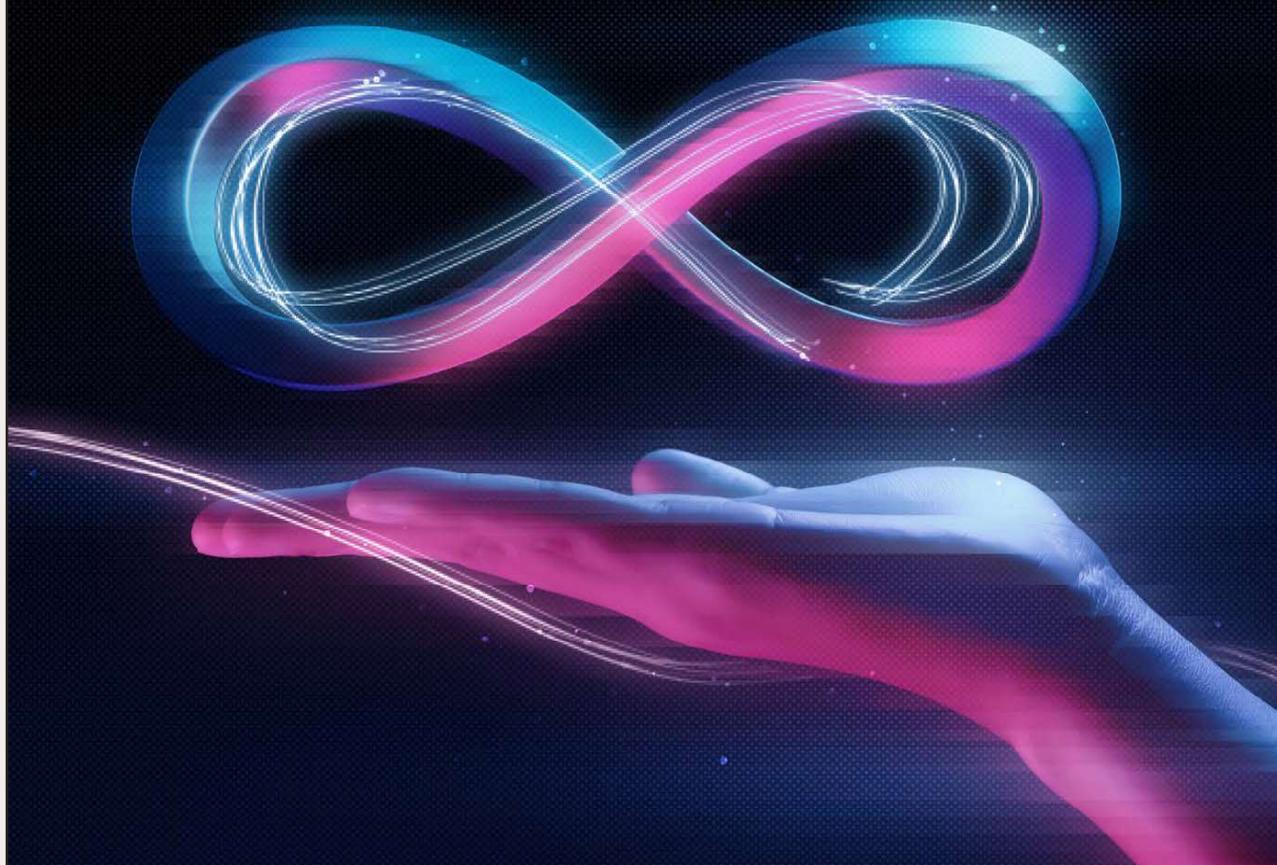


O MUNDO DO METAVERSO

CADERNO
ESPECIAL



PATROCINADORES

Capgemini



DIMMERSIONS

L'ORÉAL
PORTUGAL

NOS



POTENCIAR EXPERIÊNCIAS únicas

▲
Madalia world, digital twin da ilha da Madeira (primeiro mundo virtual no metaverso a ser reconhecido, a nível mundial, por um Governo, assente em pilares de sustentabilidade e transparência) - desenvolvido pela Dimmersions

O Experience Center da PwC Portugal surge em 2023, alinhado com a visão estratégica global de acompanhar os mais recentes desenvolvimentos tecnológicos e oferecer experiências diferenciadoras aos clientes

Este Experience Center da PwC Portugal possui o factor distintivo de ser concebido contemplando uma forte componente de Tech Lab vocacionada para a experimentação de tecnologias do metaverso e de tecnologias imersivas. O propósito é só um: com recurso a criatividade e inovação, potenciar experiências verdadeiramente únicas e imersivas a todos aqueles que visitam o espaço e assim desafiar as suas práticas actuais, impulsionando a transformação dos seus negócios.

