



## SAMSUNG

**Galaxy Z Fold7 | Z Flip7**  
Galaxy AI ✨

 Samsung Wallet

CINEMA ON THE MOVE



Hisense

# M2 Pro

## Até 200"

O novo M2 Pro é um mini projetor laser 4K UHD super portátil, perfeito para levar para qualquer lugar. Com tecnologia Trichroma e ecrã até 200", oferece imagens vibrantes e nítidas onde quer que esteja — seja em casa, no jardim ou em viagens. Equipado com ajuste automático do ecrã, zoom ótico e conectividade de última geração, garante entretenimento premium com a máxima conveniência.



Projeção 65-200"

TRICHROM

Fonte laser Trichroma



Colometria BT.2020 110%



Sistema de ajuste automático do ecrã Auto-Magic 2.0

Dolby VISION

Dolby Vision



HDR Completo



1300 lumens



Rotação 360°



1.0~1.3:1

Zoom Ótico 1.0-1.3:1



# PT1

Laser Lights. Cinematic Nights

O Laser Cinema PT1 leva a experiência de cinema para outro nível. Equipado com Dolby Vision-Atmos, IMAX Enhanced e brilho de 2500 lúmens, transforma qualquer sala num verdadeiro cinema premium. Com som envolvente e projeção de curta distância, oferece uma solução elegante e poderosa para entretenimento imersivo em grande escala.

LASER CINEMA



Projeção 80-150"

TRICHROM

Fonte laser Trichroma



Colometria BT.2020 110%



4K UHD (DLP)

Dolby Atmos

Dolby Atmos



HDR Completo



2500 lumens

IMAX ENHANCED

IMAX enhanced

[www.hisense.pt](http://www.hisense.pt)

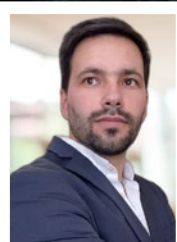


THE TECHNOLOGY PROVIDER

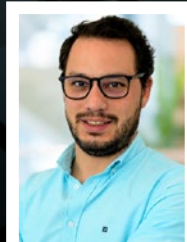
É integrador, revendedor ou retalhista?  
Consulte a ALSO em [www.also.pt](http://www.also.pt)



## RUMO AO WORKPLACE DIGITAL, SEGURO E EFICIENTE



ASUS



CLARANET PORTUGAL



HP



INGECOM IGNITION



LENOVO



WATCHGUARD



ZALTOR

24

**12** ANÁLISE | INTEL  
A SAGA DA JOIA DA COROA DE  
SILICON VALLEY

**18** ANÁLISE | WINDOWS 10  
AINDA HÁ UMA OPORTUNIDADE  
PARA OS PARCEIROS DE CANAL

**58** CASE STUDY | XPAND IT  
CONTRIBUI PARA OTIMIZAR  
OPERAÇÃO DA SUMA

## WATCHGUARD NOMEIA NOVO VICE-PRESIDENTE DE VENDAS PARA A EMEA



**Protagonistas** A WatchGuard anunciou a nomeação de Frédéric Saint-Joigny como novo Vice-Presidente de Vendas para a região EMEA, reforçando a sua aposta estratégica no crescimento regional e no fortalecimento da rede de Parceiros. Com esta nomeação, a empresa pretende acelerar a sua próxima fase de expansão, apoiar os seus Parceiros na captação de novas oportunidades de mercado e reforçar o portfólio de soluções integradas de cibersegurança.

## INNOWAVE REFORÇA LIDERANÇA COM NOVA KEY ACCOUNT DIRECTOR



**Protagonistas** A InnoWave anuncia a nomeação de Inês Seixas Martins como nova Key Account Director de Financial Services & Insurance, assumindo a liderança de uma área dedicada à gestão estratégica de contas, com foco no setor financeiro e segurador. Esta contratação reforça o compromisso da InnoWave com o crescimento sustentável e a consolidação da sua presença na vertical de Financial Services & Insurance, explica a empresa em comunicado.

## CARLOS VAQUER É O NOVO LÍDER DE CANAL DA NETAPP PARA A PENÍNSULA IBÉRICA

**Protagonistas** A NetApp anunciou a nomeação de Carlos Vaquer como novo líder de Parcerias, Alianças e Service Providers de Cloud para Portugal e Espanha. O executivo irá reportar diretamente a Maite Ramos, diretora-geral da NetApp na Península Ibérica, e terá como missão reforçar o ecossistema de Parceiros da empresa. Na nova função, Carlos Vaquer ficará responsável pela equipa de Canal da NetApp, com o objetivo de acelerar o compromisso com Parceiros e fomentar a criação de negócios conjuntos.

## SONICWALL REFORÇA LIDERANÇA COM NOVO CHIEF DEVELOPMENT OFFICER

**Protagonistas** A SonicWall anunciou a nomeação de Rajnish Mishra como Senior Vice President e Chief Development Officer, numa aposta estratégica para reforçar o desenvolvimento de soluções de segurança com foco na cloud e em ambientes de rede híbrida, especialmente concebidas para fornecedores de serviços geridos (MSP) e fornecedores de serviços de segurança geridos (MSSP).

## BI4ALL ADQUIRIDA POR GRUPO ESPANHOL

**Aquisições** A Plexus Tech anunciou a aquisição da maioria do capital da BI4All. Com mais de 20 anos de experiência em estratégia de dados, a empresa portuguesa, que conta com 370 profissionais, passa agora a integrar o grupo tecnológico espanhol. A tecnológica nacional irá manter a sua identidade e cultura, com reforço em áreas de especialização da Plexus Tech, como engenharia de software, cibersegurança, Customer First, SAP & Business Solutions, arquitetura e DevOps.

## LEGRAND ANUNCIA AQUISIÇÃO DA PORTUGUESA QUITÉRIOS

**Aquisições** A Legrand anunciou a aquisição da Quitérios, a empresa portuguesa de soluções de distribuição de eletricidade. Com sede em Mira, no distrito de Coimbra, a empresa líder foi fundada em 1978 e apresenta vendas anuais na ordem dos 20 milhões de euros. O negócio surge no âmbito de uma estratégia de desenvolvimento da empresa, que anunciou também a aquisição do Projeto Amperio, uma empresa suíça com negócio focado em sistemas busbars e com vendas anuais no valor de mais de quatro milhões de euros.

## PORTUGUESA SISCOG É COMPRADA POR ORGANIZAÇÃO TECNOLÓGICA GLOBAL

**Aquisições** A Siscog anunciou a sua aquisição pela Modaxo, um coletivo global de empresas tecnológicas dedicado a mover pessoas pelo mundo. Este passo estratégico reforça a missão de crescimento sustentado e a longo prazo da Siscog.

## TD SYNnex FIRMA PARCERIA COM ARISTA NETWORKS PARA REFORÇAR OFERTA DE REDES

**Parcerias** A TD Synnex assinou um acordo de distribuição com a Arista Networks, fornecedora de soluções de rede na cloud para grandes data centers e ambientes de campus, que abrange Portugal e Espanha. Com esta Parceria, a TD Synnex amplia o seu portfólio de produtos de rede, reforçando a oferta da sua divisão de Advanced Solutions.

## ÉSISTEMAS ANUNCIA ACORDO DE DISTRIBUIÇÃO EXCLUSIVO COM ADAM HALL EM PORTUGAL

**Parcerias** A Ésistemas anunciou recentemente um acordo de distribuição exclusivo com a Adam Hall em Portugal. A Parceria estraté-

gica pretende reforçar a presença na Península Ibérica. O portfólio da Ésistemas passa agora a contar com soluções de instalação profissional da LD Systems.

## EPSON E BOSE ANUNCIAM PARCERIA PARA CRIAR PROJETORES 4K COM SOM IMERSIVO

**Parcerias** A Epson anunciou uma Parceria estratégica com a empresa de áudio Bose, que resultará numa nova linha de projetores de entretenimento doméstico, equipados com a tecnologia Sound by Bose. Os primeiros produtos desta colaboração, que prometem combinar imagens 4K com som de alta-fidelidade, serão anunciados em setembro.

## ZSCALER E CROWDSTRIKE REFORÇAM PARCERIA PARA ELEVAR OPERAÇÕES DE SEGURANÇA BASEADAS EM IA

**Parcerias** A Zscaler estreitou a cooperação com a CrowdStrike, por intermédio da Red Canary, empresa do grupo, com foco na modernização das operações de segurança. O modelo apresentado pelas empresas assenta numa arquitetura nativa de cloud, que substitui soluções legadas e fragmentadas por uma abordagem unificada para proteger utilizadores, endpoints e cargas de trabalho.

## INGECOM IGNITION CRESCE A DOIS DÍGITOS NOS PRIMEIROS SEIS MESES DO ANO

**Resultados** A Ingecom Ignition encerrou o primeiro semestre de 2025 com um crescimento de dois dígitos no seu volume de negócios. A empresa justifica os resultados com a crescente sensibilização das organizações para a importância da proteção digital e com o aumento da procura por soluções tecnológicas avançadas incluídas no seu portfólio. ■

# CPCDI

# Windows 11



## Os PCs Di com Intel® Core™ de 13ª geração

# vieram QUEBRAR TODAS AS REGRAS



## O DESEMPENHO QUE O LEVA MAIS LONGE

- Intel® Core™ i9-13900 de 13ª geração
- ASUS TUF GAMING Z790-PLUS WIFI
- ASUS TUF-RX7900XT-O20G-GAMING GDDR6
- Kingston Renegade 1000G PCIe 4.0 NVMe SSD
- Kingston 32GB Fury Renegade (2x16GB) RGB DDR5 CL32 6000Mhz Silver
- ASUS ROG-THOR-1200P2-GAMING
- Windows 11

## Windows 11

**Uma nova experiência de desempenho elevado!**

Siga a sua paixão ou enfrente o trabalho com uma experiência de utilização totalmente nova. Descubra novas ferramentas concebidas para ajudar a pensar, criar, interagir e tirar o máximo partido do multitasking.

- **Liberte a sua criatividade**
- **Uma nova forma de interagir**
- **Evite riscos, adquira software genuíno**

**WWW.CPCDI.PT**

Conheça a **APP CPCDI**

Disponível para sistema operativo Android e iOS.



intel  
partner  
Titanium



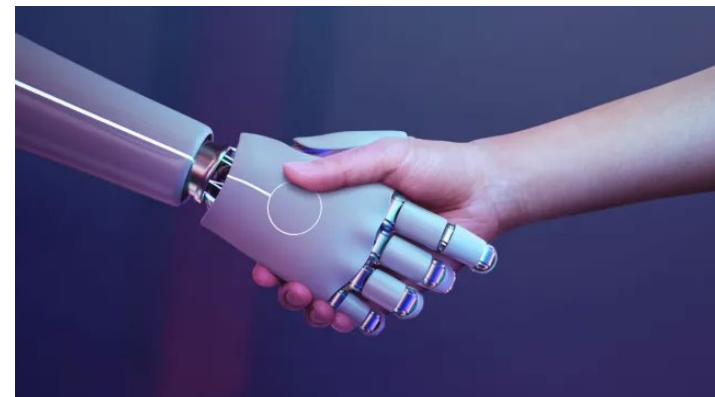
## DELL TECHNOLOGIES REFORÇA PLATAFORMA DE DADOS PARA ACELERAR CARGAS DE TRABALHO DE IA

A Dell Technologies lançou novas funcionalidades na sua plataforma de dados de inteligência artificial, em Parceria com a NVIDIA e a Elastic, para simplificar todo o ciclo de vida das cargas de trabalho de IA

**A** Dell Technologies apresentou um conjunto de atualizações para a sua plataforma de dados de Inteligência Artificial (IA), com o objetivo de responder ao crescimento exponencial de dados não estruturados e às exigências crescentes da IA generativa. As novidades visam facilitar a preparação, gestão e processamento de dados em grande escala, o que permite às empresas acelerar o desenvolvimento e a implementação de soluções de IA. Entre as principais novidades, a Dell Technologies destacou a introdução de um novo mecanismo de dados não estruturados. Esta

tecnologia foi concebida para oferecer acesso seguro e em tempo real a conjuntos de dados de grande dimensão, potenciando aplicações de inferência, análise e pesquisa inteligente. O mecanismo resulta de uma colaboração com a Elastic que introduz capacidades avançadas de pesquisa vetorial, recuperação semântica e pesquisa híbrida.

A nova solução beneficia ainda da integração com aceleração por GPU, garantindo um desempenho otimizado para cargas de trabalho intensivas. Em complemento, a plataforma integra também um motor SQL federado, para consulta de dados estruturados dispersos,



e mecanismos de transformação e armazenamento adaptados às exigências da IA.

No plano da infraestrutura, os novos servidores Dell PowerEdge R7725 e R770, equipados com GPU NVIDIA RTX PRO 6000 Blackwell Server Edition, foram apresentados como a base de suporte a estas operações.

Segundo a Dell Technologies, a nova geração de servidores proporciona até seis vezes mais taxa de transferência para inferência de modelos de linguagem, duplicando a capacidade em simulações de engenharia e aumentando em quatro vezes o número de utilizadores simultâneos em relação à geração anterior. ■

## MERCADO MUNDIAL DE IAAS CRESCE 22,5% EM 2024 E ATINGE 171,8 MIL MILHÕES DE DÓLARES

O setor de infraestrutura como serviço registou um crescimento expressivo em 2024, impulsionado pela procura de soluções de inteligência artificial e pela aceleração das estratégias de migração para a cloud



**O** mercado mundial de infraestrutura como serviço (IaaS) cresceu 22,5% em 2024, atingindo 171,8 mil milhões de dólares, de acordo com a

Gartner. O crescimento reflete o aumento da procura por plataformas capazes de suportar cargas de trabalho intensivas em Inteligência Artificial (IA) e processos de modernização de IT.

A Amazon manteve a liderança do setor, com receitas de 64,8 mil milhões de dólares e uma quota de 37,7%, embora tenha perdido ligeiramente em participação face a 2023. A Microsoft consolidou o segundo lugar, alcançando 41,1 mil milhões de dólares em receitas e 23,9% do mercado, beneficiando de um crescimento de 27,6% no último ano.

A Google registou a maior taxa de crescimento

entre os cinco principais fornecedores, com 35,4%, tendo atingido 15,5 mil milhões de dólares e elevado a sua participação de 8,2% para 9%. O grupo Alibaba e a Huawei mantiveram as posições seguintes, com quotas de 7,2% e 4,1%, respetivamente. No total, os cinco maiores fornecedores concentraram 82,1% do mercado global de IaaS em 2024.

Segundo Hardeep Singh, a evolução do setor está associada a tendências claras de modernização da infraestrutura empresarial. “À medida que as empresas continuam a procura por maior flexibilidade, maior resiliência e desempenho otimizado, há uma demanda sustentada por serviços de migração e modernização para a cloud”, afirmou.

A consultora sublinha também que a oferta de serviços especializados como soluções otimizadas para IA ou GPU como serviço, ainda em fase inicial, tem desempenhado um papel importante para responder às exigências imediatas de capacidade e de processamento de alto desempenho. A expectativa é de que estas áreas venham a ganhar maior peso no mercado nos próximos anos. ■

# UMA IMPRESSORA MULTIFUNÇÕES MONOCROMÁTICA INTELIGENTE E SEGURA, CONCEBIDA PARA SE ADAPTAR NA PERFEIÇÃO A QUALQUER AMBIENTE DE ESCRITÓRIO PEQUENO E EM CASA

Impressora multifunções monocromática compacta que proporciona uma eficiência incrível e funcionalidades de tecnologia de segurança atualizadas

**PRODUTIVIDADE**

**SEGURANÇA**

**CONETIVIDADE**

**SUSTENTABILIDADE**

## i-SENSYS MF287dw



- A impressão frente e verso de série e as velocidades de até 33 ppm garantem uma elevada produtividade empresarial. A capacidade de impressão e digitalização de suportes de pequenas dimensões é compatível com a digitalização de documentos e a produção interna de material de marketing.
- A verificação do sistema no arranque protege os equipamentos contra tentativas de adulteração e programas de malware. Os documentos na rede estão protegidos com o software de encriptação mais recente, enquanto a definição de segurança adequada pode ser facilmente configurada graças ao Security Navigator da Canon.
- O equipamento estabelece ligação sem fios a tablets e smartphones, permitindo que as digitalizações sejam facilmente partilhadas e guardadas no Google Drive, Dropbox ou na cloud. Tire partido de uma gestão de impressão baseada na cloud simplificada com o Universal Print da Microsoft.
- A utilização de plásticos reciclados na produção do equipamento e o programa de reciclagem de cartridges da Canon ajudam a contribuir para os seus próprios objetivos de sustentabilidade.

## LENOVO ANUNCIA SERVIÇO DE IT QUE ALIA SUSTENTABILIDADE A POUPANÇA DE CUSTOS

A nova solução TruScale DaaS for Sustainability promete reduzir a pegada de carbono e os custos operacionais, acelerando a transição para uma economia circular



**A** Lenovo anunciou o lançamento do TruScale Device as a Service (DaaS) for Sustainability, uma solução modular que promete ajudar

as empresas a alcançarem os seus objetivos de sustentabilidade enquanto modernizam a sua infraestrutura de IT. A nova oferta integra dispositivos, serviços e financiamento numa única subscrição, permitindo reduzir a pegada de carbono, prolongar a vida útil dos equipamentos e acelerar a transição para uma economia circular.

A aposta na sustentabilidade não é apenas uma questão ambiental, mas também financeira. Uma investigação recente revela que 62% das organizações investem em sustentabilidade devido à poupança de custos associada. A solução da Lenovo promete resultados concretos: em algumas implementações, o

TruScale DaaS já permitiu reduções de até 35% nos custos de IT, sem necessidade de investimento inicial.

Segundo a McKinsey, até 60% das emissões dos dispositivos podem ser evitadas com práticas como o uso mais racional de equipamentos. O TruScale DaaS apoia estas estratégias, com os clientes da Lenovo a registarem até 20% menos Custo Total de Propriedade (TCO) e poupanças em manutenção que podem variar entre 10% e 40%.

A solução propõe uma abordagem modular que atua em todas as fases do ciclo de vida dos dispositivos, desde a implementação até à desativação segura. As principais funcionalidades incluem Carbon Impact Portal, que fornece dados em tempo real para relatórios ESG, dispositivos reconicionados certificados, que prolongam a vida útil dos equipamentos e reduzem custos, serviços de Compensação de CO2 com ações climáticas verificadas, e serviços de Recuperação de Ativos, que asseguram a desativação segura e a valorização do hardware em fim de vida. ■

## LÍDERES DE IT ASSUMEM PAPEL ESTRATÉGICO E ACELERAM TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Relatório revela que os líderes de IT estão a passar da reação à disrupção para a definição da estratégia, com foco na IA, modernização de infraestruturas e cibersegurança

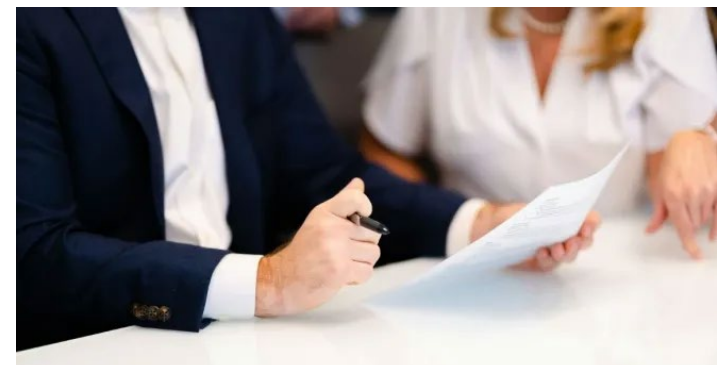
**O**s Chief Information Officers (CIO) deixaram de ser meros reativos à disrupção tecnológica para se tornarem agentes ativos da mudança, segundo revela o “*Best of 2025 Mid-Year Report*” do Info-Tech Research Group. O relatório destaca a forma como os líderes de IT estão a reforçar a maturidade operacional das suas organizações e a acelerar a adoção de tecnologias emergentes, com destaque para Inteligência Artificial (IA) generativa, modernização de infraestruturas e cibersegurança.

Durante uma cimeira recente organizada pela Info-Tech, mais de 70 líderes de IT partici-

param num inquérito sobre o seu papel estratégico. A resposta foi quase unânime: os CIO querem passar de Parceiros organizacionais a líderes estratégicos, assumindo o leme na condução da inovação tecnológica dentro das suas organizações nos próximos dois anos.

“Os CIO estão a amadurecer rapidamente as suas práticas, ao incorporar governação de IA, investir em infraestruturas modernas e alinhar a tecnologia com valor de negócio mensurável”, explicou Gord Harrison, Chief Research Officer da Info-Tech.

O relatório identifica 12 áreas-chave que estão a moldar a ação dos CIO este ano, incluindo a gestão de dispositivos empresariais, a gover-



nação de riscos de IA, a modernização da infraestrutura, as mudanças nas licenças da Microsoft, estratégias de dados e a cibersegurança baseada em arquitetura zero trust.

Entre os recursos mais utilizados destacam-se planos estratégicos para a gestão de dispositivos, guias para avaliação da segurança de fornecedores e modelos para construção de arquiteturas de segurança apoiadas em soluções Microsoft. O relatório sublinha ainda a necessidade crescente de desenvolver *roadmaps* para a governação da IA, estratégias de dados sólidas e práticas de ética digital, de modo a garantir fluidez organizacional e conformidade regulatória. ■

# Qualidade de Outro Mundo Preços Cá da Terra



**nilox**



**esprinet®**

Marca própria do Grupo Esprinet

Contacte a nossa equipa de vendas para mais informações :



# Sophos lança novo Programa de Parceiros

Sophos procura impulsionar o crescimento, a rentabilidade e a vantagem de mercado dos seus Parceiros através de um novo Programa de Canal



**A** Sophos anunciou o seu novo Programa de Parceiros (Sophos Partner Program), que desbloqueia múltiplas oportunidades para os Parceiros acelerarem o crescimento, fornecerem soluções de cibersegurança e para se destacarem num mercado cada vez mais competitivo.

O novo Programa reúne os Parceiros globais da Sophos e da Secureworks num ecossistema único integrado e de alto desempenho, e alicerça-se no Programa existente da Sophos, no qual mais de 25 mil Parceiros em todo o mundo já confiam.

“O novo Programa de Parceiros da Sophos foi concebido para refletir a forma como os Parceiros querem construir e escalar os seus negócios”, afirmou Chris Bell, Senior Vice President of Global Channel, Alliances and Corporate Development da Sophos, em comunicado. Este Programa de Canal, continua, “oferece um caminho flexível e rentável para o crescimento, quer os Parceiros estejam a expandir os seus serviços geridos, a lançar ofertas de consultoria em cibersegurança ou a escalar as práticas existentes”.

## DESENVOLVIMENTO DE PROGRAMAS E SERVIÇOS

Este lançamento marca uma expansão significativa nos serviços e suporte disponíveis para os Parceiros. Ao combinar os pontos fortes da Sophos e da Secureworks, o novo Programa torna mais fácil e rápido para os Parceiros fornecerem resultados de segurança de próxima geração, de forma mais rentável e em escala. Uma investigação da Canalys mostra que por cada dólar gasto em produtos de cibersegurança, os clientes investem mais dois dólares em serviços prestados por Parceiros – destacando a crescente procura de serviços liderados por Parceiros e a oportunidade de gerar novos fluxos de receitas através de conhecimentos e suporte de alto valor.

