

Digitalização + Co-criação

SHOCK, Christian. "Digitalização + Co-criação". Canal Energia. Rio de Janeiro, 14 de dezembro de 2019.

Muito se fala atualmente sobre Digitalização. Não apenas na indústria de Petróleo e Gás ou de Energia, mas em tudo que utilizamos atualmente para nos tornar mais ágeis, eficientes e produtivos. Especificamente quando falamos de energia, Digitalização tem sido o tema principal de feiras, debates, simpósios, artigos, entre outros. Trata-se da nova onda de evolução industrial que observamos, trazendo um leque admirável de inovações que cria uma diferenciação competitiva entre as empresas. Internet das coisas (IoT), Machine Learning, Inteligência Artificial, Big Data, Robotics, etc, têm mudado radicalmente modelos de negócios em empresas de diferentes setores.

Mas quanto da Digitalização é realmente utilizado atualmente? Quanto do que é discutido é realmente implementado? E o principal: qual a capacidade de cada empresa individualmente implementar o que é discutido coletivamente?

Apesar do grande apelo, poucas organizações realmente têm transformado esse potencial em realidade, o que se torna ainda mais aparente quando comparamos o mercado de Energia frente aos demais. Analisando os investimentos em digitalização nesse segmento, nota-se que as empresas têm obtido resultados menos significantes em eficiência quando comparado aos demais segmentos de mercado, como químicos ou mineração, por exemplo. Isto comparando apenas mercados intensivos em ativos para não haver injustiça na base de comparação. Em suma, apesar dos investimentos, o mercado de energia não tem conseguido obter retorno proporcional aos dos demais mercados para cada dólar investido em tecnologias disruptivas.

O que tem sido feito então? Recentemente, a maioria das empresas no mercado está criando um departamento, setor ou grupo dedicado à Digitalização. Em vários casos, equipes bastante relevantes e com reportes direto para níveis executivos ou board. Ações elogiáveis, que comprovam a preocupação com o assunto, mas que representam despreparo no âmbito digital. O problema que aponto aqui é justamente o próximo passo após a estrutura de Digitalização estar criada em cada empresa de Energia ou de Petróleo e Gás: o desenvolvimento individual de cada empresa, ou seja, como evitar o gap entre a estratégia da liderança a respeito da digitalização e a execução operacional.

Obviamente, há profissionais muito bem capacitados no mercado internacional e nacional, inclusive com um background de cibersegurança invejável, e que certamente trarão benefícios representativos para suas empresas, incrementando a capacidade interna de aplicar soluções digitais. O número de opções, tecnologias, funcionalidades, programas e plataformas, porém, é extremamente volumoso e, em muitos casos, muito específico para cada funcionalidade. Já que o alinhamento entre a área de negócio e a de desenvolvimento digital é complexo, por que não optar pela co-criação ao invés do desenvolvimento em silos por cada empresa?

O trabalho isolado previne criação de novas e diferentes ideias. Para realmente inovar e eliminar gaps em menor prazo, a co-criação com parceiros externos se mostra bem mais eficiente. Há exemplos interessantes de que trabalho conjunto – às vezes até entre concorrentes – mostra-se benéfico para ambos os lados. Buscar fontes que já possuem know-how dilatado sobre determinado assunto encurta consideravelmente o tempo de maturação deste. A holder General Mills, por exemplo, dona das marcas Cheerios, Wheaties e Betty Croker, entre outras, criou uma rede global de inovação (General Mills Worldwide innovation Network) com objetivo de melhorar a colaboração com clientes trazendo startups, empresas e pessoas empreendedoras e indivíduos talentosos para elaboração de sugestões e criação de novos designs e linhas de produtos. O método é simples: todos podem trazer propostas que são votadas e resultam em criação de novas linhas de produtos e melhorias de processo.

Mas o mais interessante é que a co-criação resultou em fortalecimento da marca e atratividade no mercado de mão de obra. Outro exemplo interessante é da DHL, líder global de mercado em logística, que usa a co-criação para gerar novas ideias de negócios. Como parte de seu processo de P&D, a DHL organiza Workshops de Inovação para clientes e os convida a interagir com os funcionários da DHL para compartilhar ideias uns com os outros. A partir dessa colaboração, surgiram várias ideias inovadoras, sendo uma das mais atraentes o Parcelcopter, ideia que consiste em usar drones para entrega em locais com terrenos difíceis e em condições climáticas adversas. Outra é a criação de “Smart Glasses”, criada em parceria DHL e Ricoh, para melhorar em 25% a eficiência de estoque e de separação de estoque. Observou-se que a satisfação dos clientes melhorou significativamente depois que a DHL começou a usar o método. Segundo a Forbes, os esforços de co-criação da DHL criaram um aumento de mais de 80% nos índices de satisfação do cliente.

Nesse sentido, grandes empresas têm realizados os tradicionais Hackathons que, apesar de não ser um conceito novo, claramente demonstra como a co-criação acelera na resolução de problemas muitas vezes utilizando plataformas de aplicativos em nuvem baseada em IoT para facilitar a produção colaborativa. Iniciativas como essa têm sido realizadas em grandes eventos do setor de Petróleo e Gás, como ocorreu na última feira OTC no Rio de Janeiro, em outubro, reunindo desenvolvedores que se inscreveram para participar e solucionar desafios de clientes do mercado de O&G.

Os resultados de eventos deste tipo são incrivelmente mais significativos do que qualquer trabalho de desenvolvimento isolado, já que cada empresa possui o seu core know-how e poucas têm portfólio digital amplamente difundido e disponível para compartilhar ou oferecer. Nesse cenário, é importante que empresas de tecnologia participem como facilitadora deste tipo de desenvolvimento, em função de sua capacidade de abranger estudos de viabilidade, engenharia de valor, plataformas de desenvolvimento de aplicativos, gêmeos digitais, analytics, softwares para projeto e operação, cujos exemplos transcendem o mercado de Energia.

Em consequência dos pontos acima, cresce a necessidade das empresas adotarem a filosofia de co-criar, a fim de alavancar uma indústria de energia de destaque mundial, e que demandará avanços mais largos nos próximos anos. Isso se deve às novas tecnologias, nova legislação de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I), novos players e de uma perspectiva de investimentos consideráveis no mercado local. Independentemente de quais parceiros serão utilizados, a filosofia de colaboração é o destaque. O trabalho conjugado certamente trará melhores resultados num mundo visivelmente competitivo, no qual a implementação de ferramentas digitais fará a diferença no bottom line.

Christian Schock é Head de Petróleo & Gás da Siemens no Brasil

