

# UPDATE

apdc

digital business  
community

#87

NOVEMBRO 2022

apdc digital business  
community

EVOLVE

DIGITAL TRANSFORMATION  
Summit 2022

EVOLVE - DIGITAL TRANSFORMATION SUMMIT

COMO TRANSFORMAR  
NEGÓCIOS ATRAVÉS  
DA TECNOLOGIA

# Setting the scene

Assume-se como um grande fórum de transformação digital e é a nova aposta da APDC. Não falamos de mera transição, mas de verdadeira transformação dos negócios através da tecnologia e há que mostrar, com casos reais, o potencial de se preparar o futuro já.

**NESTA PRIMEIRA INICIATIVA** do EVOLVE – Digital Business Transformation, foram apresentados 16 estudos de caso de transformação digital de empresas vindos dos mais variados setores de atividade. No seu conjunto mostram onde está a “mudar o negócio, que terá de passar a ser feito de outra forma e com processos diferentes. Nos casos mais extremos, a cadeia de valor também será destruída e construída uma nova, podendo ainda aparecer novos players e serem destruídos outros”, começou por destacar o presidente da APDC, na sessão de abertura. Além de ser necessário explicar como está a ser feita a transformação, Rogério Carapuça defende que tudo terá de ser medido, porque “só o que é medido é que se pode gerir. O que significa que, antes de se começar um processo de transformação, será necessário definir quais são os seus objetivos. No nosso congresso anual, Michael Wade afirmou que, dos casos que estudou, 87% falharam porque não havia um objetivo. É que não se trata de atirar com tecnologia para cima das coisas, mas sim transformar as coisas. Por isso, o processo tem de ser medido,

para se saber se os objetivos foram efetivamente atingidos”.

**SABER COMO SE FAZ PARA CRIAR VALOR** “Tudo começa com a tecnologia, que não pára de evoluir, a uma velocidade cada vez maior. Não podemos ficar parados, porque as oportunidades tecnológicas acabam por se transformar em ameaças, se não forem acompanhadas. Por isso, convém saber como é que se faz. É esse o objetivo deste evento”, acrescenta o coordenador científico do EVOLVE, para quem “a transformação do negócio tem que ser sempre olhada numa perspetiva de criação de valor”. Mas Paulo Cardoso do Amaral alerta que, ao mudar-se a proposta de valor e a cadeia de valor subsequente, há que transformar a empresa e aquilo que é o seu modelo de negócio. O que implica alterações coordenadas em múltiplas dimensões, pois só assim se garante eficácia e sucesso. “No meio estão as pessoas – clientes, consumidores, colaboradores e parceiros. Não podemos fazer uma transformação digital sem toda a gente estar preparada. E todos sabe-



Ana Sofia Cardoso, TVHost CNN Prime Time e Pedro Santos Guerreiro, Diretor Executivo da CNN Portugal, foram os hosts deste novo evento, que a APDC passará a realizar todos os anos no 2º semestre



“Este é o nosso fórum de transformação digital, para onde vamos trazer todos os casos mais significativos de mudança. É importante que este processo seja explicado e percebido”, destacou o presidente da APDC



Para o coordenador científico do EVOLVE, nenhuma organização pode ficar parada perante a cada vez maior evolução e velocidade da tecnologia. Caso contrário, torna-se uma ameaça e não uma oportunidade

mos que o mais difícil são sempre as pessoas”, adverte.

Na sua perspetiva, não basta ter uma visão e criar uma proposta de valor. “Há que saber se os clientes estão preparados para isso, assim como os parceiros e os colaboradores. De um lado, a cadeia de valor, no meio a transformação do negócio, do outro lado, a preparação das entidades. Por detrás disto tudo, está o clássico trio - pessoas, tecnologia e processos. E não são quaisquer processos, mas sim os que, com aquela tecnologia e aquelas pessoas, criam o valor que queremos, desde que o mercado esteja disponível e preparado para tal”, explica.

É com esta perspetiva que entende que as empresas devem olhar para os estudos de caso já no terreno, “uns mais próximos do mercado, com tecnologias mais maduras, outros ainda no início, em processo de aprendizagem”. Têm de perceber em que ponto estão e de que forma podem usar estes exemplos para acelerar os próprios processos de mudança. E não tem dúvidas: “A empresa que tem menos disfunções é aquela que será mais ágil”.

Num mundo em transformação e aceleração, Paulo Cardoso do Amaral defende que estamos a entrar na fase dos ecossistemas, com a interligação entre todos os elementos da cadeia de valor. Mas tudo está a ser dominado pelas maiores empresas do mundo, as big tech norte-americanas, vindas de dois grandes blocos tecnológicos: os EUA, seguidos da China. Neste contexto, a separação entre indústrias começa a esbater-se, pelo que as empresas não podem apenas pensar em vantagens competitivas no seu setor. “Se há uma estratégia, tem de se pensar em qual é o equilíbrio que aí vem. Se for ape-

nas dominado por big tech, não vai correr bem para a Europa. Mas não é isso que vai acontecer, porque a regulação terá o seu papel aqui, já que define como queremos viver em sociedade”, acrescenta, salientando a regulação europeia para o digital, que “está a começar a sair”.

