



DOT TOPICS – WEBME | ACCENTURE VIDEO TRANSCRIPT

Sandra Almeida: Olá.

Bem-vindos ao podcast Dot Topics. Temos hoje como convidados Bruno Bernardes, Managing Director da Accenture Portugal, e Allen Vasconcelos, Head of the Digital Global Unit da EDP. Sejam bem-vindos e muito obrigado pela vossa presença e participação neste podcast, que tem como plano de fundo o estudo Accenture Technology Vision 2022, e que identifica quatro tendências. Por isso então vamos ter quatro episódios. Bruno, temos a responsabilidade de fazer o primeiro episódio sobre este estudo e sobre a primeira tendência, WebMe. No que ela consiste?

Bruno Bernardes: A WebMe é a nova forma de experienciar a internet, que se antevê nos próximos anos ter uma adoção cada vez maior e em que as pessoas, no seu dia a dia, ao invés de interagirem com a internet como já a fazem há vinte anos, terão uma experiência mais imersiva e que lhe permitem interatuar, tocar, sair, entrar de sítios e etc tudo nesta nova realidade, o metaverso.

Sandra Almeida: Eu acho que isso está bastante presente e é o que efetivamente o estudo nos apresenta: a convergência das diversas tecnologias que tornam este mundo cada vez mais interconectado e as tecnologias emergentes a permitir novas formas de trabalhar, de agir, de interagirmos, de desempenharmos as novas funções. Allen, como a EDP vem a adotar essas tecnologias nos seus planos de atividades e de negócio?



Allen Vasconcelos: Começo com uma nota de que o digital tem sido central na estratégia do grupo EDP. Aliás, desde já há alguns anos. Em 2018, quando foi criada a Global Digital Unit, houve um foco muito grande na transformação do IT mais tradicional para combinar com uma visão mais digital, com novas tecnologias. Em termos de estratégias do grupo, temos a transformação digital como um dos pilares fundamentais para o futuro. Temos cinco eixos. Um deles tem a ver com o cliente e como o digital pode ajudar na relação com este cliente. Depois, há a relação com os dados e como podemos extrair valor de tudo o que temos e o que podemos fazer com eles. Ainda há sobre operações eficientes e como podemos utilizar o digital para ampliar essa mesma eficiência. Há um eixo totalmente dedicado às nossas pessoas, sobre cultura digital, change management, como conseguimos preparar a organização para essa transformação digital. Por fim, a ciber segurança, que está na base de tudo isso. Todos estes eixos e iniciativas que estão por vir no plano entre 2021 e 2025 têm volume de investimento de mil milhões de euros. Portanto, é aqui o compromisso que o grupo EDP está a fazer para cumprir essa transformação digital que já começou há alguns anos, mas diria que está agora mais reforçada para o que vem à frente.

Sandra Almeida: pelo que consegui perceber daquilo que o Allen explicou, esta é uma unidade digital transversal a toda EDP. Não é uma atualização do que é o departamento de tecnologia do grupo.

Allen Vasconcelos: Certo. Esta área Digital Global Unit é uma unidade totalmente transversal. Portanto, trabalhamos com todas as empresas do grupo EDP para as mais diversas geografias. Estamos a falar de muitos países, como Espanha, Portugal, outros países na Europa, Brasil, Estados Unidos, na Ásia. Portanto, acabamos por ter uma abrangência grande, não só na componente geográfica mas também na cadeia de valor. Ou seja, para nós, o digital não é só o tema da relação com os clientes, mas também como podemos ser mais eficientes na gestão dos nossos ativos, e estamos aqui a falar, por exemplo, de distribuição, de redes, de controlo de energia - não só a clássica mas também renováveis - e sobre como o digital pode entrar nas unidades mais dedicadas à gestão de energia e trading, até os serviços mais corporativos, mais centralizados e sobre como podemos facilitar um conjunto de serviços partilhados e de suporte do grupo.



Acabamos por ter esta abrangência muito grande, trabalhamos naturalmente com unidades digitais específica em cada umas empresas e negócios, mas acabamos sempre por ter esta visão global e holística para garantir que atingimos os nossos objetivos, muito para preparar para sermos uma Utility 100% digital, a nossa ambição.

Sandra Almeida: Obrigado por esta explicação, pois é sempre importante que quem está a nos ouvir entende efetivamente quem são os nossos convidados e porque que são os nossos convidados para este tema da nova geração da internet.

Bruno, quer nos falar o que está a liderar esta nova revolução da internet?

Bruno Bernardes: Acho que aqui temos um bocadinho de contexto histórico, sobre como chegamos até aqui, depois sobre como que vamos para frente. Portanto, nós, nos anos 90, quando começamos a trabalhar com a internet, a interação era baseada no tema de dados, sobre como pesquisar qualquer coisa online. Nos anos 2000, temos a revolução do social media, com a aparição do Facebook, Twitter e todos o outros que forneciam experiências mais sociais, que nos permitiram interatuar de forma diferente com a internet e com as outras pessoas à nossa volta. Em 2010, mais precisamente entre 2010 e 2020, começamos a trabalhar com a Internet of Things, ou seja, muito mais interconectividade do que tínhamos até lá. Um enorme volume de dados, cada vez mais vemos um crescimento exponencial de dados, e é verdade que a forma como eu, como ser humano interectuo com todas as outras coisas que estão a minha volta e conectadas, mudou muito nestes último cinco, seis, sete anos. A próxima fase, digamos assim, é a forma como experienciamos tudo aquilo que temos vindo trabalhar até agora. Se repararmos a nossa experiência de utilização na internet, não mudou fundamentalmente desde os anos 90. Eu tenho o meu endereço na internet, acedo a qualquer página por meio de buscas. A grande diferença é que o estamos a ver agora e os 61% dos executivos a quem fizemos o estudo considerou é algo realmente que traz valor agregado e é um efeito positivo para as empresas e para os consumidores é o fato de podermos aceder a estes conteúdos digitais de uma forma muito mais imersiva do que propriamente eu colocar um endereço ou um link de uma página no navegador.



O fato de eu ter uma casa num espaço digital, ter uma rua num espaço digital, e da rua para a minha casa, para o meu escritório digital, o facto de termos o que nós chamamos de digital twin, ou seja, na prática, gémeos digitais tanto das indústrias tanto das pessoas, é algo totalmente revolucionário . Ainda estamos a começar, acredito que há muitos passos para crescer nesta área, e é verdade que não se sabe bem qual é a evolução que vamos ter, há muitas empresas que fazem experiencias nesta área, especialmente no setor de consumo, portanto, da área do retalho, mas, digamos que ainda estamos a aprender com essa nova realidade.

Copyright © 2022 Accenture
All rights reserved.

Accenture, its logo, and High
Performance Delivered are
trademarks of Accenture.