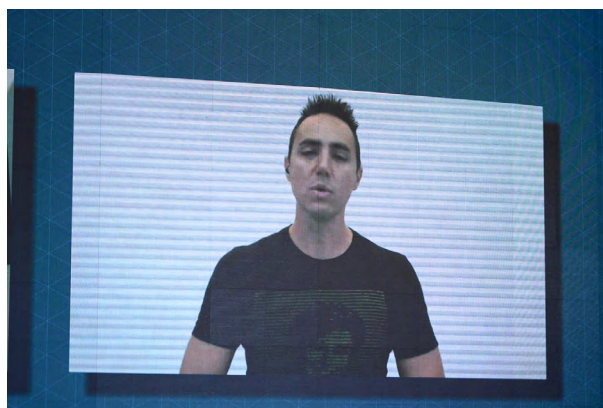
Vanessa Martins,

digital influencer & Frederica Agency

“O mundo dos influenciadores está a avançar e a mudar rapidamente. Eu própria estou a surfar esta onda, que ninguém sabe quando terminará. A mudança é acelerada para nós e para as marcas que nos contratam. Estamos sempre a descobrir o que é certo e errado”

“Os influenciadores são todos diferentes. Há espaço para todos e andamos todos a aprender uns com os outros e a profissionalizar esta atividade. Aí está a magia disto: não sabemos o que vai acontecer amanhã”

“O nosso maior poder é sermos únicos e termos uma forma de estar distinta. É a mais-valia em ser influenciador. Temos que fazer coisas diferentes, todos os dias, e são as pessoas que nos escolhem. Todas as marcas vão precisar de influenciadores, porque precisam de uma persona para trazer as pessoas do online para o offline, o que vai passar muito por parcerias”



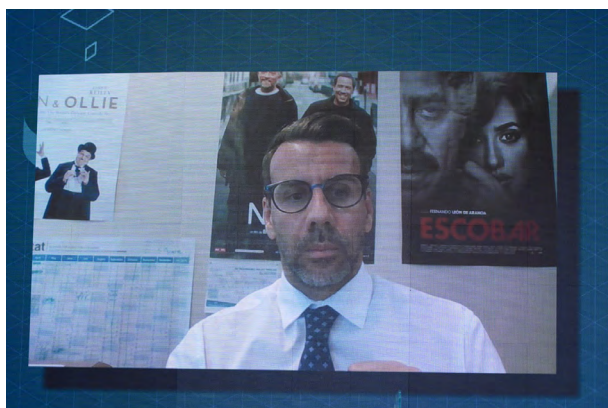
Ricardo Rocha,

CEO LuizaLabs & Lu de Magalu, virtual influencer do Brasil

“A Lu é uma influenciadora virtual que surgiu para ultrapassar o receio do mundo digital. Veio humanizar o digital, ajudando as pessoas a entender como funcionam as compras online. Completa dez anos de influência no canal YouTube e é a 3a maior influenciadora digital do mundo. Hoje é tudo natural. A Lu até recebe propostas de namoro e de casamento”

“Descomplicar e simplificar a explicação sobre a tecnologia foi o propósito. A Lu facilitou o entendimento do consumidor, de uma forma simpática e humanizada, no fluxo de compra. Agora tem uma estratégia para continuar e ampliar a sua missão de ajudar as pessoas a passar a fronteira entre o mundo físico e digital”

“O marketing de influência permite trazer o produto para o contexto, o que muda a abordagem. É preciso aproveitar a naturalidade e a espontaneidade do influenciador. O marketing de influência é uma convivência entre influencer e as pessoas que o seguem”



Ricardo Castanheira,

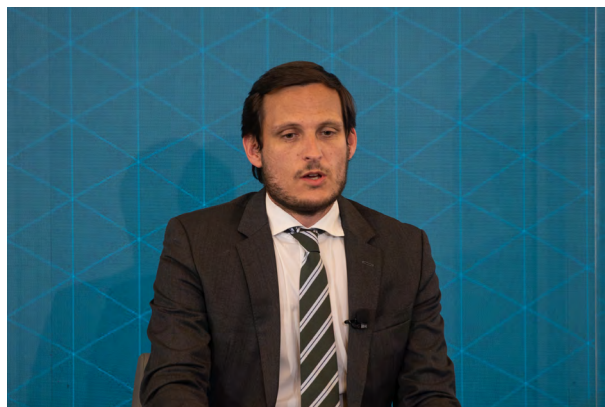
counselor digital & telecom coordinator da REPER -
Permanent Representation of Portugal to the European Union

“Este mundo dos influenciadores ainda é novo do ponto de vista regulatório. Há um conjunto de dilemas e perplexidades nesta discussão, mas a maior parte das plataformas e redes sociais onde os influenciadores se movem não existiam quando a legislação foi aprovada. Existe claramente a necessidade de atualizar o enquadramento regulatório”

“Os influenciadores são necessariamente de produtos e estão associados a uma mensagem comercial forte. Há que definir o seu papel na cadeia comercial, que tem impactos em muitas áreas. Até agora, estamos perante iniciativas de autorregulação das plataformas e dos serviços ou de co-regulação para resolver alguns dos problemas que vão surgindo”

“A verdade é que a UE tomou a decisão, através do Ato dos Serviços Digitais, de trazer maior segurança jurídica a toda esta discussão, corrigindo alguns desequilíbrios do jogo e evitando a fragmentação regulamentar, que não é boa nem para os consumidores, nem empresas. Estamos agora em negociações”

THE STATE OF THE NATION OF MEDIA



Francisco Pedro Balsemão,

presidente executivo da Impresa

“O papel desempenhado pelas redes sociais e dos grandes agregadores é muito importante. Mas o modelo de negócio dos media tem vindo a ser, de alguma forma, destruído, no que respeita à publicidade, porque os anunciantes estão a canalizar os investimentos para o digital, onde há dois players hegemónicos: Google e Facebook”

“Os conteúdos que desenvolvemos têm custos, em termos de investimento em pessoas e tecnologia, e são monetizados por estes players, à nossa custa. Claro que queremos que seja atribuído um valor aos nossos conteúdos, que seja justo e digno, uma retribuição pelo que produzimos, que seja paga pelas plataformas”

“Sendo gatekeepers, são ao mesmo tempo árbitros das plataformas e players. Têm um duplo papel e isto faz com que haja a capacidade e incentivo de desenvolver algoritmos e outros mecanismos para se defenderem a si mesmos. Mas nenhum publisher pode deixar de estar num gatekeeper como a Google, porque deixa de existir na internet. Mais vale declarar falência”



Luís Manuel da Cunha Velho,

CEO da Plural Portugal e administrador da TVI

“Com a pandemia, o mercado publicitário caiu cerca de 95 milhões de euros, ou seja, 15%. É muito, para um mercado tão pequeno e para canais que vivem quase exclusivamente da publicidade. Os conteúdos e as marcas fortes cada vez mais vão ser o foco principal e custam dinheiro. Precisam de ser pagos e é necessário encontrar modelos que trabalhem os algoritmos, para não desviarem os conteúdos para outro tipo de plataformas que fogem ao nosso controlo”

“Não somos contra as grandes plataformas. Queremos é que elas olhem para os conteúdos e que lhes deem a justa remuneração. Estamos a fazer o nosso caminho e elas são muito importantes”

“Há que ter o engenho e a habilidade de criar conteúdos para vários devices. Quanto mais conteúdos diferenciadores e maior número de devices, melhor. Não podemos viver em democracia sem um bom jornalismo e é nisso que apostamos”



Hugo Figueiredo,

administrador da RTP

“Toda a área do entretenimento, mas, principalmente, do jornalismo, carece de modelos novos. Nunca podemos esquecer que a qualidade do jornalismo é um dos pilares da democracia e é preciso reconhecer esse facto. Nomeadamente através da intervenção dos governos, com nova

regulação, porque a defesa do jornalismo deveria ser uma prioridade. O modelo que esteve em vigor nos últimos 50 anos funcionou, mas está a esgotar-se”

“Todas as medidas que contribuam para a qualidade do jornalismo, seja do serviço público ou dos privados, serão sempre bem-vindas. Não interessa a ninguém que a qualidade dos operadores desça, porque têm que cortar custos e que, por via indireta, a democracia fique ameaçada”

“Estamos num período de mudança e essa mudança tem vindo a colocar mais pressão sobre as receitas dos media, sobretudo no mercado publicitário, que se está a virar para a internet. Uma lógica de maior equilíbrio seria desejável”



Bernardo Correia,

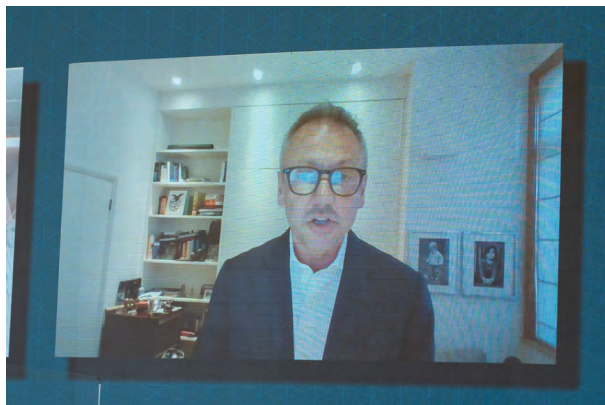
country manager da Google Portugal

“Há vários mitos que vale a pena abordar, como a ideia de que a Google rouba conteúdos ou que está a fazer dinheiro com eles. Não é assim. A Google cria links para os conteúdos dos outros e envia tráfego para esses sites. Na Europa, enviamos qualquer coisa como 8 biliões de cliques por mês para sites de notícias, que são muitas vezes desvalorizados pela indústria, mas que são um valor económico brutal que entregamos”