Graças ao novo Sophos Partner Program, os Parceiros podem desenvolver programas e serviços que se alinham com os seus modelos de negócio únicos e estratégias de *go-to-market* – quer sejam um fornecedor de serviços geridos, um revendedor, um Parceiro de seguros cibernéticos, um integrador de sistemas ou outro tipo de Parceiro no ecossistema.

Após a aquisição da Secureworks pela Sophos, o novo Programa unifica dois ecossistemas de Parceiros numa plataforma única e simplificada, permitindo a venda facilitada de todo o portfólio. Os Parceiros beneficiam de oportunidades alargadas para aumentar a rentabilidade e impulsionar as receitas, com acesso a um portfólio amplo que abrange *endpoints*, redes, email, segurança cloud, XDR/MDR, deteção e resposta de ameaças à identidade (ITDR) e SIEM de última geração – tudo gerido de forma centralizada através da plataforma Sophos Central, e complementado por serviços de consultoria e aconselhamento de primeiro nível.

## CERTIFICAÇÃO GRATUITA PARA OS PARCEIROS

Construído com escala e rentabilidade em mente, o novo Programa capacita os Parceiros para crescerem de forma mais rápida e eficiente através de multiplicadores de receitas, descontos por volume e faturação flexível. Os Parceiros obtêm acesso a incentivos de alto valor, recursos integrados de vendas e marketing e capacitação avançada através do novo MDR Guided Onboarding da Sophos Academy, bem como de certificações para início rápido das vendas. Este Programa fornece acesso a novos recursos concebidos para ajudar os Parceiros a aprofundarem as relações com os clientes, a acelerarem a adoção de soluções e a melhorarem a retenção, enquanto proporcionam resultados de cibersegurança superiores aos seus clientes. O Programa também proporciona acesso alargado às equipas de Partner Care, Renewal e Customer Success, bem como formação com certificação gratuita para toda a comunidade de Parceiros.

Os Parceiros ganham acesso a ferramentas adicionais que facilitam as vendas e o crescimento dos seus negócios, incluindo um Assistente de Vendas com IA que fornece orientação em tempo real sobre a navegação no portal, a localização de recursos e insights de vendas. ■

## RESUMO

- Sophos reformulou o seu Programa de Canal com novos recursos;
- Programa foi concebido para “refletir a forma como os Parceiros querem construir e escalar os seus negócios”;
- Lançamento marca uma “expansão significativa” nos serviços e suporte disponíveis.

# REENCHA E IMPRIMA







FÁCIL  
DE REENCHER

FÁCIL  
DE USAR

FÁCIL  
DE CONECTAR



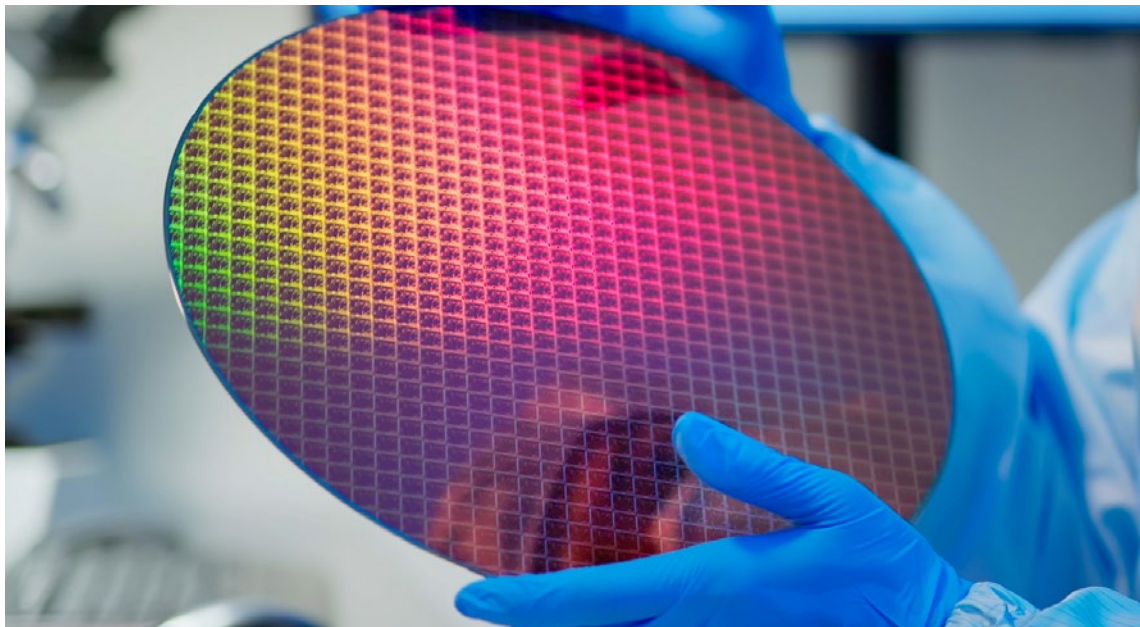
Imprime até:  
**15.000\*** Páginas   
**5.000** Páginas   

 **tank benefit**

Para mais informações visite [brother.pt](http://brother.pt) ou contacte-nos através do 808 223 000.

\*Conforme o modelo.

# A Saga da Intel



por Jorge Bento

**D**urante décadas, a Intel foi o coração de Silicon Valley e motor da revolução do PC. Hoje, em 2025, a sua história é menos sobre gigahertz e mais sobre geopolítica, soberania industrial e poder. A Intel não é apenas uma empresa de semicondutores: tornou-se peça central num tabuleiro que envolve Washington, Pequim, Wall Street e a corrida global pela Inteligência Artificial (IA).

## A GLÓRIA E A QUEDA

Nos anos 80 e 90, poucos nomes tiveram tanto peso na revolução digital como a Intel. O selo “Intel Inside” era garantia de inovação, e a Lei de Moore parecia escrita na pedra. Mas a partir da década de 2010, a engrenagem começou a falhar: atrasos nos 10nm e 7nm abriram espaço à AMD, que renasceu com a arquitetura Zen e conquistou data centers. Enquanto isso, a dependência da TSMC tornava-se óbvia: eram as *foundries* asiáticas que ditavam o ritmo da inovação.

## 2025: O CAMPO DE BATALHA DA IA

Hoje, a inteligência artificial é o palco decisivo. A NVIDIA reina absoluta em GPU e aceleradores, ditando preços e margens obscenas. A

AMD reforçou a sua posição como segunda força, com os Instinct a disputar quota em HPC e IA. A Intel tenta regressar ao jogo: o Gaudi 3, lançado em 2024, conquistou alguns contratos relevantes, mas ainda está longe de ameaçar a NVIDIA. O projeto Falcon Shores, pensado para unir a herança dos CPU à aceleração de IA, continua em desenvolvimento.

A pressão não vem só dos rivais clássicos. Os *hyperscalers* Amazon, Google e Microsoft produzem cada vez mais *chips* proprietários. O espaço que sobra para a Intel é apertado, e a empresa precisa desesperadamente de uma narrativa vencedora.

## UMA QUESTÃO MAGA

Se no plano tecnológico a Intel perdeu terreno, no plano político tornou-se indispensável. O risco de instabilidade em Taiwan, onde a TSMC controla a esmagadora maioria da produção mundial de *chips* avançados, transformou a Intel no maior ativo de fabrico de lógica avançada em solo norte-americano.

O CHIPS and Science Act já canalizou milhares de milhões de dólares para apoiar novas fábricas no Ohio, Arizona e Novo México. Em agosto de 2025, a Intel recebeu mais 5,7 mil milhões de dólares de financiamento, dentro de um acordo que poderá dar ao

Estado norte-americano até 10% do capital da empresa. O Departamento de Defesa reservou contratos estratégicos. Hoje, falar de Intel é falar de soberania tecnológica dos EUA.

## DE GELSINGER A LIP-BU TAN: UMA SUCESSÃO EXPLOSIVA

Durante quatro anos, Pat Gelsinger tentou liderar o renascimento com a estratégia IDM 2.0, apostando em fábricas de última geração e no modelo de *foundry*. Mas os resultados não apareceram: 2024 fechou com um prejuízo de 1,6 mil milhões de dólares, equivalente a 3% do volume de vendas.

Em março de 2025, o *board* fez uma jogada inesperada: nomeou Lip-Bu Tan como novo CEO. Tan não é um desconhecido. Nascido na Malásia, de ascendência chinesa, construiu nos EUA um percurso notável. A sua chegada à Intel foi lida como pragmática: um líder capaz de abrir portas, atrair clientes *fabless* e consolidar a Intel como alternativa credível à TSMC.

O mercado reagiu com entusiasmo imediato: as ações subiram até 12% após o anúncio da sua nomeação. Mas o otimismo durou pouco. Em julho, a Intel revelou um prejuízo de 2,9 mil milhões de dólares no segundo trimestre, acima do esperado, e as ações caíram quase 10%.

E se Wall Street oscilava, em Washington a polémica foi ainda maior. Donald Trump exigiu a demissão imediata de Tan, acusando-o de ligações ao exército chinês.

A controvérsia agravou-se quando veio a público que a Cadence, durante a liderança de Tan, tinha chegado a acordo judicial de 140 milhões de dólares por exportações ilegais a instituições militares chinesas entre 2015 e 2021.

Para alguns políticos, o episódio tornou-se símbolo da luta pela soberania tecnológica. Trump voltou a defender que o Estado deveria assumir participação direta na Intel. Em contrapartida, grandes investidores como Scott Bessent e Howard Lutnick defenderam Tan, lembrando que a politização excessiva só enfraquece os EUA frente à China e à NVIDIA.

## O CERCO CHINÊS E A ASCENSÃO DA HUAWEI

Enquanto isso, e depois de quase excluída por Washington, é a China a fechar o mercado às tecnologias ocidentais e a acelerar o apoio aos seus campeões nacionais. A Huawei, dada como derrotada há poucos anos, regressou em força com smartphones e servidores baseados em *chips* da SMIC. No mercado interno, reconquistou quota significativa, tornando-se símbolo de resiliência face às sanções.

Para a Intel, esta realidade duplica a pressão: não basta competir com NVIDIA e AMD em IA. O gigante desapareceu em grande parte do mercado chinês e precisa de provar que os EUA não ficam para trás num duelo estratégico com Pequim.

## IDM 2.0 E A SOBREVIVÊNCIA EM JOGO

O plano de Gelsinger continua na mesa, agora nas mãos de Lip-Bu Tan. Mas com mudanças: a Intel cortou 15% da sua força de trabalho, cerca de 24 mil postos de trabalho, e cancelou planos de fábricas na Alemanha e Polónia, além de desacelerar a mega-fábrica do Ohio. A aposta mantém-se nos nós de 2,0 nm (20A) e 1,8 nm (18A), mas o 14A poderá ser abandonado se não houver procura suficiente.

As margens do modelo de *foundry* são mais curtas do que as do negócio histórico da Intel, mas a recompensa é clara: tornar-se a alternativa ocidental à TSMC. Na frente da IA, a empresa aposta em diferenciar-se: em vez de copiar a NVIDIA, oferece aceleradores com foco em eficiência de custos, destinados a clientes que não querem ficar reféns de um

único fornecedor. É uma jogada ousada, mas ainda em construção.

## CAMINHOS POSSÍVEIS

O futuro da Intel joga-se em múltiplas frentes. Se Lip-Bu Tan conseguir executar o *roadmap* tecnológico e, ao mesmo tempo, navegar a tempestade política em Washington, a Intel poderá regressar ao topo como a *foundry* do Ocidente. Se falhar, arrisca-se a tornar-se irrelevante na corrida da inteligência artificial e refém de disputas políticas.

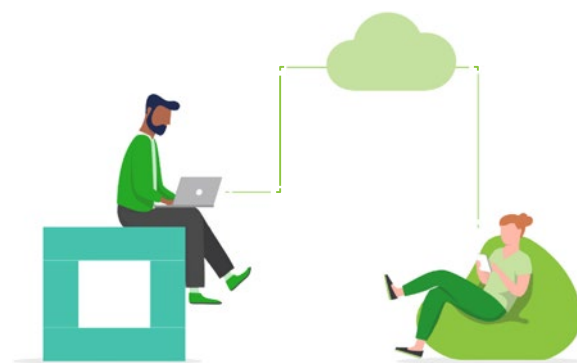
Uma coisa é certa: a Intel já não é apenas uma empresa de semicondutores. É palco de um drama que mistura inovação, soberania tecnológica, política e rivalidades globais. E como em toda saga, o próximo capítulo promete ainda mais tensão. ■

**Mobilidade no trabalho?**  
**Espaços híbridos?**  
**Impressão em movimento?**

**Temos a Solução.**

O **PaperCut MF**, **PaperCut Mobility Print** e o **PaperCut Hive** permitem imprimir de forma simples e segura em qualquer dispositivo e em qualquer lugar do Mundo — no escritório, em casa ou em movimento. São soluções que apoiam ambientes de trabalho modernos, flexíveis e ligados entre si.

Quer saber como implementar uma solução de impressão segura, móvel e preparada para o futuro do seu espaço de trabalho? Fale connosco!



**PaperCut** + **CCTEC**  
[papercut.com](http://papercut.com) [cctec.pt](http://cctec.pt)



CONTACTE CCTEC



# “A impressão passou a ser vista como uma extensão estratégica”

O mercado português de impressão empresarial atravessa uma fase de redefinição, com as organizações a abandonarem a abordagem tradicional de compra de equipamento para adotarem modelos de serviço que integram tecnologia, segurança e sustentabilidade. Ao IT Channel, Pedro Brito, da HP, analisa as principais tendências que estão a moldar o setor e os desafios que se colocam aos Parceiros de Canal numa indústria em transformação

por Rui Damião

**A**s empresas portuguesas estão a alterar a forma como encaram os custos de impressão, procurando modelos contratuais que ofereçam previsibilidade financeira e gestão centralizada. Esta mudança reflete uma abordagem mais estratégica ao equipamento de escritório, onde a impressão deixou de ser vista apenas como uma despesa operacional.

“Mais do que um simples serviço de suporte, a impressão passou a ser vista como uma extensão estratégica da infraestrutura digital das organizações”, explica Pedro Brito, Iberia Print Category Director da HP.

Esta evolução demonstra novas prioridades empresariais em ambientes de trabalho híbridos. “Os clientes procuram, agora, soluções que lhes permitam ganhar visibilidade sobre os seus custos, otimizar processos e garantir a segurança da informação em ambientes híbridos”, refere o responsável. A adoção de trabalho remoto e híbrido acelera esta procura por soluções mais flexíveis e integradas.

## JATO DE TINTA GANHA TERRENO

A dinâmica do mercado português mostra tendências claras em diferentes tecnologias. O jato de tinta empresarial regista crescimento, aproveitando o menor custo por página comparativamente ao laser. Os sistemas de impressão contínua – como o SmartTank – respondem à procura por menor necessidade de manutenção e maior autonomia operacional.

“O modelo contratual no segmento laser A4 tem vindo a ganhar relevância, ao propor-



Pedro Brito, Iberia Print Category Director da HP

cionar previsibilidade de custos e gestão centralizada”, refere Pedro Brito. Esta preferência por modelos de serviço indica que as empresas valorizam a transferência de responsabilidade de gestão para fornecedores especializados.

## SEGURANÇA COMO CRITÉRIO DE DECISÃO

Com a segurança a ter uma preponderância cada vez maior no mercado, a HP tem vindo a apostar em tecnologias de segurança específicas para ambientes de impressão. O HP Wolf Security inclui verificação automática do BIOS e sistemas de recuperação autónoma, respondendo a preocupações crescentes sobre cibersegurança em equipamentos conectados. “A segurança é uma prioridade absoluta”, indica o responsável, que acrescenta que, através do HP Wolf Security, é possível fornecer “uma proteção multicamada que vai desde a verificação automática do BIOS até à recuperação autónoma da impressora”.

Já a integração de inteligência artificial centra-se em automatização de tarefas repetitivas e reconhecimento de documentos, com o objetivo de reduzir intervenção manual nos fluxos de trabalho.

## OBSTÁCULOS CULTURAIS E O MADURO CANAL PORTUGUÊS

Para Pedro Brito, o principal desafio não é de natureza tecnológica; “o maior desafio ao crescimento não é tecnológico, mas sim cultural e estratégico”. Muitas organizações mantêm a perspetiva da impressão como custo inevitável, limitando o investimento em soluções que poderiam gerar eficiências operacionais.

A pressão sobre margens é endereçada através de modelos de serviços geridos e soluções de subscrição, como o HP Instant Ink, que transfere a gestão de consumíveis para a HP.

Sobre o mercado nacional, a HP caracteriza-o como desenvolvido. “Portugal é um mercado maduro e bem informado no que toca à impressão, com um dos Canais de Parceiros e clientes mais desenvolvidos da Europa”, afirma Pedro Brito.

O Programa HP Amplify funciona como ferramenta de capacitação do Canal, oferecendo formação em áreas como gestão de fluxos digitais e integração de inteligência artificial. “Trabalhar como ‘One HP’, de forma coesa e colaborativa, é a nossa maior força – e queremos que os Parceiros façam parte ativa desta estratégia”, diz o responsável, sublinhando a aposta na colaboração com o Canal como elemento central da estratégia de crescimento. ■

## RESUMO

- Empresas portuguesas começam a encarar a impressão como ferramenta estratégica, procurando modelos contratuais com previsibilidade de custos e gestão centralizada;
- Segmento de jato de tinta empresarial e impressão contínua registam crescimento devido ao menor custo por página e menor necessidade de manutenção;
- O maior travão ao crescimento não é falta de tecnologia, mas resistência organizacional em ver a impressão como investimento produtivo.

# Huawei é reconhecida como

# LÍDER

no Gartner Magic Quadrant™ 2025  
para Plataformas de Armazenamento Empresarial

**OceanStor** Data Storage: Liderança que permanece

AI-ready data platform | Robust Data Resilience & Efficiency |  
Advanced Intelligent Data Management

Arrow Portugal  
Tel. +351 21 893 31 00  
[arrow.com/globalecs/pt/](http://arrow.com/globalecs/pt/)

Mais informações:  
[huawei.ecs.pt@arrow.com](mailto:huawei.ecs.pt@arrow.com)

**ARROW**  
Five Years Out



# Palo Alto Networks faz uma das maiores aquisições de sempre para mudar o mercado de segurança de identidade

No final do mês de julho, a Palo Alto Networks confirmou um acordo para adquirir a CyberArk para acelerar a estratégia de segurança de identidade. Valor do negócio atinge os 25 mil milhões de dólares



Imagem de Drazen Zigic no Freepik

**A** Palo Alto Networks chegou a um acordo para adquirir a CyberArk, num negócio que fica avaliado em 25 mil milhões de dólares. A CyberArk, especialista em gestão de acessos privilegiados e identidade, tinha uma capitalização bolsista de 20 mil milhões de dólares. A maior aquisição da Palo Alto Networks até hoje não tinha ultrapassado os 800 milhões de dólares. Esta combinação estratégica marcará a entrada formal da Palo Alto Networks no mercado de segurança de identidade, consolidando-a como um pilar fundamental da estratégia multiplataforma da empresa. A combinação do conhecimento da CyberArk em Segurança de Identidade e Gestão de Acesso Privilegiado (PAM) com as plataformas de segurança abrangentes com tecnologia de Inteligência Artificial

(IA) da Palo Alto Networks irá estender a proteção de identidade privilegiada a todos os tipos de identidade, incluindo humana, de máquina e a nova onda de agentes autónomos de IA.

Em comunicado, Nikesh Arora, Chairman e CEO da Palo Alto Networks, afirmou que “a nossa estratégia de entrada no mercado sempre foi entrar nas categorias no seu ponto de inflexão, e acreditamos que o momento para a segurança da identidade é agora. Esta estratégia orientou a nossa evolução de uma empresa de firewall de última geração para uma empresa líder em cibersegurança multiplataforma. Hoje, a ascensão da IA e a explosão das identidades de máquina tornaram claro que o futuro da segurança deve ser construído com base na visão de que toda a identidade requer o nível certo de controlos de privilégios, e não na ‘falácia do IAM’”.

Já Udi Mokady, Founder e Executive Chairman da CyberArk, referiu, também em comunicado, que “este é um momento profundo na jornada da CyberArk. Desde o início, propusemo-nos a proteger os ativos mais críticos do mundo, com um foco incansável na inovação, confiança e segurança. Unir forças com a Palo Alto Networks representa um próximo capítulo poderoso, construído com base em valores partilhados e num profundo compromisso em resolver os desafios de identidade mais complexos. Juntos, traremos uma expertise incomparável em identidades humanas e de máquina, acesso privilegiado e inovação impulsionada pela IA para garantir o futuro”.

## ACCELERAR A PLATAFORMA E INOVAR O MERCADO

A integração da Plataforma de Segurança de Identidade da CyberArk com a Palo Alto

Networks vai proporcionar, segundo a Palo Alto Networks, diversos benefícios essenciais, nomeadamente:

### • **Aceleração da estratégia de plataforma**

– a plataforma combinada vai proporcionar uma solução única e unificada, concebida para ajudar a eliminar lacunas de segurança perigosas e simplificar as operações. As capacidades da CyberArk serão profundamente integradas nas plataformas Strata e Cortex da Palo Alto Networks, utilizando IA para proporcionar segurança com reconhecimento de identidade e resposta em tempo real em toda a empresa;

### • **Inovar no mercado de IAM legacy**

– a aquisição irá evoluir o mercado de IAM legacy, indo além da higiene básica e estendendo princípios robustos de PAM com foco na segurança para garantir que o nível correto de controlos de privilégios é aplicado a todas as identidades da empresa, sejam humanos, máquinas ou agentes;

### • **Proteger a IA com agência**

– à medida que as organizações adotam a Agentic AI autónoma, há uma implementação de utilizadores mais privilegiados. A segurança de identidade está posicionada para se tornar a estrutura essencial para proteger este novo paradigma da força de trabalho empresarial. A aplicação dos princípios de acesso *just-in-time* e privilégio mínimo garante que os agentes de IA recebem apenas as permissões necessárias, no momento exato em que precisam, proporcionando a supervisão crítica necessária para proteger a automatização orientada por IA em escala. ■

## RESUMO

- Aquisição da CyberArk por parte da Palo Alto Networks atinge os 25 mil milhões de dólares;
- Antes do negócio, a CyberArk tinha uma capitalização bolsista na ordem dos 20 mil milhões de dólares;
- Aquisição marca a entrada formal da Palo Alto Networks no mercado de segurança de identidade.

## Só na Ingram Micro.

## Melhores marcas. Melhores soluções.

Conheça o portfólio completo, com soluções para cada desafio.



