ITCHANNEL.PT

it channel

PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE PARA MSPs, INTEGRADORES E RESELLERS DE TECNOLOGIA

Novembro 2026 • nº132 • 5 €







RICOH
imagine. change.

NOVO NOME.
A QUALIDADE DE SEMPRE.

Os scanners documentais Fujitsu passam agora a ser scanners documentais Ricoh, mantendo a qualidade, a fiabilidade e o desempenho que já conhece.



Databox Informática, S.A.

Saiba mais em www.databox.pt

databox@databox.pt

214 308 400
chamada para rede fixa nacional

A CPCDI recomenda Windows 11

CPCDI

Os PCs DI com AMD RYZEN vieram QUEBRAR TODAS AS REGRAS



Windows 11

di



O DESEMPENHO QUE O LEVA MAIS LONGE

- Ryzen 7 9800X3D
- ASUS TUF GAMING X870-PLUS WIFI
- ASUS TUF-RTX5070TI-O16G-GAMING
- SSD M.2 NVMe Serie 990 PRO 2TB c\ Dissipador
- 32GB 6000MT/s DDR5 CL30 FURY Beast RGB

Transforme Cada Venda num PC Personalizado

Escolha o processador, memória, armazenamento e gráfica à medida de cada necessidade.Mais desempenho, mais flexibilidade e soluções adaptadas para cada utilizador.

Projetado por si, em exclusivo para o seu cliente

WWW.CPCDI.PT

Conheça a APP CPCDI

Disponível para sistema operativo Android e IOS.

OBTER NO Google Play

Descarregar na App Store

Porto: R. Monte dos Pipos, 649 | 4460-059 Guifões | Tel 22 9570200 | Fax 22 955 26 58

Lisboa: Largo da Lagoa 8-E | 2795-116 Linda-a-Velha | Tel 21 4148200 | Fax 21 419 29 93

Intel, the Intel logo, Intel Core, and Core Inside are trademarks of Intel Corporation in the U.S. and other countries.

Bonus Club

Conheça o novo **Programa de Recompensas** para Clientes ALSO Portugal.



Recompensamos as suas compras!

Através da compra de produtos em campanhas selecionadas na ALSO Webshop, agora acumula pontos que podem ser trocados por produtos exclusivos.

it channel
ITCHANNEL.PT
PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE PARA MSPs, INTEGRADORES E RESELLERS DE TECNOLOGIA
Novembro 2026 • nº132 • 5 €

PRINTING & IMAGING

DOS DOCUMENTOS AO NEGÓCIO


BROTHER


CANON


HP


KONICA MINOLTA


MULTIMAC


XEROX

24

12 **ANÁLISE | DELL TECHNOLOGIES**
"OS PARCEIROS TÊM UM PAPEL IMPORTANTE E É NOTÓRIO"

14 **ANÁLISE | HP**
HP APOSTA NA IA PARA IMPULSIONAR IMPRESSÃO

16 **ANÁLISE | DDC GROUP**
"A MISSÃO DOS PARCEIROS É COLOCAR QUESTÕES AOS CLIENTES"

media NEXT
STAY AHEAD • STAY RELEVANT

KASPERSKY NOMEIA TIAGO FIGUEIREDO PARA O CANAL



Protagonistas A Kaspersky anunciou a nomeação de Tiago Figueiredo como Territory Channel Manager para Portugal, ficando responsável pela gestão e desenvolvimento do Canal de Parceiros empresariais da empresa no mercado nacional. Na nova função, o responsável terá como prioridades o reforço das relações com os Parceiros de Canal, a identificação de oportunidades de negócio e o acompanhamento das necessidades dos clientes empresariais.

ALSO PORTUGAL REFORÇA PORTFÓLIO COM A N-ABLE

Parcerias A Also Portugal anunciou a integração da N-able no seu portfólio de soluções, reforçando a oferta de gestão de infraestruturas de IT, cibersegurança e proteção de dados destinada ao Canal de Parceiros. A Parceria permite aos revendedores e prestadores de Managed Services aceder a ferramentas de monitorização e gestão remota, proteção de *endpoint* e recuperação de dados, com o objetivo de responder à crescente procura de serviços de IT escaláveis e seguros.

TD SYNNEX ALARGA OFERTA DE IA COM A NEBIUS

Parcerias A TD Synnex anunciou um acordo pan-europeu com a Nebius para disponibilizar aos Parceiros acesso à plataforma Nebius AI Cloud, através de um modelo de infraestrutura de Inteligência Artificial (IA) como um serviço. A Parceria permite ao Canal utilizar capacidade de computação acelerada Nvidia para projetos de inteligência artificial, sem necessidade de investir diretamente na aquisição e gestão de infraestrutura.

V-VALLEY REFORÇA PORTFÓLIO COM ACORDO DE DISTRIBUIÇÃO DA CHECKMK

Parcerias A V-Valley anunciou um acordo de distribuição com a Checkmk, especializada em soluções de monitorização e observabilidade de infraestruturas de IT. A Parceria permitirá à distribuidora integrar a plataforma da fabricante no seu portfólio de soluções avançadas, reforçando a oferta destinada aos Parceiros de Canal, em particular aos fornecedores de serviços geridos.

DOCKER RENOVA PROGRAMA DE PARCEIROS COM FOCO NA IA

Parcerias A Docker anunciou o relançamento do seu Programa de Parceiros, agora denominado Docker Navigator Partner Program, com o objetivo de apoiar o Canal na implementação e governação de soluções de inteligência artificial com agência. A iniciativa reúne Parceiros tecnológicos, fornecedores cloud, integradores de sistemas e empresas do Canal numa estrutura comum para responder à crescente fragmentação das plataformas empresariais de IA.

FORTINET CRESCE 20% NO TERCEIRO TRIMESTRE E REVÊ EM ALTA PREVISÕES PARA 2026

Resultados A Fortinet registou receitas de 2,08 mil milhões de dólares no terceiro trimestre de 2026, um crescimento homólogo de 20%, sustentado pelo aumento das vendas de produtos e pela procura das suas soluções de segurança de rede. Os resultados levaram a fabricante a rever em alta as previsões para o conjunto do ano, apontando agora para um crescimento anual das receitas de aproximadamente 20%. No trimestre terminado a 30 de setembro, as receitas provenientes de produtos atingiram 765 milhões de dólares, mais 37% do que no período homólogo.

LUCRO OPERACIONAL DA LG CRESCE 55,9% EM 2026

Resultados A LG Electronics registou um crescimento homólogo de 55,9% no lucro operacional acumulado dos primeiros nove meses de 2026, atingindo 2,72 mil milhões de euros. As receitas consolidadas aumentaram 9,2%, para 48,21 mil milhões de euros, num período marcado pelo crescimento dos negócios de eletrodomésticos e soluções para veículos, bem como pela melhoria do desempenho da área de televisores. No terceiro trimestre, a fabricante registou receitas consolidadas de 16,09 mil milhões de euros e um lucro operacional de 528 milhões de euros.

MICROSOFT CRESCE 19% NO PRIMEIRO TRIMESTRE FISCAL COM AZURE A ACELERAR 48%

Resultados A Microsoft encerrou o primeiro trimestre do ano fiscal de 2027, terminado a 30 de setembro de 2026, com receitas de 92,3 mil milhões de dólares, um crescimento de 19% face ao período homólogo. O desempenho foi impulsionado sobretudo pelos serviços cloud e pela procura de infraestrutura e soluções de inteligência artificial, num trimestre em que o Azure registou um crescimento de 48%. O resultado operacional atingiu 45,9 mil milhões de dólares, mais 21% do que no mesmo período do ano anterior, enquanto o resultado líquido aumentou 32%, para 36,6 mil milhões de dólares.

PROOFPOINT ANUNCIA AQUISIÇÃO DA VARONIS

Aquisições A Proofpoint anunciou um acordo definitivo para adquirir a Varonis Systems, empresa especializada em segurança de dados e inteligência artificial, numa transação realizada integralmente em dinheiro e avaliada em aproximadamente 6,3 mil milhões de dólares. A operação, que envolve duas empresas do setor da cibersegurança, pretende combinar capacidades de proteção de dados, gestão de identidades e prevenção de perda de informação.

GOVERNO PREVÊ 172 MILHÕES DE EUROS PARA ALARGAR COBERTURA 5G A TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

Mercados O Governo anunciou que está em curso um projeto de 172 milhões de euros destinado a assegurar a cobertura de todo o território nacional com redes 5G. A iniciativa é liderada pela Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM) e pretende alargar a disponibilidade da tecnologia às zonas que ainda não dispõem de cobertura.

TIMESTAMP REFORÇA PRESENÇA EM ESPANHA

Mercados A Timestamp inaugurou um novo escritório na área metropolitana de Barcelona, reforçando a sua presença no mercado espanhol. A multinacional portuguesa de consultoria tecnológica, integração de sistemas e transformação digital terminou setembro de 2026 com mais de 455 colaboradores em Espanha, que representam mais de um terço da equipa do grupo. ■

ProArt

ProArt GR1X Mini PC

Cria o teu Agente de AI, sem limites

Powered by NVIDIA RTX Spark™

Até 1 PetaFLOP FP4 de Performance AI

Até 128GB de Memória Unificada

Desenvolvido para a plataforma Windows

Suporta até quatro ecrãs 4K

ASUS

AGENT COMPUTER

NVIDIA RTX SPARK

Windows 11

INVESTIMENTO MUNDIAL EM IT DEVERÁ CRESCER 15% E ATINGIR 7,35 BILIÕES EM 2027

A Gartner prevê que a despesa mundial em tecnologias de informação ultrapasse os sete biliões de dólares pela primeira vez em 2027

A despesa mundial em tecnologias de informação deverá atingir 7,35 biliões de dólares em 2027, o que representa um crescimento de 15% face aos 6,39 biliões previstos para 2026, segundo as mais recentes estimativas da Gartner. A expansão será impulsionada sobretudo pelo investimento em infraestruturas de Inteligência Artificial (IA), plataformas de cloud e software.

As previsões apontam para uma aceleração do crescimento do mercado global de IT, depois de uma subida estimada de 14,5% em 2026. O segmento de sistemas para data centers deverá registar a maior expansão, com um crescimento de 55,5% em 2027, atingindo 1,37 biliões de dólares.



A consultora identifica duas áreas fundamentais para a próxima fase de crescimento do mercado: as infraestruturas de IA e o software associado a esta tecnologia. O investimento em servidores otimizados para IA, serviços de Infrastructure-as-a-Service e plataformas de software deverá continuar a aumentar à medida que as organizações procuram implementar a IA em maior escala.

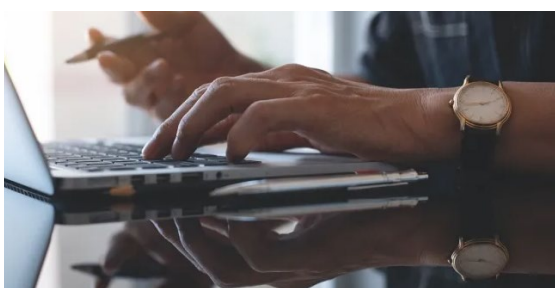
Os sistemas para data centers devem continuar a liderar o crescimento do mercado tecnológico mundial. Segundo a Gartner, a despesa neste segmento deverá passar de 879 mil milhões de dólares em 2026 para 1,37 biliões em 2027, depois de um crescimento de 73,8% este ano.

A evolução reflete o aumento da procura de capacidade de computação para suportar aplicações e serviços de IA, particularmente por parte dos grandes fornecedores de cloud e das organizações que estão a desenvolver infraestruturas especializadas.

O investimento em software deverá atingir 1,68 biliões de dólares em 2027, um crescimento de 14,6% face aos 1,46 biliões estimados para este ano. Apesar de representar uma ligeira desaceleração relativamente a 2026, o segmento continuará a beneficiar da procura de plataformas e aplicações com funcionalidades de IA. ■

MERCADO EUROPEU DE PORTÁTEIS CRESCE 16% EM RECEITAS APESAR DA QUEDA NAS VENDAS

Dados da Context revelam que as receitas dos portáteis vendidos através da distribuição aumentaram 16% em setembro, apesar de uma redução de 2,8% nas unidades comercializadas



O mercado europeu de computadores portáteis está a gerar mais receitas, apesar da redução do número de equipamentos vendidos.

Segundo os dados mais recentes da Context, as receitas dos portáteis comercializados através da distribuição cresceram 16% em setembro de 2026, face ao mesmo período do ano anterior, enquanto o volume de vendas diminuiu 2,8%.

A evolução reflete o aumento dos preços médios de venda, que está a compensar a quebra da procura. No entanto, os resultados mostram diferenças significativas entre os segmentos de portáteis e *desktops*, com estes últimos a registarem uma contração mais acentuada.

"Mais dinheiro está a ser gasto em portáteis, mas estão a ser vendidos menos equipamentos. Para os retalhistas e revendedores, as vendas de maior valor estão a ajudar as receitas, mas, com os custos mais elevados a pressionarem as margens, o Canal continua a precisar de uma recuperação da procura", afirma Marie-Christine Pygott, vice-presidente e analista da Context, em comunicado.

O desempenho do mercado de portáteis variou ao longo do terceiro trimestre. Em julho, as receitas cresceram 25,7% e as unidades vendidas aumentaram 9,1%. Já em agosto, o volume de vendas caiu 13,3%, enquanto as receitas registaram um crescimento residual de 0,6%.

Em setembro, o aumento das receitas voltou a acelerar, apesar de o número de equipamentos comercializados permanecer abaixo do registado um ano antes.

O segmento de *desktops* apresentou uma evolução mais negativa. As unidades vendidas em setembro diminuíram quase 39% em termos homólogos, enquanto as receitas recuaram 18,7%. A Context indica que os preços médios mais elevados ajudaram a atenuar o impacto financeiro da quebra nas vendas. ■

GLOBAL CYBERSECURITY MADE IN EUROPE

- +1000 milhões de utilizadores protegidos
- +500 mil empresas protegidas
- 11 centros de investigação globais
- Presentes em 178 países e territórios

ESET® Cybersecurity
Progress. Protected.

www.eset.pt

TD SYNNEX APOSTA NOS SERVIÇOS DE CICLO DE VIDA PARA REFORÇAR COMPETITIVIDADE DOS PARCEIROS

A distribuidora reforça a aposta em serviços que abrangem financiamento, implementação, suporte e fim de vida dos equipamentos

A TD Synnex está a reforçar a sua estratégia de serviços ao longo de todo o ciclo de vida das soluções tecnológicas, com o objetivo de ajudar os Parceiros de Canal a responder à crescente procura por modelos de negócio orientados para resultados. A distribuidora pretende disponibilizar capacidades técnicas, operacionais e financeiras que permitam aos revendedores assumir projetos mais complexos sem terem de suportar integralmente os custos e riscos associados.

Segundo dados da PwC citados pela TD Synnex, os serviços já representam 51% da despesa mundial em IT, registando um crescimento entre 150% e 200% superior ao do hardware. A distribuidora identifica neste segmento uma oportunidade global avaliada em 1,7 biliões de dólares.

A empresa considera que a evolução das necessidades dos clientes está a acelerar a transição de um modelo centrado na comercialização de produtos para outro assente na integração, operação e gestão contínua de soluções tecnológicas.

A proposta da TD Synnex começa na fase de planeamento e aquisição, através de soluções de financiamento flexível que permitem aos Parceiros adaptar as condições comerciais às necessidades dos clientes.

Na implementação, a distribuidora disponibiliza serviços de configuração, integração e instalação em regime de marca branca, incluindo etiquetagem de ativos, aprovisionamento de dispositivos e migração de ambientes híbridos. Estas capacidades permitem aos Parceiros apresentar propostas mais abrangentes sem necessidade de desenvolver internamente todas as competências técnicas.



Na fase operacional, a oferta inclui suporte técnico 24/7, monitorização baseada em IA e serviços de centros de operações de rede e segurança (NOC e SOC), permitindo aos Parceiros complementar a venda de tecnologia com serviços continuados. ■

VEEAM LANÇA PROGRAMA DE PARCEIROS DEDICADO À SOBERANIA DOS DADOS

O novo Veeam Sovereign Service Providers Program pretende ajudar as organizações a identificar prestadores de serviços locais com competências em soberania dos dados, proteção e recuperação de informação

A Veeam anunciou o lançamento do Veeam Sovereign Service Providers Program, uma iniciativa global destinada a apoiar os clientes na identificação de prestadores de serviços capazes de responder a requisitos de soberania dos dados. O Programa combina as tecnologias de proteção e recuperação de informação da fabricante com as competências operacionais, regulamentares e de governação de Parceiros locais.