“Não existe obrigatoriedade de estar na Google. Qualquer publisher pode, simplesmente, deixar de estar indexado. Mas interessa estar lá, porque tem valor económico. O valor do tráfego que criamos é enorme para a indústria dos media e deve ser valorizado. Não é do conteúdo noticioso que vem a maior parte das nossas receitas”

“Continuamos a investir em inovação para os publishers saírem de algumas dificuldades financeiras. Só em Portugal já investimos oito milhões de euros em projetos de inovação em média. Mais de metade dos nossos produtos foram para inovação em notícias. Também não é verdade que a Google não pague por notícias, pois há uma partilha de valores económicos”

5G-POWERED DIGITAL ECONOMY



Gabriel Solomon,

head of Government & Industry Relations, Europe & Latin America da Ericsson

“O 5G é a tecnologia que vai permitir a mistura do mundo físico, com o mundo digital. Se for desenvolvido com sucesso, será o sistema nervoso central para a economia e a sociedade. É uma plataforma de inovação aberta, que catalisará as grandes transformações e permitirá a descarbonização de todos os setores”

“O 5G tem o poder de trazer benefícios para todos os setores económicos. A próxima onda de inovação vai ser construída em cima desta infraestrutura. Mas para aproveitarmos plenamente os benefícios desta tecnologia, vamos ter de apostar no reforço da cobertura a médio prazo”

“Em Portugal, é importante que o espetro seja libertado de imediato, que as barreiras à sua implementação sejam removidas e que se deixe a estrutura de mercado desenvolver-se naturalmente. Se isto não for feito, limitará a capacidade da economia se transformar digitalmente. Com os financiamentos que estão a caminho, Portugal poderá agarrar a oportunidade e apanhar os demais países europeus”



Abraham Liu,

chief representative para as EU Institutions e
vice-presidente da European Region da Huawei

“O 5G é muito mais que uma rede de alta velocidade, é o potenciador da transformação digital. Toda a sociedade tirará benefícios dessa realidade. Vamos reduzir custos, energia, espaço e tempo e trazer muito mais agilidade a todos os setores e indústrias verticais”

“A Europa tem companhias muito fortes em todas as áreas e indústrias. Com o 5G, temos que apostar na colaboração e na standardização para escalar de forma massiva”

“A velocidade de instalação das redes varia de continente para continente e de país para país. Mas o que vemos é que quem avançou no 5G a maior velocidade está já a inovar e a retirar benefícios. Estamos no início desta onda tecnológica. O exemplo de utilização na Coreia do Sul das soluções para os consumidores já mostra o seu grande potencial. Mas representará muito mais para as indústrias verticais”



Bruno Casadinho,

managing director & Group vice president da Capgemini
Engineering Portugal

“A proposta de valor do 5G é clara, mas estará a tecnologia pronta a ser usada? Penso que a resposta é um sim parcial, graças ao trabalho dos fornecedores, mas há ainda muito a fazer. Quanto a saber se o ecossistema é sustentável, assim como os business cases para a nova geração, ainda não há uma resposta”

“Precisamos de ter em Portugal um ecossistema integrado de 5G, que esteja aberto a todos os players, os relevantes e os novos. A nossa proposta é que o país precisa de desenvolver esta plataforma, pois só assim poderão ser criadas novas alianças estratégicas e parcerias. Ao partilharmos conhecimento e experiências, poderemos realmente aumentar o nível de competitividade nacional”

“A oportunidade que temos em transformar a forma como fazemos negócios com o 5G é única. É uma viagem que não está cumprida, mas há um futuro promissor, com inúmeros use cases. Ainda estamos longe do ideal, mas, tendo em conta a forma como o país esteve sempre na liderança da tecnologia nas anteriores gerações, temos todas as condições para estar também aqui na liderança. Temos capacidades, expertise e um ecossistema completo”



Sérgio Catalão,

country senior officer da Nokia Portugal

“O mundo enfrenta vários desafios. A pressão sobre o planeta está a aumentar, o acesso a oportunidades continua desigual e a produtividade está a estagnar.

Acreditamos que a tecnologia é central para resolver esses desafios, porque fornecerá as plataformas críticas para a ligação das pessoas, dos devices e das máquinas em tempo real e numa escala massiva”

“O 5G é um game changer para estas redes críticas.

É muito mais que a próxima geração móvel de conectividade. Trará ligações massivas, capacidade, fiabilidade e segurança, suportando a utilização de várias tecnologias avançadas e críticas, tão importantes para a digitalização e a automatização. Como a IoT, IA, AR/VR ou big data”

“Esta é uma enorme oportunidade para a Europa e para Portugal e não a podemos perder. O 5G será um enabler, mas precisamos de novas competências, capacidades e expertises nas indústrias verticais, assim como parcerias e ecossistemas. É muito mais do que fornecer tecnologia, é resolver os problemas que temos no mundo”

PORTUGAL AND THE FUTURE OF WORK



KNS Richard Samans,

director de Research da ILO - International Labour Organization

“Antes da pandemia já havia uma tendência para o trabalho remoto. As economias já estavam em disrupção tecnológica e o trabalho remoto é um dos seus aspetos. A Covid-19 veio acelerar essa tendência consideravelmente. Mas os desafios do trabalho do futuro vão muito além disso. A automação vai ter um grande impacto e criar desafios. Trata-se de uma mudança da própria natureza do trabalho”

“Todas as mudanças do mundo do trabalho convergem para a questão de saber como se poderão preparar as sociedades para o futuro. Tem de se investir nas pessoas, nas suas capacidades, nas condições e no valor do trabalho. A pandemia exacerbou os desafios”

“As sociedades têm de assumir a prioridade de investir nas suas pessoas, nas suas capacidades e na sua proteção. Será uma aposta vencedora. Trará vantagens económicas, porque incrementa a participação, a produtividade e o crescimento económico, e é bom para o ambiente. Esta agenda para o futuro do trabalho é win win. Vejo mais abertura política para este tipo de aposta”



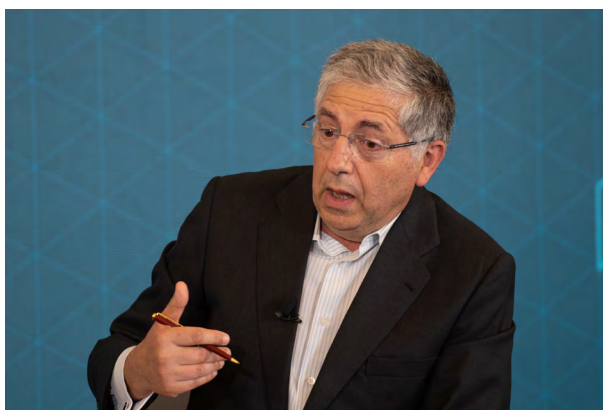
Gonçalo Hall,

co-founder da Remote Portugal - Madeira Digital Nomad Villages

“O futuro é distribuído e vamos ver mais e mais empresas a serem 100% distribuídas, sem qualquer quartel-general. No imediato, no pós-pandemia, será híbrido, porque as empresas não têm total confiança no trabalho remoto e muitas não estão preparadas. Mas a longo-prazo, será cada vez mais distribuído, pelas vantagens que traz na contratação das pessoas, aumento da produtividade e, acima de tudo, no modelo de desenvolvimento”

“Uma empresa 100% remota ou distribuída tem a vantagem de conseguir crescer muito mais rápido, contratando as melhores pessoas, e isso será uma grande vantagem competitiva. Quem não implementar este modelo de trabalho, com tanta gente a querer trabalhar remotamente, vai perder os grandes cérebros”

“Temos que reeducar toda a gente, fazer o upskill de todas as gerações para este novo mundo, e as empresas estão a ficar para trás nesse processo. A maior parte mudou completamente a forma como trabalha, mas não educou os líderes, a gestão média e os empregados. Mudaram tudo e zero educação. Isto é muito grave. É uma questão de upskill e reskill, porque vamos mudar muito mais de profissão e vamos ter que nos reinventar”



Manuel Garcia,

coordenador nacional do Programa UPskill - Digital Skills & Jobs

“Trabalho híbrido é o presente e não o futuro. É hoje. Está em curso e é um desafio para as pessoas e empresas. Como é que se gerem equipas, como é que se gere o trabalho e os ciclos de inovação, que são os que asseguram a sobrevivência da empresa? Tudo isto vai ter de ser alterado”

“As empresas e os seus líderes têm que perceber que não há outro caminho. Enquanto sociedade e empresas temos que reajustar a forma como trabalhamos, porque é a única forma de respondermos já ao presente. O mundo português não pode ser Lisboa e Porto, é descentralizado pela sua natureza”

“Temos de lançar o desafio à sociedade, às pessoas dos setores que vão ser automatizados, para que pensem o seu futuro e deem um passo para a formação. Existem já muitos programas para ganhar novas competências e perspetivas de futuro. Nas novas gerações, temos que olhar para as bases do ensino, para que saiam mais capacidades para o mercado de trabalho”



Manuel Maria Correia,

presidente da Secção APDC Portugal Outsourcing

“Já tínhamos bastantes desafios antes da pandemia. Agora, olhando para trás, a maior parte dos desafios no futuro do trabalho mantiveram-se ou agudizaram-se. Os desequilíbrios que existem no tecido económico e no trabalho são enormes. O modelo de trabalho remoto pode ser o que vai vingar no futuro, mas isso não é igual em todos os setores, pois há atividades onde não é possível”

“A não ser que seja necessário estar fisicamente em algum lugar, o trabalho será virtual. É o conceito do virtual first. Mas há um processo de adaptação que as empresas têm que fazer. Apesar das vantagens todas do trabalho remoto, há também muitas no trabalho físico. Este equilíbrio tem de ser encontrado e os modelos ainda estão a ser desenvolvidos. É um caminho, que não sei se será assim tão rápido”

“As empresas terão de avançar com programas de gestão da mudança e de acelerar os reajustamentos dos seus quadros. Este movimento está na mão das empresas e de quem gere o sistema educacional”

TALKING WITH:



André de Aragão Azevedo,

secretário de Estado para a Transição Digital

“O capital humano está identificado como a nossa maior fragilidade nas várias dimensões que a transição digital implica. Tem a ver com as competências a diferentes níveis, desde a exclusão digital à escola digital, onde já entregámos 400 mil computadores, e que abre a porta a uma mudança de paradigma na aprendizagem e ensino.