### Contacte-nos:

 [pt.comercial@ingrammicro.com](mailto:pt.comercial@ingrammicro.com)

 [Ingram Micro Portugal](#)

 +351 21 915 4340

 [www.ingrammicro.pt](http://www.ingrammicro.pt)

Registe-se aqui:



# Windows 10: ainda há uma oportunidade para os Parceiros de Canal

A 14 de outubro de 2025, o suporte oficial do Windows 10 termina. Para os Parceiros de Canal de IT em Portugal, este não é apenas uma *deadline* técnica, mas sim uma janela de oportunidade comercial que pode definir o desempenho dos próximos 18 meses



**O**s números não mentem: 53% dos PC Windows na Europa ainda executam Windows 10, de acordo com dados do Statcounter de setembro de 2025. Em Portugal, com uma base empresarial de elevada adoção de tecnologia, o potencial de migração é substancial. Segundo o blog oficial da Microsoft, as organizações têm duas opções principais: ou migrar para Windows 11 ou adquirir um Extended Security Updates (ESU) por 61 dólares por dispositivo no primeiro ano. Análises da CRN mostram que os Parceiros reportam impacto direto na receita com esta migração, especialmente em serviços agregados que antes não existiam numa simples troca de hardware.

## TRÊS VETORES DE RECEITA IMEDIATOS

O fim do suporte oficial ao Windows 10 traz, no imediato, três fontes de receita possíveis para os Parceiros de Canal: renovação do hardware; serviços de migração e consultoria; e modelos de subscrição e serviços geridos.

No caso do primeiro, o Windows 11 exige TPM 2.0 e Secure Boot, requisitos que muitos PC empresariais de 2017 a 2019 não cumprem. Segundo a Microsoft, isto força renovações de frota em vez de atualizações pontuais, multiplicando o valor médio por cliente. Um

artigo de junho de 2025 da Cnet refere que, nos Estados Unidos, a maioria dos utilizadores ainda não migrou para Windows 11, criando uma procura reprimida que pode explodir nos próximos meses.

Sobre o segundo vetor, o blog da Microsoft destaca que as organizações conseguem implementar Windows 11 25% mais rápido se utilizarem as ferramentas adequadas. Aqui, entra o valor dos Parceiros, uma vez que conhecem essas mesmas ferramentas para realizarem migrações relativamente suaves, mas que ainda requerem planeamento especializado.

Ainda neste ponto, as oportunidades específicas para os Parceiros incluem avaliação de compatibilidade através da utilização de ferramentas como o App Assure da Microsoft; estratégias de implementação com Windows Autopilot e Intune; e gestão de mudança para equipas que precisam de formação.

Já sobre os modelos de subscrição e serviços geridos, a Microsoft refere no seu blog que as organizações conseguem atingir um ROI de 250% com Windows 11 e workflows 50% mais rápidos. Estes benefícios posicionam ofertas de Device-as-a-Service e ambientes virtualizados.

## URGÊNCIA = VANTAGEM

Com o aproximar de 14 de outubro de 2025, o fator tempo é crucial. Análises da CRN iden-

tificam dois comportamentos distintos: organizações proativas que já iniciaram migrações para se posicionarem como líderes em transformação digital e organizações cautelosas que aguardam até ao último momento.

Se, antes, bastava enviar o novo hardware e o utilizador tinha acesso a um novo PC, hoje existem vários serviços adicionais que se podem agregar a esse mesmo dispositivo, desde a configuração até à proteção do dispositivo, criando, ao mesmo tempo, oportunidades de contratos de Device-as-a-Service.

## AÇÃO IMEDIATA

Com apenas algumas semanas até ao fim oficial do suporte ao Windows 10, os Parceiros que ainda procuram aproveitar esta renovação forçada devem mapear imediatamente a base instalada de clientes e identificar sistemas críticos ainda em Windows 10 e, depois, desenvolver propostas estruturadas que combinem avaliação, hardware, migração e suporte. Estabelecer Parcerias com fabricantes e distribuidores de hardware – para garantir *stock* e condições preferenciais – também é uma necessidade.

No seu blog, a Microsoft apontou que as organizações conseguem reduzir 62% dos incidentes de segurança e ter três vezes menos ataques ao firmware com Windows 11. Estes dados suportam argumentos comerciais robustos para uma migração imediata.

Esta é, possivelmente, a maior oportunidade de crescimento para os Parceiros de Canal desde a migração do Windows 7. As organizações precisam de migrar para Windows 11 nos próximos meses e quem apresentar propostas estruturadas agora vai capturar a maior fatia deste mercado em movimento. ■

## RESUMO

- 53% dos PC Windows na Europa ainda executam Windows 10, criando um mercado de migração forçada até 14 de outubro de 2025;
- Hardware, serviços e subscrições são três vetores de receita imediatos disponíveis para os Parceiros de Canal;
- Parceiros já veem impacto direto na receita através de serviços agregados na migração em vez da simples troca de hardware.

# Substitua a sua antiga UPS e evite falhas de energia



## Obtenha até 25% de desconto na compra da nova UPS Eaton!

Falhas elétricas recentes em Portugal e Espanha lembraram a importância de ter uma UPS fiável. Modelos antigos podem falhar no momento crítico devido a baterias descarregadas, componentes degradados ou tecnologia obsoleta.

A Eaton facilita a substituição da sua UPS, de qualquer marca, por modelos modernos: 5SC, 5P, 5PX, 9SX Gen2 ou 9PX Gen2.

Ofertas:


- 15% de desconto sobre a UPS → 20% se for parceiro Eaton
- UPS mais extensão de garantia ou monitorização remota: 20% de desconto → 25% se for parceiro Eaton
- A Eaton assegura a recolha e reciclagem responsáveis da sua antiga UPS e respetivas baterias

Não espere pelo próximo apagão - proteja o seu negócio hoje!



TEM A PALAVRA

DANIEL VALENZUELA, FUNDADOR E CEO DA ZALTOR

A portrait of Daniel Valenzuela, founder and CEO of Zaltor. He is a man with dark hair and a beard, wearing a dark blue suit jacket over a white shirt. He is standing outdoors in a park-like setting with trees and a path in the background. The lighting is bright and natural.

“ENCAIXAMO-NOS NAS SOLUÇÕES QUE  
NÃO SÃO TRANSACIONAIS, MAS SIM NAS  
QUE SÃO DE VALOR”

---

**E**ste mês o IT Channel dá a Palavra a Daniel Valenzuela, fundador e CEO da Zaltor. Com foco nos MSP, o distribuidor apresenta soluções que procuram acrescentar valor aos Parceiros. A cibersegurança é uma das áreas em crescimento.

**A Zaltor reforçou a sua aposta em Portugal em 2023. O que motivou esta aposta e quais são os objetivos estratégicos da Zaltor para o mercado português? Sobre a expansão internacional, qual a estratégia da empresa, nomeadamente na América Latina?**

A expansão da Zaltor para Portugal em 2023 foi algo natural. Há vários anos que tínhamos negócios e clientes em Portugal e para nós foi natural expandir e ter uma equipa local. Esse foi o principal objetivo, sobretudo pela proximidade. Nos dois países, e sobretudo no sul da Europa, o contacto, a proximidade, ir tomar café é importante, em comparação com o norte. Existiam também Parceiros em Portugal sobre os quais não tínhamos visibilidade.

Quando queremos crescer é necessário investir, aproximarmo-nos, e essa foi a aposta. Atualmente, estamos a crescer e, como empresa, do ponto de vista mais estratégico, seguimos com esta expansão. Também estamos a expandir para a América Latina devido à procura por parte dos nossos Parceiros, dos nossos clientes que têm operações em Espanha, Portugal e alguns na América Latina. Consequentemente, os fabricantes, as nossas marcas, muitas delas têm base europeia e expandem também para a América Latina. Este foi também um dos nossos fatores de mudança.

**Quais as vossas principais áreas de foco? Quais as maiores oportunidades que encontram no mercado português?**

Dedicamo-nos a soluções para a administração e monitorização de sistemas e cloud, cibersegurança e soluções para MSP. Dentro da cibersegurança também está incluída a área de *backup* e continuidade de negócio. Estas áreas continuam a ser o foco principal, mas é verdade

que a cibersegurança tem tido muita procura e crescimento em comparação com outras. É uma das áreas onde estamos a potenciar, com novos acordos, novos produtos, porque a verdade é que o nosso catálogo aqui era um pouco limitado.

Agora temos uma solução de SOC para Parceiros, um SOC para clientes, temos uma solução bastante completa ao nível da cibersegurança que não tínhamos há dois anos. A área de MSP também está a crescer bastante, mas a de cibersegurança destaca-se: está nos MSP, na área de soluções baseadas em projetos e é onde nos temos concentrado e onde temos bastante procura, em geral, em Espanha e Portugal. Dentro da América Latina, por exemplo, a cibersegurança é a área que suscita maior interesse.

**Com os modelos cloud e as-a-Service, o papel do distribuidor tem vindo a ser questionado. Qual é, na sua visão, o atual papel da distribuição de valor acrescentado?**

Tanto o cliente como o Parceiro, o distribuidor ou o fabricante podem, de facto, questionar-se sobre este papel. É fácil comprar algo na internet – nós fazemos isso –, mas quando queremos comprar algo mais complicado, como um carro, por exemplo, não compramos online. Normalmente vamos a vários concessionários, vamos à marca, estudamos as opções. E quem te dá esse serviço nem sempre é o fabricante; é um distribuidor que tem experiência e que explica as opções que existem para tomar uma decisão informada. Do nosso lado é semelhante: se vai comprar ou adquirir algo muito simples, não há valor. Se existe um ambiente, ou um Parceiro ou um cliente que não conhece as tecnologias, que não tem esse *know-how* e *skills*, então necessita de alguém como um Parceiro para o ajudar.

Devido à quantidade de distribuidores, o Parceiro não conhece todas as soluções, porque tem o seu negócio, o dia-a-dia que passa por dar serviço e atender os seus clientes; não está a avaliar soluções. É o que fazemos com os fabricantes e com os diferentes distribuidores,

não somos os únicos: procuram-me para uma solução, vão a outro para outra solução e, no final, podem tomar uma decisão informada. Este é o nosso valor para os Parceiros: dar-lhes formação e as ferramentas para que possam ajudar os seus clientes que não podem conhecer tudo.

Para o fabricante o nosso valor é a expansão, a escalabilidade, que não têm por si só. Se é um produto transacional há um tipo de distribuidor específico; se quer distribuir ou desenvolver um negócio de soluções, existe outro tipo de distribuidores, não são os mesmos. E, nesse caso, é onde nos encaixamos – no valor acrescentado –, porque podemos entender as necessidades do Parceiro, do mercado, ter a formação dos produtos e ajudar os Parceiros a escalar. Encaixamo-nos nas soluções que não são transacionais, mas sim nas que são de valor, que têm de se explicar ou entender para poder ajudar o Parceiro a tomar uma decisão e oferecê-la aos seus clientes. Em muito casos, temos prescrito com o Parceiro as soluções para o cliente final porque o Parceiro não as conhecia. Na compra online não conseguimos ter esta atenção. O nosso negócio e o nosso valor não passam por comprar online de forma direta porque não há um valor.

**A Zaltor anunciou recentemente Parcerias estratégicas com vários fabricantes. Que critérios utilizam para selecionar novos fabricantes para o vosso portfólio e como é que estas novas alianças respondem às necessidades atuais do mercado português?**

As decisões sobre novas soluções são complementares ao que já temos, acrescentam valor para o Parceiro ou são novas ou inovadoras. Se queremos dar um serviço completo a um Parceiro, que pode ter outro distribuidor também, no nosso caso precisamos de ter um catálogo de soluções complementares que solucionem todas as necessidades de um Parceiro, que no final são também as do cliente final. Em cibersegurança temos adicionado e complementado partes que não tínhamos e continuamos à procura de mais.



Em cloud tínhamos um nicho que não estávamos a cobrir sobre a necessidade do Parceiro que dá serviços de integração, ou que faz de *host*, que faz as migrações para os seus clientes, e não me refiro a clientes grandes, refiro-me a clientes pequenos. Antes, só tínhamos uma camada de cloud distribuída, mas se um Parceiro ou um cliente quisesse levar cinco servidores físicos, não podíamos oferecer o *colocation*. Agora já temos uma oferta em cloud muito completa. Temos cloud, temos toda a outra parte de UPS, temos toda a parte física, ou seja, um cliente pode levar todo o seu data center para fora do local ou externalizar um serviço.

**A Zaltor tem um foco em ajudar os Parceiros na transição para o modelo de serviços geridos (MSP). Na sua opinião, qual é o maior desafio que um Parceiro tradicional em Portugal enfrenta ao tentar fazer esta mudança? Como é que a Zaltor pode ajudar a ultrapassar esta barreira?**

O maior desafio é o tempo. No final resume-se a este fator porque a mudança requer tempo: a mudança de processos, a mudança cultural ou de estratégias. Normalmente nem

o Parceiro, nem o diretor de negócios, nem o dono costumam ter muito tempo. Mesmo que seja um negócio muito atrativo e que possa dar muito bons resultados, é necessário tempo.

A capacidade técnica, em que adicionamos ferramentas e processos, é uma das partes difíceis de mudar porque ou o Parceiro começa do zero, e neste caso todos os processos são novos e vai estabelecendo-se pouco a pouco, conforme vai crescendo; ou é um Parceiro com um negócio que já tem processos, mas que tem de os mudar manualmente para os estruturar para um MSP escalável. Às vezes a fórmula é mudar a ferramenta e depois mudar o modelo de negócio, a parte comercial. É difícil porque requer mudar um pouco o foco de algumas pessoas para que criem uma unidade MSP ou migrar para uma unidade MSP que normalmente não se tem.

Há também uma parte muito complicada que são os processos de serviço e poder alcançar uma estrutura de serviço que definimos como eficiente e a melhor para o cliente. Depois estão as necessidades adicionais dos clientes a que queremos atender, mas que um modelo pouco estruturado não pode atender de qualquer forma. É necessário integrá-lo dentro do

processo completo porque quando fazemos exceções é quando o modelo MSP começa a desvirtuar e a não ser eficiente nem rentável. O modelo MSP permite saber quanto tempo está a ser dedicado aos clientes, se os recursos técnicos estão em plena capacidade ou funcionamento, se o serviço está a ser entregue ao cliente, se cumpre os SLA, segundo os níveis que os clientes têm. Tudo isto está nos processos e na documentação do cliente. Se são criadas exceções, vai acumular e começa a não ser eficiente. O bom do modelo MSP é que, quando bem estruturado, vai escalar pouco a pouco até um ponto em que é a equipa técnica a fornecer serviços a um elevado volume de clientes finais, uma vez que de outra forma não seria possível. Se há desvirtuação, não é possível alcançar o objetivo, logo não é tão rentável. Para um diretor ou dono de empresa, a lógica é ou pode ser muito rentável, mas custa chegar até lá. E é aí que nós ajudamos: com ferramentas, às vezes com processos e, sobretudo, com a formação na parte das ferramentas, a nível de estruturação e capacitação, para que possam integrar nos seus processos.

O objetivo passa por poder dar uma foto de como pode funcionar o negócio, para que possam ir desenvolvendo pouco a pouco e nós também ajudarmos com diferentes ferramentas. No final do dia são serviços: não vendes produto, não vendes a chave de fendas, não vendes o antivírus, mas vendes uma camada do serviço que inclui tudo. Às vezes é difícil dizer a um cliente que não vendo um antivírus, e é aí que começa o problema, porque vendo uma camada do serviço que inclui o antivírus e vendo uma camada que inclui a parte de cibersegurança. Dizer não a um cliente custa muito.

**Na vossa perspetiva, quais são as áreas tecnológicas com maior potencial de crescimento para os Parceiros portugueses?**

Em geral, a cibersegurança, em diferentes camadas e níveis, está a crescer muito e a parte de MSSP ainda mais. O Parceiro tem um problema de conhecimento, mas o cliente final também, porque os recursos são os mesmos. O

especialista em cibersegurança pode estar num Parceiro, num fabricante, num cliente, mas não há muitos.

O maior crescimento e desenvolvimento está no Parceiro centrado em cibersegurança, que dá serviços gerenciados de cibersegurança, os MSSP. O desafio passa por estruturar um serviço de MSP em cibersegurança; depois há a questão das ferramentas porque existem de todas as cores, tamanhos e preços; e se o Parceiro é grande ou pequeno ou se os meus clientes finais são grandes ou pequenos. As necessidades mudam. Toda a parte de negócio e estratégia, no final, é a mesma coisa, mas onde há mais necessidade agora é na cibersegurança. E o Parceiro tem um papel muito importante.

Um negócio bem estruturado de cibersegurança gerida permite escalar para muitos clientes e as necessidades não variam muito. Depende do ambiente, do cliente, é variável, mas um Parceiro especializado em cibersegurança pode escalar bastante. E um modelo MSSP mais ainda, porque integra ferramentas, processos e equipa.

**A cibersegurança é uma das maiores preocupações e áreas de investimento, impulsionada por regulamentação como a NIS2. Para além das ferramentas, como é que estão a capacitar os Parceiros a este nível?**

É um pouco como as restantes normativas: o mais difícil é perceber como é que podes ajudar o cliente final a cumpri-las porque normalmente não sabe o que tem de fazer; o Parceiro tem de saber, mas muitos Parceiros não sabem também. Quem é que dá esta formação? Os meios, o Canal, as leis por si só, mas tudo isto é interpretável. É necessário interpretar o que dizem os documentos e, de facto, é o mais difícil. Muitos dos nossos Parceiros fazem-no porque se dedicam a dar serviços de manutenção de cibersegurança, mas muitas vezes não, porque nem todos os Parceiros têm essa especialização.

No final, e dentro do nosso catálogo de soluções, temos de perceber como é que as

▶ Para ver o vídeo clique sobre a imagem



Daniel Valenzuela, Fundador e CEO da Zaltor

nossas soluções ajudam no cumprimento das normativas, semelhante ao caso do RGPD. É necessário interpretar o que diz, o que pede e que ferramentas são precisas. Muitas vezes é a simples consciencialização e formação. No final traduz-se em muita consciencialização e formação com o Parceiro sobre como ajudar os clientes a cumprirem a norma através das ferramentas disponibilizadas.

**Quais os objetivos que a Zaltor estabeleceu este ano para Portugal? Que percentagem de crescimento antecipam?**

O nosso crescimento em Portugal é igual em Espanha e passa por crescer a dois dígitos, entre 15% e 20%, pelo menos. De facto, o objetivo interno era 20%. O primeiro trimestre foi mais ou menos bom, o segundo teve uma diminuição, mas esperamos que o segundo semestre seja muito melhor. Em Espanha aconteceu o mesmo: o segundo trimestre diminuiu bastante, mas não sofremos com a mudança de governo. Há muito *pipeline*, muitas oportunidades, muito

negócio aberto para atingirmos mais de 20% de crescimento.

**Qual a mensagem final para os Parceiros?**

Com todas estas mudanças de normas, as necessidades dos clientes, o ambiente em expansão, inclusive político, é o melhor momento para um Parceiro se afirmar como um Parceiro de confiança a um cliente final, fornecendo soluções de valor, diferentes, mas sobretudo de qualidade, que é o que os clientes finais querem. Para isso existe a Zaltor: para ajudar os Parceiros a compreenderem que existem soluções diferentes, inovadoras, inclusive processos para poder criar um serviço adequado para os seus clientes.

Este é um bom momento porque há escassez de técnicos, mas há uma abundância de soluções e muitas soluções para conhecer. Nós ajudamos o Parceiro a escolher as melhores soluções segundo o seu tipo de negócio e tipo de cliente. Este é o melhor momento para ser Parceiro. ■

Por Jorge Bento e Marta Quaresma Ferreira

# MOBILIDADE EMPRESARIAL: RUMO AO WORKPLACE DIGITAL, SEGURO E EFICIENTE

*Com o apoio de:*

Asus | Claranet Portugal | DDC Group | HP | Ingecom Ignition Portugal | IPBrick | Lenovo | WatchGuard | Zaltor



**A transformação dos modelos de trabalho, impulsionada pela mobilidade empresarial, esteve em debate numa mesa-redonda promovida pelo IT Channel e pela IT Insight. A discussão contou com as perspetivas estratégicas de especialistas da Asus, Claranet Portugal, HP, Ingecom Ignition Portugal, Lenovo, WatchGuard e Zaltor, que analisaram as tendências e os desafios do setor**

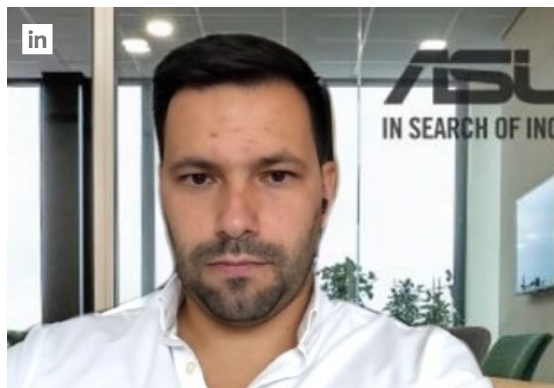
por Flávia Gomes

▶ Para ver o vídeo clique sobre a imagem



*Perante um público atento, o IT Channel promoveu uma mesa-redonda em formato live event, reunindo especialistas de referência para discutirem as tendências e desafios no mercado de IT Mobility*

## QUE PERCENTAGEM DOS CLIENTES AINDA VÊ A MOBILIDADE COMO 'DAR UM PORTÁTIL AO COLABORADOR' VERSUS UMA ESTRATÉGIA INTEGRADA DE WORKPLACE? COMO É QUE ISSO SE REFLETE NOS ORÇAMENTOS?