“Estamos a assistir a leis e regulação europeia que permitem a entrada da tokenização dos ativos, que é o início dos inícios. Já se percebeu o pipeline e onde vai chegar. As tecnologias que estão prontas a entrar e só têm de esperar que o mercado se prepare”, detalha.

Perante esta realidade, defende que todas as organizações têm de estar bem alerta, fazer intelligence e perceber quais são as suas capacidades. Mas, para elas se transformarem em vantagem competitiva, há que entender a outra parte da equação: olhar para o mercado, para a regulação e perceber em que medida os recursos e capacidades podem ser aplicados”.

Sobretudo porque, na sua perspetiva, “as empresas portuguesas vão a reboque do que acontece lá fora. São as big tech que podem fazer mudanças e não há grandes soluções, a não ser estar bem alerta e perceber, em cada momento, com as capacidades que temos, como é que as podemos ativar. Os cenários têm de ser pensados. Chamo a isto estratégia avançada de ecossistemas. O EVOLVE é uma contribuição sobre o que está a ser feito em Portugal e o que podemos fazer com as nossas empresas”, remata.

#### TALENTO É ESSENCIAL PARA FAZER DIFERENTE

O painel de debate sobre “Inovação Made in Portugal” juntou responsáveis de projetos tão diversos como a fintech iCapital, a Infinitive



Nesta sessão de debate, ficou claro que o talento português é diferenciador e que temos todas as capacidades para inovar e nos diferenciarmos. Temos é de, cada vez mais, pensar global e ganharmos vantagens competitivas



O secretário de Estado da Digitalização e da Modernização Administrativa, numa mensagem de encerramento, destacou o papel da APDC, que “tem sido um ator de relevo na promoção dos temas da digitalização”



Este novo evento diferenciador contou com o patrocínio específico da Altice, CGI, CMAS e Logicalis



O interesse no tema da transformação digital e na apresentação de casos foi bem visível pelo elevado número de participantes presenciais



A CNN Portugal foi media sponsor do EVOLVE, permitindo que esta iniciativa chegasse a mais interessados, com a sua transmissão direta online, a partir do site da estação de televisão e do próprio evento



Durante os networking moments, todos puderam testar as ofertas da Altice de realidade virtual e aumentada

Foundry (que desenvolveu uma plataforma de planta digital 3D, com digital twins e gamificação, para trazer eficiência operacional à indústria) e a Twoosk, um marketplace mundial para o setor de telecomunicações. Os seus responsáveis estão de acordo num ponto: o talento português tem elevada qualidade, o que, conjugado com as características do povo e do país, dá a Portugal uma oportunidade única de se afirmar lá fora com as tecnologias que aí vêm.

“Somos um povo de resilientes e não temos medo de falhar, apesar de socialmente o falhanço ainda ser mal visto. Somos um país pequeno, mas sempre abraçamos os desafios que outros não conseguiram”, começa por dizer André Pires Manteigas. Para o CEO da Twoosk, “ao nível do empreendedorismo e uma vez que estamos na cauda da Europa, é na base do conhecimento, da tecnologia, das aprendizagens e outras skills que temos de crescer. Temos tudo para sermos diferenciadores. O objetivo é que o país se torne cada vez mais um hub de empresas e de disrupção”.

A managing director da iCapital reforça esta ideia, destacando que os portugueses são “inovadores por natureza, menos avessos ao risco, multiculturais e fluentes em inglês. Como país e como cultura temos uma capacidade absolutamente única, além da competência técnica, de agregar, de pensar no problema, resolver e simplificar”. Mas Vanda de Jesus alerta que “o maior desafio é que temos todos de provar, para continuar a merecer o investimento internacional, que estamos a fazer isto pela nossa capacidade de operar na Europa e de sermos globais. A nossa capacidade de pensar o mundo é que vai ser diferenciadora”

Uma área de grandes promessas é a do meta-verso. O CEO da Infinite Foundry começa por destacar que é um conceito que não está ainda fechado, que está desregulado e vai evoluir nos próximos 10 anos. Mas, em si, “oferece uma oportunidade de uniformização de culturas e de globalização. Dá a capacidade de as pessoas poderem ter um ambiente interoperável”, ao contrário do mundo atual, que está ainda “silado”. André Godinho Luz defende que “Portugal poderá ter aqui uma grande oportunidade, mas as universidades vão ter de ajudar. Embora exista ainda todo um ecossistema muito avesso ao risco, temos uma capacidade grande para provas de conceito”.

Por isso, e como destacou o secretário de Estado da Digitalização e da Modernização Administrativa, Mário Campolargo, o futuro passa pela crescente “mobilização de todos os agentes sociais, que tem sido fundamental para podermos aproveitar todo o potencial do digital para benefício de todos, num mundo cada vez mais cheio de desafios”. Neste contexto, “a APDC tem sido um ator de relevo na promoção dos temas da digitalização, mas também na promoção de várias iniciativas, para que Portugal seja cada vez mais digital”.