A primeira fase introduz a competência Data Sovereignty no Programa Veeam Cloud & Service Provider (VCSP), permitindo distinguir Parceiros que demonstrem capacidades específicas de gestão e proteção de dados em determinadas jurisdições. A Veeam prevê alargar a iniciativa com novas ofertas ainda durante 2026.



O lançamento surge num contexto de crescente exigência regulamentar sobre a localização, o acesso e o controlo dos dados. A adoção de inteligência artificial e a dependência de infraestruturas e fornecedores internacionais estão também a levar as organizações a avaliar com maior atenção as condições em que a informação é armazenada e processada.

A competência Data Sovereignty estabelece critérios de avaliação que abrangem aspetos operacionais, jurídicos, tecnológicos e de governação. Para obterem o reconhecimento, os Parceiros têm de demonstrar capacidades relacionadas com modelos de operação locais, controlo jurisdicional, equipas presentes na região, processos de governação dos dados e mecanismos de supervisão pelos clientes.

A avaliação contempla ainda as capacidades de proteção e recuperação da informação. Segundo a Veeam, o objetivo é facilitar a identificação de prestadores que consigam combinar resiliência dos dados com requisitos de residência e controlo local. ■

A adoção da IA abre novas vias de exposição dos dados críticos

A SealPath publica o relatório "Estado da Proteção de Dados 2026", que mostra como as organizações continuam a ter dificuldades em proteger a informação quando esta sai do seu perímetro

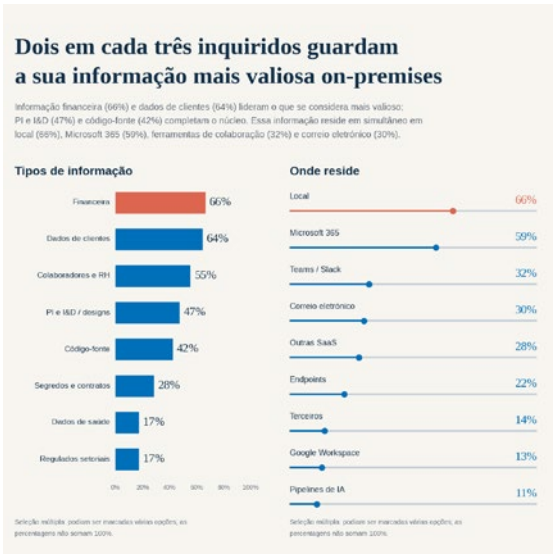
O primeiro relatório "Estado da Proteção de Dados 2026", da SealPath, analisa como as organizações protegem a informação sensível agora que a IA generativa faz parte do seu dia a dia. Assenta num inquérito a CISOs e profissionais de segurança e tecnologia (1.052 contactados), realizado em julho e agosto de 2026, sobretudo no sul da Europa. É um estudo exploratório, com dados autodeclarados, que não pretende representar todo o mercado.

CONTROLAR O ACESSO, NÃO O DOCUMENTO

O padrão comum é que os controlos protegem o local onde a informação está guardada, não os sítios por onde viaja. 85% aplicam o privilégio mínimo e oito em cada dez declaram maturidade gerida ou superior. Contudo, só 36% conseguem alterar permissões depois de enviar um documento, 21% dispõem de proteção persistente e 14% sabem onde estão as cópias. Um em cada quatro classificou menos de 10% da sua informação sensível. A informação mais valiosa é a financeira (66%) e os dados de clientes (64%), seguidos da propriedade intelectual e I&D (47%) e do código-fonte (42%), e reside sobretudo em local (66%) e no Microsoft 365 (59%). As organizações com 1.000 ou mais colaboradores declaram mais controlo técnico, mas os grupos são reduzidos e a leitura é orientativa.

TERCEIROS E SAÍDAS DE PESSOAL

72% partilham informação sensível com terceiros, pelo menos ocasionalmente. Os controlos mais citados são a cifragem (68%) e as permissões por utilizador (62%), mas só 46% conseguem revogar esse acesso e 32% auditá-lo. Também 84% retiram sempre o acesso a quem sai, mas 48% não sabem ao certo que informação essa pessoa levou. O correio eletrónico (79%) continua a ser o principal canal de exposição, seguido da partilha na nuvem (49%) e da IA generativa (37%). Além disso, 45% esperam que a exposição aumente em 2026.



A IA COMO NOVA VIA DE EXPOSIÇÃO

96% usam IA generativa, em produção ou em piloto, e 22% já trabalham com agentes autónomos. 48% confirmam que foi introduzida informação sensível em ferramentas de IA e 20% suspeitam que sim, mas só 41% têm visibilidade completa das ferramentas utilizadas. Embora 78% tenham uma política de uso, apenas 26% aplicam bloqueio técnico e só 15% confiam plenamente no seu cumprimento. Quanto aos agentes, 43% já lhes dão acesso ou estão a testá-lo e só 30% o conseguem auditar por completo. Dois em cada três dos que confirmam exposição à IA não registaram qualquer incidente nos últimos 24 meses. Importa notar que introduzir informação numa ferramenta de IA não é, por si só, um incidente: depende do destino e da autorização.

TECNOLOGIA, REGULAÇÃO E BARREIRAS

91% dispõem de pelo menos uma tecnologia de proteção (DLP em 72% e cifragem em 55%), mas só 42% a consideram eficaz e 59% admitem que não trava, ou só em parte, a fuga para a IA. A ISO 27001 (77%), a NIS2 (62%) e o RGPD (58%) são os marcos que mais impulsionam o investimento. A soberania dos dados é importante ou obrigatória para 83%, e 72% exigem-na também à IA que processa dados sensíveis. As maiores barreiras são a fricção para o utilizador (53%) e o orçamento (46%).

CONCLUSÃO

O relatório propõe seis verificações com evidência: política de IA com prova técnica de carregamento, inventário e permissões dos agentes antes de os ligar a repositórios, rastreabilidade nas saídas, retirada de acessos a terceiros, pilotos com utilizadores e suporte, e controlo da soberania.

O relatório mostra uma lacuna entre gerir quem acede à informação e controlá-la depois de partilhada, ampliada pela colaboração com terceiros e pela IA. Sem controlos que acompanhem o documento e sem prova técnica de que as políticas funcionam, a maturidade declarada tende a sobrestimar a proteção real.

A SealPath defende uma proteção que acompanhe o documento, complementar à do repositório e do canal, e admite limites, como fotografias de ecrã ou revogação atrasada em modo offline. Nos três primeiros trimestres de 2026, a empresa aumentou em mais de 20% a atividade na Europa e na Ásia. Se desejar descarregar o estudo completo, clique na seguinte ligação: *Download the 2026 State of Data Protection Report - Sealpath*

A SealPath é distribuída em Portugal através da Ignition Portugal *https://ignition-technology.pt* ■

INFO
ignition-technology.pt

“Os Parceiros têm um papel importante para a Dell e este foi o ano em que isso foi completamente notório”

A IA, a pressão sobre os preços e os desafios na cadeia de abastecimento marcaram o Dell Technologies Day. A fabricante destacou o papel do Canal e defendeu uma abordagem de levar a IA da experimentação à produção

por Marta Quaresma Ferreira



Isabel Reis dá as boas-vindas ao Dell technologies Day

“Há um ano, no Dell Tecnhologies Day, não sabíamos que um mês e meio depois o mundo das tecnologias, como o conhecíamos, iria mudar”. Foi assim que Isabel Reis, Iberia Managing Director da Dell Technologies, abriu mais uma edição do Dell Technologies Day, que decorreu no Centro de Congressos do Estoril.

A responsável sublinhou as mudanças que têm ocorrido no mercado, provocadas pela Inteligência Artificial (IA), pelos constrangimentos na cadeia de abastecimento e, sobretudo, pela pressão nos preços dos componentes. “Estou neste mercado há uns anos e não me lembro de haver um momento com uma mudança tão dramática como aquela que estamos a viver ao dia de hoje”, admitiu, reconhecendo o impacto em clientes, Parceiros e fornecedores.

PARCEIROS COMO ELEMENTO-CHAVE PARA ENDEREÇAR MERCADO

A evolução da IA, que passou de assistente à execução autónoma de tarefas, acrescentou complexidade às decisões de investimento. Isabel Reis apontou também para a redução do custo dos agentes de IA, apesar da pressão sobre os preços da tecnologia.

Neste contexto, a fabricante valorizou a proximidade dos Parceiros aos clientes. “Se os Parceiros têm um papel importante para a Dell, este foi o ano em que este aspeto foi completamente notório”, afirmou. Segundo Isabel Reis, o acompanhamento dos Parceiros permitiu “viabilizar negócio que estava, muitas vezes, numa fase crítica devido aos aumentos exponenciais de preço”, ajudando os clientes a responder à instabilidade do mercado.

ESTADO DA INOVAÇÃO

Isabel Reis apresentou dados do estudo “*Modern enterprise readiness study*”, realizado pela Dell junto de três mil empresas de 35 países. Segundo os resultados, 70% consideram que os silos prejudicam a eficiência operacional, enquanto 49% têm dificuldade em acompanhar a inovação e decidir onde investir.

Isabel Reis chamou ainda a atenção para uma outra conclusão: metade das organizações inquiridas não apresenta um *roadmap* claro sobre onde investir, nomeadamente dados, IA e segurança. “Sem plano não há capacidade de continuar a inovar e a evoluir”, frisou.

A segurança é outra preocupação, com uma grande parte das organizações (90%) a defenderem a sua integração nas propostas tecnológicas. “Nenhum cliente deve aceitar nenhum tipo de fornecedor sem ter incluída uma política de segurança”, alertou a executiva, que relembrou o tipo de riscos a que as empresas se encontram hoje expostas.

DA EXPERIMENTAÇÃO À PRODUÇÃO

A passagem da experimentação à utilização empresarial da IA esteve no centro da intervenção de Sascha Meier, Head of EMEA Presales da Dell Technologies.

Para o responsável, a adoção da tecnologia deve começar pela identificação dos processos que podem ser melhorados ou reinventados, antes da escolha das ferramentas. “Porque estão a utilizar IA? Que processos querem transformar? E como vão medir o retorno do investimento?”, questionou.

Com informação dispersa por apresentações, documentos e diferentes sistemas, a Dell teve necessidade de reorganizar os conteúdos para permitir a utilização por modelos de IA. “Os dados são o combustível da IA, mas só criam valor quando estão disponíveis de forma adequada, acessível e governada”, sublinhou Meier.

SEGURANÇA E ECONOMIA DA IA

A evolução para agentes autónomos ou semiautónomos acrescenta novas exigências às infraestruturas empresariais

As organizações deverão procurar manter o controlo sobre os dados e o conhecimento gerado, adotar uma estratégia híbrida para a capacidade de processamento e identificar profissionais capazes de transformar a experimentação em aplicações concretas. ■

RESUMO

• O Dell Technologies Day decorreu em outubro, no Centro de Congressos do Estoril;

• Isabel Reis enalteceu o contributo dos Parceiros na resposta à pressão sobre os preços;

• Evento deixou patente a ideia de que a passagem da IA à produção começa pela identificação dos processos a transformar.

Serviços: onde o Canal transforma tecnologia em valor

A tecnologia tornou-se indispensável para a competitividade das empresas, mas adquirir hardware e software já não é, por si só, suficiente



Foto de Alan Aprilio na Unsplash

Os clientes finais procuram soluções integradas, seguras e escaláveis, capazes de responder a objetivos concretos de negócio. Mais do que adquirir tecnologia, esperam que esta seja implementada, gerida e suportada de forma eficaz, com maior previsibilidade e menor complexidade operacional.

Para os parceiros, acrescentar serviços à proposta tecnológica deixou de ser um complemento. É uma forma de proteger margens, criar receitas recorrentes e reforçar a relação com o cliente ao longo de todo o ciclo de vida da tecnologia.

Contudo, prestar estes serviços exige competências especializadas em áreas como Cloud, inteligência artificial, cibersegurança, redes ou governação de dados - capacidades que nem todos os parceiros conseguem desenvolver internamente, sem assumir custos fixos e riscos operacionais elevados. É precisamente aqui que a colaboração com um distribuidor ganha relevância: permite complementar competências internas, aumentar capacidade de execução, responder a projetos mais complexos e fazê-lo sem exigir ao parceiro um investimento permanente em novas equipas e infraestruturas, mantendo a proximidade e a confiança que caracterizam a relação com o cliente.



Luís Pires, TD SYNNEX Iberia

Na TD SYNNEX, procuramos facilitar esta evolução através de uma abordagem que acompanha os parceiros antes, durante e depois da implementação. Antes do projeto, soluções de financiamento flexível podem ajudar a adequar a proposta à forma como os clientes pretendem investir. Durante esta fase, serviços de configuração, integração e implementação em marca branca – desde a etiquetagem e configuração de ativos ao aprovisionamento de dispositivos, integração de soluções ou migrações em ambientes híbridos – permitem acelerar a entrega e reduzir a complexidade operacional.

UMA RELAÇÃO QUE CONTINUA APÓS A IMPLEMENTAÇÃO

O verdadeiro valor dos serviços revela-se também depois da entrada em produção. Suporte técnico 24/7, monitorização contínua suportada por IA e capacidades de NOC e SOC ajudam os parceiros a evoluir de uma atuação reativa para uma relação mais preventiva e estratégica com os clientes. Ao mesmo tempo, criam a base para modelos de receita mais previsíveis e duradouros.

A sustentabilidade é outra dimensão crescente deste ciclo. Serviços de eliminação segura de dados, reciclagem responsável e retoma de equipamentos ajudam as empresas a cumprir metas ambientais, enquanto permitem recuperar valor para reinvestir em futuras atualizações tecnológicas.

Hardware e software vão continuar a ser a base de qualquer infraestrutura de TI. Mas são os serviços que ligam essas componentes aos resultados que as empresas procuram: maior eficiência, segurança, agilidade e continuidade. Ao disponibilizarmos experiência, escala, operações 24x7 e presença multigeográfica na Europa, queremos ajudar os parceiros a competir por projetos de maior valor, sem terem de assumir isoladamente toda a complexidade. É assim que a tecnologia deixa de ser apenas um investimento e passa a gerar valor contínuo para o negócio. ■

por *Luís Pires, VP Endpoint Solutions & Specialized Solutions, TD SYNNEX Iberia*

INFO

pt.tdsynnex.com

HP aposta na IA e na segurança para impulsionar mercado de impressão

Num evento realizado em Lisboa para clientes e Parceiros, a HP apresentou a sua visão para o futuro da impressão e revelou novas gamas LaserJet com proteção pós-quântica. A fabricante prevê que o mercado português de impressão A3 e A4 para escritório atinja os 94 milhões de euros em 2026

por Rui Damião

A HP reuniu clientes e Parceiros em Lisboa, no evento "*Shape What's Next: O Futuro do Trabalho e Impressão*", para apresentar a sua estratégia para o mercado de impressão e demonstrar como a Inteligência Artificial (IA), a segurança e a automatização estão a transformar a utilização e a gestão dos equipamentos nas empresas. A fabricante aproveitou a ocasião para apresentar novas impressoras LaserJet, com mecanismos de proteção resistentes a ataques de computação quântica, e novidades no portfólio Smart Tank.

"Estamos numa jornada de liderarmos o futuro do trabalho e no adaptar a qualquer realidade dos nossos clientes", afirmou Pedro Brito, Iberia Print Manager da HP, durante a abertura do evento. O responsável destacou a transformação tecnológica em curso, considerando que o setor está a atravessar uma das mudanças mais significativas dos últimos anos.



Pedro Brito, HP

MERCADO PORTUGUÊS DE IMPRESSÃO DEVERÁ ATINGIR 94 MILHÕES DE EUROS

Contrariando as previsões de declínio que marcaram o setor durante os últimos anos, a HP considera que a impressão continua a apresentar oportunidades de crescimento no mercado empresarial português. Segundo os dados partilhados por Pedro Brito, as vendas de impressoras A3 e A4 para escritório em Portugal continuam a aumentar, devendo o mercado atingir 94 milhões de euros em 2026.