Nelson Martins, Asus

**Nelson Martins, Key Account Manager, Asus:** “Quando se fala de mobilidade e do workplace atualmente, o ponto essencial já não é só o equipamento. As empresas precisam de oferecer uma solução completa que capacite o colaborador a ser produtivo, a estar seguro, a estar sempre conectado, seja no escritório, seja em casa ou em qualquer outro lugar. É uma área estratégica que tem como objetivo capacitar os trabalhadores a serem produtivos em todos os lugares, de forma segura e eficiente. Esta área tem vindo a evoluir como uma resposta às tendências de trabalho híbrido e remoto”

**“O QUE TEMOS OBSERVADO É QUE AS EMPRESAS QUEREM MODERNIZAR-SE, MUITAS SEM AUMENTAREM OS INVESTIMENTOS, MESMO QUANDO JÁ ESTÃO IDENTIFICADAS ESSAS NECESSIDADES E ESSES CUSTOS”**

**Manuel Vieira, Business Developer Expert, Claranet Portugal:** “As PME estão sempre muito focadas num contexto de entrega de equipamento que vá ao encontro das funções do colaborador e que traga alguma satisfação para o mesmo. Já as empresas de maior dimensão pensam na componente workplace, não só focada no dispositivo, mas no dispositivo e em todos os acessórios, sejam eles de hardware ou componentes de serviços”

**Rui Gouveia, Channel Sales Manager, Lenovo:** “A percentagem de empresas que olham para a mobilidade como a mudança de algum dispositivo ainda é grande. Essa mobilidade é uma visão um pouco limitada e tem também ela um investimento limitado, sem uma estratégia verdadeira de acesso à rede corporativa. A estratégia está muito relacionada com a visão da empresa sobre se a mobilidade favorece ou não a produtividade. O tema ainda é um debate. Há muitas empresas portuguesas que veem a produtividade a cair e estão a dar passos atrás em relação ao trabalho remoto”

**António Correia, Area Sales Manager, WatchGuard:** “Vemos que as empresas de maior dimensão já têm uma estratégia, já veem a parte da segurança como algo que tem de estar incluída e pensada de raiz. A verdade é que nos deparamos muitas vezes com clientes que não têm esta sensibilidade e que pensam que é simplesmente ter um computador, uma VPN e está tudo resolvido. Mas vemos cada vez mais clientes – e aqui há muito trabalho dos Parceiros tecnológicos que apoiam os clientes a fazer essa passagem – a terem noção de que com a mobilidade abre-se muito mais a superfície de ataque. É muitíssimo importante ter uma solução TDR, uma solução de proteção de identidade. Notamos cada vez mais a adoção de soluções de SASE”

**Victor Bighetti, PreSales Engineer, Zaltor:** “Notámos que as grandes empresas já possuem alguma estratégia integrada de workplace, enquanto as pequenas e médias empresas ainda estão no processo de evangelização. Há um grande trabalho pela frente para evangelizar os que têm poder de decisão de que não é apenas por entregar um portátil ou o facto de o colaborador não estar dentro das suas instalações físicas que existe mobilidade. Nós entendemos que a mobilidade envolve pontos para garantir um ecossistema completo - um ecossistema seguro. Pontos como um acesso remoto, uma gestão centralizada dos endpoints, a parte dos acessos, a autenticação forte e controle de identidade são pontos necessários”

---

## QUE MÉTRICAS DE PRODUTIVIDADE É QUE AS EMPRESAS PORTUGUESAS ESTÃO REALMENTE A MEDIR NO WORKPLACE HÍBRIDO?

**Nuno Cordeiro, Workplace Services and Solutions Business Manager, HP:** “Entendemos que a produtividade do modelo híbrido vai muito mais além das tarefas concluídas. As empresas já começam a avaliar atualmente outros tipos de indicadores, não só apenas a nível dos equipamentos, se estão funcionais ou não, mas também o tempo de inatividade dos colaboradores devido a falhas de tecnologia. Quando falham, o tempo que estão sem produzir para a empresa é importante, e essa medida é importante para que se possam evitar esse tipo de situações. Outro ponto é a satisfação dos utilizadores com os dispositivos com que trabalham: se um utilizador não está satisfeito com os equipamentos de tecnologia, a produtividade não vai ser a melhor”

## COM O AUMENTO DO TRABALHO REMOTO, COMO É QUE AS EMPRESAS ESTÃO A LIDAR COM A GESTÃO DE IDENTIDADES E ACESSOS? QUE SOLUÇÕES FALHAM MAIS?

**António Correia, WatchGuard:** “Vê-se cada vez mais essa preocupação. A maior parte dos ataques que são noticiados e que vemos acontecer, em alguma altura, passam por um roubo de credenciais. Sentimos que as empresas estão cada vez mais sensíveis a isso. O que vejo muitas vezes é que não se assume o compromisso com a força com que se devia assumir, ou seja, pensamos muito bem, já estamos convencidos de que isto é uma necessidade, mas vamos só pensar em quem tem acesso a sistemas mais críticos. A verdade é que, normalmente, quem ataca procura sempre o elo mais fraco”

**Victor Bighetti, Zaltor:** “A gestão de identidades e acesso tornou-se um dos maiores desafios para as equipas de IT e para as empresas porque passa por garantir que quem está a aceder é realmente aquela pessoa, que os dados são corretos, que as permissões estão corretas e que tudo vai funcionar. Esta questão não vem de um funcionário que está dentro das instalações – sobre quem é mais fácil ter esse controlo –, mas de um funcionário que está em trabalho remoto”



Victor Bighetti, Zaltor

***“TUDO O QUE AJUDE NA GESTÃO DE IT PARA REDUZIR FALHAS DE SEGURANÇA, PARA GARANTIR A PRODUTIVIDADE EM AMBIENTES REMOTOS OU HÍBRIDOS, COM O MENOR INVESTIMENTO POSSÍVEL, SERÁ APROVADO”***

**Pedro Madeira, Cybersecurity Business Developer Manager, Ingecom Ignition Portugal:** “A gestão de identidades e acessos passou de ser apenas uma questão técnica para ser adotada quase como uma estratégia de negócio. Atualmente assiste-se à implementação de soluções como o MFA, o Zero Trust, os IAM, os EDR, e é muito por aqui que as empresas protegem as infraestruturas. Um dos desafios para as empresas passa por tentar agregar todas as soluções para que a gestão das ferramentas seja mais simples. Outro desafio é a integração de infraestruturas *legacy* que não suportam este tipo de soluções mais modernas”

## QUAL É O CICLO MÉDIO DE RENOVAÇÃO DE HARDWARE QUE ESTÃO A VER NO MERCADO PORTUGUÊS? COMO JUSTIFICAM AS ATUALIZAÇÕES DE EQUIPAMENTOS FACE À PRESSÃO NOS ORÇAMENTOS?

**Rui Gouveia, Lenovo:** “Tendo por base os números presentes na Europa diria que serão dois, três anos para smartphones, e entre quatro e seis anos para portáteis e *desktops*, um pouco menos para portáteis, mais para *desktops*. Obviamente depende muito do nível de maturidade da empresa e depende das áreas em que estamos a falar, por exemplo, áreas de tecnologia, *software houses*, *developers*, banca, tendem a renovar equipamentos mais frequentemente, diria até três anos, e outras áreas, como administração pública ou indústria, estendem mais o ciclo de vida dos equipamentos”

**Nelson Martins, Asus:** “O ciclo de renovação varia de empresa para empresa, com o uso que é dado ao computador, com o desempenho que é esperado da máquina, com as tarefas que são necessárias executar e tendo em conta o que é possível fazer com a integração da inteligência artificial e o plano de desenvolvimento tecnológico que existe dentro de cada empresa. Como é que isto se alinha dentro daquilo que são os orçamentos disponíveis? Aquilo que temos observado é que as empresas querem modernizar-se, muitas sem aumentarem os investimentos, mesmo quando já estão identificadas essas necessidades e esses custos”

### QUE TIPO DE PROJETOS DE WORKPLACE TÊM MAIOR TAXA DE APROVAÇÃO PELOS DIRETORES FINANCEIROS NESTE MOMENTO? PORQUÊ?

**Victor Bighetti, Zaltor:** “Temos de tentar demonstrar aos diretores financeiros que essas aplicações são justamente para tentar reduzir um risco operacional, um risco que não é nem mensurável. Por exemplo, dependendo do risco, um ataque pode culminar no fim daquela empresa. É aí que entramos para tentar demonstrar aos diretores financeiros que é válido o investimento. Ou seja, tudo o que ajude na gestão de IT para reduzir falhas de segurança, para garantir a produtividade em ambientes remotos ou híbridos, com o menor investimento possível, temos a certeza de que será aprovado”



Pedro Madeira, Ingecom Ignition Portugal

**Pedro Madeira, Ingecom Ignition Portugal:** “Os exercícios com maior taxa de aprovação são aqueles que combinam eficiência operacional, a segurança digital e o retorno de investimento. Destacaria a automação de processos com inteligência artificial, que acaba sempre por reduzir os custos operacionais, aumentando a produtividade das equipas. A verdade é que este tipo de projetos, quando bem vendidos pelas áreas de IT aos departamentos financeiros, acabam por ter aqui um ciclo de decisão rápido, porque existe o tal retorno de investimento, ainda que aos olhos do IT e do financeiro o mesmo seja diferente”

**“A GESTÃO DE IDENTIDADES E ACESSOS PASSOU DE SER APENAS UMA QUESTÃO TÉCNICA PARA SER ADOTADA QUASE COMO UMA ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO”**

### COM A EXPANSÃO DO PERÍMETRO DIGITAL ATRAVÉS DA MOBILIDADE, DISPOSITIVOS PESSOAIS E LIGAÇÕES REMOTAS, QUE DESAFIOS ACRESCIDOS DE SEGURANÇA ESTÃO A SURTIR? É NECESSÁRIO EVOLUIR PARA MODELOS COMO ZERO TRUST, SASE OU PROTEÇÃO DE ENDPOINT BASEADA EM IA?

**Pedro Madeira, Ingecom Ignition Portugal:** “A evolução para este tipo de modelos é quase uma necessidade estrutural. A expansão do perímetro digital, o *bring your own device*, as aplicações de *Software-as-a-Service* e o próprio trabalho remoto em si acabam por desmantelar o conceito tradicional que tínhamos da segurança perimetral. O que num passado recente era uma muralha à volta da empresa, hoje é uma rede distribuída, muito dinâmica e altamente vulnerável. As superfícies de ataque estão muito mais fragmentadas e muitas vezes invisíveis. Os ataques de *phishing* estão na ordem do dia e também as aplicações não autorizadas e a falta de ferramentas que nos deem resposta em tempo real. Esses são os maiores desafios que as empresas têm”

**António Correia, WatchGuard:** “Vai acelerar e alargar brutalmente a superfície de ataque e aumentar os pontos de entrada, mas estes tipos de tecnologias vêm ajudar. O que considero essencial nas empresas é, mais do que começar pela tecnologia, começar por uma política de segurança com pés e cabeça, ou seja, definir muito bem o que existe e que tipo de tecnologia nos vai ajudar a precaver os ataques. A WatchGuard tem uma componente fortíssima na ajuda da implementação de *zero-trust* que classifica 100% das aplicações e só permite executar o que tem a certeza que é bom. Através do *machine learning* conseguimos garantir que entregamos este resultado num espaço de segundos”



António Correia, WatchGuard

**“A MOBILIDADE É, EM SI, UMA OPORTUNIDADE, MAS DIRIA QUE EM QUALQUER OPORTUNIDADE A CIBERSEGURANÇA ESTÁ OU DEVE ESTAR SEMPRE PRESENTE”**

**AO FALAR DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO LOCAL DE TRABALHO, QUE APLICAÇÕES PRÁTICAS ESTÃO A IMPLEMENTAR NOS VOSSOS CLIENTES E COM QUE RESULTADOS?**



Manuel Vieira, Claranet Portugal

**Manuel Vieira, Claranet Portugal:** “Na Claranet Portugal temos feito uma aposta muito grande em inteligência artificial, inclusivamente temos uma *practice* só dedicada a inteligência artificial, - *practice Data and AI* -, e desde o momento em que o Copilot surgiu no mercado, também atuamos e decidimos estar junto da Microsoft para poder ajudar os nossos clientes e também internamente utilizarmos e adaptarmos estas novas ferramentas”

**“PARA UMA ENTIDADE QUE JÁ TEM UMA MATURIDADE ELEVADA, AQUILO QUE GOSTARÍAMOS DE DESAFIAR É, DURANTE ESTES 12 MESES, INVESTIREM EM EXPERIMENTAÇÃO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO WORKPLACE”**

**Nuno Cordeiro, HP:** “A IA, para além da automatização de todas as tarefas, também já nos ajuda na análise do próprio sentimento dos colaboradores. Na HP temos uma plataforma de DEX suportada pela IA que é o *Workforce Experience Platform*, onde já conseguimos efetuar inúmeras tarefas com a ajuda da IA, como recomendar dispositivos e aplicações com base no perfil dos colaboradores, das empresas, e antecipar os problemas antes que se tornem críticos para os colaboradores e para a empresa”



Rui Gouveia, Lenovo

**Rui Gouveia, Lenovo:** “Há inúmeras aplicações, desde a colaboração, produtividade também, assistentes virtuais, automatização de tarefas, ferramentas de ajuda na escrita, gestão de projetos, otimização de fluxos, etc. Já assistimos a esta realidade nas empresas e no posto de trabalho, com diferentes graus de maturidade. Alguns clientes já utilizam ferramentas, às vezes sem se aperceberem, porque muitas estão ligadas à segurança”

**“OS PARCEIROS TÊM UMA GRANDE MAIS-VALIA PORQUE CONHECEM COMO NINGUÉM A INFRAESTRUTURA DOS SEUS CLIENTES, E É ESTA POSIÇÃO PRIVILEGIADA QUE TÊM QUE LHES PERMITE ACONSELHAREM AS MELHORES SOLUÇÕES”**

**Nelson Martins, Asus:** “A Asus tem investido bastante em inteligência artificial, não só a nível dos produtos, neste caso do hardware, mas também a nível de software. Isso significa que a inteligência artificial não está presente apenas nos produtos, mas sim em toda a solução, em todo o ecossistema que pretendemos apresentar. Alguns exemplos práticos que estamos a implementar nos nossos clientes são precisamente os computadores e software com inteligência artificial. Os nossos computadores já estão equipados com os processadores, com as tais unidades de processamento neural, os tais NPU”

**SE TIVESSEM DE ACONSELHAR UM DIRETOR DE TECNOLOGIA PORTUGUÊS A INVESTIR APENAS NUMA ÁREA DE WORKPLACE NOS PRÓXIMOS 12 MESES, QUAL SERIA E PORQUÊ?**

**Nuno Cordeiro, HP:** “Na área do *Digital Employee Experience*, e agora com a plataforma do *Workforce Experience Platform*, é algo disruptivo de tudo o que tem estado a ser feito um pouco no mercado. A abordagem que temos estado a fazer às empresas no mercado português tem sido extremamente bem aceite e realmente é uma visão que as empresas estão a ver agora de futuro, ou seja, uma plataforma que tenha a capacidade de ser um facilitador e não mais uma barreira, tanto para as equipas de suporte de IT, como para os colaboradores”



Nuno Cordeiro, HP

**“ENTENDEMOS QUE A PRODUTIVIDADE DO MODELO HÍBRIDO VAI MUITO MAIS ALÉM DAS TAREFAS CONCLUÍDAS. AS EMPRESAS JÁ COMEÇAM A AVALIAR ATUALMENTE OUTROS TIPOS DE INDICADORES”**

**Manuel Vieira, Claranet Portugal:** “Se for uma pequena média empresa, a nossa sugestão passa essencialmente por criar um *roadmap* de evolução para o IT que esteja 100% alinhado com o negócio. Este é um dos pontos fundamentais que deve começar com um diagnóstico profundo daquilo que existe, daquilo que o negócio necessita e de que forma é que o IT pode ajudar o negócio a crescer e a solidificar. Para uma entidade que já tem uma maturidade elevada, aquilo que gostaríamos de desafiar é, durante estes 12 meses, investirem em experimentação de inteligência artificial no *workplace*”

---

## QUAL A MENSAGEM FINAL PARA OS PARCEIROS DE CANAL PORTUGUESES? ONDE ESTÃO AS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO?



**Nelson Martins, Asus:** “Temos como principal objetivo continuar a expandir e fortalecer a rede de Parceiros e, com isto, aumentar a nossa presença naquilo que é o mercado profissional. Vamos continuar a apostar nos Parceiros. São a peça fundamental; são eles que trabalham com o cliente final todos os dias, portanto são eles que conseguem criar as oportunidades junto dos clientes. E é aí que está a grande oportunidade. São a chave para os negócios acontecerem junto das empresas”



**Nuno Cordeiro, HP:** “O mercado continua com muitos desafios na área do IT. Existem muitas oportunidades de negócio e nós somos uma empresa que trabalha com o Canal e contamos com os nossos Parceiros para ajudar os clientes finais a evoluírem nestas áreas. Os clientes procuram soluções mais centralizadas, e é nisso que a HP tem vindo a trabalhar nestes últimos anos para ajudar nesta vertente do *edge* com uma solução que seja multiplataforma agnóstica a fabricantes e sistemas operativos, suportada com IA e para ajudar os clientes a automatizarem todos os processos de IT”



**Pedro Madeira, Ingecom Ignition Portugal:** “A mensagem para o Canal é continuarem a pedir a nossa ajuda para podermos abordar juntos a cibersegurança e os exercícios de cibersegurança que vão surgindo. A nível de oportunidades, acho que está relacionado com a parte dos managers, desde os serviços jurídicos à segurança, onde há muita oportunidade, até pela dificuldade que há em contratar. Acho que é nesta área dos serviços jurídicos que estão as oportunidades”



**Rui Gouveia, Lenovo:** “Os Parceiros têm uma grande mais-valia no sentido em que conhecem como ninguém a infraestrutura dos seus clientes, e é esta posição privilegiada que têm que lhes permite aconselharem as melhores soluções. Nós e os Parceiros trabalhamos muito para conquistar novos clientes, mas às vezes já contactamos com eles e conseguimos ajudar e potenciar mais negócio nos que já temos. E esse negócio não é só o hardware, mas tudo o que anda à volta do posto de trabalho. Há muitas oportunidades”



**António Correia, WatchGuard:** “A mobilidade é, em si, uma oportunidade, mas diria que em qualquer oportunidade a cibersegurança está ou deve estar sempre presente. Convido os Parceiros a apostarem nessa área, a destacarem-se acima de tudo por serviços, que é aquilo que lhes permite garantir uma rentabilidade de negócio superior e também uma diferenciação face a outros *players* no mercado”



**Victor Bighetti, Zaltor:** “O mercado está a pedir soluções simples, seguras, centralizadas e que tragam algum tipo de valor direto ao negócio. A maioria das oportunidades está nos projetos de modernização do ecossistema de trabalho. As equipas de IT são cada vez mais pressionadas e os Parceiros que conseguirem posicionar essas soluções práticas serão aqueles que vão liderar a próxima fase de crescimento no setor. O Parceiro que conseguir traduzir tecnologia em valor de negócio e que saiba passar essa informação aos clientes, é aquele que vai conquistar mais”



**Manuel Vieira, Claranet Portugal:** “Aquilo que nós pedimos é algo relativamente simples: confiança, porque havendo confiança consegue-se resolver tudo o resto. Se conseguirmos confiar nos nossos Parceiros e os nossos Parceiros confiarem em nós, conseguimos passar essa confiança aos nossos clientes. Os nossos clientes confiam em nós, confiam nos nossos Parceiros e, com isto, geramos valor para todos” ■

# Mais do que um computador, uma solução completa para todos os colaboradores

Mobilidade empresarial, o futuro da nova forma de trabalho

Quando se fala de IT mobility & workplace, o ponto essencial já não é apenas o equipamento. Em vez de simplesmente entregar um computador, as empresas precisam de oferecer uma solução completa que capacite o colaborador a ser produtivo, seguro e estar conectado, seja no escritório, em casa ou em qualquer outro lugar. É uma área estratégica que visa capacitar os trabalhadores a serem produtivos em qualquer lugar, de forma segura e eficiente, e que tem vindo a evoluir em resposta às tendências de trabalho híbrido e remoto.

Uma solução de workplace moderna não se resume à tecnologia, mas sim a um ecossistema que liga o hardware e o software às políticas, à cultura da empresa, mas acima de tudo, às suas necessidades.

Na ASUS Business temos vindo a aumentar as soluções disponíveis, apostando cada vez mais em soluções de mobilidade para as empresas. Nesta área, dedicada ao mercado profissional, temos o grande desafio de apresentar soluções para as diferentes necessidades, queremos oferecer um ecossistema de soluções que visa dar aos colaboradores a flexibilidade e a segurança de que necessitam no ambiente de trabalho moderno. Dispomos de uma gama, as Expert Series, equipamentos desenhados particularmente para o ambiente empresarial, que vão além das especificações técnicas, Dispositivos que se focam na durabilidade, segurança e mobilidade.

A série ASUS ExpertBook é uma linha de portáteis leves, robustos e com funcionalidades de segurança integradas, como leitor de impressões digitais e câmaras com proteção de privacidade e funcionalidades de IA integradas. Já a série ASUS ExpertCenter é uma linha de computadores de secretária e All in Ones, criada especificamente para o uso profissional, sendo soluções completas de trabalho que se



Nelson Martins, Key Account Manager, ASUS

integram facilmente com os ecossistemas das empresas.

Dispomos ainda de soluções com Mini PCs e Workstations, soluções de computação compactas e de alta performance, ideais para espaços de trabalho mais pequenos ou para quem precisa de um ambiente de trabalho poderoso e organizado, que em conjunto com uma gama de Monitores e Periféricos são soluções de TI, com monitores ergonómicos, webcams e outros acessórios que melhoram a experiência de trabalho.

A linha profissional ASUS Expert Series, distingue-se especialmente pela sua fiabilidade

e durabilidade, são computadores construídos para serem resistentes e por esse motivo passam por um conjunto de testes de durabilidade de forma a serem certificados com o selo de durabilidade “US Military Grade” MIL-STD-810H. A segurança é uma prioridade para a ASUS e por essa razão os equipamentos incluem funcionalidades de hardware e software que protegem os dados e simplificam o trabalho das equipas de TI. Chips Trusted Platform Module (TPM) incorporados que protegem as credenciais de acesso e chaves de encriptação. ASUS Control Center, uma plataforma de gestão centralizada que permite aos gestores de TI controlar remotamente todos os dispositivos Expert Series, gerir atualizações e resolver problemas de forma simples e eficiente. Segurança física no equipamento com ligação para cadeado no chassi, garantindo que o hardware está protegido contra roubos.

A mobilidade empresarial é a base da nova forma de trabalhar. Desta forma, capacitar os colaboradores com as ferramentas certas é fundamental para o sucesso das empresas. O objetivo não pode ser apenas dar acesso a novas tecnologias, mas sim criar um ambiente onde a tecnologia ajude no aumento de produtividade, captação e retenção de talentos e segurança para poderem trabalhar em qualquer lugar.

O sucesso no mercado moderno, exige que as empresas se adaptem e forneçam as ferramentas adequadas aos seus funcionários, e por conseguinte, é possível aumentar a performance das equipas, que estarão assim melhor preparadas para ir ao encontro das expectativas e necessidades dos seus clientes, traduzindo-se em melhores resultados para as empresas. ■

**INFO**  
[asus.com/pt/](https://asus.com/pt/)



ASUS ExpertCenter P400 AiO P470VA

## Visão expansiva para empresas em crescimento

O ASUS ExpertCenter P400 AiO combina versatilidade e segurança para responder a todas as necessidades de produtividade empresarial. Equipado com um processador Intel® Core™ i7 e Wi-Fi 7 ultrarrápido, garante um desempenho excepcional. O ecrã tátil FHD de 27 polegadas com ângulo de visão amplo melhora a experiência de utilização, enquanto a inovadora câmara retrátil protege a privacidade com um design elegante. Equipado com BIOS compatível com NIST SP 800-155, ASUS ExpertGuardian e TPM 2.0, mantém a sua empresa protegida contra potenciais ameaças.



Processador Intel® Core™ i7 de 13ª Geração

Intel, the Intel logo, and Intel Core are trademarks of Intel Corporation or its subsidiaries.



# Mobilidade e Espaço de Trabalho: Muito Além da Secretária

## O NOVO PARADIGMA DO TRABALHO

Quando falo em “Mobility & Workplace”, não me refiro apenas a computadores portáteis ou salas de reunião cheias de tecnologia. Penso num ecossistema de trabalho que já não tem um ponto fixo: pode ser o escritório, a casa, o aeroporto ou até um café. Esta mobilidade trouxe flexibilidade e liberdade, mas também expôs fragilidades. Entre elas, uma que nos preocupa em particular no grupo Digital Data Communications: as condições físicas e ergonómicas em que trabalhamos.