Depois da 1ª edição, o próximo EVOLVE já tem data marcada: 11 de outubro de 2023. •



## Inovação tecnológica nacional volta a destacar-se lá fora

**PORTUGAL TEM TRÊS PROJETOS** entre 40 vencedores finais do World Summit Awards (WSA 2022), o que vem comprovar a inovação e o talento nacionais na resposta tecnológica aos problemas da sociedade. A NUADA, na categoria Health & Well-Being, a Water Wise System, em Environment & Green Energy, e a X-Plora, em Culture & Tourism, vão estar no WSA World Congress, a realizar em março de 2023, no México. Foram eleitos pelo Grand Júri, que se reuniu em Jacarta, e onde participou a APDC, através da sua diretora executiva, Sandra Fazenda Almeida. O anúncio dos vencedores decorreu no final do EVOLVE, onde foi também conhecido o vencedor do Prémio Born from Knowledge (BFK), atribuído pela ANI - Agência Nacional de Inovação, eleito entre todos os candidatos nacionais ao WSA, a CRIAM Knowledge. O projeto NUADA foi

criado para dar resposta à diminuição na força das mãos, por doença ou lesão, assumindo-se como a primeira luva de apoio inteligente, com múltiplos sensores especiais incorporados e tendões artificiais de inspiração biológica, que assegura que o utilizador não depende de terceiros para o seu bem-estar pessoal. Já o Water Wise Sistem vem responder ao sentimento de urgência na conservação da água e à sua utilização eficiente com uma solução inteligente desenhada de raiz para a gestão e processamento massivo de eventos complexos e heterogéneos. O X-PLORA é um guia multimédia para visitas físicas e virtuais, que aposta em tecnologias imersivas e na gamificação. E a CRIAM Knowledge é uma startup médica que desenvolveu uma plataforma de diagnósticos automática e portátil que permite a realização de procedimentos para salvar vidas em emergências. •

# Caso de estudo: à medida e sempre em parceria

**HÁ PROJETOS DE INOVAÇÃO** e transformação digital em áreas totalmente distintas, de maior ou maior amplitude, apenas de teste ou já em curso nas organizações, também elas bastante díspares. Em todos, uma tônica dominante: assentam em soluções tecnológicas, criam verdadeiras relações de parceria e preparam um futuro que já cá está e que vai acelerar cada vez mais. E há a consciência de que existem muitas incertezas e incógnitas à mistura, que resultam da aceleração digital e do xadrez geopolítico europeu e mundial, que dita as condições em concreto para a economia e para a sociedade em cada momento. Nesta 1ª edição do EVOLVE, foram apresentados em detalhe 16 projetos pelas empresas que os estão a implementar e pelos seus parceiros/fornecedores tecnológicos. Eis um resumo de cada um, nas palavras dos seus protagonistas:



**#DM MAIS SIMPLES - REGISTO, CODIFICAÇÃO E DIVULGAÇÃO COM A NOTIFICAÇÃO | INFARMED – CAPGEMINI ENGINEERING**

Para o apoio à decisão e suporte à atividade de regulação e supervisão de mercado de Dispositivos Médicos (DM), assim como a reengenharia de processos, foi desenvolvido um inovador Sistema de Informação de Dispositivos Médicos (SIDM). Pretendia-se aumentar o conhecimento existente sobre o mercado, a transparência do processo e a literacia dos profissionais de saúde e do cidadão, contribuindo para o reforço da segurança na utilização destes produtos. Carina Adriano, director of information systems and technology do INFARMED, sobre este sistema, diz: “Mudámos o nosso mindset e eliminámos uma série de passos para a indústria que antes existiam, com a migração de quatro sistemas para um. A tecnologia trouxe-nos uma lufada de ar fresco, com a codificação num minuto e a

automatização de todo o processo”. Mais: num processo onde “ter uma equipa do projeto foi essencial, tudo correu tão bem que vamos para a 2ª fase. Temos de mudar, se não afundamos”.

E quais os maiores desafios na perspetiva do parceiro tecnológico? O ecossistema e a resistência à mudança. Romeu Fonseca, team unit manager (Healthcare) da Capgemini Engineering, diz que “neste projeto específico, a tecnologia era importante, mas não o mais importante. Tivemos de garantir que o ecossistema estava alinhado com o que se pretendia fazer, envolvendo as pessoas”.



## CUSTOMER ENGAGEMENT: COMO CRIAR UM ENVOLVIMENTO INTELIGENTE E PERSONALIZAR A EXPERIÊNCIA DO SEU CLIENTE | COFIDIS – CISCO – LOGICALIS

O projeto assentou numa solução para garantir a evolução do contact center como serviço central de contacto com os clientes, independente dos canais (voz, mail, chat, vídeo ou bots). Permitiu à Cofidis adaptar-se na forma como os seus clientes queriam e podiam interagir, durante e após o início da pandemia.