Temos ainda de encontrar respostas da capacitação para a população ativa, que permitam alinhar as suas competências com o que o mercado está a procura”

“Temos uma infraestrutura tecnológica e de comunicações de grande qualidade e queremos manter esta rota. Mas não está tudo coberto em termos de população, território e de segmentos de população. Portugal tem ainda 11% de famílias que não têm acesso à internet por carência económica. A isso vem responder a recente tarifa social de internet”

“Na conectividade móvel e fixa, estamos a ultimar uma iniciativa com instrumentos de gestão para saber qual é o estado da arte em termos de cobertura. Aproveitando a oportunidade dos fundos financeiros adicionais, PRR e outros instrumentos, têm que ser desenhados planos em função do delta que nos falta ainda cobrir. Depois, vamos decidir, em termos de investimentos, onde vamos apostar”

DIA 13

REINVENTING BUSINESS

OPENING



Pedro Siza Vieira,

ministro da Economia e da Transição Digital

“Nos próximos anos, o mundo inteiro vai começar a recolher os benefícios totais dos avanços tecnológicos, que vão obrigar organizações, empresas e estados a investir mais significativamente nos seus modos de funcionamento e nos seus modelos de negócio, para poderem continuar a acompanhar o ritmo do resto da humanidade”

“Na Europa, o investimento nas tecnologias digitais vai fazer-se com um nível de recursos que era absolutamente impensável até agora. O Next Generation EU vai assegurar que as sociedades disponham de recursos para fazerem os investimentos para acelerar a transformação. Portugal estará preparado para isso e a forma como no último ano fomos capazes de reagir vem demonstrá-lo”

“A transformação digital é, para Portugal, uma possibilidade de dar o salto. Se soubermos conciliar bem as vontades de todos. Este congresso representa uma oportunidade de assegurar a reflexão sobre todas estas estratégias. Estou inteiramente disponível para colocar os recursos públicos ao serviço dessa transformação”

REINVENTING BUSINESS & LIFE WITH EXPONENTIAL TECHNOLOGIES



Matthew Griffin,

fanatical futurist

“Há um conjunto enorme de mudanças que já estão aqui, mas está a acelerar. E é preciso perceber o seu impacto no futuro dos empregos, educação, skills, infraestruturas, saúde, energia... Ao começarmos a olhar para o pós-pandemia, ela será uma oportunidade para uma grande reinvenção”

“Já passámos por tanto enquanto raça humana que é tempo de tirarmos algum tempo para nós próprios. Dar aos nossos funcionários algum tempo de folga para todos percebermos o que queremos fazer, quais as nossas paixões. E quando voltarmos, vamos ter oportunidades que nunca vimos antes”

“Vivemos num mundo do 8 biliões de pessoas, que é uma nação virtual. Vivemos tempos estranhos. Com profundas transformações em todas as áreas, graças à aceleração tecnológica. Temos que estar preparados para tudo o que aí vem”



Arlindo Oliveira,
Presidente do INESC

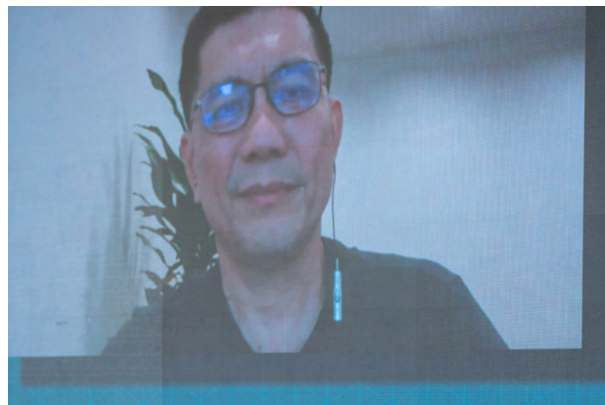
“Temos muita informação que podemos obter e que nos permite acompanhar toda a evolução tecnológica, para tentar perceber o que são as coisas e o que poderá vir a ter impacto. Distinguir entre o que é o exagero e o que é possível”

“O número de vezes em que as pessoas se enganaram a prever tecnologia é muito grande. Há coisas que mesmo os visionários mais futuristas não anteciparam.

Enganamo-nos muito. Porque isto é tudo muito imprevisível”

“Esta revolução do cognitivo, de colocar inteligência em cima de tudo, vai substituir e alterar funções que até agora eram desempenhadas por seres humanos. Vai acontecer nas próximas décadas e vamos ter que nos reinventar e fazer coisas que as máquinas não farão. É esse esforço de adaptação que não é fácil. É um desafio e um risco económico, porque haverá empregos para os quais as pessoas não estão preparadas”

THE FUTURE OF GOVERNMENT



Cheow-Hoe Chan,

government chief Digital Technology Officer do GovTech
Singapore

“Criar um governo digital requer que se garantam as condições certas para se ter sucesso. Em Singapura, tivemos o próprio primeiro-ministro muito envolvido no processo, garantindo que a iniciativa, assim como os financiamentos e a liderança de alto nível, aconteceram. Foi muito importante. Sem isso nada teria acontecido”

“Na digitalização do governo, ter talento tecnológico é essencial, tal como uma cultura pública certa. Este foi um dos grandes desafios: saber evoluir da burocracia para a agilidade. Tem que haver um forte sentido de urgência para avançar de forma rápida, assim como a governance certa e uma sólida infraestrutura, que é um acelerador chave”

“A pandemia veio mudar a vida de todos e no ano passado tivemos o enorme desafio de dar resposta a um vasto conjunto de exigências novas. Deixou de se falar em meses e anos para se falar em semanas para ter as coisas prontas. Todos os investimentos que fizemos nos últimos anos permitiram encontrar uma melhor forma de lidar com o problema. Mas não tomem nada por garantido. É um trabalho duro. Tivemos sorte no que fizemos no passado”



Mário Campolargo,

diretor-geral da DG Informatics da UE

“Na Europa, os grandes desafios são nas skills das pessoas, mudar os processos, encontrar as ferramentas certas e investir. Precisamos de ter atenção ao tema da cibersegurança, da privacidade e dos valores éticos. E temos de assegurar que estamos a reconceptualizar de uma perspetiva digital e não apenas tornar mais fácil um procedimento, assim como acabar com os silos e focar nos cidadãos e nos negócios”

“Os cidadãos não só esperam mais do setor público, como esperam melhor na sua interação. Há um novo contrato social entre o governo, as pessoas e as empresas e os negócios. Que já não está baseado nos cenários antigos, mas na magnitude de dados que são partilhados. Há uma diferente relação e tem de ser construída no mundo digital”

“A Europa não impõe o mesmo tipo de soluções a todos os estados-membros. Mas a situação pandémica ajudou neste âmbito. Já não discutimos apenas a interoperabilidade, que foi muito importante nos últimos anos para os serviços digitais, mas vamos mais além, para facilitar a vida dos consumidores e empresas. Quanto mais alinhados estivermos, melhor”



Sofia Marta,

vice-presidente da Accenture Portugal

“O talento é chave e os governos precisam de garantir que o conseguem atrair e reter. Mesmo que haja a necessária cooperação entre instituições públicas e privadas. É a única forma de chegarem a todo o lado. Precisam de assegurar que têm as pessoas certas, que abrem as portas à inovação”

“Os governos têm de ter um mindset centrado no cidadão e nas suas expetativas, que são diárias, e não na organização. Um estudo da Accenture mostra que 85% dos cidadãos espera o mesmo ou mais da AP, que do setor privado”

“Temos de envolver todos os players do ecossistema para ajudar a dar o big step que precisamos no governo digital. Precisamos de um suporte de alto nível e regulação para alcançar as metas definidas. Temos um longo caminho a percorrer. Precisamos de trabalhar juntos nas capacidades, skills e time to market, para ter as soluções disponíveis para cidadãos e empresas e trabalhar na comunicação destas”

THE FUTURE OF AUTOMOTIVE INDUSTRY



Marília Machado dos Santos,

managing director da Volkswagen Portugal

“O futuro da indústria automóvel é digital. Já muito foi feito, mas não é o suficiente em termos de sustentabilidade. Por isto, estamos neste percurso de lançamento de viaturas híbridas e elétricas, que já representavam 12% em Portugal no final de 2020”

“Temos, em conjunto, que tratar e tomar medidas para o parque automóvel nacional, que está envelhecido. Definindo-se as necessárias medidas, porque todos os investimentos que estão a ser feitos pelas marcas tem a ver com projetar o futuro, com a produção de viaturas verdes, o controlo de emissões e o impacto das baterias”

“Se não fizermos nada temos um risco enorme. Construtores, fornecedores e clientes têm de assegurar a pegada ecológica. É um projeto conjunto de toda a sociedade e de todos os apoios que terão de existir, para que seja possível implementar todo o processo. Os construtores podem fornecer automóveis e postos de carregamento, mas é necessário muito mais. Tudo o que aí vem é muito mais disruptivo do que temos hoje. Vamos conseguir fazer muito mais e rapidamente”



Rodrigo Maia,

executive board member e T&I director da Capgemini Engineering

“Na Europa, os grandes desafios são nas skills das pessoas, mudar os processos, encontrar as ferramentas certas e investir. Precisamos “Vemos na indústria automóvel quatro grandes tendências que estão a acelerar o ecossistema: os veículos conectados, uma maior capacidade de condução autónoma, a mobilidade partilhada e a transição para um modelo elétrico, não dependente de combustíveis fósseis. Acresce um conjunto de tecnologias que estão a ser os drivers da mudança, como a conectividade, IA e realidade virtual”