Para tal, foi estabelecida uma parceria com a startup Dimmersions, um parceiro de referência no desenvolvimento e implementação de soluções e tecnologias que integram o metaverso (AR, VR, MR, Blockchain e AI). Esta parceria torna-se ainda mais relevante pela ambição partilhada de gerar valor

para os clientes através das tecnologias, tendo em vista a resolução dos principais desafios das suas organizações. Miguel Dias Fernandes, Consulting partner e Metaverse leader da PwC, explica à Marketeer a sua visão sobre o metaverso.

Qual o papel de cada empresa nesta parceria?

A parceria entre a PwC e a Dimmersions representa uma simbiose perfeita, uma vez que conjuga o expertise de negócio, das tendências do mercado e da realidade dos clientes da PwC, com o know-how técnico e tecnológico da Dimmersions.

Possuir uma carteira de clientes das mais diversas indústrias e sectores e uma vasta experiência do mercado oferecem à PwC Portugal não só uma vantagem competitiva, como a capacidade de identificar as áreas e/ou oportunidades onde as tecnologias do metaverso podem aportar maior valor e criar maior impacto na sociedade.

Da mesma forma, o conhecimento ainda pouco profundo no mercado sobre a implementação deste tipo de tecnologias, e a capacidade de as adequar à realidade de cada cliente, colocam a Dimmersions numa posição privilegiada, beneficiando do first-mover group advantage.

O resultado desta parceria culmina na criação do Experience Center como o local ideal para mostrar a clientes e parceiros soluções tecnológicas diferenciadas, desafiar o seu status quo e suportar a resolução de problemas de forma inovadora, sempre com uma visão integrada de negócio, experiência e tecnologia.

Que razões vos levam a trabalhar o metaverso numa fase tão embrionária? Qual a oportunidade?

Apesar de haver uma noção generalizada de que o metaverso é algo recente e que está ainda numa fase embrionária, a verdade é que este conceito teve a sua origem na década de 90 e desde então tem vindo a ser progressivamente consolidado.

Ainda que o conceito de metaverso seja actualmente uma tendência e se tenha viralizado, há já mais de uma década que a PwC tem presente na sua agenda este conceito, trabalhando desde então com estas tecnologias.

O apetite para o metaverso existe, quer do ponto de vista de negócio como do cliente – um estudo de 2022 da PwC afirma que mais de 82% dos CEO entrevistados esperam que as tecnologias do metaverso façam parte da sua realidade dentro de três anos. As empresas já entenderam o potencial associado a estas tecnologias e a capacidade disruptiva e transformadora que podem ter nos seus negócios.

À medida que as tecnologias e as preferências dos clientes continuam a evoluir, mais o metaverso se torna relevante e capaz de oferecer uma solução eficaz à experiência do utilizador.

De que forma as componentes de realidade virtual e realidade aumentada são abordadas neste projecto?

Desde a génese do projecto, sempre esteve presente uma visão futurista, com o lançamento do mote: construir o amanhã,

hoje. Desse modo, as tecnologias de Realidade Estendida (XR) – que engloba AR, VR e MR –, de Inteligência Artificial (AI) e as Impressoras 3D são o coração do Experience Center. Neste espaço, a PwC Portugal dispõe de várias experiências totalmente inovadoras, que são ajustadas à realidade de cada sector e cliente (use cases), tendo sempre a tecnologia como o principal driver.

O Experience Center encontra-se dividido em dois grandes espaços: o primeiro, a “sala do presente”, na qual é demonstrado e desafiado o potencial tecnológico acessível já hoje às empresas, através da selecção de use cases em realidade aumentada e realidade virtual para cada cliente –, tornando evidente o enorme valor percebido para o mercado B2B e B2C, valor esse alavancado pela combinação com tecnologia já existente; e o segundo, a “sala do futuro”, na qual o cliente é convidado a mergulhar numa experiência totalmente imersiva de realidade virtual – com recurso a tecnologia de ponta que não se encontra acessível no mercado. O objectivo é desafiar o cliente a pensar em qual pode ser o próximo nível da tecnologia imersiva e desvendando o véu do que, no futuro, poderá vir a ser a realidade desta tecnologia.