Preparar a “Cofidis do amanhã” foi a meta

da empresa, que teve de pensar como colocar parceiros e clientes no centro das decisões. Como explica Cláudio Pimentel, começou por se fazer um diagnóstico das fragilidades na oferta: não se conseguia oferecer a mesma experiência ao cliente em todos os canais, nem medir a atividade. Depois, houve que priorizar e limitar as áreas de atuação. Resultado: “Conseguimos colocar os colaboradores a trabalhar numa única plataforma, vimos as taxas de satisfação dos clientes, de eficiência e de atendimento ao público e, “com isso, definimos um plano ambicioso. Começámos pelo canal do email, sendo direcionados para as pessoas certas, o chat e toda a parte de medição dos KPI”, diz o chief information officer da Cofidis. Pedro Francisco, sales leader da Cisco, confirma que “a Cofidis teve de encetar um processo de mudança cultural, juntando IT e negócio, com pessoas com competência para definir como tecnologicamente poderiam endereçar os desafios. As empresas não competem só pela marca e serviço, a experiência da entrega tem um peso muito grande na decisão. Os novos canais estão a ser exigidos como formato, a experiência tem de ser medida e a solução entregue”. E o processo evolutivo ainda continua, acrescenta Luís Lança, chief technology officer da Logicalis: “A voz tem ainda uma preponderância grande nos centros de contacto e há que perceber o sentimento das pessoas. Tem de se trabalhar o processo de linguagem natural, saber como analisar o sentimento dos clientes e como simplificamos a vida dos agentes”.



## TRANSFORMAÇÃO DE SISTEMAS OPERACIONAIS E COMERCIAIS | GALP ENERGIA – SAP

Com a implementação de raiz de sistemas operacionais de gestão da empresa, de gestão de capital humano, de retalho e de e-commerce, foi possível consolidar vários sistemas e transformar processos. Assim, a Galp ficou mais eficaz, flexível e ágil para liderar um mercado em transformação. Um novo sistema de gestão de experiência dos clientes e colaboradores permitiu ainda o conhecimento das suas reais necessidades e expectativas.

Este foi um verdadeiro projeto de transformação do negócio, como afirma a head of business transformation office da Galp Energia em todas as cadeias de valor e geografias. Tudo começou com uma página em branco, para uma implementação de raiz. Depois foi começar a “fazer a transformação de negócio e de processos”, com base em três princípios: standardização, harmonização e otimização. “Tem sido uma jornada intensa, num processo dividido por waves, até para mitigar o risco”, num projeto que continua a ser implementado e que tem “uma componente de gestão da mudança muito importante”, diz Catarina Ceitil, que defende que “o projeto é uma base e há que correr riscos controlados”. Rui Soares, industry account executive da

SAP, deixa claro que “este tipo de projeto, desta dimensão, praticamente não existe em Portugal. Lançou-nos desafios além do mercado nacional e permitiu-nos a aproximação às equipas de desenvolvimento de produto a grandes projetos. É uma inspiração para melhorar os produtos. É inédito e uma referência não só ao nível da transformação no setor, mas também a nível internacional. Os grandes colossos da indústria reconhecem-no de uma audácia enorme”.



## TRANSFORMAÇÃO DIGITAL COM BASE EM PAGAMENTOS DIGITAIS VODAFONE | CMAS

Com a aceleração da utilização do digital, ditada pela pandemia, nomeadamente para as compras, a facilidade de execução dos pagamentos assumiu-se como um fator verdadeiramente relevante. Mas a implementação de um sistema de pagamentos pode ser complexa, pesada e onerosa. O projeto comprova que o W2Bill Payments permite facilitar a adoção de novos métodos de pagamento e a sua utilização em todos os canais digitais numa organização. Na Vodafone, a alteração dos métodos de pagamento foi progressiva, sempre a pensar em simplificar e criar automatismos, para melhorar a experiência do cliente. Ricardo Baptista, líder da equi-

pa de arquitetura do operador, refere que o objetivo é ter “uma gestão de pagamentos segura, confiável e escalável, criando um ecossistema onde o podemos integrar facilmente em qualquer canal. A pandemia ajudou à adoção, proporcionando escala”. A solução encontrada foi criar uma experiência omnichannel dos pagamentos, com simplificação dos modelos de implementação e redução do time-to-market, para permitir soluções de novos produtos e melhoria de experiências digitais dos clientes, acrescenta Carlos Santana, founder & manager da CMAS Systems, para quem “só assim se fideliza e cria confiança nas organizações”.



### EVOLUÇÃO DIGITAL AO SERVIÇO DA EDUCAÇÃO | INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR - INETUM

Criar novas formas de trabalho e um novo modelo de interação com os principais stakeholders foram as metas que levaram o Politécnico de Tomar a adotar um processo de transformação digital e de evolução dos sistemas de gestão da informação e processos. Permitiu ainda melhorar a qualidade do serviço prestado, otimizar recursos, automatizar processos e garantir uma total conformidade com os requisitos de segurança em vigor na gestão documental. “Devemos estar preparados e com alguma

consciência do que pode acontecer, com ferramentas que nos possam dar alguns alertas através de sistemas implementados. Com esta atualização de programas, queremos ter várias funcionalidades que até agora não tínhamos, como a análise de indicadores de gestão e a agilidade de processos. Transformar é algo que tem de se focar na melhoria”, assegura Joaquim Pombo, IT manager do Instituto Politécnico de Tomar.

Porque as “organizações precisam de ter uma forma inteligente de analisar a informação”, Sandra Monraia, sales director da Inetum, diz que a solução desenvolvida pela empresa, além de ser de gestão documental, é ainda de processos de negócio, de segurança e de usabilidade. Foi o que se instalou, faltando ainda introduzir a componente de BI, para tirar partido dos indicadores de gestão.