“A mudança de mercado e de tecnologia está a impactar muito a forma como a indústria automóvel está organizada e os ciclos de produção de novos veículos. O carro vai ser constantemente alterado, porque todos os dias é possível trazer novas funcionalidades, pelo que terá de haver digitalização do processo produtivo”

“Há uma procura de talento muito grande, para se conseguir acompanhar alterações tecnológicas. O próprio ecossistema está a mudar, porque os grandes fabricantes tradicionais, que tinham um poder muito grande, agora estão ameaçados até pelas grandes tecnológicas. Terão de se adaptar e acompanhar o movimento de mudança”



Pedro Ávila,

diretor de estudos e Inovação Operacional na REN

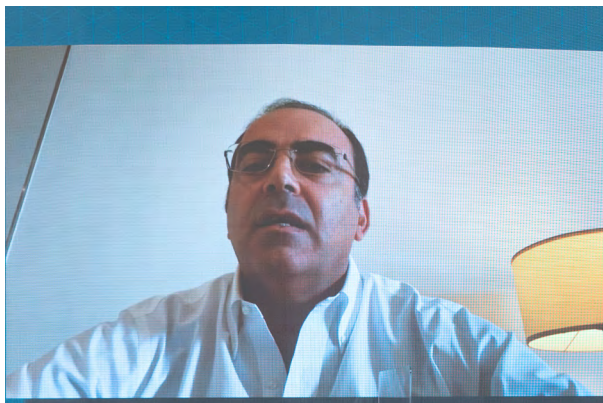
“Há uma evolução imparável, rumo a uma mobilidade mais sustentável. No tema da infraestrutura, a REN, no âmbito dos seus processos de inovação, procura soluções que minimizem riscos e impactos, através das suas linhas de muito alta tensão”

“Desenvolvemos uma solução inovadora de carregamento rápido de veículos elétricos, que permite uma total disponibilidade para potências de carregamento elevadas, redução de tempos de carregamento, otimização da experiência do utilizador e não incorpora em si alterações significativas aos hábitos de consumo. Esta solução é economicamente competitiva e de rápida implementação.

Estamos em conversações com operadores a nível europeu para promover este verdadeiro enabler para a transição elétrica”

“Queremos a curto-prazo criar as condições para disponibilizar esta solução ao mercado e aí temos de encontrar as parcerias certas para a industrialização da solução. É nesse passo que nos encontramos, estudando a melhor solução. Acreditamos que entre um a três anos conseguiremos ter um projeto em contexto de mercado”

THE FUTURE OF RETAIL



Bernardo Perloiro,

chief operating officer da Majid Al Futtaim

“Não sei se sabemos o que é o futuro do retalho. Acredito que estamos a construí-lo todos os dias, com base nas necessidades dos clientes e na transformação que eles nos exigem. Como empresas e marcas temos que saber antecipar, sempre que possível, essas exigências. Não há dúvida de que o futuro é omnichannel, phigital (convergência entre físico e digital), com a tecnologia a assumir um papel central numa reinvenção do retail”

“Há pelo menos sete tendências no setor, transversais a todas as geografias: trazer as experiências das lojas para o online; contact-free shopping através da tecnologia; acessibilidade dos conceitos de retalho; robots inovadores e lojas autónomas e interativas; destaque à saúde, bem-estar e higiene; dados & personalização; sustentabilidade, comunidade e divertimento”

“Há coisas que já acontecem hoje e que não são necessariamente futuristas e que acredito que são importantes. Temos de olhar para as geografias onde o futuro do retail se está a construir de forma mais rápida, com velocidades de tecnologia 5G, absolutamente necessárias como suporte do desenvolvimento do futuro de qualquer indústria”



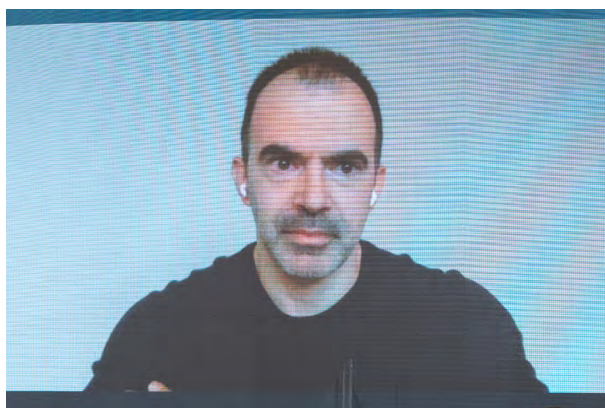
Pedro Campos,

business consulting director na Bold by Devoteam

“O futuro do retail está a ser construído, há um conjunto de tendências que estão a acontecer, pelo que é difícil antecipar o futuro. A componente da experiência é crítica e em Portugal começámos a assistir a evoluções. A COVID-19 teve muitas coisas más, mas acelerou o digital. O que faz com que o ecommerce cresça a uma taxa muito maior”

“A pandemia também veio trazer uma coisa diferente para os grandes players mundiais, que foi a concorrência do pequeno comerciante. Hoje é muito fácil colocar um negócio online e obter uma abrangência global. O que vai gerar alterações no negócio”

“Somos um país que está a ser cada vez mais procurado por tudo o que são grandes grupos mundiais. Porque cada vez mais os negócios são digitais. No retail é o mesmo. Portugal está na linha da frente da vanguarda da tecnologia e somos bastante inovadores. Temos de dar mais valor ao que fazemos. Às vezes, o que nos falta, é capacidade de inovar e a pandemia veio tirar muitos desses receios”



Luís Carvalho,

SVP Technology, Global Platform da Farfetch

“Na génese da Farfetch está a relação entre as marcas que vendem na rua, que têm uma relação próxima com o cliente, e a capacidade de grandes empresas potenciarem esse comerciante e colocá-lo disponível para o mundo.

Os grandes players têm de ver que não se trata de concorrência, mas sim de mais uma forma de chegar a clientes finais e toda a cadeia ganha com isso. É esta a relação que vai gerar o futuro do retail”

“Acredito que o retail físico, o offline, continuará a existir e a ser cerca de 70% das vendas que temos a nível global. Nada melhor do que esse comerciante, que conhece bem o cliente, para potenciar o retail do futuro”

“Se os pequenos comerciantes não mudarem, a probabilidade de perderem o negócio é enorme. Os novos clientes, os que é importante conquistar, têm expectativas totalmente diferentes. Há muita tecnologia barata e acessível que podem e devem experimentar para avançarem na evolução das suas lojas físicas. Arrisquem, que o custo não é assim tão alto. Senão, vão perder no futuro”

THE FUTURE OF ENERGY



Albert Cheung,

head of Global Analysis da BloombergNef

“Acredito que estamos numa corrida para alcançar o net zero na energia. A tecnologia e as economias estão a impulsionar a transição energética. Há inovações incríveis e isto é apenas a ponta do iceberg. Temos visto o custo da energia a cair a números impressionantes, graças à inovação e à escala das mudanças”

“Por causa destes impressionantes avanços tecnológicos e da sua escala, hoje a energia eólica e solar está entre as fontes de energia mais baratas em grande parte do mundo. Houve uma mudança fundamental e estamos a ver recordes a serem quebrados todos os anos”

“Há muito progresso que foi feito e a ambição está a aumentar, para se acelerarem as medidas para combater as alterações climáticas. Vemos uma clara tendência para o net zero, o que é um game changer total. Todos os negócios terão de encontrar um meio de alcançar a meta das zero emissões. E mesmo assim, continuará a haver muito por fazer, pelo que precisamos de avançar muito mais rapidamente”



Susana Quintana-Plaza,

COO da Galp Energia

“Estamos fortemente comprometidos em avançar rapidamente na transição energética. O compromisso é muito forte e é também uma oportunidade de negócio. Estamos numa boa posição para o fazer. Isto é sobre a vida no planeta e o próprio consumidor começa a exigir isso”

“Teremos que ter um sistema completamente diferente, já que o futuro serão as energias renováveis. O futuro da energia não é só a descarbonização, mas também a digitalização e a descentralização. Qualquer pessoa poderá produzir energia e cada consumidor decidirá, de acordo com as suas necessidades, que tipo de prosumer quer ser”

“Haverá soluções à medida a 100%. Há aqui uma enorme oportunidade de criar exatamente o que se precisa, usando a tecnologia e a digitalização. Precisamos de nos adaptar ao que o consumidor quer, com uma nova aproximação e diferenciação”



João Rodrigues,

country manager da Schneider Electric Portugal

“A energia limpa é um negócio onde estamos completamente envolvidos. É um problema do nosso modo de vida. Estamos a pôr em risco as nossas vidas. A pandemia não mudou as tendências, mas acelerou-as. Veio colocar mais pressão nas questões-chave”

“A descentralização da energia terá que ser uma aposta de todos, onde quer que seja necessário. Penso que o futuro será elétrico. Um provider tecnológico como nós, que gere a energia e garante a sua gestão da melhor forma possível, está no bom caminho. Mas estou 100% de acordo de que precisamos de atuar já e de acelerar”

“Com a digitalização, descentralização e descarbonização e a democratização das tecnologias – os 4 D’s – é realmente possível reduzir o consumo de energia. Ao mesmo tempo, com o suporte de softwares, gerir as infraestruturas que fornecem a energia. Estão ainda a chegar novos modelos de negócio. Portugal está preparado para começar esta revolução. Porque não começar já e rapidamente?”