## O CUSTO INVISÍVEL DA FALTA DE ERGONOMIA

A ergonomia ainda é muitas vezes vista como um detalhe estético ou secundário. Mas os números contam outra história.

Segundo dados europeus, cerca de **60% dos trabalhadores** sofre de dores musculoesqueléticas relacionadas com o trabalho. Estudos indicam que estas situações estão entre as **principais causas de absentismo laboral**, representando **mais de 50% dos dias de baixa por doença**.

Traduzindo para números concretos: um colaborador que falte em média **7 dias por ano** devido a problemas de saúde relacionados com postura, iluminação ou stress físico representa uma perda de cerca de **1.000€ a 1.200€ por ano** em custos diretos (salários, substituições, horas não produzidas). Numa empresa com **100 trabalhadores**, estamos a falar de um impacto anual que pode ultrapassar os **100 mil euros**.

Isto sem contar com a chamada “presenteism” quando o funcionário está presente mas trabalha a metade da capacidade devido a dores ou fadiga. Esse custo oculto pode ser ainda maior.

## ERGONOMIA COMO INVESTIMENTO, NÃO COMO LUXO

É por isso que defendemos que investir em cadeiras ergonómicas, secretárias motorizadas,



João Gorgulho, DDC Group

suportes de monitor ou iluminação correta não é luxo, é estratégia. Uma cadeira como as **Equip 65105x** ou uma estrutura de secretária ajustável podem reduzir drasticamente as horas perdidas e aumentar a energia dos colaboradores.

Pequenas melhorias multiplicam-se em grandes resultados: se cada trabalhador ganhar apenas **30 minutos de produtividade por dia** graças a melhores condições, ao fim de um ano equivale a **mais de 20 dias de trabalho adicionais por pessoa**. Agora imagine o que isso significa em escala para toda a empresa.

## MOBILIDADE QUE SIMPLIFICA

Mobilidade não é apenas carregar um portátil. É criar um ambiente em que a transição entre locais seja fluida e sem stress. Docking stations como a **Conceptronic DONN30B** permitem ligar tudo com um só gesto, estações de carregamento como a **OZUL06BE** eliminam a ansiedade da bateria fraca, auscultadores bluetooth, com cancelamento

de ruídos, garantem comunicação clara em reuniões híbridas. Cada um destes elementos contribui para reduzir interrupções, frustrações e tempo perdido.

## PRODUTIVIDADE É TAMBÉM SAÚDE

Na minha experiência, a verdadeira produtividade não vem de mais horas de trabalho, mas de menos desperdício. E desperdício é quando perdemos tempo com dores de costas, cabos “emaranhados”, falta de energia ou dificuldade em colaborar.

Acredito que o papel das empresas hoje é oferecer condições que permitam às pessoas trabalhar sem desgaste. Isso não só aumenta a eficiência, como também reforça a motivação e reduz a rotatividade. Afinal, quem se sente bem no trabalho tende a ficar mais tempo e a dar mais de si.

## O FUTURO É HÍBRIDO, INTELIGENTE E HUMANO

“Mobility & Workplace” não é apenas sobre tecnologia; é sobre pessoas. Investir em ergonomia, mobilidade e conectividade inteligente é investir na saúde, no bem-estar e no futuro da empresa. As soluções da **Equip** e da **Conceptronic** mostram que é possível simplificar o trabalho e multiplicar os resultados.

No final, temos sempre duas opções: ignorar o impacto invisível das más condições de trabalho e pagar a fatura em perdas anuais, ou antecipar, investir e colher os frutos de equipas mais saudáveis, motivadas e produtivas. ■

## INFO

<https://digital-data.de/>



# Digital Workspace. Simples e inteligente.

Soluções da **Conceptronic & equip** para um trabalho produtivo – no escritório, em casa e em qualquer lugar.



**1. equip 651050**

Cadeira de escritório ergo Premium

**2. equip 650162**

Suporte de secretária triplo para monitores 17"-27"

**3. Conceptronic DONN27G**

Suporte para portátil com docking station 7 em 1

**4. equip 650804**

Estrutura de secretária motorizada

**5. Conceptronic OZUL06BE**

Estação de carregamento multiportas 200 W

**6. Conceptronic POLONA03BD**

Auscultadores Bluetooth sem fios

**7. Conceptronic ORAZIO02PT**

Teclado ergo sem fios com rato

**8. Conceptronic DONN30B/31B**

Docking stations Thunderbolt™ 4 & DisplayLink



**Encomende já:**

Fale connosco ou contacte o seu distribuidor.

**João Gorgulho**

+351 927 798 460

sales.pt@ddc-group.com

# Mobilidade e Transformação do Local de Trabalho: A Nova Era da Experiência Digital para o Canal

A transformação do local de trabalho deixou de ser uma tendência para se tornar uma urgência estratégica — e uma oportunidade clara para os Parceiros de Canal



**N**um contexto marcado pela digitalização acelerada, modelos híbridos e exigências crescentes dos colaboradores, a mobilidade empresarial e a adoção de tecnologias como os HP AI Next Gen PCs e plataformas como a Workforce Experience Platform (WXP) estão a redefinir o futuro do trabalho. Portugal não é exceção: as organizações estão a reposicionar-se para responder a este novo paradigma, e os parceiros têm um papel essencial na entrega de soluções que cruzam produtividade, segurança e inovação com inteligência artificial.

A mobilidade empresarial evoluiu. Já não se trata apenas de permitir o trabalho remoto, mas de garantir que este seja eficaz, seguro e centrado nas pessoas — e que seja suportado por uma infraestrutura tecnológica inteligente. Segundo o estudo Work Relationship Index da HP, apenas 27% dos colaboradores afirmam ter uma relação saudável com o seu ambiente de trabalho, e 73% sentem que não têm as ferramentas tecnológicas adequadas para serem produtivos. Esta realidade representa

uma oportunidade clara para os Parceiros de Canal oferecerem soluções que resolvam estes desafios.

É neste contexto que surgem os HP AI Next Gen PCs, dispositivos equipados com NPUs (Neural Processing Units) capazes de executar modelos de linguagem diretamente no equipamento, sem necessidade de recorrer à cloud. Esta abordagem traz ganhos significativos em termos de privacidade, velocidade e eficiência energética. Em Portugal, modelos como o EliteBook X Flip G1i e o EliteBook X G1a já estão a ser integrados em estratégias empresariais, com destaque para setores como saúde, retalho e educação.

Para os Parceiros, estes dispositivos representam:

- Uma oportunidade de renovação da base instalada, com argumentos claros de diferenciação.
- A possibilidade de oferecer serviços geridos (DaaS) com maior valor acrescentado.
- Um portfolio alinhado com as exigências de segurança, sustentabilidade e IA.

Complementarmente, a Workforce Experience Platform (WXP) da HP representa uma nova abordagem à gestão da experiência digital dos colaboradores. Através de dados em tempo real, automação e IA, a plataforma permite atribuir perfis personalizados, prever falhas, reduzir tickets e otimizar recursos de TI. Os resultados são claros: até 40% de redução nos custos de renovação de PCs e um aumento significativo na satisfação dos colaboradores.

Para o Canal, o WXP abre novas avenidas de negócio:

- Serviços de consultoria e integração em projetos de transformação digital.
- Dashboards e relatórios acionáveis para equipas de IT e RH.
- Fidelização de clientes através de soluções que combinam tecnologia e experiência.

A nível nacional, o plano estratégico para 2025 reforça esta aposta. A transformação do local de trabalho é uma prioridade, com foco na renovação tecnológica, ativação de workshops sobre o futuro do trabalho e promoção de casos de uso de IA. O objetivo é claro: liderar a mudança, capitalizando o portefólio de AI PCs e soluções como a WXP para criar ambientes de trabalho mais inteligentes, seguros e humanos — com o Canal como motor desta transformação.

A transformação do local de trabalho não é apenas tecnológica — é uma oportunidade de negócio. Exige uma visão centrada nas pessoas, suportada por ferramentas inteligentes e estratégias bem definidas. Em Portugal, a convergência entre mobilidade, IA e plataformas como a WXP está a abrir caminho para uma nova era da experiência digital. Uma era onde os Parceiros de Canal podem liderar, diferenciar-se e crescer. ■

**INFO**  
[hp.com/pt-pt](http://hp.com/pt-pt)

# Dedique mais tempo a liderar, inspirar e alcançar objetivos.



Trabalhe de forma mais  
inteligente do que nunca com  
a IA de próxima geração.

Descobre o Next Gen Ai PC HP EliteBook X Flip



# Precisamos de alinhar a cibersegurança com o negócio no ambiente industrial

A cibersegurança em ambientes industriais já não pode ser entendida como um domínio isolado. A proteção da Tecnologia Operacional (OT) depende de uma base sólida de TI que permita alinhar as defesas técnicas com os objetivos do negócio. Só com esta integração é possível garantir continuidade operacional, segurança e resiliência face às ciberameaças.



**H**oje sabemos que a segurança OT necessita de uma base sólida de TI capaz de criar um projeto de segurança prático que alinhe defesas técnicas com objetivos de negócio num ambiente industrial. O sucesso de uma boa estratégia de cibersegurança OT passa necessariamente por alinhar os objetivos de OT com os de TI de forma que ambos avancem na mesma direção. Isto é algo que nem sempre se consegue; de facto, tradicionalmente, têm sido duas áreas que trabalharam de forma separada. A cibersegurança da Tecnologia Operacional (OT, pela sigla em inglês) é fundamental para proteger fábricas, redes elétricas, sistemas de água e a indústria em geral contra ciberameaças. Enquanto a Tecnologia da Informação (TI) se foca em gerir e proteger os dados corporativos que circulam pelas bases de dados,

servidores de correio e plataformas na nuvem, a cibersegurança OT garante que os processos físicos por detrás da infraestrutura crítica, das fábricas, da energia e dos serviços públicos sejam seguros e fiáveis.

## FUSÃO DA SEGURANÇA TI COM OT

Para alcançar um equilíbrio entre o objetivo da TI de defender a confidencialidade dos dados e o desafio da OT de garantir a continuidade operacional, os gestores de fábrica que conhecem os processos devem colaborar com as equipas de TI para definir prioridades e objetivos comuns: manter a operação 24/7, garantir a segurança e estabelecer limites operacionais aceitáveis.

Não existe um modelo único que garanta a fusão da segurança TI com OT. Pensemos que muitas vezes a TI requer atualizações

frequentes, enquanto a OT prioriza a estabilidade; não foram poucas as ocasiões em que, ao reiniciar um DCS para aplicar um patch, se provocou a interrupção da produção, causando grandes perdas económicas à empresa. Por isso, as equipas operacionais devem estar envolvidas desde o início no planeamento da segurança, mas uma base sólida de TI é igualmente essencial para proteger a OT, já que uma intrusão através de uma VPN insegura ou de phishing pode abrir a porta aos sistemas de controlo. A segurança OT deve equilibrar proteção e flexibilidade para permitir, por exemplo, um acesso remoto seguro a um engenheiro durante uma emergência mas, por outro lado, um excesso de permissões (como acessos constantes de fornecedores externos) aumenta os riscos se não for corretamente gerido.

## A CONVERGÊNCIA NÃO É OPCIONAL

A convergência entre TI e OT não é opcional, mas sim um requisito estratégico para a indústria moderna. Alcançar este equilíbrio exige colaboração, planeamento conjunto e tecnologias específicas que protejam a operação sem comprometer a produtividade. Em suma, uma estratégia de cibersegurança OT eficaz deve colocar a disponibilidade e a segurança como eixos centrais, sempre em sintonia com as metas do negócio.

Além disso, a gestão de riscos em ambientes industriais requer uma visão integrada: inventariar ativos, segmentar redes, habilitar acessos seguros e aplicar medidas compensatórias quando os sistemas não possam ser atualizados. Só assim as organizações estarão preparadas para responder rapidamente, minimizar o impacto dos incidentes e manter a confiança de clientes e reguladores. A chave está em assumir que a cibersegurança OT não é uma despesa, mas sim um investimento para garantir continuidade, resiliência e competitividade num ambiente cada vez mais conectado e vulnerável. ■

## INFO

*TXOne Networks:* <https://www.txone.com>

*Ingecom Ignition:* <https://ingecom.net/pt-pt/>

VAD especialista em cibersegurança e ciberinteligência

# IGNITION

An Exclusive Networks Company

## ICTS 2025 ROADSHOW LISBOA Ignition Cyber Trends & Strategies

“Pioneering the Cyberfuture, Together”

2 Outubro | Estádio do Sport Lisboa e Benfica

[Inscreva-se](#)



# Transformação Digital e Mobilidade. O IPBRICK.CAFE como motor da Colaboração empresarial

Os “*Digital Workplace*” ou, plataformas virtuais de trabalho colaborativo — como o **IPBRICK.CAFE** — potenciam modelos de trabalho diferenciados e são cruciais para garantir **acessibilidade, agilidade e flexibilidade**, sem, no entanto, descuidar o que há de mais valioso numa empresa: a informação ali produzida

Como tal, não basta disponibilizar ferramentas para o trabalho em mobilidade; é preciso garantir a total **segurança e confidencialidade da informação** que circula nessas plataformas.

O **IPBRICK.CAFE**, enquanto interface de trabalho colaborativo, permite que as equipas trabalhem em conjunto, mesmo que remotamente, caso seja necessário. Disponibiliza recursos como chat individual ou de grupo e um serviço de videoconferência para flexibilizar as reuniões de trabalho. Permite partilhar e editar ficheiros, bem como realizar e receber chamadas de voz (utiliza ferramentas WebRTC para chamadas áudio/vídeo diretamente no browser, sem recorrer a aplicações externas). Também permite a gestão da presença dos utilizadores (disponível, ocupado e ausente) nos diferentes meios de comunicação disponibilizados.

Além disso, os trabalhadores podem aceder, a qualquer momento, à informação interna da empresa — como notícias, circulares, conteúdos do feed geral ou de grupo e interagir com o conteúdo — criar canais temáticos para organizar informação, participar em votações ou inquéritos, ou consultar álbuns de fotografia. Disponibiliza ainda um calendário para gerir eventos e marcar reuniões, com notificação automática e integração direta nos calendários dos participantes.

Por outro lado, é possível personalizar a aplicação, criar listas de sites favoritos, além de permitir aceder a todas as aplicações de trabalho através de Single Sign-On. Tudo isto



torna a solução o ponto de partida para as tarefas dos colaboradores, independentemente do local ou dispositivo utilizado, evitando dispersão e perda de tempo.

## REDUÇÃO DA SOBRECARGA DIGITAL

Ao centralizar ferramentas de trabalho e fluxos numa única plataforma, o **IPBRICK.CAFE** permite aumentar a produtividade e agilizar a troca de informação e comunicação, ao mesmo tempo que reduz significativamente o uso de e-mail interno.

## AUMENTO DA PRODUTIVIDADE

A atmosfera colaborativa que se vive entre os utilizadores do **IPBRICK.CAFE**, aliada à facilidade de acesso a ferramentas e recursos, aumenta a produtividade e promove ganhos de eficiência na execução de projetos.

## FLEXIBILIDADE NO TRABALHO

Promove o trabalho colaborativo com total flexibilidade em termos de horário, local e dispositivos utilizados, adaptando-se às necessidades de cada empresa e profissional.

## SEGURANÇA E PRIVACIDADE

Opera num ambiente fechado da empresa, com fortes políticas de gestão de permissões e controlo de acesso, garantindo que apenas utilizadores autorizados acedem a conteúdos específicos. É ideal para organizações que procuram mobilidade sem comprometer dados sensíveis.

O **IPBRICK.CAFE** representa a convergência entre mobilidade, segurança e colaboração num espaço único. Tirando partido de ser uma das soluções que faz parte de um ecossistema completo de comunicação e gestão empresarial — o das soluções **IPBRICK** — surge como um investimento estratégico para empresas que aspiram modernizar-se, eliminar a dependência de soluções fragmentadas e fomentar o trabalho em qualquer lugar. A era digital não espera — quem abraça a mobilidade e a centralização das comunicações ganha em eficiência e agilidade.

**Assegura a continuidade das comunicações das empresas, mesmo em situações de crise.**

Com o **IPBRICK.CAFE** garante a continuidade da comunicação da sua empresa, mesmo em contextos críticos — como falhas externas de energia. Desde que disponha de infraestrutura própria com servidores e alimentação de emergência, é possível manter a partilha de informação, as atualizações e a comunicação entre equipas, assegurando o funcionamento dos processos e o acesso à informação, sem depender de ligações externas ou de serviços na cloud. ■

## INFO

[ipbrick.com](http://ipbrick.com)



BY  
EXPANDINDUSTRIA

# IPBRICK.CAFE

DIGITAL WORKPLACE

PLATAFORMA DE TRABALHO DIGITAL QUE  
GARANTE TOTAL MOBILIDADE E COLABORAÇÃO,  
NUM AMBIENTE PRIVADO E SEGURO

## COMUNICAÇÕES UNIFICADAS

VIDEOCONFERÊNCIAS | CHAMADAS | CHAT PROFISSIONAL  
EMAIL | CANAIS | GESTÃO DE PRESENÇA.

## PARTILHA DE FICHEIROS

PARTILHA E EDIÇÃO DE DOCUMENTOS, EM TEMPO REAL,  
COM TODA A ORGANIZAÇÃO OU GRUPOS. POSSIBILIDADE DE  
INTEGRAR COM A SOLUÇÃO DE GESTÃO DOCUMENTAL E DE  
PROCESSOS, IPORTALDOC.

## CAMPANHAS DE OUTBOUND

PERMITE CRIAR LISTAS DE CONTACTO E AUTOMATIZAR O  
AGENDAMENTO E REALIZAÇÃO DESSES CONTACTOS.

## CALL CENTER COCKPIT AGENTE

INTERFACE SIMPLES PARA CONSULTA DO HISTÓRICO DE  
INTERAÇÕES E ESTATÍSTICAS.  
GESTÃO DAS PAUSAS DOS AGENTES CALL CENTER.

---

[www.ipbrick.com](http://www.ipbrick.com) | [www.iportaldoc.pt](http://www.iportaldoc.pt)  
[marketing@ipbrickdi.com](mailto:marketing@ipbrickdi.com) | +351 220 126 900



## Lenovo adota a IA para negócios: acelerando o desempenho com soluções empresariais mais inteligentes

A Lenovo está a reinventar a forma como os profissionais interagem com os seus dispositivos através de novos e ousados conceitos baseados em IA

O ThinkBook™ VertiFlex Concept possui um ecrã rotativo de 14 polegadas e uma interface de utilizador adaptativa com IA que permite transições perfeitas entre os modos paisagem e retrato, enquanto o Lenovo Smart Motion Concept oferece um suporte multidirecional para portáteis com controlo por gestos, comandos de voz e um design ergonómico e focado na saúde.

Para uma utilização mais intensiva, a Lenovo expandiu o seu portfólio de estações de trabalho comerciais com IA, lideradas pelo ThinkPad™ P16 Gen 3 redesenhado e pelos ThinkPad P1 Gen 8, P16v Gen 3, P16s i Gen 4 e P14s i Gen 6 atualizados. Configuráveis com opções de alto



desempenho, estas estações de trabalho móveis foram concebidas para suportar o desenvolvimento de IA e fluxos de trabalho criativos de alto desempenho em todos os níveis.

Uma nova opção de cor Glacial White também foi introduzida para o ThinkPad X9 Aura Edition, um dos PCs Copilot+ com IA aprimorada da Lenovo, com disponibilidade limitada nas versões de 14 e 15 polegadas.

Para suportar multitarefas e produtividade imersiva, a Lenovo introduziu o ThinkVision™ P40WD-40, um monitor curvo ultra-wide de 39,7 polegadas com resolução de 5120x2160, conectividade Thunderbolt™ 4 com um único cabo e um design de alta qualidade.

### Para mais informações:

<https://news.lenovo.com/pressroom/press-releases/innovation-world-2025-smarter-ai-for-all-devices-solutions-concepts-business/> ■

**INFO**  
lenovo.com

Smarter  
technology  
for all

Lenovo

# Smarter AI For All

Descubre todo o poder da IA com os  
novos dispositivos da Lenovo.



Lenovo  
**ThinkBook**  
Plus Gen 4 - 13"

intel®

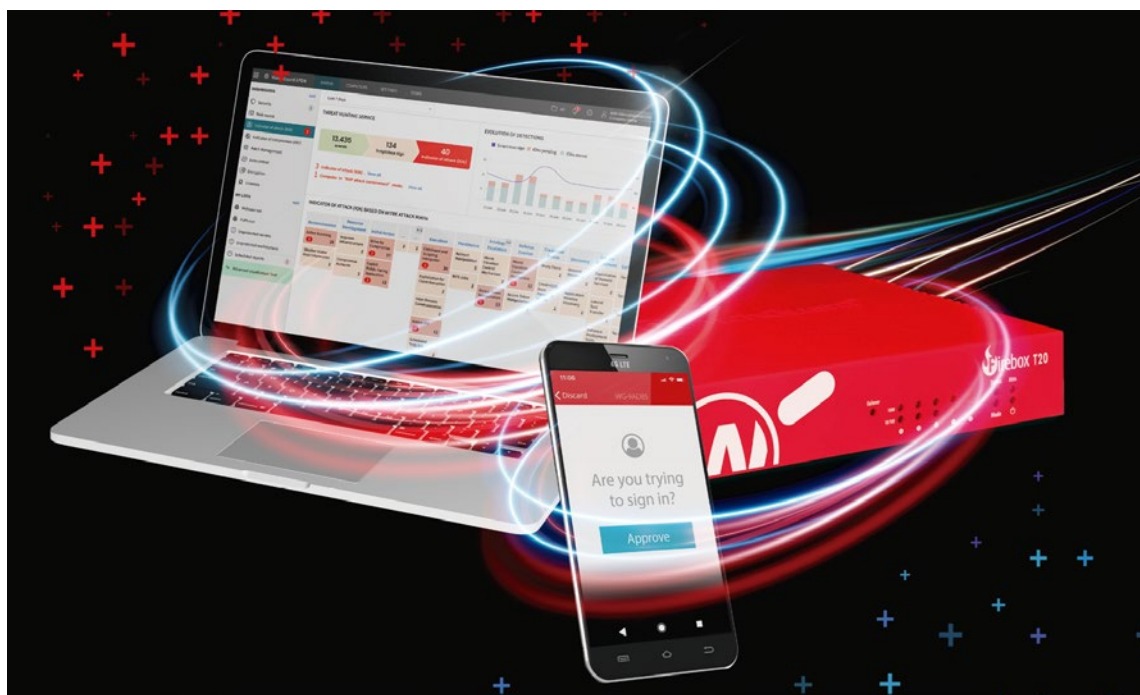
Intel®

Windows 11

Lenovo recomienda Windows 11 Pro para empresa

# Mobilidade segura: a chave para o crescimento dos MSP

O trabalho deixou de estar confinado ao escritório. Hoje, as equipas precisam de aceder a aplicações, dados e serviços a partir de qualquer lugar, em qualquer dispositivo. Esta realidade, acelerada pela adoção de modelos híbridos e pelo crescimento das aplicações cloud, trouxe enormes vantagens em termos de flexibilidade e produtividade, mas também abriu novas portas para as ameaças digitais



**P**ara as pequenas e médias empresas (PME), garantir a mobilidade segura dos colaboradores tornou-se uma prioridade. Já não basta confiar em firewalls tradicionais ou em soluções pontuais: é necessário assegurar que o acesso a recursos críticos é controlado, monitorizado e simples. É aqui que os Managed Security Service Providers (MSSP ou MSP focados em segurança) têm uma oportunidade única de acrescentar valor ao portefólio e de se posicionarem como verdadeiros consultores estratégicos de cibersegurança.