"Sabemos que fazemos parte de um ecossistema. A impressão não é fundamental dentro de uma empresa, mas faz parte do ecossistema e é necessária", explicou o responsável. A fabricante considera que a evolução do mercado está a ser impulsionada pela necessidade de simplificar a gestão dos equipamentos e integrar a impressão nos processos digitais das organizações.

Entre os principais desafios identificados pelos clientes encontram-se a gestão de frotas de diferentes marcas, o fornecimento de consumíveis e o suporte técnico. A coexistência de equipamentos com características e ferramentas de administração distintas pode aumentar a complexidade operacional e os custos associados à manutenção.

NOVAS LASERJET PRO 4000/4100 APOSTAM NAS PME

Entre as novidades apresentadas em Portugal encontra-se a série HP LaserJet Pro 4000/4100, destinada a pequenas e médias empresas que procuram equipamentos monocromáticos de impressão com gestão simplificada e custos operacionais reduzidos.

Segundo a fabricante, a nova gama oferece a impressão automática frente e verso mais rápida da sua classe e permite reduzir os custos de impressão contínuos até 25% em comparação com a geração anterior.

A HP associa esta redução à utilização da nova geração de toner TerraJet, que permite imprimir mais 11% de páginas com menos toner e cartuchos de dimensões inferiores.

Os equipamentos incluem conectividade Wi-Fi 6 com recuperação automática da ligação e funcionalidades destinadas a simplificar a configuração e administração, particularmente em organizações que não dispõem de equipas de IT dedicadas. A integração com o HP AI permite otimizar a formatação dos documentos, melhorar a qualidade de impressão e automatizar a identificação e partilha de ficheiros.

PARCEIROS ASSUMEM PAPEL NA TRANSFORMAÇÃO DA IMPRESSÃO

A estratégia apresentada pela HP coloca a impressão num contexto mais abrangente de transformação dos ambientes de trabalho, no qual os equipamentos passam a integrar soluções de gestão documental, segurança e automatização.

Para os Parceiros de Canal, esta evolução abre oportunidades relacionadas com a renovação das frotas empresariais, a implementação de soluções de impressão gerida e a integração dos equipamentos nos processos digitais dos clientes.

A complexidade associada à gestão de frotas multimarca, ao fornecimento de consumíveis e ao suporte técnico constitui também uma oportunidade para desenvolver serviços de acompanhamento e manutenção.

A introdução de funcionalidades de IA e de proteção pós-quântica acrescenta novos argumentos à modernização dos ambientes de impressão, particularmente em organizações que procuram reduzir a intervenção manual e reforçar a segurança dos dispositivos ligados à rede. ■

RESUMO

- *A HP realizou um evento dedicado à impressão em Lisboa;*
- *LaserJet Pro 4000/4100 foi uma das novidades apresentadas;*
- *Para os Parceiros, a atual evolução abre oportunidades para implementação de soluções de impressão gerida.*

WDMI celebra 15 Anos de história e revela nova Identidade Visual em evento com mais de 600 convidados

No passado dia 23 de Outubro de 2026, o Tivoli Lakeside, em Vilamoura, foi o palco da celebração do 15.º aniversário da WDMI. Perante mais de 600 parceiros, clientes e líderes do setor



QUINZE ANOS A CONSTRUIR O FUTURO DA DISTRIBUIÇÃO TECNOLÓGICA

Fundada em 2011 e sediada em Rio Tinto, no Porto, a WDMI consolidou-se ao longo da última década e meia como uma referência inquestionável no ecossistema tecnológico nacional e internacional. O evento de comemoração dos seus 15 anos marcou não apenas um olhar orgulhoso sobre a trajetória percorrida, mas sobretudo a apresentação de uma visão renovada para o futuro.

A noite de gala em Vilamoura reuniu uma comunidade vasta e coesa de parceiros de canal, fabricantes globais e colaboradores. O programa da noite combinou a apresentação estratégica com momentos de networking e entretenimento, incluindo uma atuação de stand-up comedy por Eduardo Madeira, culminando num jantar de gala e celebração de aniversário.





UMA NOVA IDENTIDADE VISUAL: FLUIDEZ, MODERNIDADE E ECONOMIA CIRCULAR

Um dos pontos altos da celebração foi a apresentação oficial do rebranding corporativo da WDMI para 2026. A nova identidade visual reflete a evolução de um distribuidor tradicional para um ecossistema dinâmico de tecnologia responsável, moderno e digital-first.

O novo logótipo introduz linhas curvas no símbolo em formato de "W", superando a rigidez geométrica para transmitir fluidez, agilidade e proximidade. A paleta cromática foi igualmente renovada para tons mais vivos e elétricos.

A FORÇA DOS NOSSOS PARCEIROS

O evento no Tivoli Lakeside contou com o apoio formal de marcas estratégicas que integram o portfólio de distribuição da WDMI, demonstrando a relevância da empresa enquanto ponte entre fabricantes e clientes.



UM COMPROMISSO ATIVO COM O FUTURO

Aliando uma logística célere, um acompanhamento comercial próximo e uma política ativa de responsabilidade social e ambiental, a WDMI reafirma a sua posição como o parceiro ideal para o crescimento sustentável das empresas. Sob a premissa de criar valor contínuo e construir relações de longa duração, a WDMI continua a demonstrar que a inovação tecnológica e a eficiência económica caminham lado a lado. ■

INFO

wdmi.pt

DDC Group: "A missão dos Parceiros é colocar estas questões aos clientes finais"

Longe das habituais apresentações de produtos, o DDC Group reuniu profissionais do Canal para discutir o impacto da IA nas pessoas e nas empresas. Em entrevista ao IT Channel, João Gorgulho explica o que motivou a iniciativa e defende que os Parceiros também devem levar esta reflexão aos seus clientes

por *Inês Garcia Martins*

"O que é que ainda é só nosso?" foi o mote com que João Gorgulho, Country Manager do DDC Group, deu o arranque do evento Signal. Em vez de centrar o encontro em soluções tecnológicas, a empresa convidou profissionais do setor a refletir sobre o lugar das pessoas perante a Inteligência Artificial (IA).

João Gorgulho explicou, em entrevista ao IT Channel, que o DDC Signal nasceu das suas preocupações com a forma como a IA está a transformar o quotidiano.

Embora reconheça os benefícios da tecnologia, considera que os utilizadores lhe estão a confiar demasiadas tarefas e decisões, pelo que "o objetivo com o Signal é contrariar essa tendência que está a surgir e criar um espaço para parar, pensar, ouvir e até questionar".

Para o responsável, "a missão dos Parceiros é colocar estas questões aos clientes finais", levando revendedores e integradores a questionar, com os clientes, o impacto das soluções que propõem.

João Gorgulho garantiu que esta não será uma iniciativa isolada, ao assegurar que "este é o primeiro Signal. Vamos continuar". Para o responsável, o impacto do encontro será ainda maior se, no futuro, "começarem a aparecer outras iniciativas deste género".

PERGUNTAR ANTES DE RESPONDER

Na abertura, Filipa Jardim da Silva, psicóloga clínica e fundadora da Academia Transformar, reforçou a importância da curiosidade e do pensamento crítico. "Mais do que respostas absolutas, precisamos de perguntas inteligentes", defendeu.



João Gorgulho, DDC Group

Em vez de uma plateia virada para um palco, os convidados procuraram o seu lugar em mesas de conversa, sem saber antecipadamente com quem se sentariam. A partir de perguntas lançadas em cada grupo, trocaram perspetivas sem a obrigação de chegar a uma resposta comum.

Depois da troca de ideias entre os convidados reunidos nas dez mesas que compunham a sala, o primeiro painel partiu da questão "quem somos quando a IA começa a fazer aquilo que nos fazia sentir competentes?". Filipa Jardim da Silva lembrou que "aquilo que fazemos é muitas vezes um alicerce da nossa identidade", ligando a mudança tecnológica à autoestima e à perceção de competência.

Lourdes Monteiro, fundadora da Career Redesign, apontou diferentes formas de encarar essa mudança. Se os profissionais tecnológicos tendem a reconhecer oportunidades na IA, noutros setores surge o receio de perder relevância. "Em Portugal, não são muitos os profissionais que querem redesenhar carreira por estarem preocupados com a IA", observou.

Já Pedro Caria, Associate Partner da Deloitte, acredita que "se as pessoas conseguirem antecipar, vão encontrar mais oportunidades de se transformarem, de transformarem as empresas e os colegas". Defendeu ainda a importância de manter o *human-in-the-loop*, com espírito crítico, e sublinhou que "as competências relacionais, interpessoais são fundamentais".

PRODUTIVIDADE NÃO É QUALIDADE

O segundo debate centrou-se na questão de saber se a IA está a permitir trabalhar mais depressa ou melhor. Agatha Arêas, fundadora e presidente da Provoke, alertou que "estamos a confundir produtividade com performance", sobretudo quando os resultados são alcançados à custa do bem-estar das equipas. Para a responsável, "está a faltar pensamento, capacidade crítica, discernimento".

Pedro Simões, professor catedrático da NOVA IMS, também distinguiu produtividade de qualidade. "Há poucos estudos objetivos que nos digam o que é que a IA está a fazer nas empresas", ressalvou. Para o especialista, a melhoria vai depender de uma transformação dos processos e da capacidade de "devotar o tempo que sobrou para redesenhar processos de negócio e melhorar a qualidade dos dados", em vez de apenas acelerar as tarefas habituais.

O pensamento crítico e a necessidade de questionar o papel da tecnologia marcaram o Signal, que encerrou com uma mensagem de João Gorgulho sobre a importância de dar continuidade à reflexão, ao sublinhar que "o Signal hoje termina, mas as conversas continuam". ■

RESUMO

- *O DDC Group organizou o Signal, um encontro que reuniu profissionais do Canal para refletir sobre o impacto da IA nas pessoas e nas empresas;*
- *O Country Manager da empresa em Portugal defende um papel ativo dos Parceiros, que devem levar esta reflexão também aos seus clientes;*
- *Pensamento crítico e competências humanas assumem uma importância crescente na era da IA.*



Transforme as suas oportunidades Cisco em novos negócios!

Cisco e Databox: conhecimento que transforma oportunidades em negócio

Na Databox, apoiamos os revendedores e parceiros do canal na identificação e desenvolvimento de novas oportunidades de negócio com as soluções Cisco. Com experiência, conhecimento especializado e um acompanhamento próximo, ajudamos a encontrar as soluções mais adequadas a cada projeto, contribuindo para o crescimento e sucesso dos negócios dos nossos parceiros.

- Rede
- Segurança
- Colaboração
- Computação
- IA

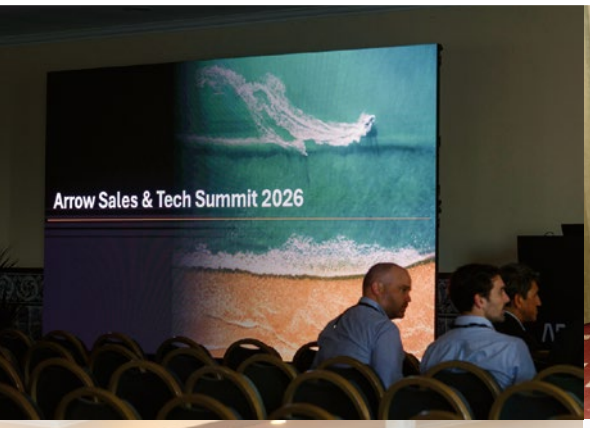
Fale com a nossa equipa comercial e descubra como podemos ajudar a impulsionar o seu próximo projeto Cisco!

Databox Informática, S. A.

databox@databox.pt

214 308 400
chamada para rede fixa nacional

Saiba mais em www.databox.pt

























A Arrow reuniu, no passado dia 7 de outubro, na Ericeira, parceiros e profissionais do ecossistema HPE para mais uma edição do Sales & Technology Summit. O encontro anual voltou a registar um recorde de presenças, reforçando a importância da proximidade e da colaboração no desenvolvimento do canal. Num espaço diferente do habitual, a iniciativa promoveu a partilha de conhecimentos, a discussão dos desafios tecnológicos e a identificação de novas oportunidades de negócio.

A inteligência artificial, a transformação digital e a evolução das infraestruturas tecnológicas estiveram entre os temas que marcam a agenda do setor, num contexto em que fabricantes,

Sales & Technology Summit



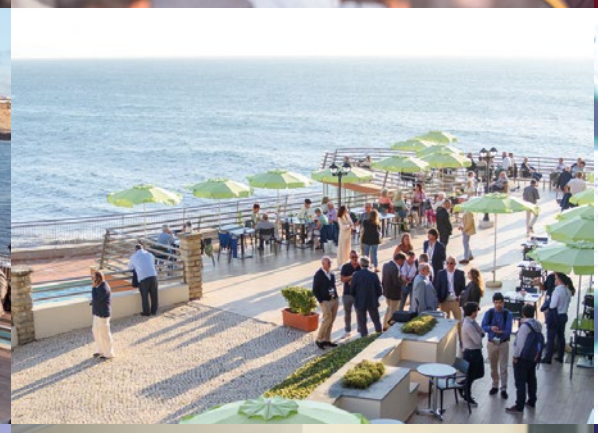










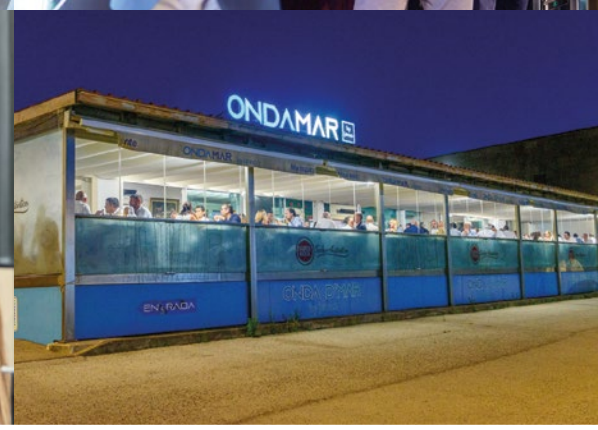












distribuidores e parceiros assumem um papel cada vez mais relevante na criação de valor para os clientes. A HPE, as equipas da Arrow e a Nostálgica contribuíram para enriquecer o evento, que voltou a evidenciar o dinamismo do ecossistema de parceiros. Mais do que um momento de encontro, o Sales & Technology Summit afirmou-se como uma oportunidade para reforçar relações, alinhar prioridades e preparar o canal para os desafios e oportunidades do mercado.

JAIME SOLER, VP & COUNTRY CHIEF EXECUTIVE IBERIA DA INGRAM MICRO



"ESTAMOS EM PLENA TRANSFORMAÇÃO DO CANAL"

Fotografias: Luís Ribeir

Este mês o IT Channel dá a palavra a Jaime Soler, VP & Country Chief Executive Iberia da Ingram Micro. Depois da integração da operação portuguesa na estrutura ibérica, a empresa procura reforçar a presença no mercado nacional, apostando na distribuição de soluções de valor acrescentado, na cloud e nos serviços. Em entrevista, o responsável analisa o impacto da reorganização, os desafios da transformação do modelo de distribuição e as oportunidades de crescimento para os Parceiros.

Em junho, a Ingram Micro integrou a operação portuguesa na estrutura ibérica, numa reorganização que também envolveu alterações na equipa local. Na altura, a empresa afirmou que esta mudança iria reforçar a operação portuguesa. Que benefícios concretos trouxe esta reorganização e como está a ser assegurada a proximidade aos Parceiros e a capacidade de resposta do mercado português?

O cliente e o *resellers* estão no centro de nossa estratégia e, por isso, temos dois objetivos. Um primeiro passa por estarmos junto do cliente, compreender qual o seu negócio, como é que podemos desenvolver negócios comuns que resultem num crescimento mútuo, ajudar o cliente com oportunidades, oportunidades essas que também se traduzirão numa maior relação e negócio.

O segundo objetivo está relacionado com o facto de a Ingram Micro ser um distribuidor fácil de fazer negócio. Temos uma estrutura proativa para gerar negócio, que está 100% em Portugal. Temos de estar no mercado e compreender as dinâmicas do mesmo.

