

4º Congresso Latino-Americano de Casos de Open Innovation

11 A 15 | AGO

RIO DE JANEIRO

oiweek
open innovation week
LATAM

REALIZAÇÃO:



EQUATORIAL ONE

Lucas Pinheiro¹; Laura Castro²

RESUMO

O programa "Equatorial One" surge como resposta à fragmentação de dados, burocracia e falta de personalização na experiência do cliente da Equatorial. A situação-problema incluía análise de sentimentos limitada, jornada do cliente ineficiente e ausência de visão unificada para decisões estratégicas. A intervenção proposta se deu através de um programa de inovação aberta, integrando várias tecnologias e parceiros. Os resultados até o momento foram relevantes: 25% de redução no tempo de atendimento, aumento de 30 pontos no NPS, potencial de R\$ 240 milhões em resultados globais e maior uso de canais digitais. As contribuições abrangem, entre outros, benefícios econômicos (receita, redução de custos) e melhora da experiência e segurança do cliente.

PALAVRAS-CHAVE: Experiência do Cliente; Setor Elétrico; Transformação Digital

NOME DO ATOR	PAPEL NO ECOSSISTEMA
EQT Lab	ICT
Fu2re	Startup
Equatorial	Corporação
Buzzmonitor	Startup

¹ EQT Lab, Grupo Equatorial

² EQT Lab, Grupo Equatorial

1. SITUAÇÃO PROBLEMA DE OPEN INNOVATION

O setor de energia elétrica, historicamente caracterizado por sua infraestrutura robusta e processos padronizados, tem sido desafiado por uma demanda crescente por agilidade, personalização e eficiência na experiência do cliente. A Equatorial, uma das maiores companhias de energia do Brasil, enfrentava uma situação crítica de fragmentação em seu ecossistema de dados. Múltiplos sistemas legados (como SGA, BuzzMonitor, WebAtendente) operavam de forma isolada, criando silos de informação que impediam uma visão unificada e completa do consumidor. Essa fragmentação era o cerne de diversos problemas operacionais e estratégicos, que por sua vez, impactavam diretamente a satisfação do cliente e a eficiência da empresa.

Um dos desafios mais prementes era a limitação na análise de sentimentos no call center. A avaliação da satisfação e a detecção de riscos à imagem da empresa eram restritas a uma amostra manual de apenas 2% das ligações. Essa abordagem reativa e de pequena escala retardava significativamente a identificação de padrões de insatisfação, gargalos operacionais e, em cenários mais críticos, a detecção de riscos à vida dos clientes (por exemplo, falhas na comunicação de interrupções prolongadas de energia). A ineficiência neste processo resultava em respostas tardias a problemas emergentes e na incapacidade de agir proativamente para mitigar crises de imagem ou operacionais.

Adicionalmente, a jornada do cliente era marcada por uma burocracia excessiva. Processos básicos, como a abertura de novas ligações ou a resolução de problemas, exigiam múltiplas visitas a agências físicas, repetição exaustiva de documentação e uma notável falta de transparência nos prazos de resolução. Essa fricção gerava um baixo Net Promoter Score (NPS), elevava os custos operacionais da companhia e corroía a confiança do consumidor.

A falta de personalização no relacionamento com o cliente agravava ainda mais o cenário. As campanhas de marketing eram genéricas, sem qualquer segmentação baseada em padrões de consumo, localização geográfica ou histórico de interações. Clientes frequentemente enfrentavam dificuldades para compreender as variações em suas contas de luz, o que alimentava a desconfiança. A criação de mailings estratégicos, essencial para ações de engajamento direcionadas, levava um tempo proibitivo de sete dias, atrasando a execução de iniciativas de marketing e relacionamento.

Finalmente, a Equatorial carecia de uma visão unificada para decisões estratégicas. Dados cruciais, como informações meteorológicas, dados operacionais da rede e registros de

atendimento, não se comunicavam entre si. Essa desconexão impedia a empresa de responder de forma proativa a eventos como quedas de energia generalizadas ou picos de demanda, limitando sua capacidade de planejamento e gestão de crises.