As PME estão cada vez mais informadas e exigentes na escolha de parceiros de cibersegurança. Muitas questionam os MSP sobre práticas de proteção de dados, eficácia das medidas aplicadas e mecanismos de recupe-

ração em caso de incidente. No centro desta conversa surge uma pergunta inevitável:

“Como pode o meu negócio garantir que apenas as pessoas certas têm acesso às aplicações e dados certos — independentemente de onde estejam a trabalhar?”

## GESTÃO DE ACESSOS COMO MOTOR DE DIFERENCIAÇÃO

No mercado atual, onde MFA (autenticação multifatorial) e gestão de passwords já são serviços comuns, a diferenciação exige ir mais além. É aqui que soluções como o Single Sign-On (SSO) e a gestão de identidades assumem um papel estratégico.

Ao integrarem a gestão de acessos no seu portefólio, os MSP conseguem:

- **Reforçar a segurança da identidade:** eliminando a fadiga de passwords e a prática

arriscada da sua reutilização, que está entre as principais causas de violações de dados.

- **Facilitar a mobilidade das equipas:** os utilizadores podem aceder de forma simples e segura às aplicações de que precisam, seja no escritório, em casa ou em viagem, reduzindo o Shadow IT.
- **Reduzir custos operacionais:** ao diminuir pedidos de recuperação de passwords e bloqueios de contas, libertando as equipas de IT para tarefas mais estratégicas.
- **Aumentar a satisfação e fidelidade dos clientes:** um acesso seguro e sem fricção traduz-se em maior produtividade e numa melhor experiência do utilizador.

## MOBILIDADE SEGURA COMO VANTAGEM COMPETITIVA

Num cenário em que a mobilidade é a nova norma, os MSP têm a oportunidade de se posicionar como parceiros indispensáveis para as PME. A gestão de acessos não é apenas uma camada extra de segurança — é um facilitador de negócios, permitindo que as organizações cresçam com confiança, sabendo que os seus colaboradores podem trabalhar em qualquer lugar sem comprometer a proteção dos dados.

**A WatchGuard acredita que, ao integrar soluções avançadas de gestão de acessos no portefólio, os MSP conseguem não só responder às exigências atuais do mercado, mas também criar novas oportunidades de crescimento, diferenciação e fidelização de clientes.** E mais do que uma tendência, a mobilidade segura deve ser encarada como uma base sólida para a transformação digital. Com a estratégia certa, os MSP podem ajudar as empresas a adotar novos modelos de trabalho, aumentar a agilidade e preparar-se para enfrentar os desafios futuros com resiliência e inovação. ■

**INFO**  
[watchguard.com](http://watchguard.com)



# Real Security for the Real World



A cibersegurança não pode ser igual para todos.  
Escolha soluções pensadas à sua medida.

A cibersegurança é difícil e as soluções que não conseguem lidar com as condições operacionais reais e imperfeitas dos dias de hoje tornam-na ainda mais complexa. É aí que a WatchGuard se diferencia.

A WatchGuard oferece segurança real para o mundo real. Dedicamo-nos a resolver os obstáculos do dia a dia com uma segurança eficaz, escalável e económica.



ENDPOINT  
SECURITY



IDENTITY  
SECURITY



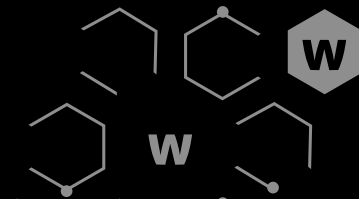
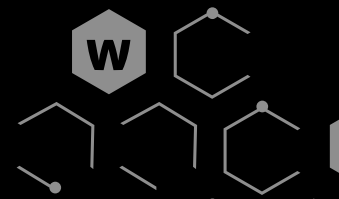
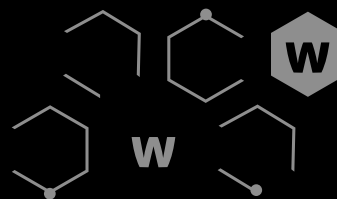
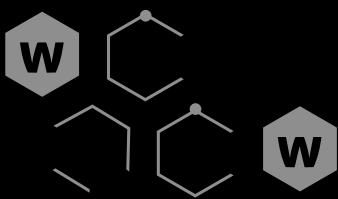
NETWORK  
SECURITY



MANAGED  
SECURITY

Tel: +351 210 414 400 Email: [portugal@watchguard.com](mailto:portugal@watchguard.com) [www.watchguard.com](http://www.watchguard.com)

©2025 WatchGuard Technologies, Inc. All rights reserved. Part No.WGCE67844\_090925



# Mobilidade no Workplace Moderno: Estratégia, Segurança e Oportunidade para o Canal

Na Zaltor Software Distribution, distribuidor de soluções e ferramentas de TI com presença em Portugal, Espanha e América Latina, observamos diariamente uma clara divisão entre empresas digitalmente maduras e aquelas ainda presas a modelos ultrapassados

**G**randes organizações já adotaram abordagens integradas de mobilidade, com foco em cibersegurança, gestão centralizada e produtividade híbrida. Já as PMEs, na sua maioria, continuam a associar mobilidade apenas ao hardware, ignorando os riscos operacionais e de segurança que esta visão limitada implica.

## MOBILIDADE É ECOSISTEMA - NÃO EQUIPAMENTO

A mobilidade corporativa evoluiu e transformou-se num **pilar estratégico** do *workplace digital* exigindo:

- Acesso remoto seguro e contextual
- Gestão unificada de identidades e permissões
- Proteção contínua de endpoints fora da rede corporativa
- Autenticação forte e controlo granular
- Visibilidade total sobre dispositivos e utilizadores

Ignorar estes pilares é criar **vulnerabilidades, perda de produtividade e custos ocultos de suporte e recuperação**. É aí precisamente que surgem as maiores oportunidades para o canal de TI.

## SOLUÇÕES QUE FECHAM AS LACUNAS DA MOBILIDADE

Para uma estratégia sólida, a Zaltor disponibiliza um portfólio alinhado com as reais necessidades do mercado, em parceria com fabricantes líderes:

### • TrustBuilder

Integração de tecnologias de IAM, MFA, SSO, gestão unificada de identidades e políticas de acesso baseadas em contexto (localização, dispositivo, hora do dia, nível de risco). Permite proteger acessos e simplifica o login em ambientes corporativos complexos, sem comprometer a experiência do utilizador.



Victor Bighetti, Engenheiro Pré-Venda, Zaltor

### • Keeper

Plataforma de cibersegurança de gestão de password, ficheiros e acessos privilegiados com modelos Zero Trust e Zero Knowledge. Elimina a partilha de acessos, reduzindo drasticamente o risco de comprometer contas, especialmente em equipas remotas.

### • Vicarius

A plataforma **vRx** introduz a mitigação de vulnerabilidades sem depender de patches tradicionais, utilizando IA e análise contextual para **detectar, priorizar e neutralizar ameaças** antes que se transformem em lacunas de segurança. Automatiza a correção de vulnerabilidades em dispositivos móveis, garantindo que laptops e tablets estejam sempre atualizados — mesmo fora da rede corporativa.

### • SOTI

A Plataforma de Mobile Device Management, oferece vários produtos como por exemplo SOTI MobiControl e SOTI XSight com gestão centralizada de dispositivos móveis, automatização de processos e monitorização em tempo real dos dispositivos conectados — ideal para ambientes corporativos com elevada exigência de segurança e performance.

## PONTOS PRINCIPAIS PARA APROVAÇÃO DE PROJETOS DE WORKPLACE

Nos projetos de mobilidade os decisores procuram:

- **Redução de custos operacionais** — menos tickets ao helpdesk, menos tempo de inatividade
- **Mitigação de riscos** — prevenção de fugas de dados, ataques e multas por incumprimento (RGPD)
- **ROI rápido e mensurável** — sem necessidade de grandes investimentos em infraestrutura física

## OPORTUNIDADE CLARA PARA O CANAL PORTUGUÊS

O mercado está em **transição acelerada**. As empresas já não querem tecnologia complexa — procuram **soluções simples, centralizadas, seguras e com impacto direto no negócio**.

Os parceiros que conseguirem traduzir estas necessidades em **projetos práticos, com implementação rápida, suporte técnico sólido e resultados tangíveis**, serão os grandes vencedores desta nova fase.

A **Zaltor** está ao lado do canal com:

- Portfólio estratégico e complementar
- Fabricantes de excelência e reconhecimento global
- Suporte técnico especializado e pré-vendas qualificado
- Soluções prontas a resolver problemas reais

Modernizar o *workplace* não é um projeto de TI, **é uma alavanca de negócio**.

A Zaltor tem as ferramentas, os parceiros e o *know-how* para o ajudar a liderar esta transformação.

Entre em contacto. Vamos juntos transformar desafios em receita. ■

por Victor Bighetti,  
Engenheiro Pré-Venda, Zaltor

## INFO

[zaltor.com/pt-pt/](http://zaltor.com/pt-pt/)



**Este ano, leve o seu negócio de fornecedor de Serviços Geridos para outro nível. Nós iremos ajudá-lo com soluções e serviços**

**Cibersegurança**

**Soluções MSP e MSSP**

**Backup**

**Serviços Geridos**

**Monitorização**



[www.zaltor.com/pt-pt](http://www.zaltor.com/pt-pt)



# Do ecrã ao serviço: como o DSaaS está a revolucionar o papel dos Parceiros de Canal

Apostar em soluções que combinam inteligência, serviço contínuo e resultados mensuráveis tornou-se, hoje, uma decisão estratégica. O Digital Signage-as-a-Service é exatamente isso: transforma ecrãs digitais em plataformas contínuas de serviços e experiências personalizadas. Para os Parceiros de Canal, representa não só uma oportunidade de acompanhar a evolução do mercado, mas também de assumir um papel ativo na transformação digital, aproveitando os insights gerados para criar oportunidades de negócio ao longo do tempo

por *Inês Garcia Martins*



Daniel Afonso,  
Chief Marketing Officer da  
Edigma



Rodrigo Sousa,  
Country Manager B2B Spain &  
Portugal da Hisense



Andreia Paulo,  
Diretora de Marketing da  
JCDecaux Portugal



Jorge Horta,  
responsável de Digital Signage  
da Samsung Portugal

O Digital Signage as-a-Service (DSaaS) transformou a digital signage num serviço contínuo e mensurável, ao converter ecrãs digitais em plataformas estratégicas de valor para os Parceiros de Canal. Este modelo permite às empresas aceder a hardware, software em cloud, manutenção e suporte através de subscrição. Mais do que competir com agências de publicidade ou integradores de hardware, o verdadeiro potencial está em oferecer soluções de valor.

Além de reduzir despesas de capital, este modelo prepara o setor para uma nova etapa, marcada por gestão de conteúdos, *analytics*, Inteligência Artificial (IA) e monetização programática. A tendência acompanha o movimento global de adoção de soluções cloud – em 2025, cerca de 65% das novas implementações já seguem este modelo, segundo o especialista Jordan Feil – e reforça a integração com iniciativas de mobilidade inteligente, sustentabilidade e cidades inteligentes.

Para os Parceiros, o DSaaS representa mais do que manter ecrãs ligados: significa assumir o papel de facilitadores, ao integrar dispositivos IoT, promover eficiência energética e garantir cibersegurança. A adoção deste modelo requer repensar o valor entregue e deslocar o foco do “custo do ecrã” para o “valor de uma Parceria de comunicação estratégica a longo prazo”, como refere Daniel Afonso, Chief Marketing Officer da Edigma.

## ALÉM DOS SERVIÇOS BÁSICOS

A Edigma, como aponta Daniel Afonso, acredita que “as experiências não se vendem, criam-se”, e esta criação exige o compromisso de cliente e especialista. No centro desta mudança de paradigma está a capacidade do Parceiro de IT de aplicar as suas competências inerentes em dados, redes e cibersegurança à Digital Signage, transformando-o numa oferta premium. A ideia é clara: a margem já não está apenas em manter o ecrã ligado, mas em torná-lo uma ferramenta inteligente e mensurável, ao demonstrar o seu valor através de resultados tangíveis.

Rodrigo Sousa, Country Manager B2B Spain & Portugal da Hisense, enfatiza a necessidade de constatar o retorno do investimento, ao afirmar que “o desenvolvimento tecnológico e os projetos por nós instalados permitem-nos aferir dados sobre o impacto direto nos diferentes negócios”. O digital signage, quando integrada de forma estratégica, deixa, portanto, de ser um custo e passa a ser um investimento na experiência do cliente e nos resultados do negócio.

O modelo DSaaS permite ao Parceiro de Canal ir além do suporte técnico básico, ao proporcionar serviços de alto valor que capitalizam na sua expertise em IT. A grande aposta reside em não vender apenas um *Service Level Agreement* (SLA) de *uptime*, mas sim um SLA de resultados. Para alcançar este nível de serviço, é fundamental a integração de tecnologias

como câmaras com análise de vídeo anónima (AVA) ou sensores para medir a audiência e o *engagement*. Rodrigo Sousa explica que, em projetos mais completos, recorre-se “a dispositivos como câmaras e sensores que captam informação anonimizada e em conformidade com a proteção de dados. Isto dá ao cliente uma visão clara de que o investimento feito está a traduzir-se em resultados concretos e mensuráveis”.

Um dos exemplos de evolução tecnológica está na gestão remota e centralizada de equipamentos. Jorge Horta, responsável de Digital Signage da Samsung Portugal, explica que esta abordagem permite “monitorizar os dispositivos de forma pró-ativa ou reativa, possibilitando a configuração de alertas com base no estado dos equipamentos e a realização de ajustes remotos nas configurações dos *displays*”. Sublinha ainda que, embora “não disponibilize análise de audiência integrada” por enquanto, a abertura à integração de soluções de Parceiros é determinante para construir um modelo de “Proof-of-Performance-as-a-Service”.

## INTEGRAR DIGITAL SIGNAGE NO NEGÓCIO

A especialidade do Parceiro de IT reside na sua capacidade de integração e, no modelo DSaaS, não é diferente. O serviço passa a ser a ligação do sistema de digital signage a outros sistemas de negócio do cliente, ao transformar uma instalação em implementação contínua.



Catarina Barroso,  
Air Solutions and Information Display  
Marketing Manager da LG Portugal



João Carvalho,  
PPDS/Philips Professional Displays Sales  
Manager Portugal da Philips



Carlos Bertrand,  
Diretor da Maverick AV Solutions, divisão  
especializada da TD Synnex

Catarina Barroso, Air Solutions and Information Display Marketing Manager da LG Portugal, salienta que a LG está “totalmente focada na resposta e antecipação das necessidades em constante evolução dos seus clientes B2B”, o que se reflete no desenvolvimento de soluções que se “adaptam a cada cliente e Parceiro de forma escalável e rentável”. Segundo a responsável, as plataformas de gestão de conteúdos para digital signage evoluíram para soluções completas que permitem criar, programar, distribuir e controlar mensagens a partir de um servidor local ou de um ambiente cloud.

Esta versatilidade abre espaço para integração com outros sistemas de informação já presentes nas organizações. No retalho, por exemplo, torna possível ligar os ecrãs ao sistema de *stock* e promover automaticamente produtos em excesso. No contexto corporativo, pode articular-se com ferramentas como o Microsoft 365 para exibir agendas de salas de reunião ou *dashboards* de desempenho. Já na indústria, a ligação a sistemas de chão de fábrica possibilita a visualização em tempo real de indicadores de produção, alertas de segurança ou métricas operacionais.

Por sua vez, João Carvalho, PPDS/Philips Professional Displays Sales Manager Portugal da Philips, destaca que a plataforma baseada em Android SoC oferece “flexibilidade técnica” e “escalabilidade económica”. A arquitetura Android, acrescenta, “permite atualizações remotas de software, prolongando significativamente a vida útil do hardware”, o que se alinha com um modelo as-a-Service. Outro aspeto que destaca é a capacidade de integração com “qualquer CMS do mercado sem

restrições proprietárias” – característica que abre caminho a soluções de integração mais personalizadas.

Para os Parceiros, esta capacidade de integração é um fator decisivo, pois, como sublinha João Carvalho, “abre espaço para novos modelos de negócio” e permite ao integrador “criar contratos de manutenção ou mesmo modelos as-a-Service, assegurando receitas recorrentes e margens sustentáveis a longo prazo”.

Rodrigo Sousa destaca a abordagem de Hardware-as-a-Service e sublinha que este modelo só é possível através da “estreita cooperação entre o distribuidor, o integrador responsável pela implementação e o *provider* financeiro”. A lógica passa por disponibilizar equipamentos em larga escala sem que o cliente tenha de assumir, à partida, o investimento total. Para o responsável, “este é o modelo que deve ser replicado”, uma vez que permite viabilizar projetos de grande dimensão sem os constrangimentos típicos da aquisição tradicional de hardware.

### OTIMIZAÇÃO E GESTÃO OPERACIONAL

Ao contrário da “criação de conteúdo” (tarefa tipicamente de uma agência), o *Content Curation-as-a-Service* foca-se na gestão e otimização do conteúdo que o cliente (ou a sua agência) já fornece. O Parceiro não precisa de ser criativo, mas sim um gestor operacional eficiente.

Este serviço inclui a programação, a segmentação por horários (*day-parting*) e a garantia de que a mensagem certa é mostrada no ecrã certo, à hora certa. É um serviço de gestão operacional que liberta tempo precioso ao cliente, garantindo que o seu investimento em digital signage está a ser maximizado. Daniel

Afonso defende uma abordagem integrada em que o cliente possa ajustar o nível de serviço às suas necessidades e garantir “entrega, seja no hardware, no software ou na criação e gestão de conteúdos”. Para o responsável, a gestão de conteúdos – entendida como curadoria e otimização – assume-se como um pilar crucial deste tipo de soluções.

A flexibilidade na escolha de software CMS e a possibilidade de gestão remota são apontadas como fatores-chave para uma curadoria de conteúdos eficaz. João Carvalho destaca que as ferramentas que permitem “controlo completo da configuração, atualizações e distribuição de conteúdos”, são essenciais para gerir redes de ecrãs de forma dinâmica. Também a gestão quase integral à distância é vista como um ganho em eficiência, sobretudo em instalações de grande dimensão. Como, aliás, salienta Jorge Horta, as funcionalidades que incluam “criação e gestão de conteúdos, agendamento flexível, monitorização e configuração remota de dispositivos”, ao considerar que plataformas seguras e baseadas na cloud facilitam a administração de múltiplos ecrãs.

### O PAPEL CONJUNTO DE DISTRIBUIDORES E FABRICANTES

O papel dos distribuidores é considerado essencial nesta transição para modelos de serviços recorrentes. Carlos Bertrand, Diretor da Maverick AV Solutions, divisão especializada da TD Synnex focada em soluções audiovisuais (AV), afirma que a empresa tem atuado como “facilitador desta transformação, promovendo a adoção de modelos de serviços recorrentes no setor de IT em Portugal”. Sublinha ainda a importância de capacitar os Parceiros “a

aprender a construir e a vender um contrato de serviço”, através de iniciativas que cruzam componentes técnicos e comerciais.

Para o responsável, um dos pontos críticos passa por “remover a barreira do investimento inicial ao cliente final e [permitir] aos Parceiros construir as suas próprias ofertas de DSaaS”. Nesse sentido, considera que a flexibilidade e diversidade de modelos disponíveis são determinantes para que o ecossistema possa concentrar-se na entrega de valor, mais do que na simples venda de hardware.

Na perspetiva da Hisense, Rodrigo Sousa enfatiza a importância de garantir um baixo Custo Total de Propriedade (TCO), com “durabilidade, eficiência energética e gestão remota”. Um baixo TCO “abre espaço para novos modelos de negócio” e permite ao integrador “criar contratos de manutenção ou mesmo modelos de Hardware-as-a-Service”.

Também os fabricantes acompanham esta evolução. Catarina Barroso, da LG, observa que “o valor migra do hardware para os dados e resultados”, e sublinha que a empresa “tem-se focado no desenvolvimento de soluções de software já há alguns anos, reconhecendo o valor das soluções não-baseadas em hardware para o crescimento sustentável”.

A inovação no setor também integra soluções de nova geração. João Carvalho destaca os *displays* ePaper, que descreve como um “produto disruptivo” capaz de inaugurar “uma nova categoria dentro da comunicação digital: comunicação sustentável, passiva e contínua, sem consumo de energia na reprodução de conteúdos estáticos”. Para o responsável, estes equipamentos representam uma alternativa com uma vertente “sustentável” evidente e um modelo de utilização que “se encaixa num formato as-a-Service” ao criar “oportunidades recorrentes” para o ecossistema.

## A MEDIÇÃO DE IMPACTO

No universo de digital signage, a perspetiva da JCDecaux distingue-se pelo enfoque na utilização de dados como motor de transformação do Out-of-Home (OOH). Enquanto maior operador mundial de publicidade exterior, o grupo gere redes em larga escala que dependem cada vez mais da capacidade de recolher, analisar e ativar informação em tempo real.



Digital Signage em publicidade exterior da JCDecaux Portugal

Para Andreia Paulo, Diretora de Marketing da JCDecaux Portugal, “a utilização de dados transformou radicalmente o planeamento e a ativação de campanhas OOH, permitindo a transição do modelo de *media planning* para *audience planning*”. Na prática, esta mudança traduz-se na integração de dados de mobilidade, perfis demográficos e comportamentais para identificar os melhores locais e momentos para comunicar.

A empresa utiliza métricas que vão desde indicadores de *brand lift* e *footfall* até interações digitais e conversões online, o que cria uma ligação clara entre exposição e resultados, o que torna o Digital Out-of-Home mais mensurável. Além disso, a responsável avança que soluções como Sincronismo Avançado e distribuição contextual de conteúdos mostram como o operador está a investir em tecnologia para tornar o OOH mais inteligente e integrado com o funil digital das marcas. “A medição de impacto é cada vez mais robusta, com ferramentas que permitem analisar resultados concretos e estabelecer uma ponte clara entre exposição e comportamento do consumidor”, acrescenta a responsável.

Enquanto utilizador final de soluções de digital signage em larga escala, a JCDecaux posiciona os dados no centro da sua estratégia e aproxima-se da lógica as-a-Service: as campanhas não são apenas exibidas, mas continuamente otimizadas com base em informação acionável. Para os Parceiros de IT, esta abordagem demonstra como a digital signage pode evoluir

de um suporte estático para um serviço de inteligência contínua, gerador de *insights* de valor para marcas e anunciantes.

## O FUTURO DOS PARCEIROS DE CANAL

O DSaaS não se limita a gerir ecrãs ou conteúdos, uma vez que permite aos Parceiros criar experiências consistentes, ajustar campanhas com base em dados reais e ligar os ecrãs a outros sistemas de negócio.