Temos estas estruturas, que facilitam e permitem que o negócio seja simples e flua, e que se dividem em duas partes: uma parte dentro do próprio cliente, dentro do revendedor, que exige uma proximidade, portanto é uma estrutura que continua a ser portuguesa; e depois há uma relação mais do tipo logístico e do tipo de *supply chain* com o fabricante. Esta é a estrutura que transformámos numa estrutura ibérica.

Como tudo, o processo requer uma evolução e necessita que os novos processos que estabelecemos fluam. Mas esta proximidade com o mercado e percebermos onde podemos aportar mais valor tem dado muito bons resultados.

Como avalia a evolução do negócio da Ingram Micro ao longo deste ano de 2026? Qual a importância que o mercado português está a assumir na estratégia ibérica? Quais as principais prioridades e objetivos da Ingram Micro para a operação em Portugal?

Portugal é um mercado que, em distribuição, registou um volume de negócios na ordem dos 1,5 mil milhões de euros o ano passado.

Não estamos a falar de um mercado pequeno e este ano está a crescer 20%, portanto o mercado português é muito relevante para a Ingram Micro, não só na península Ibérica, mas também a nível europeu. Se pensarmos que este ano o crescimento é de 10,7% na Europa, Portugal está a crescer o dobro, por isso é um mercado muito interessante.

Neste crescimento de 20%, quase 30% corresponde ao mercado de valor, de soluções, e é neste ponto que se alinha com a estratégia da Ingram Micro.

Estamos a fazer uma grande aposta na venda dentro da cloud. Temos possibilidades de distribuir em Portugal tanto Microsoft como AWS. O nosso desafio não é vender cloud por vender, mas vender soluções as-a-Service. Para isso, é fundamental a formação e a capacitação do Canal. A nossa principal estratégia é criar um Canal que seja capaz de vender estas soluções. E quando falo de soluções, falo de soluções técnicas, mas também de serviços.

Outra parte importante é a venda de outras soluções de software. Esta área representa no mercado português, incluindo a cibersegurança, cerca de 48% dentro do negócio de valor, em 2026. Contamos com novos fabricantes no portfólio da Ingram para oferecer estas soluções dentro do mercado português.

Por último, queremos vender infraestrutura, não como um as-a-Service, mas também *on-premises*, e aqui contamos com a HPE, cujas soluções começaremos a vender a partir do dia 2 de novembro.

O Jaime tem defendido a evolução da própria Ingram Micro para uma empresa de plataforma num modelo mais direcionado aos serviços, à digitalização e à especialização, que naturalmente vão assumir um peso crescente. Na sua visão, qual o papel que o distribuidor terá? Continuará a acrescentar valor ao Canal de Parceiros?

Estamos em plena transformação do Canal. Se olharmos para os dados da Context relativos ao mercado português, ao mercado transacional, de alguma forma mais orientado ao PC e ao smartphone, representa dois terços do total do mercado.

Desta forma, o que pode oferecer uma plataforma? Eficiência em custos, a garantia de precisão nas entregas, nos preços e assumir-se como um Canal ágil de informação. Isto seria o que oferecemos ao nível de plataforma, dentro do que é o mercado mais transacional, ou seja, uma excelência em serviço e a um custo razoável.

No caso do mercado de valor, a plataforma oferece uma fórmula mais tradicional, recorrendo à Inteligência Artificial [IA] para processar todos os dados.

Por um lado, a plataforma é, em tudo o que é as-a-Service, um motor fundamental para poder gerir toda a complexidade administrativa que um negócio as-a-Service pressupõe,



mas, por outro lado, também é essencial entender os processos, por exemplo, de preços especiais e gerir a informação dentro da própria plataforma. Isto vai libertar tempo, que antes era usado para funções mais administrativas, dando espaço aos nossos especialistas para atender o cliente.
No final, a plataforma reduz o tempo do processo para aumentar o tempo de especialização e estar junto do mercado.

Quais as áreas com as maiores oportunidades para o Canal de Parceiros em Portugal? Como é que a Ingram Micro está a posicionar-se para responder a estas oportunidades para o Canal?
A transformação da sociedade é agora muito mais digital. Quando me perguntava antes pela plataforma, é algo que a Ingram Micro está a usar dentro do Canal de distribuição, mas não é algo exclusivo dentro do mercado de IT; é algo muito mais global e que inclui toda a sociedade. Creio que é aí que o Canal de IT tem de dar resposta. Como é que conseguimos ajudar as empresas a tirarem partido de um uso mais racional destas soluções?
O papel, tanto do fabricante, como do distribuidor e do *reseller*, é ter uma capacitação tecnológica muito alta. Não estamos a vender tecnologia por tecnologia; estamos a cobrir necessidades da sociedade, nomeadamente em termos de velocidade, competitividade e adaptação a novas realidades.

> ***"O PAPEL, TANTO DO FABRICANTE, COMO DO DISTRIBUIDOR E DO RESELLER, É TER UMA CAPACITAÇÃO TECNOLÓGICA MUITO ALTA. NÃO ESTAMOS A VENDER TECNOLOGIA POR TECNOLOGIA"***

Os dispositivos vão continuar a ter uma presença importante; teremos mais crescimento nas áreas de soluções, sobretudo no que está relacionado com data center porque, na verdade, a competitividade destas soluções também dependerá, em parte, das inovações dentro do próprio data center, que no mercado português de valor pesam cerca de 20%, e soluções software – cibersegurança, inteligência artificial e também todas as soluções de *hyperscalers* na cloud.

Toda a área de cibersegurança e IA abre uma janela importante para a venda de serviços dentro do Canal, onde temos também uma estratégia de desenvolvimento: oferecer serviços ao Canal, para que os possam utilizar e, no final, desenvolver também as suas soluções no cliente final.

Como é que está a evoluir a relação entre fabricante, distribuidor e Parceiro, num contexto em que há uma transformação no mercado comercial e nos modelos de subscrição? Quais os desafios que esta evolução poderá trazer na relação entre os distribuidores em termos de rentabilidade para o Canal?
Antes, o Canal tinha uma cadeia muito simples: havia quem criasse a tecnologia, o fabricante, e tínhamos depois o distribuidor, que oferecia financiamento e facilitava que a tecnologia chegasse às mãos de quem vendia, neste caso o *reseller*. Eram papéis muito definidos.
Agora, com a complexidade de venda de tecnologias, e a necessidade de incluir serviço dentro destas soluções, os papéis começaram a fundir-se.
O distribuidor tem o desafio de ajudar a capacitar o Canal para que venda estas soluções que, muitas vezes, já necessitam de tecnologias e fabricantes distintos, uma vez que são mais complexas e requerem já um alto nível de capacitação técnica.
A capacitação técnica é, não só em Portugal, mas também a nível global, um bem escasso. Logo, nem todos podem ter capacidades tecnológicas para vender soluções complexas. Por exemplo, pode ser muito especialista a vender cibersegurança, mas não tanto a vender soluções para data center. No entanto, há projetos que necessitam de combinar ambas as tecnologias.
Por isso, uma das funções que temos é ajudar a colmatar estas lacunas que algum distribuidor possa estar a ter numa determinada tecnologia. É algo mais inovador do que o que tínhamos dentro da transformação ou dentro do Canal mais tradicional. Uma parte é a capacitação e depois o fornecimento de serviços.
Estes serviços também podem ser financeiros porque falamos de soluções não só de compra

on-premises, mas também as-a-Service. Muitas vezes, são necessárias soluções financeiras que transformem a compra de um ativo em algo mais flexível com o passar do tempo. Aqui, o papel do fabricante e do cliente muda.
Também há uma segunda parte, onde temos de assumir maior protagonismo e, nalguns casos, já temos inclusivamente experiências positivas, que passa por compreender bem com que tecnologia o fabricante quer cobrir determinada solução.
Compreender, através das nossas fórmulas de IA, em que segmentos é que se podem estar a vender mais deste tipo de tecnologias e fazer programas para gerar procura. Esta procura, ao existir, tem de passar pelo Canal, que deverá estar capacitado para vender estas soluções.
Portanto, a função de um revendedor tem de ser capacitar o Canal, oferecer-lhe serviços e ajudá-lo a gerar procura pelas soluções do fabricante.

Para ver o vídeo clique sobre a imagem



Jaime Soler, VP & Country Chief Executive Iberia da Ingram Micro

Quais são os principais desafios no canal de Parceiros em Portugal?
Passam um pouco pelo que já temos vindo a definir ao longo da conversa. No fim, é ajudar a profissionalizar o Canal para que a tecnologia e as soluções tenham o máximo efeito dentro da sociedade. A criação de tecnologia não tem de ser algo endógeno dentro do próprio setor; tem de servir para algo, para cobrir necessidades que a sociedade tem, nomeadamente maior comunicação, mais rápida, maior competitividade e também segurança.
O principal desafio é ajudar o Canal a tirar o máximo proveito da tecnologia para que a sociedade avance o mais rápido possível.

Como é que está a evoluir a relação da Ingram Micro com o seu Canal de Parceiros em Portugal?
A nossa relação é muito boa. Temos um negócio muito importante no mundo transacional. Os clientes conhecem-nos e sabem a quantidade de transações e as capacidades que temos de levar a cabo essas mesmas transações.
Também temos dois negócios importantes dentro das soluções – o de DC/POS e o de Pro AV. Aqui também temos um Canal muito capacitado, que sabe vender muito bem estas soluções e temos vindo, inclusivamente, a vender este tipo de produtos há muitos anos em Portugal.
O desafio é na distribuição de soluções de valor acrescentado e também soluções cloud, com os fabricantes que mencionei anteriormente, com quem vamos começar a distribuir em Portugal.

> ***"A CRIAÇÃO DE TECNOLOGIA NÃO TEM DE SER ALGO ENDÓGENO DENTRO DO PRÓPRIO SETOR; TEM DE SERVIR PARA ALGO, PARA COBRIR NECESSIDADES QUE A SOCIEDADE TEM"***

Ao olharmos para 2027, quais são as perspetivas da Ingram Micro para o mercado português nos próximos meses? Onde é que deverão ocorrer mudanças para que o Canal continue a ser rentável?
Como distribuidor, definimos qual o comportamento dos diferentes canais dentro de Portugal. Felizmente os dados da Context para este ano dão conta, como disse anteriormente, para um crescimento de cerca de 20%. Isto traduz-se numa situação saudável para todos e para cada um dos canais, mas o comportamento é distinto entre eles. Se olharmos para a área de *corporate*, cresce cerca de 38%, 24% no mercado de Pequenas e Médias Empresas (PME) e 10% no mercado de consumo.
O nosso objetivo é alinhar-nos com o mercado. Podemos intervir, sobretudo, na venda de soluções, tanto no mercado corporativo como, sobretudo, no mercado PME.
Acredito que as grandes empresas ou a Administração Pública têm muito claro que tipo de tecnologia têm de usar para as suas necessidades. As pequenas e médias empresas necessitam de mais cuidado e mais atenção por parte do Canal. E é aí onde também podemos ter mais expectativas de crescimento.
Estamos otimistas com Portugal para 2027. Queremos ser uma figura muito relevante no mercado de valor com foco, sobretudo, no mercado de PME. ■

por *Jorge Bento e Marta Quaresma Ferreira*

AS NOVAS OPORTUNIDADES (E DESAFIOS) DO MERCADO DE IMPRESSÃO E DIGITALIZAÇÃO



Com o apoio de:

Brother | Canon | HP | Konica Minolta | Multimac | Xerox



A transição de modelos de negócio baseados na venda tradicional de equipamentos para serviços geridos cria valor e oportunidades para os Parceiros, que necessitam de novas competências e uma abordagem mais consultiva. Brother, Canon, HP, Konica Minolta, Multimac e Xerox partilharam a sua visão sobre o mercado de impressão e digitalização e as oportunidades para os Parceiros

por Rui Damião

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 impressão e digitalização e as oportunidades para os Parceiros

NUM MERCADO EM QUE A DIGITALIZAÇÃO CONTINUA A REDUZIR O VOLUME DE IMPRESSÃO, OS CLIENTES PROCURAM CADA VEZ MAIS SOLUÇÕES PARA GERIR INFORMAÇÃO E AUTOMATIZAR PROCESSOS E NÃO APENAS EQUIPAMENTOS. QUE PAPEL ASSUME HOJE A IMPRESSÃO NAS EMPRESAS?



Tiago Pereira, HP

Tiago Pereira, Portugal Print Lead, HP: "Assistimos a ligeiras alterações naquilo que é a procura deste tipo de equipamentos, mas não a um desaparecimento. Concluímos que continua a ser relevante e as empresas olham de outra maneira. A preocupação das empresas é se estamos bem integrados na infraestrutura e nas ferramentas, porque a impressão tem de trabalhar bem quando é necessário. Somos a ponte entre o digital e o mundo físico e queremos continuar a apresentar as soluções necessárias para as empresas"

"HÁ UMA NECESSIDADE DE APROFUNDAR A RELAÇÃO COM OS CLIENTES E PERCEBER AS VERDADEIRAS NECESSIDADES QUE TÊM E NÃO OFERECER SOLUÇÕES SUPÉRFLUAS PARA AS ORGANIZAÇÕES"

Tiago Vieira, ICW Head of Direct Sales, Konica Minolta: "O volume de impressão tem vindo a baixar por dispositivo, mas não tanto quanto se pensava. Há data de hoje, todos os *players* de mercado têm uma estratégia assente numa complementaridade de serviços assente nos equipamentos multifunções. Acreditamos que estes dispositivos devem ser pensados como um ativo estratégico nas organizações. Um servidor de email tem entrada e saída de informação de forma eficiente; esta indústria tem de acompanhar a mesma lógica"

Susete Pereira, Responsável de Canal Profissional, Brother: "A impressão não desapareceu, só mudou de papel. Deixou de ser o fim e passou a ser um ponto de passagem. As empresas pedem eficiência, segurança e controlo sobre os seus processos. Vemos os clientes a digitalizar cada vez mais diretamente para a gestão documental ou para a cloud. Há uma poupança de tempo enorme"

Mónica de Carvalho, Key Account Manager, Canon: "A impressão deixa de ser o papel principal na abordagem ao cliente, mas ainda está longe de terminar, apesar de todos os anos alguém dizer que o papel e a impressão são um ato condenado. Há uma redução significativa daquilo que é a impressão, mas também há uma alteração da maneira como as empresas trabalham. Há uma coisa que continua e que tem cada vez mais relevância: a informação das empresas é o ativo mais importante"

Vítor Dias, Channel Manager, Xerox: "A impressão industrial continua a crescer e aí há nichos onde vemos crescimentos muito grandes. No mercado empresarial, a impressão continua a ter um papel relevante, mas agora parte um ecossistema mais abrangente dentro das organizações. Imprime-se de forma diferente e, em alguns ambientes, menos, mas continua a existir necessidade de continuar a imprimir documentos críticos. A questão já não é qual é a necessidade de impressão ou quantos equipamentos precisam, mas sim como podemos agilizar os processos existentes"

Mariana Raposo, Marketing Manager, Multimac: "Há uma convergência cada vez maior entre a impressão e a digitalização. As multifunções fazem a ligação entre o papel e os sistemas das empresas e estão cada vez mais preparados para levar a informação para os sistemas de gestão documental. As empresas têm os sistemas a trabalhar em conjunto e reduz o trabalho manual. A integração tem de ser segura porque um equipamento pode ter dados confidenciais"

O QUE ESTÁ EFETIVAMENTE A MUDAR COM A INTRODUÇÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA) NA CAPTURA, CLASSIFICAÇÃO E PROCESSAMENTO DE DOCUMENTOS? QUE APLICAÇÕES JÁ APRESENTAM RESULTADOS CONCRETOS?