### TRANSFORMAÇÃO DA ESTRATÉGIA E CANAIS DE COMUNICAÇÃO | MILLENNIUM BCP - MICROSOFT

Com a pandemia, o Millennium BCP procurou formas inovadoras de comunicação para manter o negócio a correr de forma natural. Assim, implementou o Microsoft Teams Live Events, passando a produzir uma série de eventos, desde conferências a webinars, numa solução destinada a

dinamizar as comunicações com colaboradores, clientes e outros stakeholders, de uma forma totalmente inovadora no setor financeiro em Portugal.

“O início da pandemia obrigou-nos a repensar tudo, porque tivemos de passar do real para o virtual. Foi um desafio, porque metade das nossas pessoas estão centralizadas e a outra metade nos vários balcões. Precisamos de um fluxo de informação o mais normal possível, por isso, fizemos em tempo recorde este processo de transformação para puxar para dentro do banco a utilização diária das plataformas Microsoft 365 para fazer momentos presenciais digitalmente”, explica Erik Burns, head of corporate communications do Millennium bcp.

No fundo, foi pegar no Microsoft Teams e levar a sua utilização a outro nível, profissionalizando-o, adianta Manuel Faria, customer success manager da Microsoft, que diz que o grupo “teve a capacidade de fazer a captação de eventos em tempo real e em streaming, criando conteúdos relevantes e profissionais. A facilidade de adoção da tecnologia permitiu a sua rápida aceitação”.



## 1º PORTO 5G | APDL - NOS

Apoiar na segurança do perímetro do porto com elevada flexibilidade e eficiência. Dar assistência aos pilotos dos navios nas suas manobras, através de uma visão aérea e com integração com GPS dos navios para seguimento automático. Facilitar a inspeção de infraestruturas, evitando a necessidade de andaimes e permitindo executar estas tarefas de forma muito mais frequente, eficiente e flexível - foram as metas do projeto, que assenta na implementação de um drone, com recurso a tecnologia móvel 5G.

Hugo Bastos, diretor de sistemas de informação da APDL, não tem dúvidas de que “a tecnologia está a mudar a forma como os portos operam. Sendo ecossistemas muito vastos, em que trabalham diversas entidades, têm dificuldades de conectividade”. Porque o 5G já estava no radar e houve uma vontade comum, “pensámos num piloto que nos permitisse obter ganhos rápidos e mostrar a capacidade da tecnologia aos stakeholders e equipas. Atingimos os objetivos, para começar uma transformação da conectividade, a fim de desenvolver os nossos projetos de transformação digital, como a sensorização. O 5G traz um grande contributo, para potenciar outras tecnolo-

gias e integrar todas as cadeias logísticas”, acrescenta.

Mas houve desafios em termos tecnológicos, a começar pela robustez do drone físico, num cenário de porto. Depois, a segurança, porque no controlo dos navios, o drone tem de tomar decisões autónomas. Por fim, a usabilidade, uma vez que a solução tem de ser útil.

Pedro Machado, head of B2B new business da NOS, adianta que “no final, o ponto crítico foi a capacidade para desenvolver uma solução à medida dos desafios concretos”.



## MICROSSERVIÇOS EM CLOUD | CTT – DEVOTEAM

Primeiro, criou-se um protótipo do Portal de Provedores. Depois, templates de acordo com as regras do negócio, para permitir replicar a tecnologia em situações futuras noutras áreas e processos, de forma encapsulada, escalável, rápida e com possibilidade de gestão independente. Além das vantagens específicas para o negócio, há todas as vantagens dos microsserviços em cloud: facilidade e rapidez, maior flexibilidade da infraestrutura, escalabilidade dos serviços, criação de serviços standard e reutilizáveis, redução de custos e perdas e desenvolvimento de práticas DevOps e colaborativas.

Rui Pedro Saraiva, CTO dos CTT, diz que o grupo quer criar ecossistemas, através de uma estratégia de omnicanal. Por isso, tudo tem de ser muito customizável e adaptado às necessidades de negócio, ficando as energias no que é diferenciador. “Para isso, temos de aproveitar o que a cloud nos traz de bom, usando-a em nosso proveito. Como todas as empresas, ou criamos, ou sofremos disrupção. Quem não se ajusta vai estar fora do mercado. O facto de termos 500 anos de história não nos garante o futuro. Temos de olhar para a tecnologia para nos transformar”.

Esta tem sido uma transformação digital extensa e com um legado muito grande, deixa claro Bruno Tavares, CTO da Devoteam. Teve de haver “caminho de transição em cima de uma arquitetura já existente”, escolhendo-se as “tecnologias certas para a missão. A transformação vai demorar algum tempo e funciona muito por conseguir dar capacidade ao negócio para criar produtos e funcionalidades diferentes”. A plataforma que foi criada “é a base para a mudança dos próximos tempos e há ainda que fazer muitas migrações de conteúdos”, mas permite agilidade de entrega e de experimentação.