Miguel Dias Fernandes, Consulting partner e Metaverse leader da PwC

Em termos gerais, que papel ocupa o metaverso na estratégia da PwC?

O papel do metaverso e das tecnologias imersivas encontra-se intimamente ligado com a estratégia global da PwC “The New Equation”, que reage às mudanças estruturais do mundo actual, tais como a disrupção tecnológica, e com o seu posicionamento tecnológico “human-led e tech-powered”.

Esta estratégia concretiza-se, em parte, na utilização de BxT (Business, Experience and Technology) como filosofia de trabalho. Esta filosofia assenta numa análise de problemas concretos com recurso a três lentes distintas: Negócio [B], Experiência [X], Tecnologia [T]. Esta tripla combinação permite reformular problemas e identificar soluções que muitas vezes não são possíveis de criar, quando analisadas por apenas uma das lentes em separado.

Esta estratégia encontra-se igualmente vertida, de forma visível, nos milhares de colaboradores que trabalham diariamente com estas tecnologias (programadores, designers de experiência, etc.), nas várias geografias em que a PwC opera.

No entanto, estas tecnologias não são apenas utilizadas nas soluções que a PwC desenha para os seus clientes, sendo também utilizadas internamente, tal como são exemplos: o PwC Global Metaverse Campus – em que centenas de colaboradores PwC, de todo o mundo, trabalham juntos, num espaço 3D imersivo ou os campus especializados que possui no metaverso para fins formativos.

Mais recentemente, esta estratégia consubstanciou-se também na cidade de Lisboa, com a criação do Experience Center, que acaba assim por se juntar a outras como Shanghai, Banga-

lore, Kolkata, Texas ou Londres, e a colocar o metaverso e as tecnologias imersivas no centro das suas prioridades.

Quais as utilizações possíveis para as empresas?

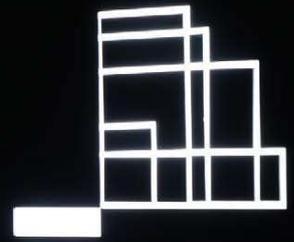
Este tipo de tecnologia tem uma infindável diversidade de aplicações, desdobrando-se pelos vários sectores, indústrias e tipologias de empresas. Alguns exemplos de aplicações já utilizadas:

- Planear ordenamento do território através de um digital twin, ou oferecer serviços deslocalizados no metaverso (empresa do sector público);
- Utilizar realidade virtual para simular ambientes produtivos numa fábrica, ou para dar formação aos seus colaboradores (empresa industrial);
- Oferecer serviço de scan 3D de imóvel ou de automóvel, para mais rapidamente avaliar o impacto de sinistros e reduzir situações fraudulentas (empresa seguradora);
- Utilizar realidade virtual para criar patient journeys de pacientes que tenham fobia a ressonância magnética (empresa do sector da Saúde);
- Simular ambientes “caóticos”, como a Black Friday, num espaço comercial, para dar formação aos seus colaboradores (empresa retalhista);
- Utilizar digital twins para os clientes visitarem, virtualmente, os imóveis, antes destes estarem terminados (empresa do sector Imobiliário);
- Permitir que doentes em internamento prolongado possam visitar virtualmente locais que, de alguma forma, possam ter sido marcantes na sua vida (empresa do Terceiro Sector ou do sector da Saúde). ▀



Experience Center

Lisboa



pwc

Welcome to Experience Center - Lisboa

O Experience Center é o local certo para conduzir atividades relacionadas com o desenvolvimento de grandes ideias, desde o desenho à execução da estratégia, incluindo experiências de **Realidade Aumentada**, **Realidade Virtual**, **Impressoras 3D**, **Madália (Digital Twin)** e com uma total **jornada imersiva**. Inspire-se e realize mudanças transformadoras, criando novas experiências.



Venha viver a experiência!



Contacto

pt_marketing_communications@pwc.com