Esses problemas, intrínsecos à complexidade de uma grande corporação de infraestrutura, evidenciaram que as soluções internas tradicionais eram insuficientes. A escala e a natureza interconectada dos desafios exigiam uma abordagem disruptiva, que transcendesse as fronteiras organizacionais e abraçasse a colaboração externa – um cenário ideal para a aplicação dos princípios da inovação aberta. A necessidade de integrar tecnologias avançadas e expertise externa para desfragmentar dados, otimizar processos e personalizar a experiência do cliente tornou-se o catalisador para o programa Equatorial One.

2. INTERVENÇÃO

Diante do cenário de fragmentação de dados e desafios na experiência do cliente, o programa "Equatorial One" foi concebido como uma intervenção estratégica e integradora, fundamentada nos princípios da inovação aberta. A solução pretendida era transformar radicalmente a relação da Equatorial com seus clientes e otimizar suas operações, consolidando um ecossistema digital unificado e inteligente. O que o Equatorial One representa é um programa abrangente que combina diferentes pilares tecnológicos e operacionais, orquestrando um ecossistema de empresas e startups para incorporar soluções de ponta.

Para desenvolver e implementar esta solução, foi necessário um esforço colaborativo e a integração de diversas tecnologias e parceiros. Os pilares centrais da intervenção incluíram:

1. Delfos – Plataforma de Monitoramento em Tempo Real: Esta plataforma foi desenvolvida para centralizar dados de múltiplas fontes, incluindo call centers, agências de atendimento, sistemas operacionais internos e até mesmo fontes externas, como dados meteorológicos do OpenWeather. O Delfos utiliza algoritmos de Machine Learning para analisar esses dados em tempo real, permitindo a priorização automática de casos críticos – por exemplo, identificando situações de risco à vida em interrupções prolongadas de energia.
2. Nexus – IA Generativa para Análise de Voz: O Nexus representa uma inovação significativa na gestão do atendimento. Utilizando Inteligência Artificial Generativa

(LLM), esta ferramenta automatizou a análise de 100% das ligações do call center, um salto qualitativo em relação à análise manual de apenas 2% anterior. O Nexus é capaz de transcrever as conversas, identificar emoções, detectar comportamentos inadequados por parte dos atendentes e extrair indicadores estratégicos. Para sua implementação, foi fundamental a parceria com empresas especializadas em IA e processamento de linguagem natural.

3. **Ecosistema Digital Unificado (App e WhatsApp):** Para revolucionar a jornada do cliente, o programa lançou um aplicativo móvel robusto e integrou o atendimento via WhatsApp. O App oferece funcionalidades de autoatendimento avançadas, como upload de documentos via OCR, assinatura digital de contratos e notificações proativas sobre o status de solicitações ou atualizações de vistorias. Além disso, foram desenvolvidos vídeos educativos, disponíveis no app e no site, que detalham a composição das faturas de energia e oferecem dicas de economia, promovendo maior transparência e empoderamento do consumidor. A integração com o WhatsApp permitiu a personalização e o disparo ágil de campanhas segmentadas.

A construção da visão 360° do cliente foi um componente crítico da intervenção. Baseada em 17 dimensões de dados (incluindo consumo, inadimplência e histórico de serviços), essa visão permitiu uma segmentação de clientes altamente precisa. Essa capacidade de segmentação, combinada à automação, permitiu que campanhas personalizadas fossem disparadas via WhatsApp e e-mail, com mailings estratégicos gerados em apenas 60 minutos, uma redução drástica em comparação aos sete dias anteriores.

3. RESULTADOS

O programa Equatorial One gerou uma série de resultados tangíveis e transformadores, impactando positivamente tanto os atores principais – a Equatorial e seus clientes – quanto o ecossistema mais amplo. Os principais resultados foram:

- **Eficiência Operacional Aprimorada:** A Equatorial alcançou uma redução de 25% no tempo médio de atendimento, otimizando a capacidade de resposta do call center. A automação permitiu o processamento de 100 mil ligações por ano, elevando a detecção de riscos à imagem da empresa em 35%. A automação da geração de mailings, que

passou de sete dias para 60 minutos, resultou em uma significativa redução de custos operacionais e maior agilidade nas ações de marketing.