## LUGAR 5G | SPORT LISBOA BENFICA – ACCENTURE – NOS – NOKIA

Trata-se de uma experiência inovadora, que permite que qualquer adepto do clube possa assistir a um jogo de forma imersiva e em tempo real, como se estivesse no estádio, de forma totalmente remota. Câmaras 360 de alta-definição no campo, uma plataforma de streaming multi-view e óculos de realidade virtual foram a solução para um projeto assente numa rede 5G, que garante elevadas velocidades e reduzidas latências.

“O Benfica sempre teve um DNA digital e a transformação digital faz parte da nossa estratégia. O Lugar 5G é um exemplo. Muitas ideias já surgiram em cima deste use case. São formas de ver o desporto de maneira diferente, tanto numa vertente lúdica, como de negócio”, comenta Paulo Martins, diretor de IT e operações do Sport Lisboa Benfica. Assim, o clube está a transformar as condições do estádio, do ponto de vista tecnológico, para criar “um ecossistema de soluções que funcione”.

O potencial do 5G é grande “para suportar os casos que antevemos serem relevantes, como a cloud, edge computing e muitas outras tecnologias onde fizemos bastante investimento, como realidade virtual e vídeo analytics. Importa garantir que temos

as soluções de software preparadas para as várias indústrias”, acrescenta Tiago Ribeiro, B2B business development director da NOS. Por isso, o operador está a rodear-se de um ecossistema de parcerias e quer perceber os desafios e necessidades dos clientes.

Uma das áreas de enorme potencial é o metaverso, que vai revolucionar tudo. José Rodeia, senior manager da Accenture, diz que “este caso mostrou que a tecnologia está pronta para o mercado, já que fizemos este projeto em uma a duas semanas”. Também Ricardo Pinto, customer CTO da Nokia, destaca o potencial do 5G para enriquecer a forma como se consome entretenimento. Este “foi um projeto muito interessante e um primeiro passo para o que será a jornada do Benfica para experiências mais digitais para fãs e sócios”



## O GÉMEO DIGITAL 5G | EFACEC - ALTICE

Centralizar toda a informação de planeamento, operação, qualidade e logística e ao mesmo tempo ter, em tempo real, uma visão global, era a meta. Objetivo: entregar os melhores produtos. A ferramenta implementada, a solução Fábrica 3D (Gémeo Digital) deu resposta, ao criar uma réplica digital do chão de fábrica, animada em tempo real com informação das máqui-

nas e dos trabalhadores, obtida a partir de sensores e de câmaras.

“Sentimos a necessidade de ter algo que nos diferenciasse. Em todos os negócios, os clientes estão muito mais exigentes, o que nos obrigou a uma reflexão interna. Tínhamos sistemas produtivos não muito organizados e isso levou-nos a fazer uma reestruturação. Foi uma transformação ao nível industrial, com conhecimento e informação. Conseguimos ter uma fábrica inteligente”, explica Hélder Almeida, diretor de operações da Efacec Power Solutions, para quem “a transformação digital é um dos pilares estratégicos da empresa”.

O resultado desta aposta já é bem visível, uma vez que se conseguiu quase duplicar a capacidade numa das linhas de produção e otimizar ainda mais as operações. Foi inevitável meter o 5G num projeto destes, porque alavancou o processamento. Já temos o embrião, agora é só expandir”, acrescenta.

Para Mário Seborro, diretor comercial da Altice Empresas, este é um exemplo de “um caso de sucesso no contexto industrial. Com ganhos de produtividade e correção de falhas, informação em tempo real e visão integral de todos os processos de informação. A tecnologia é um enabler, conjugada com os processos e alinhada com a estratégia da organização. Gostamos que os nossos clientes nos desafiem, porque cada caso é um caso”.



## GORA - GESTÃO E OPERAÇÃO DE REDES DE ÁGUA | ÁGUAS DO DOURO E PAIVA - HPE

Numa verdadeira “digitalização das águas”, esta é uma solução de telegestão da água 100% virtual, com integração de sistemas industriais e da qualidade, entre outros, e informação online estruturada, transparente e disponível para os clientes. Trata-se de uma solução tecnológica à medida, para armazenar e tratar os dados de caudais da rede de distribuição, controlar os registos de caudal e pressão para faturação e controlo de perdas.

“O GORA é um projeto que envolve muitas áreas da empresa e todas as componentes operacionais, tecnológicas e de compras. É completamente transversal, com uma visão clara da administração em projetos de valor acrescentado que trazem qualidade de serviço e de organização. Inovar tem de impactar e trazer valor acrescentado para as empresas, clientes e parceiros”, comenta Carlos Fernandes, coordenador de sistemas de informação & CISO da Águas do Douro e Paiva.

Sendo o desafio “a manutenção da solução, potenciar as infraestruturas e desenvolvê-las ainda mais”, a parceria com a HPE surge de forma natural, porque “é um projeto de vários anos, só possível com parceiros de qualidade”.

“Estar envolvido neste projeto toca em dois ativos muito relevantes: os dados e a componente da água, que é fundamental. Temos uma presença muito forte no setor público, de uma forma geral, e estamos muito habituados a este tipo de exigência. Garantindo o nível de resposta adequado, para que não haja interrupções num bem essencial como é a água”, destaca Carlos Leite, southern Europe head of partner sales & Portugal managing director da HPE. Que deixa claro: “Endereçamos a tecnologia que o cliente precisa, evitando desperdícios”.