Com estas soluções inovadoras, o setor consegue aumentar a eficiência operacional e oferecer experiências mais personalizadas. As plataformas permanentemente online possibilitam aos Parceiros gerir tudo de forma centralizada, enquanto a criação de experiências contínuas transforma cada implementação num investimento duradouro, com benefícios económicos, ambientais e uma experiência do cliente aprimorada.

É aqui que mora a oportunidade para os Parceiros de Canal, que ao encararem este investimento como estratégico conseguem acompanhar a evolução do mercado e assumir um papel de liderança na transformação digital. ■

## RESUMO

- O DSaaS transforma ecrãs digitais em serviços contínuos e mensuráveis;
- Permite aos Parceiros criar experiências, otimizar operações e gerar receitas recorrentes;
- Dados e integração estratégica fazem da digital signage um investimento de longo prazo, com impacto real no negócio e no cliente.

# Hisense Commercial Displays: do detalhe à grande escala — Digital Signage que transforma a comunicação visual em Portugal

O Digital Signage está a assumir um papel cada vez mais central no ecossistema tecnológico português



**S** seja em espaços de retalho, universidades, empresas, transportes ou centros comerciais, a comunicação visual deixou de ser apenas um elemento estético para se tornar uma ferramenta estratégica de proximidade, impacto e eficiência.

Com um portefólio robusto, mas ao mesmo tempo concentrado e simples, a **Hisense Commercial Displays** posiciona-se como parceiro de confiança em Portugal, disponibilizando soluções ajustadas às principais necessidades do mercado: displays de operação contínua, sistemas interativos para educação e corporate e LED de grande escala para experiências imersivas.

## SÉRIE DM: FIABILIDADE CONTÍNUA E SIMPLICIDADE INTEGRADA

Entre as gamas mais procuradas destaca-se a **série DM**, concebida para responder às exigências de funcionamento permanente.

Disponível em tamanhos que vão das 32” às 100”, oferece brilho de 500 nits, tecnologia 4K UHD e garante operação 24/7. Incorpora ainda um player Android SoC integrado, que simplifica a gestão de conteúdos e reduz a necessidade de equipamentos adicionais.

Estes fatores tornam a Série DM a escolha ideal para ambientes de elevada rotação como retalho, aeroportos, centros comerciais e espaços corporativos. A integração com a plataforma **VisionInfo** assegura ainda uma gestão de conteúdos centralizada e intuitiva, fator cada vez mais valorizado por integradores e empresas que precisam de escalar a comunicação em múltiplos pontos de contacto.

## GOBOARD: COLABORAÇÃO INTERATIVA CERTIFICADA

No segmento da colaboração interativa, a aposta recai na solução **GoBoard**, disponível em 65”, 75” e 86” e em três versões — Advanced, Live e Pro. Todas são certificadas Google EDLA, operam em Android 13 e combinam ecrã 4K UHD, partilha sem fios, ferramentas de anotação e integração nativa com plataformas de videoconferência.

A versão Live distingue-se por integrar de fábrica uma câmara 4K, oferecendo uma resposta direta às necessidades de ensino híbrido e ambientes de trabalho colaborativos. O GoBoard representa assim uma solução simples e completa, que aproxima pessoas e dinamiza a forma como se aprende e trabalha.

## ALL-IN-ONE LED: IMPACTO VISUAL PRONTO A USAR

Para projetos que exigem impacto visual de grande formato, a Hisense disponibiliza a solução **All-In-One LED**, que alia simplicidade de instalação, qualidade de imagem e

design moderno. A gama está disponível em três versões:

- **108” e 163” com tecnologia GOB (Glue on Board)**
- **136” com tecnologia COB (Chip on Board)**

Todos os modelos incluem de origem uma barra de som de 60W, oferecendo uma experiência imersiva “pronta a usar”. Estes equipamentos são ideais para auditórios, centros de convenções, flagship stores e espaços corporativos que procuram elevar a experiência de comunicação ao mais alto nível.

## EXCLUSIVIDADE DATABOX EM PORTUGAL

Em Portugal, todo este portefólio da **Hisense Commercial Displays** é disponibilizado em exclusivo pela Databox, um parceiro de referência que assegura proximidade ao mercado, rapidez e confiança. Esta exclusividade representa uma vantagem para integradores, que encontram num só interlocutor a ligação direta à inovação global da marca.

## O FUTURO DA COMUNICAÇÃO VISUAL

Com um portefólio que cobre diferentes dimensões de mercado — desde os displays profissionais de operação contínua, passando pela colaboração interativa e chegando aos LEDs de grande escala — a Hisense Commercial Displays posiciona-se como um dos principais atores da transformação digital em Portugal. Mais do que tecnologia, a marca coloca em cima da mesa **confiança, inovação e compromisso sustentável**, apoiando os Parceiros com proximidade, formação e suporte.

Todo o portefólio pode ser consultado em: [www.hisense-b2b.com](http://www.hisense-b2b.com). ■

**INFO**  
[hisense.pt](http://hisense.pt)

**Hisense** | COMMERCIAL  
DISPLAYS

# Commercial Display Solutions



**HAI0136DE**  
ALL-IN-ONE LED DISPLAY

**DM SERIES**  
24/7 Digital Signage Display

**Goboard**  
Advanced Interactive Display

# IFA 2025: IA acelera inovação em ecrãs e computadores portáteis



A edição de 2025 da IFA confirmou a inteligência artificial nas principais inovações tecnológicas. Com mais de 1.900 expositores de 49 países, foram vários os produtos disponíveis para as centenas de milhares de pessoas que passam pelo certame poderem ficar a conhecer

por Rui Damião

Já lá vão mais de cem anos desde que a IFA abriu portas pela primeira vez em Berlim. Uma das principais feiras de eletrónica de consumo na Europa já não se fica pelo rádio como em 1924 e, agora, as centenas de milhares de pessoas que por lá passam descobrem as novidades de vários segmentos do mercado dos mais de 1.900 expositores de todo o mundo. Inovação, redes e as mais recentes tecnologias foram o foco da edição de 2025 da IFA, que também procurou mostrar a sustentabilidade das soluções e a transformação digital. Com expositores de 49 países, a IFA partilhou diferentes perspetivas e ideias que permitem a quem por lá passa descobrir novas soluções para os seus negócios, com base, na maioria

das vezes, em Inteligência Artificial (IA), mobilidade e casas (mais) inteligentes.

## NOVA TECNOLOGIA PARA TELEVISORES

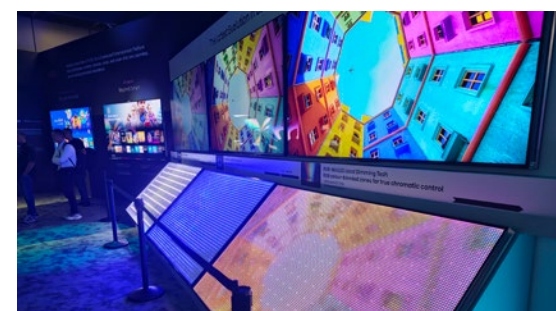
Uma das principais novidades em termos de tecnologia apresentada por várias marcas durante a IFA está no segmento de televisores. A tecnologia mini LED RGB (independentemente do nome que cada uma das empresas lhe dá) é um salto em relação ao mini LED. A tecnologia em questão já vinha a ser falada nos últimos meses, mas esta foi uma das primeiras feiras onde várias marcas apresentaram novidades.

As televisões mini LED tradicionais representam, atualmente, o topo de gama da tecnologia LCD/LED no mercado de consumo.

Estas utilizam uma retroiluminação composta por milhares de pequenos LED azuis combinados com uma película de pontos quânticos colocada entre a fonte de luz e o painel LCD. Estes pontos quânticos absorvem a luz azul e reemitem-na como luz vermelha e verde, permitindo controlo local preciso e expandindo a gama de cores disponível e o brilho máximo do ecrã.

Esta nova tecnologia mini LED RGB elimina esta conversão de cores, considerada sub-ótima em termos de eficiência energética. Em vez de depender exclusivamente de LED azuis que precisam de ser convertidos, esta abordagem integra LED independentes (como o nome indica) nas três cores primárias (vermelho, verde e azul) diretamente numa lente ótica por trás do painel LCD.

Esta arquitetura dispensa completamente a camada de pontos quânticos e transforma o controlo local numa operação a três cores que já não depende da retroiluminação azul ou branca convencional. O resultado é não só uma maior eficiência energética como um controlo mais preciso sobre cada zona de iluminação do ecrã.



A diferença das tecnologias de televisores, com a mini LED RGB mais à direita, no stand da Hisense durante a IFA 2025

A Hisense foi uma das marcas presentes na IFA 2025 onde apresentou televisões com a tecnologia mini LED RGB. A televisão UXQ RGB-MiniLED de 116 polegadas apresenta, segundo a Hisense, uma “elevada precisão, num formato de ecrã ultra grande”. Este desenvolvimento traduz-se numa nova experiência de visualização doméstica, combinando um tamanho de ecrã de 116 polegadas com

uma qualidade de imagem sem precedentes, o que representa um salto qualitativo em precisão cromática, brilho, contraste e imersão audiovisual.

Diz a Hisense que “cada jogo, filme ou videogame é vivido com uma escala monumental e uma fidelidade cinematográfica que transforma a sala num cenário vibrante e realista, graças ao processador de última geração Hi-View AI Engine X. A experiência sensorial também é mais elevada com o sistema de som CineStage X Surround 6.2.2, desenvolvido em colaboração com a emblemática Ópera de Paris”.

Também a Samsung aproveitou o certame de Berlim para lançar oficialmente o seu primeiro ecrã com retroiluminação LED RGB num ecrã de 115 polegadas. Esta televisão é impulsionada pelo processador Micro RGB AI da Samsung que utiliza inteligência artificial para otimizar totalmente a imagem e o som. Esta tecnologia, explica a Samsung, “analisa cada frame em tempo real e ajusta automaticamente a saída de cor para uma imagem mais realista e envolvente”.

Com o suporte da IA, o Micro RGB Color Booster Pro identifica cenas com tons de cor apagados e realça, de forma inteligente, as cores em todos os conteúdos, garantindo “uma experiência mais vívida e imersiva”, como explica a Samsung. Ao mesmo tempo, a tecnologia Glare Free permite que, mesmo em ambientes com muita luz, o ecrã reduza os reflexos, dando ao utilizador uma “visualização mais confortável e focada”.

### TRADUÇÃO EM TEMPO REAL

A TimeKettle marcou presença na IFA e apresentou aos visitantes uma solução de tradução em tempo real. A empresa, fundada em 2016 em Shenzhen, na China, mostrou a sua solução que promete traduzir qualquer conversa em tempo real.

Os produtos da TimeKettle contam com dois phones de ouvido e cada um dos interlocutores usa um dos phones. Uma pessoa fala na sua língua original e o produto transcreve automaticamente a conversa para a língua nativa da outra pessoa. Potenciado por IA, estes earbuds reduzem a barreira de conversação entre a forma como as pessoas interagem.



*TimeKettle promete traduções em tempo real*

A TimeKettle fornece soluções para empresas e são desenhadas para as necessidades dos profissionais, procurando assegurar uma comunicação “suave e eficiência” e dando a possibilidade de as pessoas poderem comunicar em tempo real, mesmo quando não falam a mesma língua.

### CONCEITOS DE PRODUTOS

Durante a IFA, a Lenovo – que convidou o IT Channel a estar presente na capital alemã para a apresentação dos seus novos produtos – apresentou um novo conceito de portátil, neste caso o ThinkBook VertiFlex, um conceito de portátil que conta com um ecrã de 14 polegadas que roda entre a horizontal e a vertical.

De acordo com a Lenovo, o modo de visualização vertical é ideal para casos de utilização como multitarefa em ecrã dividido, visualização de código e revisão de documentos. Ao mesmo tempo, no modo de visualização vertical, um smartphone pode ligar-se ao PC para a transferência de ficheiros, por exemplo.



Este produto é, ainda, apenas um conceito, mas a sua apresentação ao mercado mostra que a Lenovo está a considerar o seu lançamento. No passado, a Lenovo apresentou um portátil com um ecrã que rolava sobre si mesmo que acabou por nunca ser lançado.



Outro conceito apresentado pela Lenovo em Berlim foi o Smart Motion. Este é um dos primeiros conceitos de suporte inteligente multidirecional para portáteis do setor. O novo sistema integra-se com câmaras, microfones e altifalantes dos computadores portáteis para oferecer um seguimento automático da face do utilizado, controlo por voz e características ergonómicas.

### ECOSSISTEMA EM TRANSFORMAÇÃO

A IFA 2025 confirmou que a indústria tecnológica continua numa fase de transição acelerada, onde a inteligência artificial deixou de ser uma funcionalidade adicional para se tornar, em muitos casos, no motor central das inovações. Desde os televisores mini LED RGB que redefinem a eficiência energética e a qualidade de imagem dos televisores até aos conceitos de portáteis, o certame de Berlim aponta para um ecossistema tecnológico mais inteligente, eficiente e centrado na experiência do utilizador. ■

### RESUMO

- Empresas como Hisense e Samsung apresentaram televisores com a tecnologia mini LED RGB que elimina a conversão de cores através de pontos quânticos;
- Earbuds com tradução em tempo real potenciados por IA permitem conversas entre pessoas que falam línguas diferentes;
- Lenovo apresentou novos conceitos, como o portátil com ecrã rotativo e um suporte inteligente que segue o utilizador.

O IT CHANNEL VIAJOU ATÉ BERLIM, NA ALEMANHA, A CONVITE DA LENOVO

# Lenovo introduz novo portfólio de workstations, tablets e smartphones com IA integrada

*Workstations* móveis, tablets com inteligência artificial nativa e smartphones foram alguns dos produtos que a Lenovo apresentou durante o seu evento Innovation World, em Berlim

por Rui Damião



**B**erlim foi o palco do mais recente Innovation World da Lenovo. Inserido na semana da IFA – que se realizou na capital alemã entre os dias 5 e 9 de setembro –, a Lenovo apresentou as suas novidades, que incluem computadores portáteis e smartphones, assim como o papel da Inteligência Artificial (IA). O IT Channel marcou presença no evento a convite da Lenovo.

Emily Ketchen, SVP & CMO do Lenovo Intelligent Device Group (IDG), estabeleceu o tom do evento ao afirmar que “para nós, a IA não é um complemento. É inteligência concebida e integrada para tornar a tecnologia mais inteligente”.

“Só a Lenovo oferece um portfólio – do corpo à cloud – para uma experiência simples e igual”, indicou Luca Rossi, Presidente do Lenovo IDG, que também mencionou que a Lenovo conta com smartphones – através da marca Motorola –, portáteis e também os produtos que estão por trás da infraestrutura cloud.

## WORKSTATIONS MÓVEIS: POTÊNCIA PARA PROFISSIONAIS EXIGENTES

O destaque para o segmento profissional foi a apresentação das novas *workstations* móveis da série ThinkPad P, lideradas pelo completamente redesenhado P16 Gen 3. Equipado com os mais recentes processadores Intel Core Ultra 200HX com até 24 núcleos e NPU integrada, este modelo oferece “desempenho de substituir o *desktop* e gestão térmica avançada num chassis mais fino e leve para profissionais móveis”, como explicou Rossi.

Jim Johnson, Vice-Presidente Sénior e Diretor-Geral do Client Computing Group da Intel, destacou a Parceria estratégica com a fabricante: “as vossas *workstations* ThinkPad oferecem aos *developers* o desempenho robusto e as ferramentas de IA de que precisam para serem produtivos e criativos onde quer que vão”. A série também inclui gráficos Nvidia RTX Pro 5000 Blackwell com até 24GB de VRAM, prometendo desempenho máximo para as tarefas mais intensivas graficamente.

A Lenovo também apresentou o ThinkPad P1 Gen 8, concebido especificamente para utilizadores móveis que necessitam de “desempenho ultra-premium, preparação para IA e verdadeira mobilidade”. Alimentado pelos mais recentes processadores Intel Core Ultra (Série 2), este modelo foi pensado para criadores de conteúdo, *developers* de jogos e especialistas em CAD.



Para complementar o ecossistema profissional, a Lenovo revelou o ThinkVision P40WD-40, um monitor curvo ultrawide de 39,7 polegadas com resolução 5120x2160. Este monitor é o primeiro *desktop*, de acordo com a própria empresa, a apresentar uma taxa de refresh variável de 24 a 120Hz, utilizando a tecnologia DisplayPort Power Saving da Lenovo para reduzir o consumo energético até 34% relativamente aos padrões Energy Star 8.0.

## TABLETS: CRIATIVIDADE E PRODUTIVIDADE EM MOVIMENTO

No segmento tablet, a Lenovo apresentou duas propostas distintas. O Yoga Tab posiciona-se como solução premium para criativos, equipado com um ecrã 3.2K PureSight Pro de 11,1 polegadas e 800 nits de brilho máximo. Alimentado pela plataforma Qualcomm Snapdragon 8 Gen 3 com NPU de 20 TOPS, o dispositivo oferece “uma verdadeira experiência híbrida de IA”. As capacidades de IA incluem Smart AI Input para geração de texto, AI Live Transcript para transcrições em tempo real, e funcionalidades

criativas como Sketch-to-Image que “transforma rabiscos em obras-primas digitais”. O tablet pode ser emparelhado com o Tab Pen Pro, que oferece *feedback* háptico.

O Idea Tab Plus dirige-se a um segmento mais acessível, mantendo funcionalidades de IA como AI Notes para simplificar e melhorar a escrita, e Google Gemini para funcionalidades baseada na cloud. Com um ecrã de 12,1 polegadas 2.5K e altifalantes Quad Dolby Atmos, pesa apenas 530 gramas e oferece até 13 horas de reprodução de vídeo.

### SMARTPHONES: MOTO AI REDEFINE A EXPERIÊNCIA MÓVEL

A divisão de smartphones da Lenovo, a Motorola, revelou o Moto Edge 60 Neo, que “chega para complementar a linha deste ano, combinando desempenho premium com design compacto e durável”.



O smartphone inclui uma câmara de 50MP com sensor Sony e lentes telefoto dedicadas, além de funcionalidades como Photo Enhancement Engine que “ajusta automaticamente imagens para melhor detalhe e clareza de cor”. A funcionalidade Remember This permite “ver, ouvir e guardar a vosso pedido o que mais importa para ser lembrado mais tarde”.

Para o segmento mais acessível, a família Moto G06 inclui o Moto G06 Power com “a maior bateria do segmento” oferecendo 65 horas de energia numa única carga, e ambos os modelos estão “entre os primeiros smartphones de valor a apresentar Google Circle to Search”.

O IT Channel marcou presença no Lenovo Innovation World '25 em Berlim, na Alemanha, a convite da Lenovo. ■

## Motorola: “Queríamos ter a certeza de que tínhamos pessoas locais a falar com os Parceiros portugueses e a compreender o mercado”

A Motorola alcançou em 2024 recordes históricos de crescimento na Europa, consolidando-se como uma das fabricantes com maior crescimento no ‘velho continente’. Em Portugal, a marca conseguiu conquistar uma quota de mercado significativa partindo do zero em apenas dez meses, segundo revelou Fabio Capocchi, VP & GM da Motorola EMEA, em entrevista exclusiva ao IT Channel.

### ESTRATÉGIA LOCAL EM PRIMEIRO LUGAR

O segredo do sucesso português da Motorola reside numa abordagem que privilegia o conhecimento local antes das vendas. “Há 18 meses, estava em Portugal a anunciar que íamos chegar. Dissemos que contrataríamos primeiros pessoas locais e só depois começaríamos a vender”, explica Capocchi.

A estratégia revelou-se acertada: “neste momento, a Motorola em Portugal é uma mistura entre pessoas europeias e locais. Temos cinco pessoas em Lisboa e levou seis meses após contratarmos todas as pessoas para começar a primeira venda, porque queríamos realmente ter a certeza de que eram pessoas locais a falar com Parceiros locais e a compreender o mercado local”.

Para Portugal, a estratégia inicial passava por começar com um Parceiro exclusivo e crescer gradualmente. Contudo, a realidade do mercado português obrigou a uma mudança de rota. “A minha primeira ideia era começar com um ponto exclusivo, tentar crescer passo a passo e depois ir para o resto. Mas compreendo a mentalidade das pessoas locais e as pessoas não querem isso; aqui, é preciso estar em todo o lado”, admite Capocchi.

Esta decisão implicou estar presente “na Worten, na Rádio Popular, na Meo, na Vodafone e por aí fora, o que nos criou um esforço enorme porque em vez de ter um



*Fabio Capocchi, VP & GM da Motorola EMEA*

Parceiro, precisas de ter dez, por exemplo”. Um dos segmentos onde a Motorola tem registado maior sucesso é o bancário. “Com base em estimativas, já 15% da banca na Europa está a adotar Motorola como solução”, revela o executivo. Em Portugal, “em apenas dez meses, dois bancos já mudaram para a nossa solução”, partilha o VP & GM da Motorola EMEA.

### INTEGRAÇÃO COM CANAL DA LENOVO

A integração com o Canal da Lenovo tem sido fundamental para o crescimento da Motorola no segmento B2B. “Um dos grandes investimentos que fizemos foi exatamente poder dar ao Parceiro uma experiência perfeita no momento em que fazem uma cotação ao utilizador final – de um servidor a um PC, e agora também incluímos todos os smartphones”.

Para os Parceiros que possam ter algum tipo de receio de entrar no mercado de smartphones, a mensagem de Capocchi é clara: “não se preocupem, venham ter connosco. Temos uma equipa completa na Europa de vendedores B2B. Se não tiverem o conhecimento, damos formação, ensinamos e vamos convosco ao utilizador final”.

# Eficiência em movimento: Xpand IT contribui para otimizar operação da SUMA

A empresa de gestão de resíduos modernizou os processos operacionais graças a uma aplicação móvel desenvolvida pela Xpand IT, que substituiu o registo manual em papel por uma solução digital intuitiva e offline

por Marta Quaresma Ferreira

A SUMA apresentava uma elevada dependência de processos manuais e baseados em papel. Os motoristas viam-se obrigados a preencher formulários físicos durante os circuitos de recolha, que eram depois entregues às equipas administrativas para validação e inserção manual nos sistemas.

“O principal desafio era claro: ultrapassar as limitações e ineficiências dos processos baseados em papel, que implicavam trabalho redobrado, risco de erro humano e demora no acesso à informação”, começa por contextualizar a empresa de gestão de resíduos.

Na visão da SUMA, era assim necessário “garantir que os dados operacionais fossem recolhidos, processados e disponibilizados em tempo real, mesmo em ambientes sem cobertura de rede”, aliando “uma ferramenta suficientemente prática e robusta, com uma boa performance, para ser utilizada diariamente por mais de 500 colaboradores em contexto real”.

## A SIMPLIFICAÇÃO E REINVENÇÃO DAS OPERAÇÕES

A Xpand IT deu vida a uma aplicação móvel simples, inicialmente com tecnologia Xamarin/.NET e posteriormente migrada para .NET MAUI, que permitiu aos motoristas passarem a registar diariamente nos smartphones, e mesmo offline, todas as informações essenciais do seu trabalho, nomeadamente quilómetros percorridos, anomalias e outro tipo de observações.