Vítor Dias, Xerox: "A inteligência artificial está a transformar todo o setor da tecnologia e a impressão não é exceção. A digitalização já existia antes desta vaga. O que a inteligência artificial começa a permitir é perceber o conteúdo dos documentos, passamos a compreender os documentos. As organizações continuam a gerir grandes quantidades de informação. Hoje, temos aplicações em clientes de vários processos administrativos que são encaminhados para as pessoas que delas precisam"

Mónica de Carvalho, Canon: "A inteligência artificial não vem substituir a gestão documental. A inteligência artificial vem libertar os processos de gestão documental de tarefas repetitivas e trazer mais valor estratégico para a organização que possam facilitar o *workflow* normal das empresas. As organizações que adotem esta abordagem passam a processar informação de uma forma mais rápida, conseguem tomar decisões mais fundamentadas e conseguem que, durante o seu dia, estejam focadas no seu negócio"



Mónica de Carvalho, Canon

"O POSICIONAMENTO DO NOSSO PARCEIRO COMEÇA NA CAPACIDADE DE REINVENTAR O NEGÓCIO, DE OLHAR PARA AS OPORTUNIDADES E ENCONTRAR NOVAS METODOLOGIAS PARA OFERECER NOVAS SOLUÇÕES PARA OS CLIENTES"

Susete Pereira, Brother: "A IA não vem substituir processos, vem ajudar as pessoas a libertar dos erros que cometemos quando estamos muito sobrecarregados. A IA está a devolver-nos o que temos de mais escasso, que é o tempo, e do qual precisamos para criar valor para as organizações"

Mariana Raposo, Multimac: "A inteligência artificial vem otimizar processos porque permite analisar os documentos e classificá-los da melhor forma muito mais rápida. A informação pode ser encaminhada para validação e reduz o tempo de trabalho e a necessidade de correções. É sempre preciso um humano para validar o trabalho porque a IA pode cometer erros ou simplesmente ter dúvidas sobre como deve classificar um determinado documento"

Tiago Pereira, HP: "Enquanto fabricante com vários dispositivos de *workplace*, analisamos a maneira como se interage com a IA e tentamos perceber as oportunidades, mas também a fadiga por a IA estar demasiado presente. Avaliamos se uma funcionalidade poupa tempo ao utilizador, se automatiza e reduz trabalho. A manutenção preditiva e da análise de todos os sensores que temos no equipamento, os Parceiros podem perceber se vai haver alguma falha no equipamento, fazer uma manutenção preditiva e manter o dispositivo ativo o máximo de tempo possível"

Tiago Vieira, Konica Minolta: "A inteligência artificial não é de agora e existe no mercado há alguns anos. Há cerca de dez anos que iniciámos essa jornada, por exemplo. Na realidade, temos de olhar para o processo como um todo; há faturas, há guias, há um conjunto de informação para relacionar. A grande diferença é de que, com inteligência artificial, temos mais tempo. O que antes demorávamos dois a seis meses, agora conseguimos entregar em cinco dias ou duas semanas. Este é o impacto real do valor que a IA nos está a trazer"

A INTEGRAÇÃO DE SOLUÇÕES DE GESTÃO DOCUMENTAL E AUTOMAÇÃO COM AS APLICAÇÕES EMPRESARIAIS DOS CLIENTES EXIGE NOVAS COMPETÊNCIAS. QUE OPORTUNIDADES EXISTEM NESTA ÁREA? COMO PODEM OS FABRICANTES APOIAR OS PARCEIROS NESSE PAPEL?

Mónica de Carvalho, Canon: "Entendemos que esta é uma enorme oportunidade para os Parceiros e para o seu crescimento, contribuindo para que deixem de ser um mero integrador tecnológico e passem a ser um consultor estratégico da transformação digital junto dos clientes. No futuro, a gestão documental não será vendida apenas e só pela capacidade de armazenamento do software que estamos a tentar propor, mas sim a capacidade que a solução tem de automatizar e integrar a informação com as ferramentas disponíveis"

QUE EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E QUE OPORTUNIDADES SURGEM NA IMPRESSÃO ESPECIALIZADA, NOMEADAMENTE ETIQUETAGEM, LOGÍSTICA, RETALHO OU SAÚDE?



Susete Pereira, Brother

Susete Pereira, Brother: "No que toca à etiquetagem industrial, este mercado está em franco crescimento. Há muitos desafios específicos, mas isso são grandes oportunidades para nós e o mercado vive desses desafios. No caso da logística é a rastreabilidade, a saúde é a informação correta, que significa segurança, e no retalho é uma maior organização. Uma etiqueta bem executada nunca é só uma etiqueta. O Parceiro diferencia-se com resolução de problemas"

"OS PARCEIROS TÊM DE AUMENTAR AS SUAS OFERTAS PORQUE É ISSO QUE VAI CRIAR RELAÇÕES DE LONGO PRAZO COM OS SEUS CLIENTES"



OS MODELOS TRADICIONAIS DE MANAGED PRINT SERVICES, BASEADOS EM PÁGINAS IMPRESSAS, CONTINUAM A GARANTIR A RENTABILIDADE DOS PARCEIROS? QUE MODELOS PODEM GANHAR RELEVÂNCIA?

Vítor Dias, Xerox: "Antes, a oferta era gerir o parque, entrega de consumíveis e manutenção durante o ciclo de vida do equipamento. Hoje, os serviços básicos já fazem isso. O modelo continua a ser rentável e relevante, mas precisa de evoluir. A oportunidade está em passar do volume de páginas para a entrega de serviços por parte dos Parceiros. É preciso acrescentar outras camadas, como gestão de *workflows*, e, progressivamente, serviços de IT. Isto permite diversificar as fontes de receita"

Tiago Pereira, HP: "Tem existido uma transformação entre aquilo que era fornecido e aquilo que hoje é o básico e expectável. Vemos uma oportunidade na agregação de serviços para os Parceiros. Há necessidade de integração com os *workflows* que já existem nas organizações ou que querem que exista. O que aporta valor é olhar para os processos como um todo, para as integrações e para como as empresas interagem com os documentos e fazer um serviço mais abrangente que possa simplificar"

Susete Pereira, Brother: "Acreditamos que numa combinação entre o hardware, software e serviços porque é isso que vai criar relações de longo prazo. Os Parceiros têm de aumentar as suas ofertas porque é isso que vai criar relações de longo prazo com os seus clientes. Se imaginarmos um cliente cobrado à página, é preciso imprimir mais quando o cliente quer pagar menos. Os Parceiros têm de integrar outros serviços numa subscrição mensal para poderem ganhar mais e dar mais soluções ao seu cliente"

VÁRIOS FABRICANTES TÊM ALARGADO A SUA OFERTA PARA LÁ DA IMPRESSÃO, COM SERVIÇOS DE IT, SOFTWARE E CLOUD, EM ALGUNS CASOS POR VIA DE AQUISIÇÕES. COMO SE POSICIONA A VOSSA ORGANIZAÇÃO E O QUE MUDA PARA OS PARCEIROS?

Mariana Raposo, Multimac: "Posicionamo-nos como um Parceiro tecnológico com um alargamento da oferta que dá mais opções aos Parceiros e aos clientes. Temos soluções de gestão documental, cloud e cibersegurança, por exemplo, e isso permite-nos olhar para os projetos de forma abrangente e ajudar os clientes a encontrarem soluções completas, que vão desde o desenho até à operação"

"É IMPORTANTE QUE SE PERCEBA QUE A SEGURANÇA TEM DE ACOMPANHAR TODO O PROCESSO DO DOCUMENTO, DESDE A CAPTURA ATÉ SER ELIMINADO"



Mariana Raposo, Multimac



Tiago Vieira, Konica Minolta: "Já fizemos este *shift* há cerca de dez anos. Apesar de não termos adquirido nenhuma empresa em Portugal, temos vindo a adquirir um conjunto de empresas em todo o mundo para reforçar as competências nas áreas de cloud, cibersegurança e gestão documental. O objetivo é acrescentar mais valor na oferta final ao cliente. Queremos entregar eficiência operacional a todos os clientes e, para os Parceiros, estamos num momento muito relevante porque o mercado deixou de olhar para o *printing* como uma lógica isolada e começou a olhar como algo que pertence a um ecossistema"

QUANDO OS DOCUMENTOS CIRCULAM ENTRE EQUIPAMENTOS, PLATAFORMAS CLOUD E SISTEMAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, COMO É QUE SE GARANTE A SEGURANÇA, O CONTROLO DE ACESSOS E A RASTREABILIDADE, NUM CONTEXTO DE NOVAS EXIGÊNCIAS REGULATÓRIAS COMO A NIS2?

Tiago Pereira, HP: "Tem sido um desafio acompanhar todas as exigências a nível de segurança, até porque as ameaças crescem em grande escala. Cada vez mais, estamos a lidar com dispositivos conectados, com capacidade de processamento e ligados a uma rede. Temos essa característica bem vincada e a segurança é crítica para nós. Podemos não ter equipamentos com cem páginas por minuto, mas são seguros. Partimos desde o primeiro momento, desde o momento em que se liga o equipamento para ter a certeza de que não houve ninguém a interferir com o dispositivo"





Tiago Vieira, Konica Minolta

Tiago Vieira, Konica Minolta: "Encaramos isto não apenas como uma exigência regulatória, mas como uma excelente oportunidade para o mercado e para os clientes. É uma oportunidade porque a lógica do *governance*, gestão de risco e segurança tem sido colocada de lado no que toca a investimentos, mas isto envolve a gestão de topo das organizações e a trazer essa responsabilidade. Este é um excelente momento de ir atrás do *budget* porque a responsabilidade já não fica num nível mais baixo"

"OS NOSSOS PARCEIROS ESTÃO NUMA POSIÇÃO PRIVILEGIADA DENTRO DO CICLO DOS CLIENTES. É PRECISO APORTAR VALOR PARA OS DESAFIOS QUE OS CLIENTES TÊM"

Mariana Raposo, Multimac: "É importante que se perceba que a segurança tem de acompanhar todo o processo do documento, desde a captura até ser eliminado. Nos equipamentos Sharp, temos rastreabilidade do equipamento que ajudam a diminuir os riscos. A cloud e a inteligência artificial é outro tema porque é preciso saber onde vão ser tratados. No fim do contrato, tem de existir uma eliminação segura das informações com provas da sua eliminação"

ATÉ QUE PONTO OS CLIENTES VALORIZAM ECONOMICAMENTE EQUIPAMENTOS MAIS EFICIENTES, SOLUÇÕES DE ECONOMIA CIRCULAR E SERVIÇOS QUE PROLONGUEM O CICLO DE VIDA DOS DISPOSITIVOS?

Mónica de Carvalho, Canon: "Temos vindo a apercebemo-nos que a sustentabilidade deixou de ser uma questão reputacional. A sustentabilidade tem de ser associada a critérios económicos no parque instalado. Os clientes procuram reduzir os seus consumos energéticos e conseguir otimizar os investimentos realizados; assistimos a isso nos cadernos de encargos que são elaborados. Os equipamentos mais eficientes traduzem-se em custos operacionais mais reduzidos e a eficiência energética e a redução dos impactos ambientais são, para nós, pontos inegociáveis"

Vítor Dias, Xerox: "Já se fala de sustentabilidade há alguns anos. No início era uma moda, mas agora evoluiu para olhar para lá do *statement*. Um equipamento mais eficiente tem impacto no custo energético e na duração do ciclo de vida do equipamento, o que é uma poupança para os clientes. Não chega ter um equipamento que dure muitos anos, mas sim que dure e se mantenha atualizado"



Vítor Dias, Xerox

"ESTA ÁREA JÁ NÃO É SOBRE A IMPRESSÃO EM SI. OS DESAFIOS SÃO MUITOS. OS PARCEIROS DEVEM ALARGAR A SUA RELAÇÃO COM OS CLIENTES"

OLHANDO PARA 2027, QUAL É A PRINCIPAL OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO PARA UM PARCEIRO QUE TRABALHA SOBRETUDO COM IMPRESSÃO E PRETENDE DIVERSIFICAR A SUA ATIVIDADE?

Susete Pereira, Brother: "Vamos continuar a oferecer os nossos serviços de consultoria de forma gratuita através dos comerciais que trabalham com os Parceiros de Canal. Os Parceiros, quer trabalhem PME ou grandes contas, têm de mudar o *mindset* e serem consultores de negócios"

Vítor Dias, Xerox: "Esta área já não é sobre a impressão em si. Os desafios são muitos. Os Parceiros devem alargar a sua relação com os clientes. É preciso perceber que o Parceiro não precisa de criar todas as competências de raiz e nós, enquanto fabricante, temos obrigação de ajudar"

Tiago Pereira, HP: "Temos uma relação forte com os Parceiros. 2027 vai ser um ano em que vamos sofrer com os custos dos componentes. Há uma necessidade de aprofundar a relação com os clientes e perceber as verdadeiras necessidades que têm e não oferecer soluções supérfluas para as organizações"

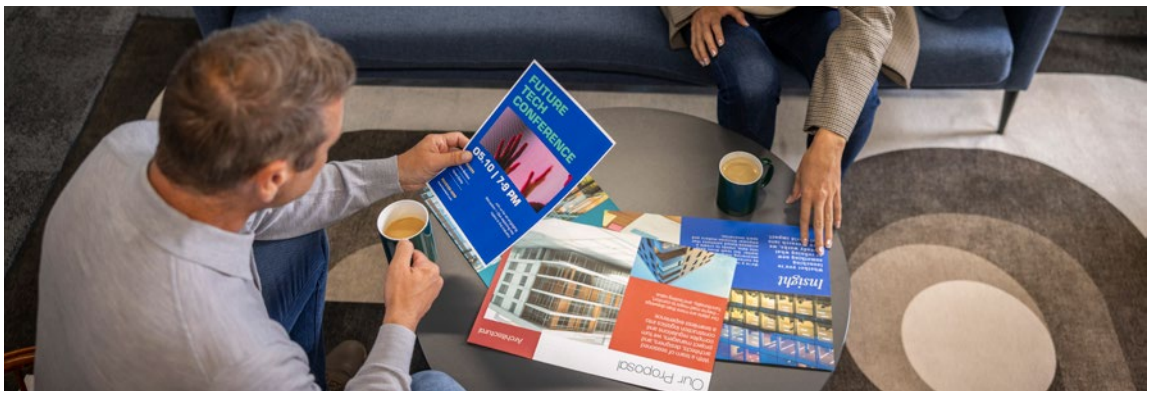
Mariana Raposo, Multimac: "Para 2027, vejo uma oportunidade clara que é aproveitar a diversidade clara para conquistar novos clientes. Temos vindo a alargar o portfólio, o que dá ao Parceiro a possibilidade de fornecer mais soluções e fazer *cross-selling* em diferentes áreas aos seus clientes"

Tiago Vieira, Konica Minolta: "A principal mensagem é que este próximo ano a oportunidade para os Parceiros não está em abandonar a impressão, mas evoluir a partir dela. Os nossos Parceiros estão numa posição privilegiada dentro do ciclo dos clientes. É preciso aportar valor para os desafios que os clientes têm"

Mónica de Carvalho, Canon: "A oportunidade está em tudo aquilo que foi abordado. O posicionamento do nosso Parceiro começa na capacidade de reinventar o negócio, de olhar para as oportunidades e encontrar novas metodologias para oferecer novas soluções para os clientes" ■

Nova gama de impressoras profissionais A4 a tinta: mais rentabilidade, mais durabilidade, mais oportunidades de negócio

A Brother reforça a sua aposta no segmento profissional de impressão a tinta com o lançamento da nova gama A4 X-Series, composta pela impressora HL-J5113DW e pelo multifunções MFC-J5115DW. Estes novos equipamentos vêm complementar o portefólio empresarial da marca, juntando-se ao multifunções A3 MFC-J6975DW, lançado em março deste ano



Desenvolvida para responder às exigências das PME e dos ambientes de trabalho mais dinâmicos, a nova gama combina produtividade, fiabilidade e um custo de utilização extremamente competitivo. Graças à tecnologia MAXIDRIVE, os equipamentos oferecem elevada qualidade de impressão, maior durabilidade e um desempenho consistente ao longo do tempo.

Entre os principais benefícios destacam-se velocidades de impressão até 28 ppm nos equipamentos A4 e 31 ppm no equipamento A3, primeira página impressa em menos de 5 segundos e digitalização frente e verso automática até 30 imagens por minuto (MFC-J5115DW e MFC-J6975DW), permitindo aos utilizadores trabalhar com maior rapidez e eficiência.

A gestão do papel foi igualmente pensada para ambientes empresariais exigentes, com duas bandejas de 250 folhas e uma bandeja multifunções de 100 folhas para suportes especiais, como envelopes ou etiquetas.

A rentabilidade é outro dos grandes argumentos desta gama. Os consumíveis de alta capacidade permitem imprimir até 12.000 páginas a preto e 10.000 páginas a cores, reduzindo significativamente os custos operacionais e o número de intervenções necessárias.