DIVERSITY & INCLUSION



Rosa Monteiro,

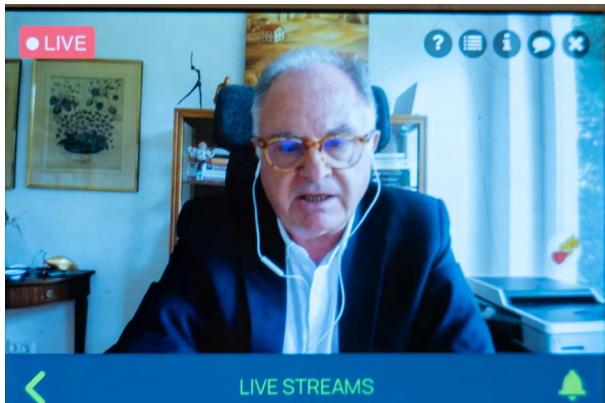
secretária de Estado da Cidadania e Igualdade

“Diversidade, inclusão e igualdade são questões estratégicas de sustentabilidade, nas empresas e sociedades. Não obstante termos quadros legais e igualdade formal, ainda temos fenómenos persistentes de discriminação. Se temos de promover a inclusão, é urgente combater também estas formas de discriminação e desigualdade, que fazem com que as empresas e as economias tenham perdas significativas”

“Estimativas económicas impressionantes indicam que a desigualdade de género tem custado ao mundo, desde 1990, uma perda de 70 biliões de euros. O preço da desigualdade é astronómico. Temos, pois, de acelerar o ritmo também neste domínio, com a criação de condições para que mulheres e homens possam participar e contribuir para a sociedade”

“Temos em Portugal melhorado significativamente. Mas corremos riscos de retrocesso, até pelos impactos socioeconómicos da crise pandémica, que tem vindo a reforçar desigualdades estruturais pré-existentes. Nas políticas de recuperação, estes dados têm que ser tidos em conta”

DIGITAL WITH PURPOSE



Luís Neves,
CEO do GeSI

“Estamos num momento complexo. O mundo não está a andar na direção certa e temos que parar, refletir e ver o que tem que ser feito melhor. No GeSI temos estado a refletir sobre os passos que as empresas têm de tomar para corrigir o caminho e quais as melhores estratégias a adotar”

“Há que perceber quais são os passos para alcançar os objetivos de desenvolvimento sustentável. Precisamos de investimento e de infraestruturas, para termos acesso a um mundo mais sustentável, e de policy makers para suportar esses acessos. De forma a que se use a tecnologia plenamente, porque ainda não estamos no nível que desejamos e que precisamos e o digital divide, é uma realidade”

“As tecnologias digitais estão a criar desafios que temos de endereçar e dar os passos certos, num movimento que deve unir toda a indústria, investindo em mais inovação e mais tecnologia para as pessoas, contribuindo para um mundo melhor. Temos uma responsabilidade de fazer do mundo um melhor sítio”



Jeffrey Sachs,
director do Center for Sustainable Development da Columbia University

“As tecnologias digitais podem fechar gaps e permitir às pessoas, nos sítios remotos, obter os serviços de que precisam. Esta pandemia mostrou que tudo precisa de ser mais inteligente e ambicioso. O que implica investir em três frentes: acesso digital; nova geração de energia e energia limpa; educação e competências”

“Precisamos de ter líderes fortes e de resolver conflitos como o dos EUA e a China, que são inúteis e muito perigosos. Se destacarmos o que é o melhor para todos, teremos um maior sucesso em alcançar os objetivos”

“Estamos muito abaixo da segurança climática. Dificilmente poderemos alcançar as metas de Paris, a não ser que haja uma dramática mudança nos próximos anos. Mas as metas são alcançáveis. Podemos fazê-lo. O poder das energias renováveis e o digital serão um enabler, mas precisamos de um mindset diferente. Com o compromisso de todos os países”

TECHNOLOGY

MATERIALS SCIENCE & TECHNOLOGY



Elvira Fortunato,

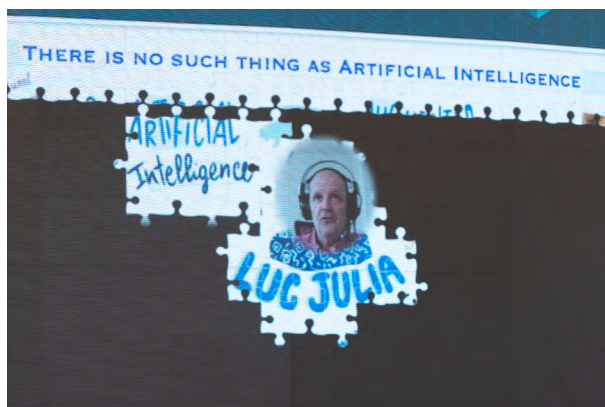
vice-reitora e diretora de Materiais da Universidade NOVA

“A visibilidade ganha pelos cientistas é muito importante. Pôs a ciência mais em cima e a necessidade de investir nela. Nunca na História tinha acontecido desenvolver uma vacina num espaço tão curto e a pandemia mostrou que a ciência é a solução. Isso só foi possível porque se trabalhou em conjunto. Só assim se conseguem obter resultados face a problemas cada vez mais complexos. Os cientistas aprenderam muito com a pandemia e a trabalhar em rede”

“A pandemia é um aviso. Aprendemos muitas coisas com ele e espero que a partir de agora passemos a ter um planeta mais sustentável. Abandonando opções mais poluentes e aproveitando a evolução da tecnologia. Há uma maior consciencialização para este problema”

“As pessoas boas têm lugar onde são boas. Há quem queira ter experiência no exterior, mas também temos muitos estrangeiros cá. Porque os laboratórios não podem estagnar. Na ciência é muito importante ter redes e rotatividade de pessoas para evoluirmos”

THERE IS NO SUCH THING AS ARTIFICIAL INTELLIGENCE



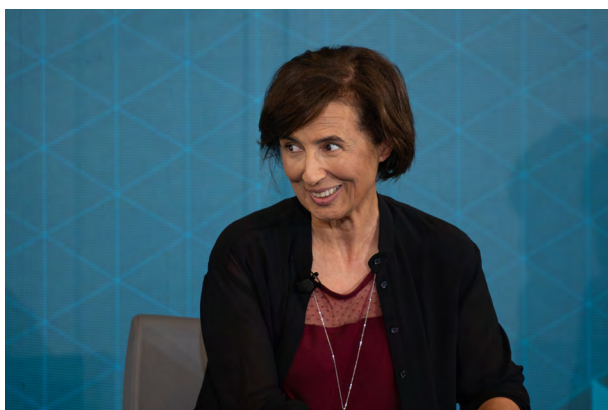
Luc Julia,

especialista em interação Humano-Máquina

“Se fizermos da inteligência artificial algo muito grande e dissermos as coisas que pode e não pode fazer, vamos dececionar as pessoas, o financiamento acaba e tudo desaparecerá. Foi o que já aconteceu nos anos 60, com os primeiros desenvolvimentos, porque as premissas criadas não se concretizaram”

“As técnicas de IA que estamos a usar não se comparam com as técnicas que a nossa mente usa. Não existe inteligência nem empatia e tudo o demais que temos, enquanto humanos. A IA não tem a nossa visão holística. Somos mesmo bons, com uma inteligência contínua e infinita”

“A inteligência artificial não existe como um todo. Existem pequenas inteligências, ferramentas que aumentam a nossa inteligência e que são apenas úteis em determinados processos específicos, onde podem ser até melhores do que nós. Mas são construídas por nós, com objetivos definidos. É isso que é a IA. Nós temos o controlo e decidimos o que fazer”



Isabel Trancoso,

presidente do Conselho Científico do INESC ID Lisboa

“A IA vai chegar a todos os domínios. O impacto das tecnologias de aprendizagem automática na língua falada foi de tal forma brutal, que a tornou numa tecnologia que toda a gente usa. Por exemplo, as assistentes virtuais entraram na vida de todos os dias”

“Pode haver bons usos e maus usos de tudo quanto é ciência e tecnologia. Cabe-nos decidir para que a usamos. Depende do humano o que vamos fazer”

“Temos de ensinar ética em tecnologia, sobretudo com os avanços da IA. É tudo extremamente importante e temos cada vez mais que alertar para os riscos envolvidos, os bons e os maus usos”



João Graça,

Cofundador e CTO da Unbabel

“De facto, há o paradigma de que a IA está a avançar muito, mas não é realmente inteligência e é muito limitada. E isto é um grande problema das falsas expetativas que se criam. Mas, dito isto, em muitas áreas os desenvolvimentos tornam muitas aplicações possíveis”

“Na Unbabel trabalhamos muito a tradução e, neste momento, em conjunto com a IA, conseguimos de uma forma quase automática, traduzir de uma língua para a outra. Abriu a porta a muitos produtos que antes não eram possíveis. É isso que acontece com todas as áreas”

“O 5G vai abrir bastante o leque de produtos disponíveis. Depois, depende da criatividade. Será tudo mais rápido e sem limitações de largura de banda. As barreiras vão desaparecer”

THE FUTURE - RECOVER & RESILIENCE

HOW TO ALLOW EUROPE TO MAKE THE MOST OF THE DIGITAL TRANSITION



Thierry Breton,

comissário europeu do Mercado Interno

“A crise veio revelar a fratura digital da nossa sociedade. E devemos assegurar que ninguém será deixado para trás”

“Temos de acelerar o investimento para uma Europa mais resiliente, inclusiva e durável e garantir que os nossos cidadãos e empresas possam contar com a escolha de tecnologia de ponta durável. O Digital Compass traduz esta ambição, com objetivos concretos no horizonte de 2030. São objetivos ambiciosos, mas realistas”

“A Europa que queremos construir é uma Europa digital, que dará a possibilidade de aceder à tecnologia de que precisamos. Contribuirá para construir os melhores serviços públicos do mundo, uma Europa onde os jovens possam ter condições para viver, e todas as empresas para prosperarem de forma durável, mas também responsável”