- **Geração de Receita e Redução de Custos:** O programa projeta 730 mil vendas adicionais em 5 anos (incluindo serviços massificados e de telecomunicações), com um potencial de receita de R\$ 150 milhões (baseado em 500 mil clientes com R\$300 cada). Em termos de custos, a empresa já registra uma redução anual de R\$ 8 milhões/ano**, com um potencial de R\$ 45 milhões/ano através da automação de 70% das demandas recorrentes via IA generativa e migração para a nuvem. O potencial de resultados globais do programa é estimado em mais de R\$ 240 milhões.
- **Experiência do Cliente Revolucionada:** O App Equatorial One aumentou em 45% o uso de canais digitais, indicando uma forte adesão dos clientes às novas ferramentas de autoatendimento. A transparência na fatura de energia, por meio de vídeos educativos e explicações detalhadas, elevou a confiança do consumidor. Notificações proativas sobre variações tarifárias ou interrupções de serviço reduziram surpresas negativas. A personalização das jornadas do cliente, com ações como kits de boas-vindas e comunicações segmentadas, resultou em um notável aumento de 30 pontos no Net Promoter Score (NPS), refletindo uma melhoria substancial na satisfação e lealdade.
- **Decisão Estratégica e Cultura de Inovação:** Internamente, a visão unificada de dados proporcionada pelo programa permitiu à Equatorial tomar decisões mais ágeis e informadas, como a realocação eficiente de equipes durante eventos climáticos adversos. A cultura de inovação dentro da empresa foi fortalecida, impulsionada por treinamentos em IA e analytics, posicionando a Equatorial como líder em experiência digital no setor elétrico.

4. CONTRIBUIÇÕES

O programa "Equatorial One" transcendeu a mera resolução de desafios operacionais e de relacionamento com o cliente, gerando um conjunto robusto de contribuições e impactos em múltiplas dimensões, reforçando o sucesso da inovação aberta.

Do ponto de vista dos benefícios econômicos, o programa demonstrou um retorno sobre o investimento relevante. A projeção de 730 mil vendas adicionais em cinco anos e um potencial de receita de R\$ 150 milhões ilustram a capacidade de abrir novas frentes de receita e capitalizar

sobre a personalização das interações. O aumento de receita atual de R\$ 20 milhões por ano valida essa alavanca. Paralelamente, a eficiência operacional gerada pela automação de processos e otimização do tempo de atendimento, com 25% de redução, traduz-se em redução de custos operacionais. Atualmente, essa redução é de R\$ 8 milhões anuais, com potencial de alcançar R\$ 45 milhões por ano pela automação via IA generativa e migração para a nuvem. A agilidade na geração de mailings estratégicos, diminuindo de sete dias para 60 minutos, otimiza o uso do capital de giro e acelera o ciclo de vendas. O potencial de resultados globais, estimado em mais de R\$ 240 milhões, corrobora a solidez financeira e o impacto econômico abrangente do programa.

A simplificação da jornada do cliente, a transparência na fatura e as notificações proativas aliviam o estresse e a burocracia, elevando a confiança e a satisfação (aumento de 30 pontos no NPS). Além disso, a segurança é aprimorada pela detecção de riscos à vida em interrupções prolongadas, com aumento de 35% na taxa de identificação. O aumento de 45% no uso de canais digitais também promove a inclusão digital, oferecendo alternativas eficientes.

Os benefícios tecnológicos são um pilar central. A implementação de Inteligência Artificial Generativa (LLM) para análise de voz e Machine Learning para priorização de casos posiciona a Equatorial na vanguarda do setor. O programa demonstra capacidade notável de integrar um complexo portfólio de tecnologias de ponta (Salesforce Marketing Cloud, Grafana, ArcGIS, SAP, OCR, APIs REST, arquitetura em nuvem), criando uma plataforma coesa e escalável. A construção de uma visão 360° do cliente, a partir de 17 dimensões de dados, representa um avanço tecnológico significativo para a inteligência de negócios. A arquitetura em nuvem assegura expansão e resiliência.

Ainda, a visão unificada de dados empodera a gestão a tomar decisões mais rápidas e estratégicas, como realocação de equipes durante tempestades, otimizando a resposta operacional. A detecção proativa de riscos à imagem e a personalização da comunicação contribuem para uma gestão eficaz da reputação. A otimização da alocação de recursos, via priorização por Machine Learning, aumenta a eficiência. Assim, o Equatorial One estabelece a empresa como um benchmark em experiência digital e inovação.