Além disso, a sustentabilidade assume um papel central, com a utilização de uma % mais alta de plástico reciclado em comparação com a gama anterior, certificações ambientais como Blue Angel e Eco Mark, embalagens sem EPS (esferovite) e componentes substituíveis pelo utilizador que prolongam a vida útil dos equipamentos e reduzem o impacto ambiental.

Estes novos equipamentos de tinta da gama X-series estão disponíveis nos programas MPS da Brother, possibilitando um custo de propriedade muito interessante para empresas ou departamentos com volumes de impressão médios, que procuram equipamentos económicos e versáteis.

PARTNER MPS CPC - CUSTO POR CONSUMÍVEL: UMA NOVA OPORTUNIDADE DE CRESCIMENTO PARA OS PARCEIROS

A Brother apresenta também o novo programa Partner MPS Custo por Consumível, criado para apoiar parceiros que já trabalham serviços de impressão gerida ou que pretendam iniciar esta atividade de forma simples, rápida e rentável.

O programa disponibiliza uma plataforma cloud gratuita para gestão da base instalada, monitorização dos equipamentos e automatização do fornecimento de consumíveis. Desta forma, os parceiros podem oferecer aos seus clientes uma experiência mais eficiente, reduzindo tarefas administrativas e aumentando os níveis de serviço.

Os consumíveis são fornecidos com condições preferenciais e podem ser entregues diretamente ao cliente final ou ao parceiro, sem custos adicionais de gestão. A solução integra hardware, envio automático de consumíveis, suporte técnico e ferramentas de gestão numa proposta única, transparente e de elevado valor acrescentado.



Com esta nova opção, os parceiros passam a dispor de mais uma forma de fidelizar clientes, gerar receita recorrente e diferenciar a sua oferta. Enquanto o programa Partner MPS CPP assenta na venda de páginas, o novo modelo baseia-se no fornecimento de consumíveis a custos reduzidos, oferecendo maior flexibilidade para responder a diferentes perfis de clientes e oportunidades de negócio.

Em conjunto, a nova gama X-Series e o programa Partner MPS CPC (Custo por Consumível), representam uma proposta sólida para quem procura assegurar a venda de consumíveis e serviços, reduzir custos e criar relações de longo prazo com os seus clientes. ■

INFO

brother.pt

brother
at your side

A tecnologia que faz crescer os negócios

Descubra a renovada **gama profissional** de tecnologia **laser a cores A4** da Brother. Equipamentos **mais compactos e seguros,** fabricados para durar e a pensar no meio ambiente. Ideais para **venda contratual (MPS).**

brother.pt

Da impressão à gestão inteligente da informação

Smart printing: eficiência, segurança e sustentabilidade



Na Canon, disponibilizamos um dos portfólios mais completos do mercado para responder às necessidades de impressão e gestão documental de organizações de qualquer dimensão e setor. Mais do que equipamentos, ajudamos os nossos clientes a gerir a informação de forma eficiente, segura e sustentável.

Num contexto em que as organizações procuram ganhar eficiência, automatizar processos e tirar maior partido dos seus dados, a gestão da informação tornou-se uma prioridade de negócio.

Quando acompanhamos os nossos clientes na tomada de decisões sobre a sua infraestrutura de impressão e gestão documental, convidamo-los sempre a refletir sobre vários fatores-chave que vão muito além das especificações técnicas de um equipamento.

O primeiro passo passa por **compreender as necessidades reais** do negócio e os fluxos de informação que suportam a sua atividade.

Outro fator essencial é **o custo total de propriedade**. O investimento não deve ser avaliado apenas pelo preço de aquisição, mas também pelo consumo energético, custos de manutenção, eficiência dos consumíveis e impacto operacional ao longo do ciclo de vida da solução.

A capacidade de **evolução tecnológica** é igualmente determinante. Num mercado em constante transformação, as organizações necessitam de soluções preparadas para acompanhar novos requisitos de negócio, segurança e integração.

A segurança é hoje uma prioridade incontornável. Na Canon adotamos uma abordagem de **segurança 360º**, protegendo todas as camadas da infraestrutura documental, desde o equipamento e firmware até à rede, ao documento e ao utilizador. Para tirar partido das vantagens que a IA pode trazer às empresas os nossos equipamentos incorporam tecnologias de aprendizagem automática que ajudam a recomendar e implementar configurações de segurança adequadas a cada ambiente garantindo um nível ótimo de segurança no dispositivo.

Este enquadramento faz parte daquilo que designamos por **Smart Printing**. A impressão deixa de ser **uma função isolada para passar a integrar os processos de gestão da informação da organização**. Através da digitalização, captura inteligente de documentos e integração com plataformas cloud e sistemas empresariais, é possível automatizar tarefas, reduzir erros e aumentar a produtividade.

A **sustentabilidade** é um dos pilares da estratégia da Canon. Desde a fase de conceção dos produtos, avaliamos continuamente o seu desempenho ambiental, procurando reduzir consumos energéticos, utilizar materiais reciclados e prolongar a vida útil dos equipamentos. Isto traduz-se em decisões concretas de conceção, desde o tipo de toner ou do motor utilizado até à percentagem de materiais reciclados incorporados ou ao tipo de embalagem utilizada.

Esta abordagem inclui também processos avançados de reutilização de componentes e materiais, permitindo disponibilizar equipamentos com níveis de desempenho comparáveis aos de equipamentos novos, mas com uma redução significativa do impacto ambiental incorporando até 90% do seu peso em materiais reutilizados.

Na Canon acreditamos que o futuro da impressão passa por soluções cada vez mais inteligentes, seguras e sustentáveis, capazes de ajudar as organizações a gerir melhor a informação e a transformar os seus processos de negócio. ■

INFO
canon.pt

MAIS VALOR PARA O SEU NEGÓCIO

Rendimentos elevados por página, conetividade fácil e impressão de alta qualidade e a baixo custo com Maxify MegaTank



Canon

Impressão Empresarial: Mais do que Escolher uma Impressora

Num mercado onde é cada vez mais fácil comparar equipamentos, especificações e preços, o verdadeiro desafio para o Canal é outro: como criar mais valor para o cliente e, ao mesmo tempo, construir uma relação de negócio mais duradoura?



Na impressão empresarial, parte da resposta começa na escolha do próprio equipamento, mas outra parte igualmente relevante passa pelo serviço e pelo valor acrescentado que os parceiros de Canal podem complementar ao equipamento.

Uma impressora já não deve ser vista como um periférico isolado. Está ligada à rede, processa informação da empresa e é utilizada diariamente por diferentes pessoas. Por isso, características como segurança, fiabilidade e capacidade de gestão devem pesar tanto na decisão como características técnicas, qualidade ou preço.

SEGURANÇA COMEÇA NO EQUIPAMENTO

As organizações investem cada vez mais na proteção de PCs, identidades, aplicações e redes. É por isso importante que impressoras não fiquem fora desta estratégia.

Para o parceiro, isto cria uma oportunidade para elevar a conversa com o cliente. Em vez de discutir apenas características e preço, pode ajudá-lo a avaliar como os equipamentos protegem a informação e o próprio dispositivo, como recebem atualizações e como podem ser integrados e geridos dentro da infraestrutura de TI.

Quanto mais crítica é a utilização, mais importante se torna escolher equipamentos pensados desde a origem para um ambiente empresarial.

FIABILIDADE TAMBÉM TEM VALOR

Um equipamento que funciona de forma consistente, que responde às necessidades dos utilizadores e que reduz interrupções tem impacto direto na experiência do cliente.

E é aqui que o preço inicial pode contar apenas parte da história.

Uma decisão empresarial deve considerar todo o período de utilização: manutenção, suporte, gestão, consumíveis, segurança, disponibilidade e capacidade de acompanhar as necessidades da organização.

Para o Canal, trabalhar com plataformas profissionais robustas permite deixar de competir apenas pelo preço da caixa e passar a discutir valor ao longo do ciclo de vida.

UMA OPORTUNIDADE PARA FICAR MAIS PRÓXIMO DO CLIENTE

Há ainda outra vantagem importante. Equipamentos empresariais mais completos criam mais oportunidades para o parceiro acrescentar valor antes e depois da venda.

Pode começar por dimensionar corretamente a solução e configurar os equipamentos de acordo com o ambiente do cliente, continuando depois através do suporte, gestão, atualização, consumíveis e renovação do parque.

Isso transforma uma transação pontual numa relação com mais continuidade e torna o parceiro mais relevante para as equipas de TI e para o negócio.

VENDER CONFIANÇA, NÃO APENAS PÁGINAS

O futuro da impressão empresarial não passa necessariamente por tornar tudo mais complexo. Passa por fazer melhor aquilo que realmente importa.

Para o cliente, significa dispor de equipamentos seguros, fiáveis e fáceis de gerir.

Para o parceiro, significa ter uma proposta que permite diferenciar-se para além do preço, acrescentar serviços, reforçar a relação com o cliente e criar oportunidades ao longo de todo o ciclo de vida do equipamento.

No final, talvez essa seja a evolução mais importante: deixar de vender apenas uma impressora e passar a vender confiança na infraestrutura que suporta o trabalho todos os dias. ■

INFO

hp.com › pt-pt



Uma impressora com proteção contra ataques quânticos.

Descobre mais soluções de impressão

O futuro da gestão documental já não é apenas digital



A Inteligência Artificial está a transformar a gestão documental, permitindo automatizar tarefas, encontrar informação e apoiar decisões. Mas, para que estas capacidades produzam resultados, há uma condição essencial: a informação tem de estar organizada, acessível e protegida

Durante anos, digitalizar documentos foi sinónimo de modernização. As empresas substituíram arquivos físicos por ficheiros digitais, criaram pastas partilhadas e adotaram plataformas de armazenamento. No entanto, digitalizar não significa necessariamente organizar. E ter milhares de documentos guardados não garante que seja possível encontrar a informação certa quando ela é necessária.

Com a chegada da Inteligência Artificial à gestão documental, esta diferença tornou-se ainda mais evidente.

Hoje, a tecnologia já permite reconhecer e extrair informação de documentos, classificá-los automaticamente, pesquisar conteúdos através de perguntas em linguagem natural e gerar resumos. Pode ainda apoiar a execução de tarefas e automatizar fluxos de trabalho, reduzindo intervenções manuais e acelerando processos.

Imagine-se uma empresa que recebe diariamente centenas de faturas, contratos e pedidos. Com recurso à IA, é possível identificar o tipo de documento, extrair os dados relevantes e encaminhá-lo para o processo adequado. Uma fatura pode seguir para validação, um contrato pode ser associado ao respetivo dossier e um pedido pode ser encaminhado para a equipa responsável.

A diferença está em deixar de tratar os documentos como ficheiros isolados e começar a integrá-los nos processos do negócio.

Outra evolução importante é a possibilidade de interagir diretamente com a informação. Em vez de procurar manualmente um documento e percorrer várias páginas, um colaborador pode colocar uma pergunta e obter uma resposta baseada nos conteúdos disponíveis. Esta capacidade pode ser particularmente útil na análise de contratos, consulta de procedimentos internos ou pesquisa de informação financeira.

A Inteligência Artificial só é tão eficaz quanto a qualidade da informação que encontra.

Contudo, estas funcionalidades dependem da qualidade da informação. Se os documentos estiverem dispersos, duplicados ou desatualizados, a IA poderá produzir respostas incompletas ou pouco fiáveis. A tecnologia não substitui uma boa organização documental; depende dela.

É por isso que a gestão documental inteligente deve começar pela definição de critérios de classificação, regras de acesso, processos claros e integração entre sistemas. Só assim é possível garantir que a informação circula de forma consistente e chega às pessoas certas.

Quando a informação está disponível no momento certo, as decisões tornam-se mais rápidas e mais seguras.

A segurança é igualmente determinante. A utilização de IA sobre informação empresarial exige controlo de permissões, rastreabilidade e proteção de dados. Não basta tornar os documentos mais fáceis de consultar: é necessário assegurar que cada utilizador acede apenas à informação para a qual está autorizado.

Esta transformação também altera o papel dos equipamentos de impressão e digitalização. A captura de documentos deixa de ser apenas a conversão de papel em formato digital e passa a representar o primeiro passo de um processo inteligente, no qual a informação é reconhecida, classificada e encaminhada automaticamente.

O verdadeiro potencial da IA na gestão documental não está, por isso, numa funcionalidade isolada. Está na combinação entre informação estruturada, automação, integração e capacidade de análise.

Sem informação estruturada, a IA procura dados. Com informação organizada, gera valor.

À medida que as organizações procuram ganhar eficiência e responder mais rapidamente às exigências do negócio, esta combinação será cada vez mais importante.

Porque o futuro da gestão documental não passa por guardar mais documentos. Passa por transformar a informação que já existe em conhecimento útil, acessível e capaz de apoiar melhores decisões. ■

INFO

konicaminolta.pt

KONICA MINOLTA

Os seus documentos têm muito mais para dizer do que imagina

Só precisam de alguém que lhes faça as perguntas certas.

O **Waidok® é a plataforma de gestão documental** que organiza, centraliza e protege toda a informação da sua empresa.

Agora, com as **novas funcionalidades de Inteligência Artificial**, pode conversar com os seus documentos em linguagem natural para **obter respostas imediatas, gerar resumos, extrair informação relevante, automatizar tarefas e criar agentes especializados.**

Porque quando a **Inteligência Artificial** trabalha sobre informação organizada, cada documento deixa de ser um arquivo. Passa a ser conhecimento pronto a utilizar.

Faça as perguntas certas.
Transforme documentos em conhecimento.

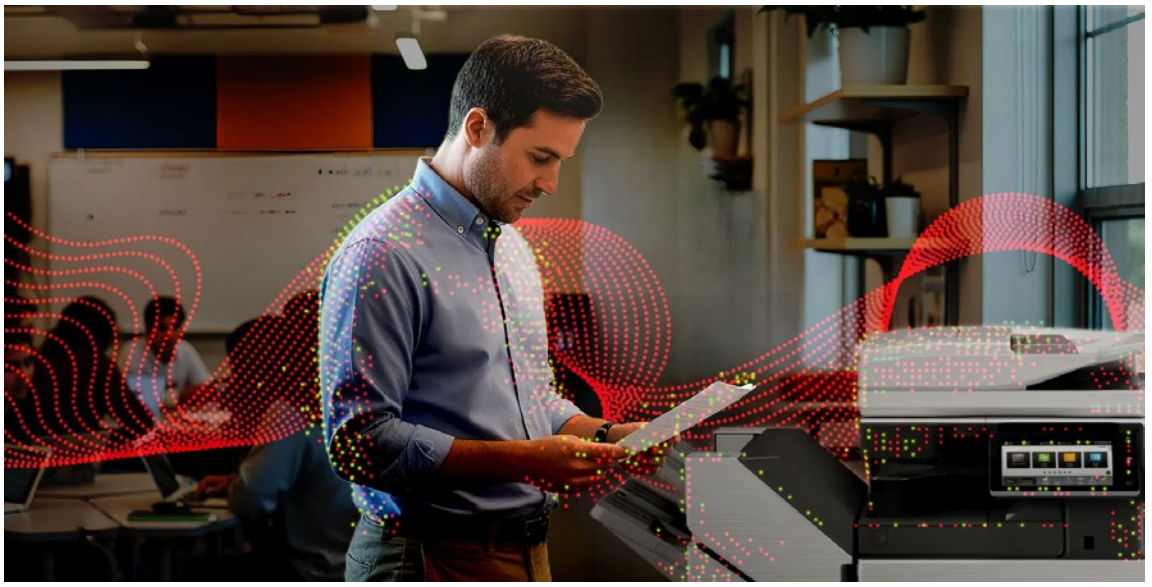
WAIDOK® DOCUMENT INTELLIGENCE

Peça uma demonstração gratuita

waidok.com

O futuro da impressão passa por ligar pessoas e tecnologia

Desde 1977, a Multimac e a Sharp partilham uma visão de inovação, proximidade e evolução tecnológica. Hoje, esta parceria combina impressão, gestão documental, soluções audiovisuais e serviços de TI para responder aos desafios das empresas e às novas formas de trabalhar



UMA VISÃO INTEGRADA

Na Multimac, acreditamos que a tecnologia deve simplificar o trabalho e responder às necessidades reais de cada organização. Por isso, combinamos o conhecimento das soluções Sharp com competências próprias em serviços de TI, gestão documental, infraestruturas e suporte técnico.