PORTUGAL STRATEGY 2030



António Costa Silva,

presidente da Comissão Nacional de Acompanhamento do Plano de Recuperação e Resiliência (PRR)

“São as empresas que criam riqueza e são o motor do desenvolvimento. Temos tido um crescimento estagnado, mas temos competências para ir mais além. A proposta é mexer nas alavancas que podem mudar a produtividade do país. Temos um ecossistema de inovação forte, somos capazes de criar coisas, temos competências, mas temos de fazer muito mais”

“Os estudos mostram que um terço do crescimento do PIB mundial nas próximas décadas virá das tecnologias digitais. A disseminação que têm já hoje é grande, mas terão um impacto enorme na economia. Temos de transferir essas competências para as empresas, mudar processos de produção, criar mais valor acrescentado. E ter também atenção à situação climática, porque nos confrontamos com um dos maiores desafios à nossa sobrevivência”

“O desafio será a execução do PRR, a sua operacionalização. Além do portal de transparência, temos de trabalhar uns com os outros, agregar vontades e fazer as coisas acontecer. Mobilizar o país. Ter também transparência e prestação de contas. Tem de haver uma análise custo-benefício, determinando-se o impacto e tentando corrigir o que está a correr menos bem”



Nuno Santos,

presidente da AD&C - Agência para o Desenvolvimento e Coesão

“Para onde é que foi o dinheiro nos últimos anos? Para 18 mil empresas, 91 mil pessoas, 337 mil jovens e adultos e para a pegada climática, que melhorou significativamente com os apoios europeus. Para o mar e para a agricultura, com a utilização crescente da tecnologia. A aposta passa agora pelas pessoas primeiro, com mais inclusão e menos desigualdade”

“Realmente há muito dinheiro, como nunca houve, por razões más. Mas a verdade é que essa circunstância permitiu novos fundos, além da execução do anterior QCA. Procuramos garantir que todos os instrumentos se complementam com uma visão de futuro. E que há sinergias. Pessoas, inovação, digitalização, transição climática e coesão interna”

“Sentimos que o que importa agora fazer ainda melhor é comunicar, explicar, facilitar a compreensão de como é que se lá chega. Esse é um desafio muito grande, porque implica transparência, sindicância e facilidade, tudo ao mesmo tempo. O que torna tudo mais difícil. Melhores processos e melhor emprego de tecnologia podem ajudar. Os dinheiros públicos devem ser para corrigir falhas. O desafio para a boa execução passa por continuar a conversar e pedir evidências”



Clara Raposo,

dean do ISEG

“Não se pode avaliar algo que ainda não foi implementado. Podemos avaliar um enunciado do PRR, um conjunto de princípios. Nada do que ali está é desperdício ou não é importante. Agora, é preciso é que resulte em economia ativa. Há um caminho e prioridades que têm vindo a ser anunciadas e que devem ser melhor comunicadas”

“Temos que juntar todo o esforço de investimento público para haver mais transformação, juntando as competências e a competitividade com a Europa e o resto do mundo. Há uma questão de diplomacia económica que tem de ser muito bem conduzida”

“É preciso ter mais financiamento português em Portugal. Não se pode pensar só no dinheiro que vem da Europa. Temos de ser capazes de o criar, o que vem das boas ideias e de fazer bons projetos para o mundo”



Joana Silva,

diretora da PROSPER CATÓLICA-LISBON

“Estivemos a divergir da Europa 20 anos e temos mesmo de fazer melhor agora. Este plano pode ajudar e muito e é uma grande responsabilidade, porque não se pode fazer tudo. Para as políticas terem sucesso tem de haver criação de valor e crescimento. Essa parte da implementação é onde temos que por toda a ênfase”

“O sucesso depende muito do foco da avaliação de impacto das medidas. Esta avaliação de impacto faz toda a diferença, com todos os esforços centrados nos resultados, que devem mudar vidas. Há que avaliar cada programa e ver o seu impacto durante a implantação para mudar, se for necessário. Tem de ser uma avaliação feita antes, durante e depois”

“Portugal tem um desafio importante em termos de igualdade. Temos de olhar para o mundo, aprendendo com o que se fez: crescimento económico e políticas sociais bem desenhadas e bem implementadas. E a digitalização vem ajudar muito no combate às desigualdades. Não é gastar muito dinheiro, é como se gasta. Porque gastando o mesmo, há resultados muito diferentes”

THE OPPORTUNITY OF THE RECOVERY AND RESILIENCE PLAN FOR CITIES AND TERRITORIES



Miguel Leocádio,

membro da Secção Healthy and Sustainable Cities da APDC e lead da Axians Portugal

“As cidades e territórios do futuro serão suportados por uma visão que combina e articula desenvolvimento económico, social, humano e ambiental. É neste conjunto que serão definidas e estabelecidas as novas estratégias, serviços, produtos e modelos de negócio. Suportadas nativamente por tecnologia”

“Haverá nove dimensões distintas, que são críticas neste caminho de transformação: saúde e bem-estar; igualdade e inclusão; colaboração intergeracional; mobilidade e logística; relacionamento com o cidadão; desenvolvimento económico; descarbonização; qualificações; e experiência pedestre. Para estas nove dimensões, a tecnologia poderá ser o elemento central para a aceleração e a forte mudança”

“Temos hoje um leque muito alargado de tecnologias maduras, que tem feito o seu caminho no território. Podemos, nos próximos anos, tirar ainda mais partido delas, para ganhar escala. Temos ainda tecnologias emergentes, como o 5G, IoT, IA, big data e analítica ou robótica”



Vladimiro Feliz,

chief People & Digital Technology Officer do CEiiA e presidente da Secção Healthy and Sustainable Cities da APDC

“Temos um problema histórico de não termos um instrumento de financiamento que sirva territórios que são tão díspares ao longo do país. É importante que os territórios e as cidades tenham os seus planos estratégicos definidos, estruturais e prioritários, para que tenham oportunidades como este PRR”

“Precisamos de uma visão de médio e longo prazo do território, nos diferentes layers de gestão, que nos permitam ativar, assim que haja recursos financeiros, os projetos estruturais. Este match que resulta da emergência deste instrumento de financiamento pode levar a que muitas vezes o fit com as verdadeiras necessidades seja diferente nas várias regiões”

“O grande desafio é que as entidades que estão no terreno tenham a flexibilidade e a agilidade para dirigirem esses instrumentos para investimentos reprodutivos, que tenham verdadeiro impacto local e que garantem a coesão territorial do país. Não pode haver a tentação de acelerar alguns investimentos de impacto rápido. As cidades hoje exigem uma nova visão”



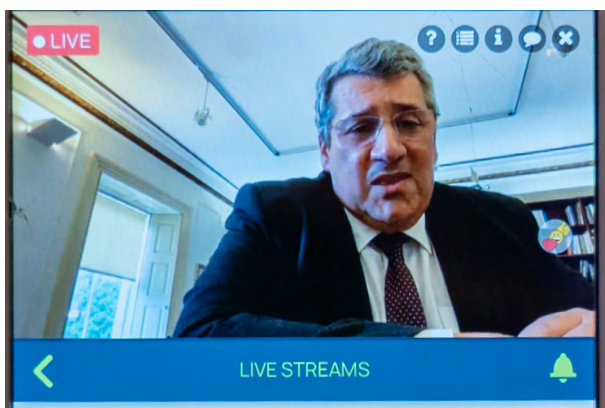
Pedro Dominginhos,

presidente do CCIPS e do Instituto Politécnico de Setúbal

“Estão a passar-se muitas coisas nos territórios que estão a ter impactos significativos, que são o resultado de um conjunto de decisões tomadas há quatro ou cinco anos, e que produzem efeitos em termos de qualidade de vida e ou atração de empresas para o interior. Neste processo, é importante aliar o ensino politécnico e universitário, às oportunidades locais”

“O maior erro que podemos fazer é achar que o PRR vai resolver todos os problemas. Vamos ter, com o PT 2030, os instrumentos necessários para conseguir desenhar as respostas aos territórios. Por isso, a questão de ter uma estratégia clara, que envolva os diferentes atores, mitiga o risco de se responder ao imediato”

“Da experiência dos últimos sete ou oito anos nos territórios verifica-se que temos uma nova geração de autarcas com muito mais capacidade qualificada, que olha para o desenvolvimento do território de uma forma completamente distinta, que percebe que todos os atores são essenciais para garantir o futuro das gerações”



António Cunha,

presidente da Comissão Regional de Coordenação e Desenvolvimento da Região Norte

“O PRR foi definido a partir de uma lógica centralista. Mas é bom termos este plano. Se poderia ser outro ou diferente? Sim, mas o que está no PRR é importante e esperamos que o que não está lá seja contemplado noutros fundos estruturais”

“Uma questão diferente é como é que o PRR vai ser implementado e como será a sua gestão. Tememos que a gestão centralizada, a acontecer, seja problemática e possa pôr em risco a execução dos fundos. Aguardamos para ver”

“A estratégia para a região Norte pode resumir-se numa expressão: criação de valor. É uma região fortemente inovadora e tem uma série de indicadores que nos orgulham. Mas é a que tem o PIB per capita mais baixo e esse é um problema que temos de resolver”

THE FUTURE OF MEDIA



Mathieu Fritsch,

head of News Partnerships for Southern Europe do Facebook

“A qualidade dos conteúdos é muito importante para os nossos utilizadores e comunidades. Por isso, a ligação entre os media e o Facebook é relevante. Acreditamos que uma imprensa livre e privada é crítica para a democracia, mas hoje as organizações de media estão a enfrentar tremendas pressões, com as lideranças e receitas em queda”