**5G NA GESTÃO DE CARGAS | ADMINISTRAÇÃO DO PORTO DE AVEIRO – ERICSSON - VODAFONE**

É um exemplo de utilização do 5G. Destina-se a monitorizar e gerir a carga em tempo real, através de soluções de replicação digital e de aplicações e dispositivos de realidade virtual e realidade aumentada. Permite ainda reduzir a pegada ambiental das atividades e melhorar a eficiência, segurança e rentabilidade das operações. Assenta numa rede privada 5G de última geração, em software logístico dedicado e em câmaras de alta-definição. Ricardo Mendes, técnico superior de informática da Administração do Porto de Aveiro, destaca os objetivos: ser um smart, blue e green port. “Temos 66 hectares de porto que precisamos de gerir muito bem,

partilhados com terceiros. Queremos aumentar a eficiência e descer emissões, com redução de custos associados à operação, através da sensorização do porto”. No início de 2023, serão verificados os resultados e as eficiências obtidas pelo projeto, acrescenta Nuno Roso, head of digital services da Ericsson, que adianta que o projeto surge na sequência de um outro introduzido no Porto de Livorno, com resultados muito positivos. Assenta numa rede 5G, conjugada com outras tecnologias, como realidade aumentada e virtual e um expert system. “A componente do 5G foi a mais fácil, mas pôr a funcionar as coisas no mundo real, com processos reais, é o desafio”, diz.

“Este projeto foi construído com base numa rede privada 5G, o que permite a confidencialidade absoluta, essencial em muitas áreas, assim como o processamento local, com o edge computing. A computação de todo este tipo de aplicações é feita localmente e junto da rede e as latências são muito mais baixas, sem atrasos”, explica Fernando Videira, desenho e pré-venda de soluções empresariais da Vodafone.



**O TRABALHO COLABORATIVO COMO ENABLER PARA A NOVA ORGANIZAÇÃO DO GRUPO EDP | EDP - MINSAIT**

O projeto central de reestruturação das salas de videoconferência do grupo arrancou em 2021, para garantir o melhor

regresso possível dos colaboradores aos escritórios no pós-pandemia nas diferentes geografias, e responder aos desafios dos novos modelos de trabalho. Foi instalada em todo o universo EDP e mudou significativamente a vida e a rotina dos colaboradores, reforçando a aposta na transformação digital dos locais de trabalho (smart workspace) e na inovação do modo de trabalhar.

Esta solução surgiu não só da necessidade de responder à pandemia, mas da adaptação a uma nova forma de trabalhar, não por geografia, mas por plataformas globais de negócio, com colaboradores de várias nacionalidades, explica Marta Belo, corporate services director da EDP Global Solutions - Shared Services. Para comunicar de “forma instantânea e colaborativa, com salas de reuniões que, no futuro, podem trazer a realidade para o virtual, com o metaverso”, a opção recaiu sobre uma tecnologia que permite trabalhar em modo híbrido e multi-geográfico. Uma forma de inovar “se não tivermos medo de arriscar, fazendo pilotos e parcerias, para aprender em conjunto”, diz esta responsável.

João Januário, responsável pela energia da Minsait em Portugal, diz que o projeto assenta numa plataforma que responde ao trabalho colaborativo, sendo o projeto desenvolvido com a Microsoft e a Poli. “Este tipo de solução permite que as pessoas percebam que faz sentido trabalhar em comunidade e em colaboração, porque só assim se consegue evoluir. Nas empresas, temos ainda de perceber para onde vão os nossos clientes porque, cada vez mais, somos um ecossistema onde todos temos de trabalhar em conjunto”, considera.



## CUSTOMER DATA HUB | FIDELIDADE – DXC

O objetivo é transformar a forma como se utilizam os dados, como princípio central da estratégia de transformação digital para uma organização focada no cliente. A criação do Customer Data Hub vai alimentar iniciativas data-driven para melhorar o relacionamento com os clientes e criar oportunidades de crescimento.

“Este projeto acaba por ser um pilar de ativação de uma estratégia omnicanal. O que pretendemos, que é essencial numa organização com heterogeneidade de sistemas e alguma dispersão de dados, é ter uma visão 360 sobre o cliente. O que não é propriamente algo simples” considera António Dias, enterprise architect da Fidelidade. A solução encontrada foi a ideal, na sua perspetiva: “Trata-se de uma plataforma extremamente simples, a curva de aprendizagem é curta e os conceitos são quase intuitivos. O que acaba por ser um valor. No tema da escala, foi com surpresa agradável que se viu esmagar montanhas de informação em minutos. Foi um fator adicional para a decisão”, numa relação de verdadeira parceria com o fornecedor, que permite ter uma “visão comum e o sucesso que está por detrás”.

João Moradias, insurance industry lead da DXC Technology, confirma que “o programa foi complexo e contou com mais enti-

dades. Teve de se compreender muito bem o ecossistema e as valências envolvidas. Trabalhámos para um fim único e seguimos um script único”.