Esta abordagem permite-nos acompanhar os clientes desde a identificação das necessidades até à implementação, integração e assistência técnica. Mais do que fornecer equipamentos, procuramos criar soluções que melhorem processos, facilitem a colaboração e acompanhem a evolução de cada negócio.

DA IMPRESSÃO AOS PROCESSOS DIGITAIS

Os multifunções Sharp permitem integrar documentos físicos nos processos digitais das empresas. Através da digitalização e das soluções de gestão documental, a informação pode ser encaminhada para os sistemas e aplicações utilizados diariamente, reduzindo tarefas repetitivas e facilitando o acesso aos documentos.

O Synappx Cloud Capture acrescenta capacidades de inteligência artificial à gestão documental, permitindo classificar documentos e extrair dados de faturas e formulários. A informação pode depois ser integrada nos processos empresariais, com validações definidas de acordo com as necessidades de cada organização.

MOBILIDADE E SEGURANÇA

A mobilidade e o trabalho híbrido exigem continuidade entre utilizadores, documentos e equipamentos. O Synappx Cloud Print permite gerir a impressão através da cloud, com autenticação e libertação segura dos trabalhos em dispositivos compatíveis. A gestão centralizada ajuda a acompanhar a utilização em ambientes distribuídos.

À medida que os equipamentos se tornam mais conectados, a proteção da informação assume maior importância. O controlo de acessos, a autenticação dos utilizadores e a atualização dos equipamentos são medidas fundamentais. Nos multifunções Sharp compatíveis, a proteção antimalware Bitdefender, disponível como opção, acrescenta uma camada de segurança.

COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO

A informação também precisa de ser apresentada numa reunião ou comunicada num espaço de atendimento. Os ecrãs profissionais Sharp para sinalética digital e os displays interativos permitem apresentar conteúdos, partilhar ideias e colaborar em diferentes contextos.

A filosofia One Sharp aproxima estas soluções da impressão e dos serviços de TI, ligando diferentes momentos da atividade empresarial. O nosso acompanhamento procura adequar cada solução ao espaço, ao público e às equipas, com atenção à facilidade de utilização e à integração no ambiente existente.

ACOMPANHAMENTO CONTÍNUO

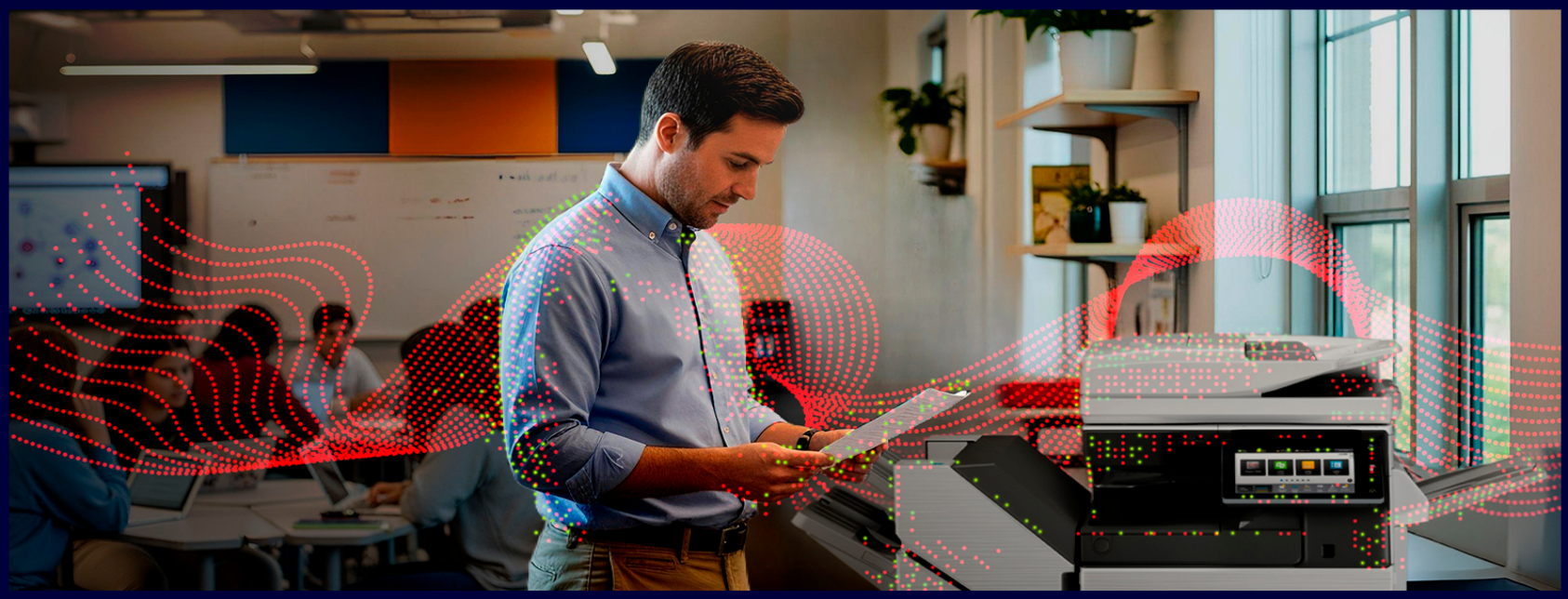
A assistência técnica, a manutenção e os serviços geridos de impressão prolongam a relação com o cliente durante a utilização dos equipamentos. Conhecer o desempenho do parque e acompanhar as necessidades das equipas permite ajustar a resposta à evolução da atividade.

O Synappx Manage reforça esta capacidade ao centralizar a gestão de equipamentos compatíveis, incluindo multifunções e ecrãs. A monitorização, os relatórios de utilização e as ferramentas de manutenção remota dão maior visibilidade sobre o parque e apoiam uma intervenção mais informada. A análise de volumes e consumos ajuda também a ajustar recursos e a identificar desperdícios.

A parceria entre a Multimac e a Sharp continua a evoluir, combinando a inovação tecnológica com a experiência, a proximidade e a capacidade de acompanhamento da Multimac. Porque o futuro não passa apenas por imprimir melhor. Passa por trabalhar de forma mais inteligente. ■

INFO

multimac.pt
sharp.eu



Ajudamos as empresas a crescer e a evoluir através da tecnologia, num mundo em constante movimento.



Connecting people and technology

multimac.pt
sharp.eu

multimac
hito innovation

SHARP

part of koesio & GRUPO solitium



Quando o seu equipamento dura mais, todos ganham

Há uma pergunta que raramente fazemos quando compramos uma impressora: quanto tempo vai durar? No nosso setor, a resposta costuma ser três a cinco anos. Mas e se pudéssemos duplicar esse tempo?

Na Xerox, acreditamos que a durabilidade não é um acaso — é uma decisão de engenharia. Chamamos a isto "engenharia intencional": estruturas robustas em aço industrial, materiais cuidadosamente selecionados e uma vida útil planeada de sete anos ou mais. Em ofertas aplicáveis de economia circular, até 95% dos componentes dos equipamentos, por peso, podem ser reaproveitados. O resultado são poupanças estimadas de mais de 90% de CO2 nas fases de matérias-primas e fabrico — até 1,3 toneladas de CO2 poupadas por equipamento, comparado com um dispositivo novo.

Mas não ficamos por aqui. As novas impressoras Xerox C2xx e C3xx já incorporam até 54% de plástico reciclado pós-consumo (PCR), e a Xerox Série 9 atinge 73%, um valor de referência na indústria. A grande maioria dos dispositivos de escritório Xerox tem a certificação Blue Angel, uma das mais exigentes do mundo.

MANTER OS DISPOSITIVOS RELEVANTES DURANTE MAIS TEMPO

Durabilidade não significa apenas construir melhor. Significa também manter os dispositivos capazes e atualizados ao longo do tempo. Sensores IoT monitorizam o equipamento, enquanto a manutenção preditiva com IA e a análise de dados ajudam a reduzir paragens inesperadas e a prolongar o uso. Mais memória, poder de processamento multicore e atualizações de segurança contínuas mantêm os dispositivos.

Para as empresas, isto traduz-se num menor custo total de propriedade e menos interrupções operacionais. Para o setor público, comprar equipamentos com menor pegada de CO2 demonstra boa gestão do dinheiro dos contribuintes e um compromisso real com o ambiente.

DA TEORIA À PRÁTICA: PROJETOS EUROPEUS DE CIRCULARIDADE

A Europa está a colocar a circularidade no centro da sua agenda. É por isso que somos o único fabricante original de equipamento (OEM) de impressoras a participar em dois projetos de circularidade financiados pela UE no âmbito do Horizon Europe: o CE-RISE e o DiCiM. Juntámo-nos a esta iniciativa na qualidade de fabricante, trazendo décadas de experiência em refabricação como ambiente de teste real.

No projeto CE-RISE, ajudamos a desenvolver o Passaporte Digital do Produto (PDP) — um sistema que acompanha cada dispositivo desde a fábrica até ao fim da vida, registando materiais, pegada de carbono e histórico de uso. No fim da vida útil, uma simples leitura decide se o equipamento volta para refabricação ou é encaminhado para reciclagem. O resultado é uma cadeia de dados fiável que dá aos compradores de segunda vida informação real sobre o que estão a adquirir.

No DiCiM, usamos monitorização remota IoT e análise com IA para identificar quais os dispositivos adequados para refabricação e quais podem ser reparados localmente. Isto torna os processos circulares mais eficientes e reduz a necessidade de inspeções físicas.

Juntos, o CE-RISE e o DiCiM mostram algo importante: a circularidade depende tanto da informação quanto da engenharia.

CONSTRUIR O FUTURO COM DADOS E ENGENHARIA

Refabricamos os nossos dispositivos e cartuchos há décadas. Os nossos cartuchos podem ser refabricados até dez vezes, contra a norma da indústria de duas a três. Esta experiência, combinada com a próxima geração de ferramentas digitais, está a transformar a circularidade numa realidade operacional — não apenas numa ambição política.

Acreditamos que produtos duradouros, dados fiáveis e processos circulares inteligentes são o caminho para um futuro mais sustentável. E estamos a construí-lo hoje.

Mais informação: *xerox.pt* ■

INFO

xerox.com › pt-pt

xerox™

Novas impressoras A3 Xerox Série 9

Versátil. Simples. Sustentável.



xerox.pt

© Xerox Corporation. Todos os direitos reservados. Xerox® é uma marca comercial da Xerox Corporation nos Estados Unidos e/ou em outros países.

Distribuição reforça trajetória positiva e cresce a dois dígitos em Portugal

O mercado português de distribuição IT voltou a acelerar em 2025, registando um crescimento nominal de 10,7%, depois dos 6,4% alcançados no ano anterior. Impulsionado pela cloud, cibersegurança e inteligência artificial, o setor reforça a trajetória de crescimento e consolidação

por *Marta Quaresma Ferreira e Jorge Bento*

Os dados que revelamos na edição deste ano do Top Channel demonstram que 2025 foi um ano de 'ouro' e, sobretudo, de consolidação para o mercado de distribuição IT em Portugal.

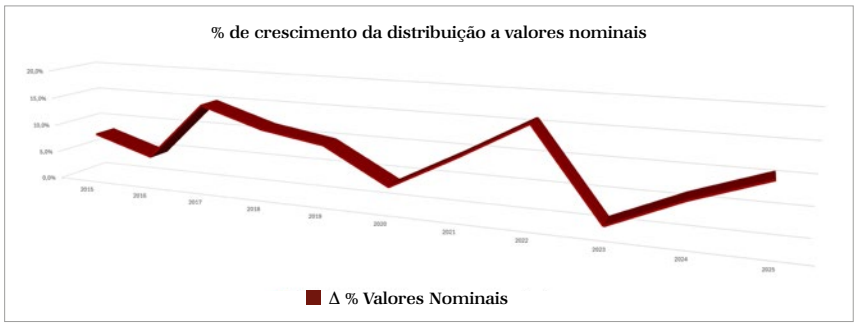
A análise anual do IT Channel sobre o mercado de distribuição em Portugal, com base no volume de distribuidores Broadliner, VAD (Valued Added Distributors) e Especializados, revela um cenário dinâmico e positivo, com o mercado de distribuição IT em Portugal a crescer 10,7% em termos nominais em 2025, num total de 1,48 mil milhões de euros.

Depois de ter crescido acima dos 6,4% em termos nominais em 2024, a distribuição IT através do Canal volta a consolidar o crescimento, ultrapassando os dois dígitos.

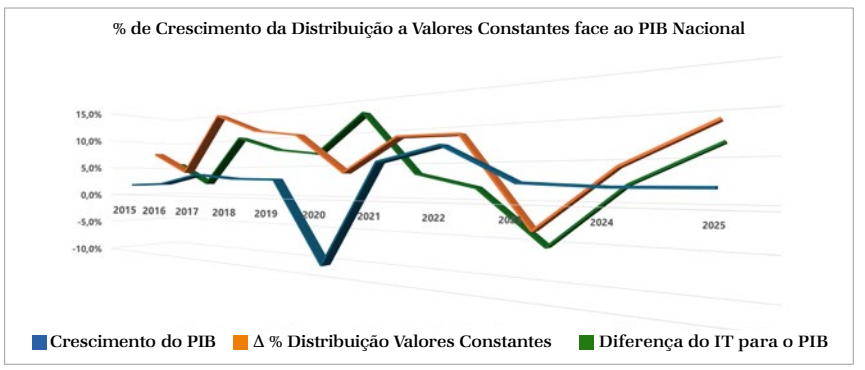
Os dados apresentados para Portugal encontram-se acima da previsão avançada pela Context em março de 2025 para a Europa. À data, a empresa de análise de mercado especializada no Canal IT dava conta de um possível crescimento de 3,6% para o mercado de distribuição IT europeu, depois de dois anos de "estagnação e declínio". Os investimentos em Inteligência Artificial (IA), os ciclos de renovação de PC e as iniciativas do setor público foram apontados como alguns dos principais catalisadores para este crescimento.

Ainda assim, e à semelhança do que aconteceu em 2024, a cloud e a cibersegurança, a par da IA, contribuíram para consolidar os valores de crescimento registados no mercado.

Os dados apresentados nesta edição provêm de 26 empresas e foram obtidos, na sua maioria, através da Parceria estabelecida com a Informa D&B, que permite ao IT Channel recolher dados referentes ao volume de vendas das empresas através do depósito de contas gerado a partir da entrega da Informação Empresarial Simplificada (IES) por parte das organizações visadas. Quando o mesmo não é possível, são as próprias empresas que fornecem os dados ao IT Channel sobre o volume de negócios referente a Portugal ou desagregados apenas para a atividade da distribuição.



	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Δ % Distribuição valores nominais	8,0%	4,7%	15,0%	11,6%	9,8%	3,7%	9,7%	16,1%	1,1%	6,4%	10,7%



	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Crescimento do PIB	1,8%	2,0%	3,5%	2,9%	2,7%	-9,0%	4,9%	6,7%	2,30%	1,9%	1,9%
Δ % Distribuição Valores Constantes	7,5%	4,1%	13,6%	10,6%	9,5%	3,7%	8,4%	8,3%	-3,20%	4,0%	8,4%
Diferença do IT para o PIB	5,7%	2,1%	10,1%	7,8%	6,8%	12,3%	3,5%	1,6%	-5,50%	2,1%	6,5%
Δ % Distribuição a Valores Nominais	8,0%	4,7%	15,0%	11,6%	9,8%	3,7%	9,7%	16,1%	1,10%	6,4%	10,7%
Índice de preços ao consumidor (INE)	0,5%	0,6%	1,4%	1,0%	0,3%	0,0%	1,3%	7,8%	4,30%	2,4%	2,3%

INGRAM MICRO®

A tecnologia liga-nos.
A confiança une-nos.

Porque por trás de cada
ligação tecnológica existe
uma relação de confiança.



Visite o nosso site

pt-new.ingrammicro.com

+351 21 915 43 40
pt.servicoclientes@ingrammicro.com

INGRAM MICRO®



INFORMA

Em 2025, o PIB nacional cresceu 1,9%, o mesmo que em 2024. Ao descontarmos o valor da inflação (2,3%), o mercado da distribuição passa para 8,4%, um valor duas vezes acima do registado em 2024 (4%). A variação entre o PIB e a distribuição foi de 6,5% em 2025, um valor superior aos 2,1% registados no período homólogo.