“Hoje reconhece-se que há que desenvolver novos modelos de negócio para desenvolver novas audiências e receitas no mundo digital. E a pandemia veio acelerar a necessidade de endereçar estes desafios. Estamos apostados em ajudar os negócios dos media a construírem um futuro sustentável porque têm um importante papel nas nossas comunidades e não por causa do valor comercial que as notícias têm nas nossas plataformas por si só”

“Reconhecemos que uma solução on size fits all provavelmente não resultaria, porque se trata de uma indústria diversificada e com players muito diferentes. Por isso, deixamos às organizações a decisão de quais as ferramentas que fazem sentido e trazem valor aos seus negócios. Como parceiro neste ecossistema, o nosso compromisso é dar suporte aos jornalistas e organizações de notícias e à importância do seu trabalho”

TALK WITH



Pedro Nuno Santos,

ministro das Infraestruturas e Habitação

“O mercado está a mudar e exige adaptação aos operadores. Os desafios do futuro são mais importantes do que os esforços do passado. É esse o espírito com que o governo olha para os problemas e conta com os operadores, regulador e autarquias para acelerar o que o país precisa. Queremos melhorar a literacia digital e a transformação digital das empresas, com acessibilidade de infraestruturas, acessibilidade tarifária e informação e mobilidade”

“Apesar dos elevados índices de cobertura, ainda há muitos que se queixam de não ter acesso às redes. O governo está muito atento e tem em curso um programa para o corrigir. As obrigações para o 5G serão um passo muito importante e o investimento público em conectividade vai avançar, financiando as redes nos locais onde os operadores não chegam. Para que Portugal seja um exemplo internacional de comunicações de alta velocidade”

“Na acessibilidade tarifária, é preciso reconhecer que o mercado ainda carece de ofertas diversificadas que satisfaçam as necessidades dos utilizadores. O leilão do 5G deverá aumentar a concorrência e trazer um leque mais adequado e diversificado de ofertas. E a tarifa social de internet levará o acesso a um conjunto de famílias”

CLOSING



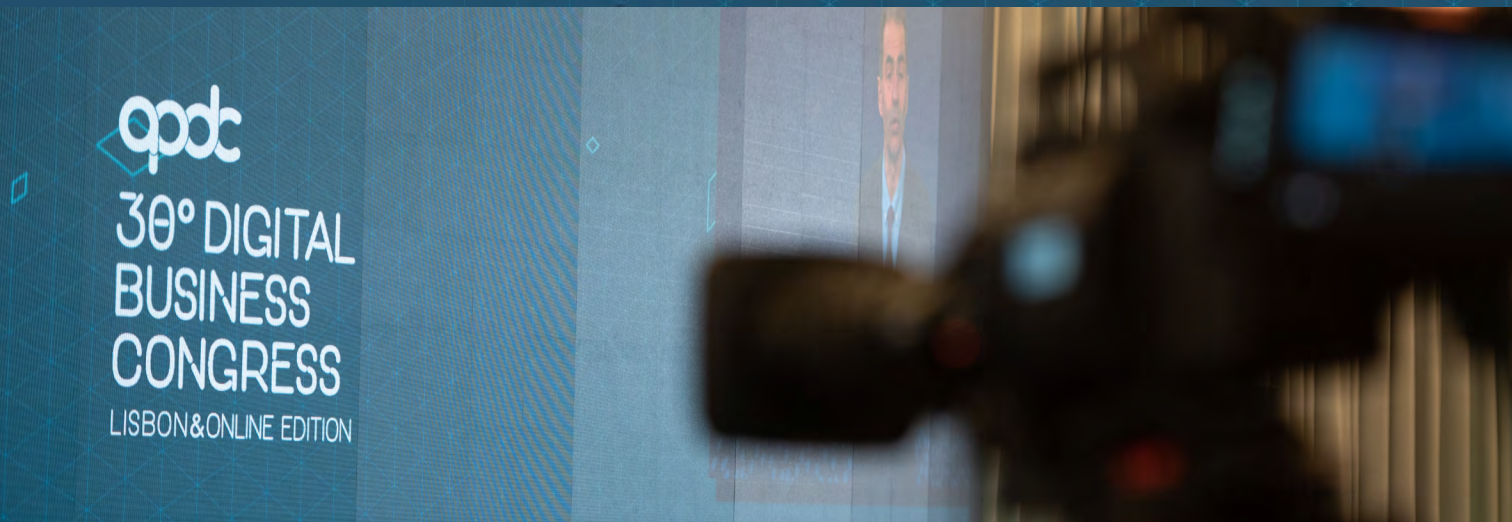
António Costa,

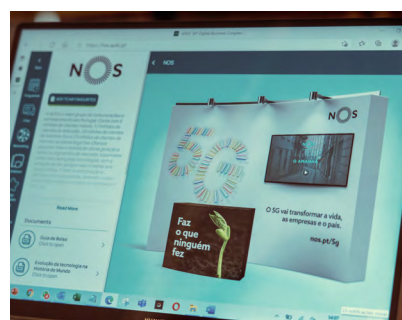
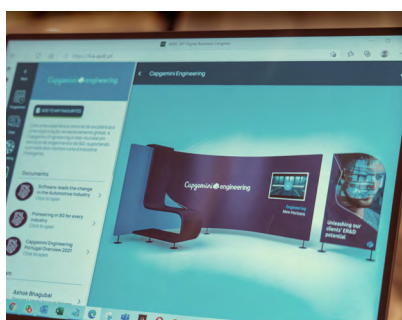
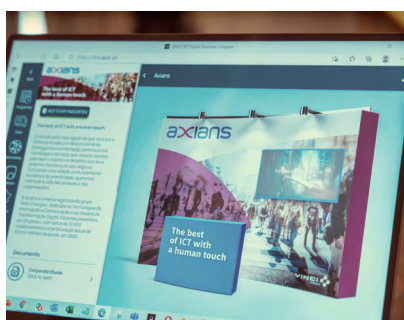
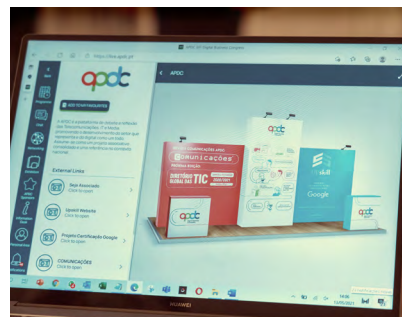
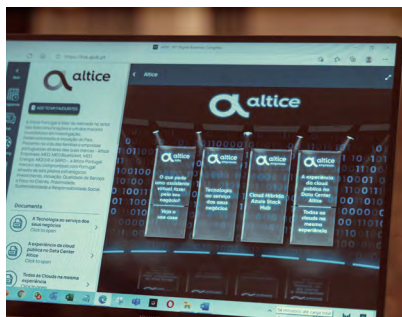
primeiro-ministro

“Estamos no caminho certo para fomentar a competitividade da economia e criar emprego de maior qualidade, preparando o país para os desafios do presente e do futuro. A instabilidade obriga a uma constante atualização das políticas e medidas e a pandemia reforça a urgência de uma transformação estrutural, alicerçada na tecnologia e conhecimento. Ganhámos anos no digital e os novos fundos vão permitir a construção de um Portugal do futuro, assente no digital”

“Agora, é hora de executar e de transformar o plano de recuperação em ações tangíveis, envolvendo todos na sua execução. O sucesso depende da capacidade de assegurar uma execução descentralizada, mobilizando regiões autónomas, autarquias locais, mas também e sobretudo empresas e centros de produção de conhecimento. Temos um prazo curtíssimo de execução, num contexto em que ainda temos verbas do PT 2020 para executar e de arrancar a execução do PT 2030. É essencial a mobilização de todos”

“O futuro está aí e a tecnologia avança a cada dia. Cabe a todos garantir que o país e a Europa concretizem o potencial de possibilidades que agora se abre. Todos temos que nos empenhar nesta confiança no futuro. O PRR é uma oportunidade única da nossa geração, que temos de saber aproveitar para garantir um melhor país para as gerações futuras”