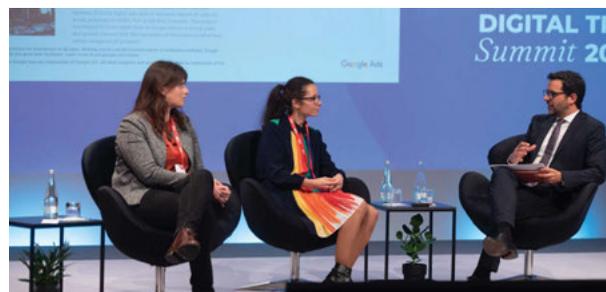
### A INTEGRAÇÃO “INTELIGENTE” COMO SUPORTE A UMA MELHOR JORNADA PARA A (MULTI)CLOUD | EDP - IBM

Passar a deter uma solução de integração de APIs, robusta, flexível e altamente resiliente, que fosse uma peça de arquitetura transversal para todo o negócio era o grande objetivo. Tal foi alcançado com uma solução de Data Power/Cloud Pack for integration, que permite agora à elétrica gerir e integrar todo o seu parque aplicativo, com elevada satisfação dos clientes, numa área core da sua arquitetura.

“Com esta solução, as centenas de milhares de aplicações que tem a EDP, como empresa muito complexa, são geridas e entregues no sítio devido. Nesta fase de transformação digital, o tema do governo é muito importante, assim como a componente de performance”, explica Tiago Aleixo Sousa Soares, head of integration competency center da EDP. A solução, garante, já foi mais do que testada com sucesso: “No ataque informático de abril de 2020, muito grave, em cerca de cinco minutos conseguimos fechar as portas todas, graças a um governo muito forte”. Acresce a estabilidade que o negócio ganhou, assim como

a eficiência, rapidez e performance, que se traduz em valor para o negócio.

Rui Garcia dos Santos, IBM technology, automation brand representative, garante que “a IBM foi pioneira no que é a definição de uma cloud híbrida e tem este footprint. Obviamente as coisas têm de ser pensadas com estrutura, perante as necessidades em concreto. A EDP olhou para a plataforma de cloud para garantir a transportabilidade multicloud e levar melhor os dados que tem dos seus clientes, de forma segura, para onde são necessários. Só assim passou a suportar as novas aplicações nas várias regiões do mundo onde está presente”.



### COMO AUMENTAR A MARGEM DO NEGÓCIO ATRAVÉS DE 1ST PARTY DATA, AUTOMATION E BUDGETS FLEXÍVEIS | EL CORTE INGLÉS – GOOGLE

Em 2021, e depois de definir o objetivo ambicioso de negócios de mais do que duplicar o seu crescimento e apostar na aceleração digital, o grupo de retalho viu uma oportunidade para integrar a 1st Party Dat, aproveitando a automação presente nas ferramentas Google para alavancar as vendas. O grande foco do projeto foi a definição de uma margem por categoria, para garantir lucratividade. Assim, passou a ter um orçamento flexível, que permite capturar oportunidades de vendas sempre que sejam lucrativas.

“Este é um projeto de transformação digital, mas aplicado mais ao marketing. Com a finalidade de usar a tecnologia a favor dos resultados concretos para o negócio. Num retalhista como nós, as margens são muito variadas. Por isso, o objetivo foi integrar a informação de margem, para determinar as campanhas que libertam mais margem. O projeto existe há cerca de dois anos e só nos primeiros meses conseguimos maior rentabilidade, com as margens a subirem em cerca de 60%”, comenta Judit Miranda, head of digital marketing do El

Corte Inglés. Hoje, “o projeto prossegue e ainda temos muitos planos para o futuro”. Para Joana Barbosa, industry manager retail da Google, “a grande vantagem é que este tipo de projetos permite acompanhar a procura. Com os budgets flexíveis pode acompanhar-se qualquer pico que exista, sem perder as oportunidades de negócio. E a grande vantagem é que existem muitos picos de procura em áreas totalmente diversas, o que traz flexibilidade, maximizando as vendas e a margem”.

### As tecnológicas nacionais

					
					
		 An Indra company			
	A SUA EMPRESA	A SUA EMPRESA	A SUA EMPRESA	A SUA EMPRESA	A SUA EMPRESA

### juntam-se aos seus clientes

					
			 Administração Nacional de Medicamentos e Produtos de Saúde, I.P.		
			A SUA EMPRESA	A SUA EMPRESA	A SUA EMPRESA

e, em parceria, apresentam casos reais de transformação digital.

## >>>> Saiba mais sobre os Casos de Transformação Digital

<https://evolve.apdc.pt/casos-transformacao-digital/>

## >>>> Aceda aos vídeos do Evento

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLB0zVkqy-8UGKM-7twRQIYSwcicNKBGE9>

## >>>> Aceda à reportagem fotográfica do Evento

<https://www.flickr.com/photos/apdc/albums/72177720303939742>

### Patrocinadores EVOLVE

### Media Partner



### Patrocinadores Silver

accenture



Capgemini engineering



HUAWEI

NOKIA



### Parceiros para o Talento

### Patrocinadores Bronze

### Parceiros

AON thekeytalent

AXIANS CISCO DELOITTE  
DXC TECHNOLOGY GOOGLE HP HPE IBM  
INETUM KYNDRYL MICROSOFT MINSAIT  
SAP SAP VANTAGE TOWERS

CIRCLE VIATECLA VdA