A aplicação foi estruturada e desenhada a pensar na realidade do terreno, em colaboração com a equipa de *User Experience* da Xpand IT, para permitir uma adaptação mais fácil por parte dos motoristas.

Com os dados armazenados localmente, a sincronização passa a ocorrer automaticamente



quando existe ligação à internet. “A proposta da Xpand IT demonstrou preocupação em criar uma aplicação simples, intuitiva e funcional, incluindo a possibilidade de operar offline, o que era fundamental devido às limitações de conectividade em alguns dos nossos centros”, sublinha a SUMA.

Para a empresa, “a solução digital não só eliminou as ineficiências e erros do papel, como simplificou a rotina dos motoristas e das equipas operacionais”. Aliar a formação permitiu reduzir a resistência e desconfiança relativamente à tecnologia. “Hoje, todos os dados são registados de forma intuitiva e rápida — até por quem nunca tinha utilizado uma aplicação *mobile* — e a comunicação entre equipas tornou-se mais fluida. O apoio contínuo

e a proximidade na formação foram essenciais para transformar eventuais barreiras em fatores de sucesso”, reforça a organização.

## UMA ROTINA MAIS OTIMIZADA E EFICIENTE

Na visão da Xpand IT, a solução “teve um impacto muito positivo” no fluxo operacional da SUMA, permitindo uma “maior agilidade na análise e validação de dados, otimizando o trabalho das equipas administrativas e permitindo tomar melhores decisões, partindo de dados mais fidedignos”.

O *feedback* do cliente “foi muito positivo”. Prova disso é a integração total da solução na rotina de motoristas e encarregados que contribuiu para “simplificar toda a gestão operacional diária”. “O resultado foi um processo mais eficiente, intuitivo, transparente e sustentável, com ganhos claros em termos de produtividade e controlo operacional”, reitera a Xpand IT.

As vantagens da solução estão à vista: o impacto da aplicação já se faz sentir no dia-a-dia da SUMA, com o acesso quase instantâneo à informação, a redução de erros associados ao papel e uma maior agilidade no trabalho administrativo. A confiança e fiabilidade dos dados operacionais está também fortalecida, o que culmina numa “tomada de decisão mais rápida e informada”. “Continuamos a investir na evolução da aplicação — com melhorias constantes na performance e usabilidade — para que a solução cresça lado a lado com as nossas equipas e os desafios do setor. O nosso objetivo é claro: manter a SUMA na vanguarda da modernização dos serviços, reforçando a sustentabilidade, eficiência e excelência operacional, sempre com a tecnologia ao serviço das pessoas”, conclui a empresa de resíduos. ■

## RESUMO

- A SUMA enfrentava desafios nos processos de recolha e gestão de dados;
- A Xpand IT criou uma aplicação móvel para ajudar na operação em tempo real;
- A solução permitiu ganhos de eficiência e redução de erros.

# Inovação tecnológica, proximidade e crescimento sustentável: Os pilares orientadores da Orbcom

A cibersegurança foi o ponto de partida para a empresa que encontrou na transformação digital a sua “viragem estratégica” para mercados além-fronteiras

por *Marta Quaresma Ferreira*

**F**oi há 24 anos que a Orbcom começou a dar os primeiros passos na área da cibersegurança ao apoiar empresas que estavam a iniciar-se na defesa contra ameaças digitais, através de soluções de antivírus corporativos e firewalls.

“Esta experiência foi mais do que um ponto de partida: foi o alicerce de uma cultura assente no rigor, na proximidade ao cliente e na confiança”, começa por referir Hélder Costa, CEO da Orbcom.

Depois da cibersegurança, a aposta recaiu aos poucos na criação de uma área de desenvolvimento, com a implementação das primeiras soluções de gestão documental, intranet e extranet corporativa, assim como software desenvolvido à medida para cada caso.

Alguns dos projetos, enfatiza Hélder Costa, “deram origem a soluções próprias que acabaram por alavancar o processo de internacionalização da Orbcom, até então apenas assente em serviços técnicos e de desenvolvimento”.

A “viragem estratégica”, explica o CEO, “marcou um novo capítulo na trajetória da Orbcom, que hoje se afirma como uma empresa tecnológica nos mercados internacionais, com soluções proprietárias que ultrapassam fronteiras”.

## SOLUÇÕES ESTRATÉGICAS PARA MELHORAR A OPERACIONALIDADE

A equipa, composta por cerca de uma centena de colaboradores, integra um conjunto de competências multidisciplinares, entre elas engenharia, desenvolvimento de software, operações, suporte e marketing.



Hélder Costa, CEO da Orbcom

Entre as soluções à disposição e mais procuradas pelos clientes, Hélder Costa destaca o JAT Center, uma solução VoIP e de contact center multicanal, presente em quatro continentes, com capacidade de adaptação a diferentes contextos regulatórios e operacionais, “assegurando escalabilidade e robustez técnica”.

No panorama nacional, o JAT Fleet tornou-se numa plataforma de gestão de frotas, utilizada pelos principais operadores de mobilidade e logística, otimizando recursos e melhorando a eficiência operacional.

Para o setor jurídico, a solução Rolling Legal da Orbcom procurou “responder às necessidades de transformação digital dos departamentos

jurídicos de algumas das principais empresas portuguesas, permitindo a automatização, a centralização de processos e a garantia de segurança e auditabilidade da informação”.

## CONSTRUIR O CAMINHO EM PARCERIA

A jornada da Orbcom faz-se de alianças estratégicas que acrescentam uma proposta de valor diversificada e completa para o negócio. A empresa trabalha em estreita colaboração com fabricantes da área de infraestruturas e cibersegurança, entre eles a Palo Alto Networks, a Netskope, a Infoblox, a Qualys, a Keepit, a Dell, a Lenovo, a NetApp, a Cisco e a Huawei. Na área de desenvolvimento, a Orbcom estabeleceu Parcerias de longa duração, nomeadamente com o primeiro Parceiro do norte do país da Outsystems e da Microsoft, numa aposta em projetos de integração de dados, *business intelligence* e, mais recentemente, no campo da inteligência artificial.

## EFICIÊNCIA, RESILIÊNCIA E CONFORMIDADE REGULATÓRIA

Com taxas de crescimento anuais consistentes e uma previsão de fecho de 2025 próxima dos 30%, a Orbcom “assume-se como um verdadeiro acelerador da transformação digital. Inovação tecnológica, proximidade com o cliente e crescimento sustentável são os pilares que orientam o futuro da empresa e que continuarão a guiar a sua expansão em Portugal e além-fronteiras”, reitera Hélder Costa. ■

## RESUMO

- A história da Orbcom começou na área da cibersegurança;
- O JAT Center é uma das soluções da empresa, a par do JAT Fleet, pensada para o mercado nacional;
- A Palo Alto Networks, a Netskope, a Infoblox, a Qualys, a Keepit, a Dell, a Lenovo, a NetApp, a Cisco e a Huawei são algumas das alianças estratégicas para a Orbcom.

# Sustentabilidade no Desenvolvimento de Software com IA: uma urgência para equipas tecnológicas conscientes



por **Mónica Araújo**,  
formadora na Rumos em Green IT e  
especialista em Transformação Digital

in

**I**ntegrar sustentabilidade e inteligência artificial (IA) no desenvolvimento de software já não é um luxo ou um gesto de marketing, mas sim uma urgência. A IA traz consigo a promessa de escalar a eficiência de forma inédita, mas também carrega um potencial de amplificação do impacto ambiental e ético que não pode ser ignorado. Equipas técnicas bem informadas e atualizadas têm hoje a responsabilidade, e o privilégio, de criar soluções que gerem valor real não apenas para os negócios, mas também para o planeta.

Falar de sustentabilidade em tecnologia não pode limitar-se à eficiência energética dos data centers. Reduzir consumo é relevante, mas é apenas a superfície do problema. O verdadeiro desafio é integrar critérios sustentáveis no próprio modelo de negócio, no ciclo de vida do produto e nas decisões técnicas diárias. A chamada Green AI já nos oferece métricas e estratégias concretas: energia por acerto, otimização de hiperparâmetros, modelos mais leves e arquiteturas que reduzem drasticamente o consumo energético, sem sacrificar desempenho. Há estudos que apontam poupanças superiores a 50%, chegando em casos excecionais a ultrapassar os 100% graças a métodos mais eficientes.

E convém lembrar: cada modelo de IA treinado tem um custo ambiental palpável. Treinar algo como o GPT-3 pode emitir até 502 toneladas de CO<sub>2</sub>, o que equivale às emissões anuais de dezenas de automóveis ou a múltiplos voos intercontinentais. A magnitude desse impacto depende de fatores como a localização e eficiência dos data centers, o que reforça a importância de escolhas conscientes sobre onde e quando realizar o treino.

A própria forma como trabalhamos também pode mudar este cenário. Metodologias ágeis, como o Scrum, já não precisam de medir apenas velocidade e entrega — podem (e devem) incluir sustentabilidade e impacto social como critérios de sucesso. A IA, quando bem aplicada, pode automatizar testes, identificar falhas precocemente e otimizar operações, cortando desperdícios de energia e tempo. É aqui que decisões técnicas passam a ser

simultaneamente mais ágeis e mais responsáveis. Mas nada disso acontece por acaso. Sem formação adequada em ESG e IA sustentável, conceitos como Green AI continuam distantes da prática quotidiana. Há um arsenal de técnicas comprovadas, desde a monitorização de consumo, até ao ajuste de parâmetros e seleção criteriosa de variáveis, que não só reduzem gasto energético como mantêm o desempenho acima dos 95%. Algumas arquiteturas recentes já conseguiram cortar o consumo em mais de 94% sem comprometer de forma significativa os resultados.

No fundo, a sustentabilidade só se consolida quando é adotada por todas as equipas, e não apenas por um núcleo técnico isolado. Gestores, líderes de produto, engenheiros e designers precisam de assumir este valor como parte da identidade do projeto. Quando isso acontece, a IA deixa de ser uma ferramenta neutra e torna-se uma parceira ética. Medir emissões por funcionalidade ou energia por transação passa a ser tão natural quanto acompanhar métricas de desempenho ou conversão.

Garantir que a sustentabilidade não se perde na intenção exige acompanhamento rigoroso em todas as fases do ciclo de vida do software. É preciso contabilizar as emissões associadas ao treino e execução de modelos, otimizar código para reduzir consumo nos dispositivos dos utilizadores, prolongar a vida útil do software e pensar no impacto do seu fim de vida, incluindo o descarte de hardware e a eliminação de dados.

Organizações como a Green Software Foundation e investigadores dedicados ao campo da Green AI já oferecem metodologias para quantificar e reduzir este impacto. E a própria IA pode ser parte da solução, ao monitorizar e otimizar consumo energético em tempo real. O benefício é claro: custos menores, desempenho melhor e, acima de tudo, a construção de uma reputação sólida como agente de inovação responsável. Num mundo onde tecnologia e ética já não podem caminhar separadas, esta pode ser a vantagem competitiva mais duradoura de todas. ■



## IA: as nossas equipas estão a perder competências?

por **Jorge Bento**

**P**ara quem gere equipas, a promessa da inteligência artificial traz uma tentação difícil de resistir: automatizar o máximo possível, reduzir custos e acelerar resultados. Mas o preço escondido pode revelar-se demasiado alto. Sempre existiu o dilema da conveniência versus competência. Quando deixámos de fazer cálculos aritméticos à mão, ganhámos em velocidade e produtividade, mas perdemos “músculo” cerebral. O balanço foi, apesar de tudo, positivo, é certo, mas ainda hoje me surpreende ver colaboradores mais jovens recorrer à IA para resolver equações do primeiro grau — e desconfio que já nem se lembrem bem o que são equações...

A Gartner chama a isto “AI lock-in”: a dependência que corrói as competências humanas. Quanto mais confiamos na máquina, menos sabemos fazer por nós próprios. E quando falhar, quem corrige? Como posso dizer que sou programador se já não escrevo uma linha de código? Que sentido crítico mantenho se aceito cegamente o caminho e o resultado?

O alerta é sério na formação. Até 2028, quatro em cada dez novos colaboradores poderão ser treinados sobretudo por IA, contra menos de 5% hoje. Menos supervisão, menos partilha, menos cultura viva dentro das equipas. E até 2030, metade das empresas pode enfrentar falta irreversível de competências críticas, de acordo com a Gartner.

Isto não é apenas uma questão técnica, é estratégica. Se não houver pessoas capazes de desafiar os resultados da IA, a inovação fica bloqueada porque ninguém pensa para além do que a máquina produz. Quando os sistemas falham, a operação pode parar porque já não existe conhecimento interno para reagir. E a substituição não é simples: em áreas críticas como o IT, contratar alguém pode levar muitos meses. Ou seja, não há soluções rápidas.

A Gartner não dramatiza, mas avisa: é preciso manter supervisão humana, valorizar os seniores e não deixar morrer as competências que sustentam pensamento crítico. Automatizar é inevitável; abdicar da inteligência humana não pode ser opção. Caso contrário, ficamos com organizações rápidas, mas frágeis, e quando a IA falhar, quem vai estar preparado para responder? ■

### ANCHOR



## Investimento da ASML na Mistral: um reforço para a autonomia tecnológica europeia

por **Henrique Carreiro**

**A** decisão da ASML, sediada nos Países Baixos, de investir na Mistral, startup francesa de inteligência artificial generativa, marca um passo decisivo para a ambição europeia de conquistar maior autonomia tecnológica. Líder incontestada em litografia para semicondutores, a ASML simboliza a capacidade industrial rara que a Europa conseguiu preservar no ecossistema global dos circuitos integrados. Ao unir forças com uma das jovens empresas mais promissoras de IA no continente, reforça-se a estratégia de criar uma cadeia de valor mais coesa e independente.

A Mistral, fundada por investigadores franceses em 2023, tem como missão oferecer modelos de linguagem abertos e eficientes, posicionando-se como alternativa europeia aos gigantes norte-americanos e, cada vez mais, chineses também. O apoio da ASML não é apenas financeiro: representa um gesto político e industrial, sublinhando que a competitividade europeia em IA depende tanto do talento em algoritmos como do domínio das infraestruturas críticas de hardware.

Este movimento adquire relevância num contexto de crescente rivalidade tecnológica global. Enquanto os EUA e a China consolidam os seus ecossistemas, a Europa procura afirmar uma soberania digital que tem andado algo perdida. A aliança entre a ASML e a Mistral demonstra que, apesar das fragilidades causadas pela proverbial burocracia europeia, existem condições para articular *know-how* industrial de ponta com inovação em software avançado. O impacto pode ser significativo: para a Mistral, abre-se acesso privilegiado ao conhecimento sobre semicondutores de última geração; para a ASML, cria-se uma ligação estratégica com a camada de software que impulsiona a procura futura pelos seus equipamentos. No conjunto, reforça-se a ideia de que a Europa pode não apenas reagir, mas também liderar em segmentos críticos da mais recente tecnologia.

O investimento sinaliza uma aposta num modelo europeu de inovação, assente em colaboração transfronteiriça e no equilíbrio entre abertura tecnológica e competitividade global. Em 2025, mais do que nunca, a questão não é se a Europa deve investir na integração de hardware e IA, mas se está preparada para o fazer de forma coordenada e em escala. ■

**Diretor:** Jorge Bento**Diretor Editorial:** Rui Damião  
rui.damiao@medianext.pt**Coordenadora Editorial:** Marta Quaresma Ferreira  
**Senior Contributor:** Henrique Carreiro**Jornalistas:** Inês Garcia Martins, Flávia Gomes**Design e Paginação:** Teresa Rodrigues**Fotografia:** Rui Santos Jorge**Ilustrações e fotografias em banco de imagens:**

Adobe Stock | iStockPhoto

**Business Development:**

Beatriz Salzedas

(+351) 910 788 082 | beatriz.salzedas@medianext.pt  
João Calvão

+351) 910 788 413 | joao.calvao@medianext.pt

**Marketing & Events Director:** Rosa Bento

rosa.bento@medianext.pt

**Marketing Communications:** Rita Rodrigues

(+351) 912 971 161 | rita.rodrigues@medianext.pt

**Colaboraram nesta edição:** Mónica Araújo**media  
NEXT**

STAY AHEAD • STAY RELEVANT

**Editado por:**

MediaNext Professional Information Lda.

**Gerente:** Pedro Botelho**Publisher:** Jorge Bento**Sede e Redação:** Largo da Lagoa, 7c,

2795-116, Oeiras, Portugal

**Tel:** (+351) 214 147 300 **Fax:** (+351) 214 147 301**E-mail:** info@medianext.pt**Propriedades e direitos:**IT CHANNEL é marca registada de MediaNext Professional Information Lda., NIPC 510 551 866, empresa jornalística registada na ERC n.º224011. Proprietários com mais de 5% do Capital Social: Margarida Bento e Pedro Lemos. Todos os direitos reservados. A reprodução do conteúdo (total ou parcial) é proibida. O editor não poderá ser responsabilizado por gralhas ou erros gráficos surgidos. As opiniões expressas em artigos assinados são da inteira responsabilidade dos seus autores. Consulte estatutos editoriais em [www.itchannel.pt/pages/estatuto-editorial](http://www.itchannel.pt/pages/estatuto-editorial)**Depósito Legal n.º:** 368072/13**Impressão e acabamento:** Grafisol, Edições e Papelarias, Lda. - Sintra**Expedição:** Porenvel, Alfragide**Distribuído por:** CTT Correios de Portugal S.A.**Serviço de assinantes:** assinantes@medianext.pt**Preço de assinatura:** (10 números)

Portugal 50€, Estrangeiro 100€

Se é um profissional do Canal de TIC pode solicitar assinatura gratuita pelo registo no site [itchannel.pt](http://itchannel.pt)O IT Channel utiliza as melhores práticas de privacidade sobre dados em acordo com o RGPD. Consulte: [www.itchannel.pt/pages/privacidade](http://www.itchannel.pt/pages/privacidade)**Tiragem:** 2 013 exp. (média 2024) - AUDITADO  
**Assinantes digitais:** 6 072 exp. (média 2024) - AUDITADO  
**Periodicidade:** mensal (10 edições ano)**Registo na ERC:** O IT Channel está registado na Entidade Reguladora para a Comunicação Social com o n.º 127294Membro da ACEPI  
Associação da Economia DigitalMembro da APCT - Associação  
Portuguesa de controlo de Tiragem  
e CirculaçãoMembro da API - Associação  
Portuguesa de Imprensa**01****PROCURA POR SERVIÇOS CLOUD IMPULSIONA MERCADO MUNDIAL DE SERVIÇOS GERIDOS**

O crescente interesse pela inteligência artificial levou ao crescimento dos serviços cloud na Europa durante o segundo trimestre de 2025 e, conseqüentemente, ao crescimento do mercado global de serviços empresariais e de IT. O EMEA ISG Index, o mais recente relatório sobre o estado da indústria lançado pelo ISG que analisa contratos de outsourcing com um valor contratual anual de cinco milhões de dólares ou mais, revela que o valor anual de contrato do segundo trimestre do mercado combinado de serviços geridos e as-a-Service aumentou 17% em relação a 2024 para um recorde de 29,2 mil milhões de dólares.

**02****APENAS 8% DAS EMPRESAS NA EMEA GARANTEM QUALIDADE DE SOFTWARE EM LARGA ESCALA**

A mais recente edição do IDC InfoBrief revela que apenas 8% das empresas na região da EMEA têm práticas consolidadas para assegurar a qualidade na entrega de software em larga escala. O estudo, baseado nas respostas de mais de 700 organizações, destaca que cerca de um terço das empresas da região está significativamente atrasada na adoção de práticas modernas. Barreiras estruturais como a acumulação de pedidos, níveis elevados de dívida técnica e a escassez de competências especializadas continuam a travar a capacidade das empresas de entregar software de forma rápida, eficiente e com qualidade.

**03****VALOR DAS ADJUDICAÇÕES PÚBLICAS FOI “SIGNIFICATIVAMENTE MAIOR” NO 1º SEMESTRE DE 2025**

A Tenderstool acaba de lançar o mais recente relatório de adjudicações tecnológicas públicas em Portugal referentes ao primeiro semestre de 2025. Nos primeiros seis meses do ano foram contabilizadas 4.764 adjudicações que totalizaram mais de 618 milhões de euros, com uma média de mais de 129 mil euros por cada adjudicação. O valor adjudicado no primeiro semestre do ano é “significativamente maior” do que em 2024, revelando um aumento geral nas adjudicações financeiras ao longo do semestre. O número de adjudicações em 2025 é também superior ao de 2024, o que se reflete numa maior atividade de contratos.

**04****INTEL PLANEIA SPIN-OFF DE UNIDADE DE NETWORKING**

A Intel revelou recentemente um plano para fazer um *spin-off* do grupo de *Network* e *Edge* através de um memorando endereçado aos seus clientes, assinado por Sachin Katti, que lidera o grupo de *Network* e *Edge* da Intel desde 2023. À CRN, a Intel confirmou que “planeamos estabelecer elementos-chave do nosso negócio de redes e comunicação como uma empresa independente e começámos o processo para identificar investidores estratégicos”. Não foi dada uma linha de tempo para quando a Intel pode, efetivamente, fazer o *spin-off* desta unidade de negócio.

**05****SOPHOS AMPLIA CAPACIDADES DO MANAGED RISK PARA DETETAR VULNERABILIDADES INTERNAS**

A Sophos anunciou a expansão das capacidades da sua solução Sophos Managed Risk, com a introdução de funcionalidades de Gestão da Superfície de Ataque Interna (IASM), impulsionadas por tecnologia desenvolvida pela Tenable. Esta evolução visa dar resposta às crescentes lacunas nas estratégias de ciberdefesa das empresas, oferecendo uma proteção mais abrangente e integrada. De acordo com o relatório State of Ransomware 2025, 40% das organizações afetadas por ransomware no último ano afirmaram que a origem do ataque esteve relacionada com vulnerabilidades desconhecidas na sua infraestrutura. ■

# IT SECURITY CONFERENCE

LISBOA

2025  
OCT 09

conf.itsecurity.pt

# A VOZ DOS CISO

9 OUT | LISBOA | O CLUBE E ESTUFA DE MONSANTO

4ª edição IT Security Conference

## Conheça os Parceiros da IT Security Conference 2025

A revista IT Security, realiza no próximo dia 9 de outubro a **4ª edição** do seu encontro nacional de leitores, a **IT Security Conference**, com dois palcos, uma capacidade para 600 congressistas e transmissão integral em Live Feed até 1.000 pessoas, para os leitores que queira assistir remote

A **IT Security Conference 2025** conta com o apoio do mais relevante grupo de fabricantes e empresas de serviços em cibersegurança

### PARCEIROS

#### DIAMOND



#### PLATINIUM



#### GOLDEN



#### SILVER



#### BRONZE



#### VAD PARTNER



#### INSTITUTIONAL PARTNER





A prioridade dos nossos parceiros é fazer crescer os seus negócios.

Querem um parceiro que possa abrir portas e ajudar o seu negócio a prosperar.

Na TD SYNnex conectamos recursos, pessoas e oportunidades.

*Making IT Personal™*

[www.tdsynnex.pt](http://www.tdsynnex.pt)