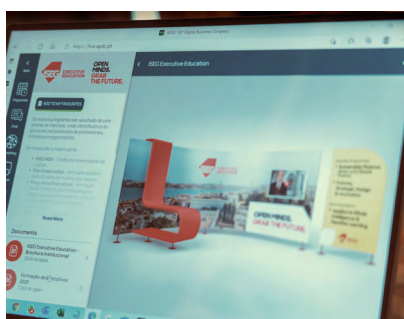
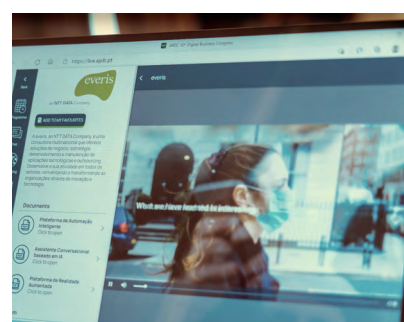
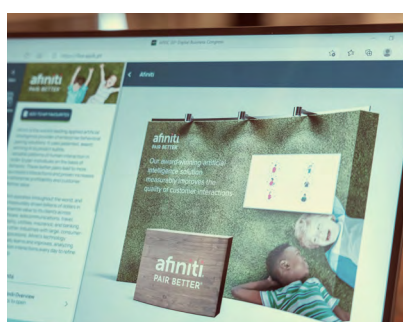
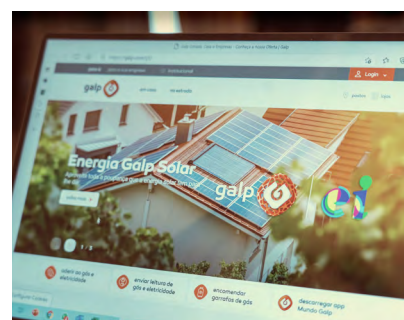
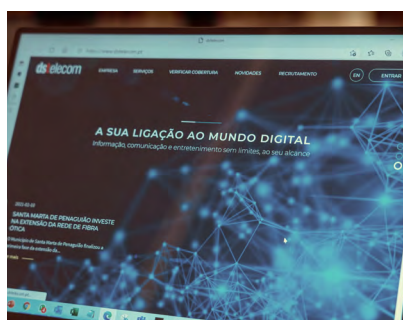
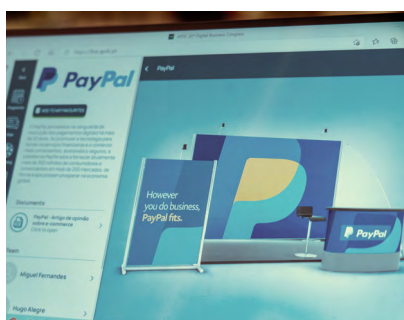
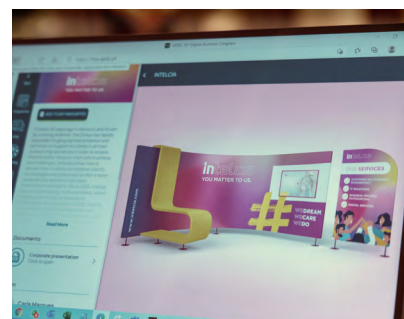
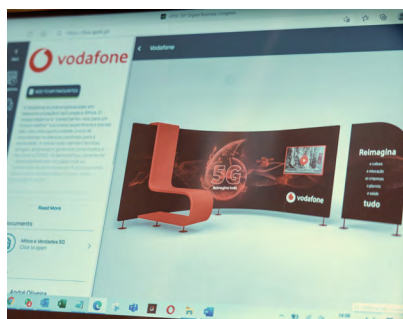
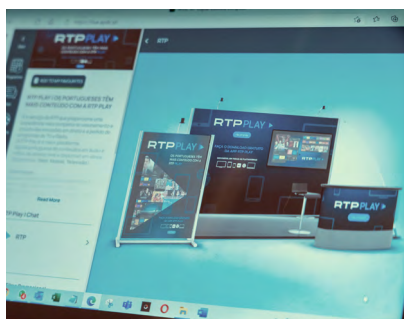
Um mundo de novidades

Apps, múltiplas funcionalidades aos participantes, exposição virtual, gamificação, sessões paralelas. As novidades e inovações deste congresso foram muitas.

A **EDIÇÃO DE 2021** do Digital Business Congress em formato híbrido, mas predominantemente digital, implicou a seleção de uma plataforma online desenvolvida por um fornecedor nacional, que criou um site específico para o evento e desenvolveu uma web app e uma mobile app.

Com esta solução, foi possível disponibilizar múltiplas funcionalidades, desde o programa e oradores, à integração de streaming, passando

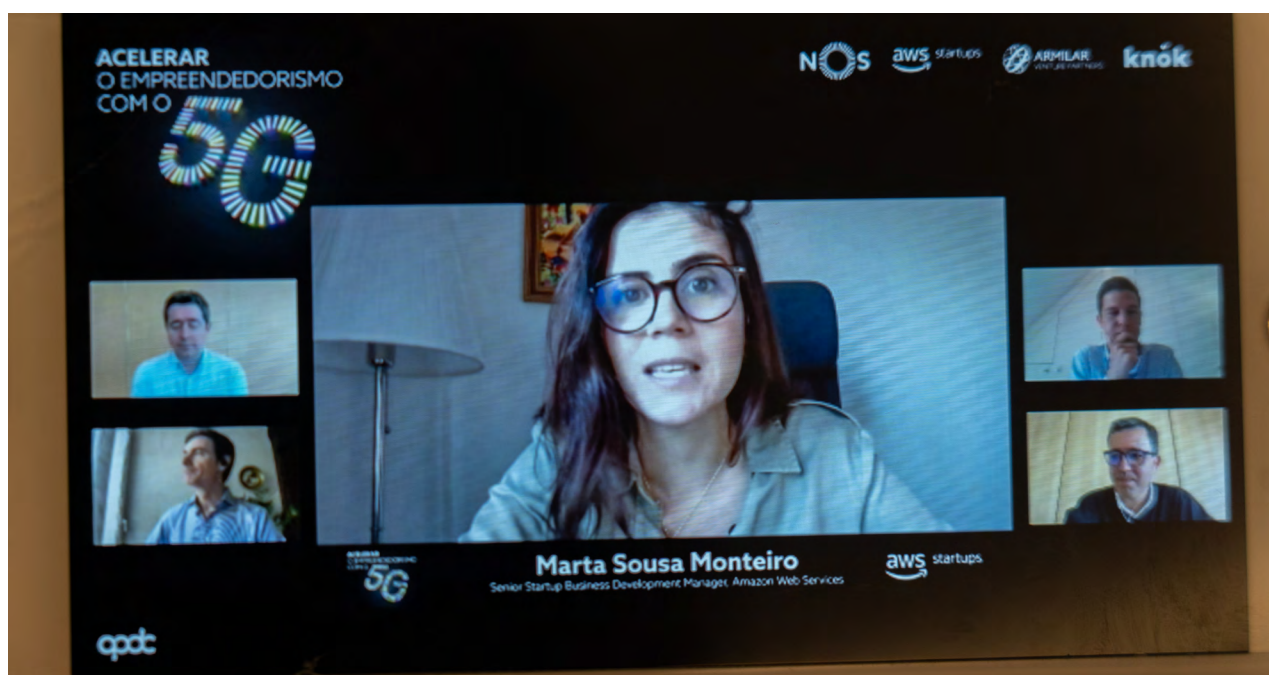
por agenda pessoal personalizável, a avaliação de sessões, chat em tempo real, live questions e televoto, pesquisa, lista de patrocinadores, materiais para download ou envio de certificados. A possibilidade de realizar reuniões por vídeo-chat entre os participantes e de networking entre a lista de participantes, com troca de mensagens ou marcação de reuniões, foram outras opções.



EXPOSIÇÃO VIRTUAL

Através desta solução, decorreu uma exposição com as ofertas de várias empresas, agora em formato virtual. Assim, estiveram presentes nesta

inovadora iniciativa: Altice Portugal, Axians, Capgemini Engineering, NOS, Vodafone, RTP, Intelcia, Paypal, Minsait, Afiniti, Everis, ISEG, StartSe e VRARA, além da APDC. Todos os



participantes tiveram a oportunidade de interagir com responsáveis das empresas, assim como marcar reuniões e fazer vídeo-chats.

GAMIFICATION

A APDC desenvolveu durante o Congresso uma iniciativa de gamification entre os participantes, para potenciar o seu envolvimento. Assim, foram lançados vários desafios, atribuindo-se medalhas e prémios a todos os participantes que se destacaram nas várias modalidades de interação: Photographer, Movie Director, Evaluator, Popular, Communicater Writer, Traveler e Talkative. Os prémios atribuídos contaram com o apoio da Huawei, Lisbon Digital School e Vodafone. Foram ainda enviadas por chat 55 notificações, sendo que 34% foram lidas na app. Este canal foi utilizado para promover as iniciativas desenvolvidas pelos parceiros, como os expositores e sessões paralelas, assim como

para promover o programa e para dar resposta às questões dos participantes.

SESSÕES PARALELAS

Os patrocinadores do congresso puderam, no âmbito do evento, realizar sessões paralelas. Tratou-se de sessões pré-gravadas e transmitidas na plataforma, em simultâneo com o programa do congresso. Assim, neste formato, a Minsait promoveu uma sessão sobre “Cibersecurity in the New Digital World: The Importance of a Holistic Strategy”. Já a NOS realizou uma iniciativa sobre “Accelerating Entrepreneurship with 5G”. E a Paypal analisou “The Impact of the Pandemic on E-Commerce”. Decorreram ainda várias sessões paralelas com oradores internacionais, reservadas a convidados. Gerd Leonhard, Matthew Griffin e Cheow-Hoe Chan foram os speakers. •



APDC ENTREGA PRÉMIOS DO BEST THESIS AWARD

COM O OBJETIVO de premiar as melhores teses de mestrado nas áreas de Tecnologias de Informação, Telecomunicações e Media, a APDC avançou este ano com a 1ª edição do prémio Best Thesis Award. A iniciativa é realizada em parceria com o Consórcio das Escolas de Engenharia (CEE), que reúne o Instituto Superior Técnico, a FEUP, a Escola de Engenharia da Universidade do Minho, a Universidade de Aveiro, a Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa e a Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra. O prémio foi patrocinado em exclusivo pela Axians e teve um valor pecuniário de 1.500 euros por tese vencedora.

Esta 1.ª edição contou com 53 candidaturas, das quais apenas 46 cumpriram os critérios de elegibilidade. Os prémios foram entregues no 30º

Congresso da APDC. Os vencedores foram: Tecnologias de Informação – André Cruz, antigo aluno do mestrado integrado em Engenharia Informática de Computação, da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto (FEUP); Telecomunicações – João Serra, antigo aluno do mestrado em Engenharia Eletrotécnica e de Computadores, do IST; e Media – Miguel Regouga, antigo aluno do mestrado em Engenharia Informática e de Computadores, do IST. Estiveram na cerimónia de entrega os três managing directors da Axians: Carmo Palma, Fernando Rodrigues e Pedro Faustino. •



>>>> Aceda
>> ao vídeo
> do Evento

<https://congresso.apdc.pt/>



Patrocinadores Gold do Congresso



Patrocinadores Silver



Patrocinadores



Media Partner



Patrocinadores Silver APDC



Patrocinadores Bronze APDC

AXIANS CISCO DELOITTE DXC TECHNOLOGY GOOGLE
HP HPE IBM INETUM MICROSOFT MINSAIT SAP SAS

Parceiros APDC

NOSSA VIATECLA VdA