TOP CINCO VOLTA A CONSOLIDAR-SE

Na análise à tabela de distribuidores por volume de vendas em 2025, a **TD Synnex** volta a destacar-se no primeiro lugar, liderando, pelo nono ano consecutivo, o mercado de distribuição IT em Portugal. Em 2025, a distribuidora reportou um volume de negócios de quase 686 milhões de euros, o que se traduz num crescimento de 4,6% face aos valores apresentados em 2024 (656 milhões de euros). A variação foi, no entanto, mais modesta do que aquela registada entre 2023 e 2024 (11,6%).

O segundo lugar é ocupado uma vez mais pela **CPCdi**, que reportou um volume de negócios de 254 milhões de euros, um crescimento de 4,6% relativamente a 2024, onde o valor foi de 243 milhões de euros.

O pódio desta edição fecha com a **Ingram Micro**, que esteve ausente da análise do Top Channel desde 2022. De acordo com os dados da Informa D&B, a distribuidora reportou 153 milhões de euros em 2024. Apesar de não ser possível aceder aos dados de 2025, a informação avançada em julho, aquando do evento que juntou a equipa ibérica da distribuidora em Portugal, revela que os valores se encontravam perto dos 200 milhões de euros de receita anual no mercado português. Caso este cenário se confirme, estamos a falar de um crescimento de 30,7% em 2025 para a distribuidora, aumentando para 12,7% o crescimento total do mercado de distribuição IT em Portugal.

A **Also**, que ocupa este ano a quarta posição depois da entrada da Ingram Micro, reportou um volume de vendas de 136 milhões de euros, um crescimento de 3,2% comparativamente aos 132 milhões de euros registados em 2024.

O top cinco fecha com a **Databox** que, ao contrário da edição do ano passado do Top Channel, registou uma quebra de -2,3%, passando de 110 milhões de euros em 2024 para 107 milhões de euros em 2025. É um dos poucos distribuidores que registou perdas, a par de outras quatro empresas contempladas nesta análise.

À semelhança das edições anteriores, e até à data de fecho desta edição, não foi possível obter os dados referentes ao volume de negócios da **Arrow ECS Portugal** através da informação pública. No entanto, sabe o IT Channel que, caso os dados fossem publicados, a Arrow ECS Portugal ocuparia a segunda posição da tabela publicada.

PERSPETIVAS POSITIVAS ESTENDEM-SE A QUASE TODA A TABELA

Este ano, o **Grupo Esprinet** passou a ter uma liderança única para o negócio de distribuição geral e para o de valor acrescentado. Por essa razão, apresentamos os dados consolidados das duas empresas. Em conjunto, o Grupo Esprinet faturou 106 milhões de euros em 2025, contra 72,2 milhões reportados 2024, um crescimento de 46,8%. Com este valor, o grupo ocupa a sexta posição da tabela.

Depois da aquisição da **Crayon** por parte da **SoftwareOne**, no verão de 2025, a empresa passou de um volume de negócios de 47,4 milhões em 2024 para 77,7 milhões em 2025, um crescimento robusto de 63,9%. Neste caso, os dados foram fornecidos pela própria empresa, tal como indicado na tabela de distribuidores.

A **MCR** surge este ano na tabela do Top

TABELA DE DISTRIBUIDORES POR VOLUME DE VENDAS EM 2025

Valores em milhares de euros. Empresas ordenadas pelo volume de negócios de 2025 ou, na sua ausência, de 2024.

Empresa	Tipo de distribuidor	Volume de Negócios 2024	Volume de Negócios 2025	Δ % VN	Fonte
TD SYNNEX	Broadliner	656 000	685 980	4,6%	a)
CPCdi	Broadliner	243 157	254 271	4,6%	Informa
Ingram Micro	Broadliner	153 057			Informa
Also	Broadliner	132 459	136 641	3,2%	Informa
Databox	Broadliner	110 130	107 590	-2,3%	Informa
Grupo Esprinet	Broadliner + VAD	72 200	106 000	46,8%	b)
SoftwareOne (ex-Crayon)	Especializado	47 428	77 719	63,9%	a)
Westcon	VAD	54 190			Informa
MCR	Broadliner	39 000	59 000	51,3%	a)
Suprides	Broadliner	23 042	32 179	39,7%	Informa
Exclusive Networks	VAD	20 070			Informa
Esistemas	Especializado	13 911	19 138	37,6%	Informa
Case King	Especializado	12 800	14 871	16,2%	c)
WDMI	Especializado	12 177	14 378	18,1%	Informa
Multimac Hito Innovation	Especializado	8 468	12 406	46,5%	Informa
EET	Especializado	11 637			Informa
Minitel	VAD	10 465	11 592	10,8%	Informa
NEXUS	VAD	9 803	11 509	17,4%	Informa
Niposom	Especializado	12 268	11 358	-7,4%	Informa
Tenmega	Especializado	3 288	4 449	35,3%	Informa
Lusomatrix	Especializado	4 539	3 060	-32,6%	Informa
Voxsys	VAD	2 827	2 802	-0,9%	Informa
WhiteHat	VAD	2 424	2 775	14,5%	Informa
LISCIC	Especializado	2 188	2 130	-2,7%	Informa
Zaltor	VAD	876	1 807	106,3%	a)
Optivisus	Especializado	1 012	1 109	9,5%	Informa
Total		**1 420 463**	**1 572 764**	**10,7%**	

Fonte: Informa D&B, a partir da Informação Empresarial Simplificada (IES), com exceção de:
a) Dados fornecidos pela empresa.
b) Dados fornecidos pela empresa, consolidados a partir dos dados individuais da Esprinet Portugal e da V-Valley Advanced Solutions Portugal.
c) Dados fornecidos pela empresa, relativos apenas à atividade de distribuição.

Nota: Foram consideradas as empresas a operar em Portugal cuja atividade principal é a distribuição de IT e cujo volume de negócios em 2025 é superior a 1 milhão de euros.

MCR AO SERVIÇO DO CANAL DE TECNOLOGIA EM PORTUGAL

CANAL IT | RETALHO | GAMING | PRO AV | SEGURANÇA ELETRÓNICA
DRONES PROFISSIONAIS | ENTERPRISE & SYSTEMS | EDUCAÇÃO



MCR.COM.ES/PT/



Channel, depois de ter apresentado um volume de vendas de 39 milhões de euros em 2024 e 59 milhões de euros em 2025, num crescimento de 51,3%.

Após ter registado uma queda no volume de vendas entre 2023 e 2024, a **Suprides** registou uma recuperação positiva ao crescer de 23 para 32 milhões de euros, num crescimento de 39,7%.

A **Ésistemas** mantém a sua jornada de crescimento, com um aumento de 13,9 milhões de euros para 19,1 milhões de euros (+37,6%). Apesar da evolução positiva, o crescimento foi mais contido do que aquele registado entre 2023 e 2024 (+48,5%).

A **Case King**, que fornece os próprios dados desagregados para a atividade da distribuição, registou um volume de negócios de 14,8 milhões de euros em 2025, um aumento de 16,2% face aos 12,8 milhões de euros registados em 2024. De seguida, a **WDMI** apresenta um valor ligeiramente mais baixo, 14,3 milhões de euros em 2025, num crescimento de 18,1% face ao ano anterior (12,1 milhões de euros).

A **Multimac Hito Innovation** surge logo depois, com 12,4 milhões de euros reportados em 2025, um aumento expressivo de 46,5% relativamente a 2024 (8,4 milhões de euros).

A **Minitel** reporta em 2025 11,5 milhões de euros, um aumento de 10,8% face aos 10,4 milhões registados no ano anterior. A **Nexus** segue a mesma linha com 11,5 milhões em 2025 (+17,4%), face a 2024.

À semelhança do ano passado, o volume de vendas da **Niposom** volta a decrescer (-7,4%), passando de 12,2 para 11,3 milhões de euros. Ainda assim, a queda foi mais acentuada entre 2023 e 2024 (-14,7%).

Depois de um crescimento mais modesto (1,9%) na edição anterior, a **Tenmega** registou um volume de vendas na ordem dos 4,4 milhões de euros em 2025, refletindo-se num aumento de 35,3% face a 2024 (3,2 milhões de euros).

A **Lusomatrix**, que se posicionava acima da Tenmega na tabela de distribuidores do Top Channel de 2025, encontra-se este ano na posição abaixo, voltando a perder -32,6% do volume de vendas em 2025 (três milhões de euros), comparativamente a 2024, onde o volume de negócios foi de 4,5 milhões de euros. É, de resto, a maior queda registada na edição deste ano do ranking da distribuição IT realizada pelo IT Channel.

A **Voxsys** também registou uma queda de -0,9% no volume de negócios, que foi de 2,8 milhões de euros em 2025. Já a **WhiteHat** continua a consolidar o seu crescimento (+14,5%), com um volume de negócios na ordem dos 2,7 milhões de euros em 2025, depois de ter reportado 2,4 milhões no período homólogo.

A **Liscic** volta a perder terreno, depois de ter registado 2,1 milhões de euros em volume de negócios, uma variação de -2,7% face aos dados de 2024.



Ilustração por upklyak - Magnific.com

A **Optivisus** volta a ocupar o último lugar da tabela, apesar do crescimento de 9,5% registado de 2024 (um milhão de euros) para 2025 (1,1 milhões de euros).

O CASO DA ZALTOR

O IT Channel cometeu um erro. Na edição de 2025 do Top Channel, os dados provenientes da Informa D&B, referentes ao volume de negócios da **Zaltor**, davam conta de um volume de vendas de 4.562 mil euros (2023) e 22.237 mil euros (2024). No entanto, os dados apresentados, tal como surgem na tabela, induzem em erro e culminam numa análise errada, uma vez que foram representados como sendo 22,2 milhões de euros. Como consequência, o valor colocou a Zaltor erradamente entre os primeiros dez distribuidores. Nesta edição, e com os dados fornecidos pela própria distribuidora, é possível traçar o retrato verdadeiro do volume de negócios da Zaltor em Portugal. Em 2024, o valor foi de 876 milhões de euros, tendo crescido para 1,8 milhões de euros em 2025, num crescimento expressivo (+106,3%).

OS CASOS ESPECIAIS

O IT Channel decidiu apresentar nesta edição três casos particulares em que os dados referentes ao volume de negócios estão incompletos. O primeiro é a Westcon que, apesar de ter registado 54,1 milhões de euros em 2024, não foi possível obter os dados sobre o volume de negócios registado em 2025. Ainda assim, e de acordo com uma possível previsão alinhada com o retrato da edição de 2025 (onde foi registado um decréscimo de -1%), a empresa ocuparia a posição entre a SoftwareOne e a Suprides na tabela de distribuidores, numa eventual 'disputa de posições' com a MCR.

A Exclusive Networks é outro dos casos. Dados fornecidos pela Informa D&B revelam que a distribuidora reportou um volume de negócios na ordem dos 20 milhões de euros em 2024, num crescimento de 62% face ao volume de vendas de 2023 (12,3 milhões de euros). No entanto, não foi possível obter os dados atualizados para 2025, não tendo sido igualmente possível apurar o valor junto da própria Exclusive Networks. Ainda assim, a

zaltor
Software Distribution

Tecnologia que impulsiona o seu negócio

Soluções inovadoras dos principais fabricantes de software para impulsionar a eficiência, a segurança e o crescimento da sua empresa.



Acronis | ATERA | Akamai | AnyDesk | edorteam | GFI Software

Goodweek | HALOPSA | invisible-bits | KEEPER | Lansweeper | MailStore by opentext

N-ABLE | opentext | PAESSLER | SONICWALL | SOLARWINDS | SOTI

ThreatDown Powered by Malwarebytes | Threema | TrustBuilder | vicarius

Um portfólio completo e especializado
Soluções líderes para responder aos desafios atuais do mercado.

Mais valor para o canal
Formação, suporte e recursos para impulsionar o seu negócio.

Parceria de longo prazo
Acompanhamento comercial e técnico dedicado.

Crescimento sustentável
Tecnologia para um futuro mais eficiente, seguro e responsável.

Contacte-nos →

www.zaltor.com

Siga-nos no LinkedIn

tabela reflete a possível posição caso fossem conhecidos os dados.

O mesmo se aplica ao caso da EET: em 2024 registou 11,6 milhões de euros, face a 10,7 milhões de euros apresentados em 2023 (+7,8%). Ainda assim, não foi possível apurar o volume de vendas de 2025. A tabela apresenta também aqui a possível posição que a distribuidora ocuparia caso fossem conhecidos os dados de 2025.

A Ignition Portugal volta estar ausente desta edição. Ainda que não sejam conhecidos os dados para a atividade da distribuição em Portugal, a empresa refere que terminou o ano de 2024 com um crescimento de 15% em faturação. Em 2025, e apesar do crescimento não ter sido uniforme, o resultado de faturação foi acima do esperado, com um crescimento de 24%, mas com redução na margem média libertada.

2026 COM SINAIS DE RESILIÊNCIA

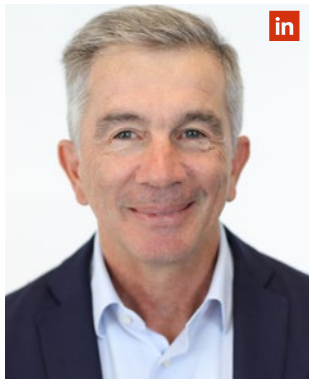
O ano ainda não terminou, mas o arranque de 2026 foi positivo para o mercado europeu de distribuição IT. De acordo com o *Weekly IT Industry Forum*, lançado pela Context em janeiro, a procura empresarial resiliente e a recuperação consistente do software e da infraestrutura definiram, desde logo, a expectativa e o ritmo expectável.

Em setembro, a Context reviu em alta a previsão para a distribuição IT em 2026, aumentando para 7,5% o crescimento das receitas no mercado europeu, depois de um desempenho no primeiro semestre acima das expectativas.

O aumento de receitas estará, contudo, associado ao valor, com um maior investimento em produtos mais caros e tecnologias de especificações superiores, sem que exista uma expansão proporcional das unidades vendidas através do Canal de Parceiros.

A Context antecipara uma segunda metade de 2026 positiva, ainda que a tendência aponte para uma desaceleração gradual. ■

AUGUSTO SOVERAL, SENIOR VICE-PRESIDENT DA TD SYNNEX PARA A ZONA IBÉRICA



"Em 2025, registámos um volume de negócios de 685.98 milhões de euros, um crescimento de cerca de 4.6% face aos 656 milhões de euros alcançados em 2024. Mais do que o crescimento da faturação, estes resultados refletem a transformação acelerada do mercado tecnológico e a nossa capacidade de acompanhar os Parceiros para as áreas de maior valor e crescimento. Mantendo a escala e a relevância do negócio de Endpoint, continuámos a reforçar a nossa especialização em Soluções Avançadas, num mercado cada vez mais impulsionado por Cloud, Cibersegurança, Dados e Inteligência Artificial. O nosso foco está em transformar estas grandes tendências tecnológicas em oportunidades concretas de negócio para o Canal, combinando tecnologia, conhecimento, serviços e um ecossistema alargado de fabricantes e Parceiros."

PEDRO QUIROGA, CEO DO GRUPO MCR



"Em 2025, a MCR confirmou a sua trajetória de crescimento em Portugal, evoluindo de 39 milhões de euros em 2024 para 59 milhões. Em 20 anos, passámos de uma operação com uma única pessoa para uma equipa local cada vez mais completa, reforçando a proximidade com os nossos clientes e o desenvolvimento das marcas que representamos no mercado português. Em 2026, prevemos aproximar-nos dos 70 milhões e continuamos a investir: reforço da equipa, novo website e operação logística em Portugal, para melhorar processos e capacidade de resposta. Mantendo esta trajetória, a ambição da MCR é atingir em 2027 um volume de negócios próximo do dobro de 2024."

GIOVANNI TESTA, CEO DO GRUPO ESPRINET



"O mercado português voltou a demonstrar uma dinâmica muito positiva em 2025, com um aumento de 47% nas vendas líquidas do Grupo, atingindo os 106 milhões de euros. Este desempenho reflete a crescente maturidade do mercado português, a forte adoção de soluções de valor acrescentado e o investimento contínuo das organizações em áreas estratégicas, como a cloud, a cibersegurança e a transformação digital. Continuaremos a reforçar o nosso compromisso para com os Parceiros e fabricantes, apoiando o crescimento sustentável do ecossistema tecnológico em Portugal."

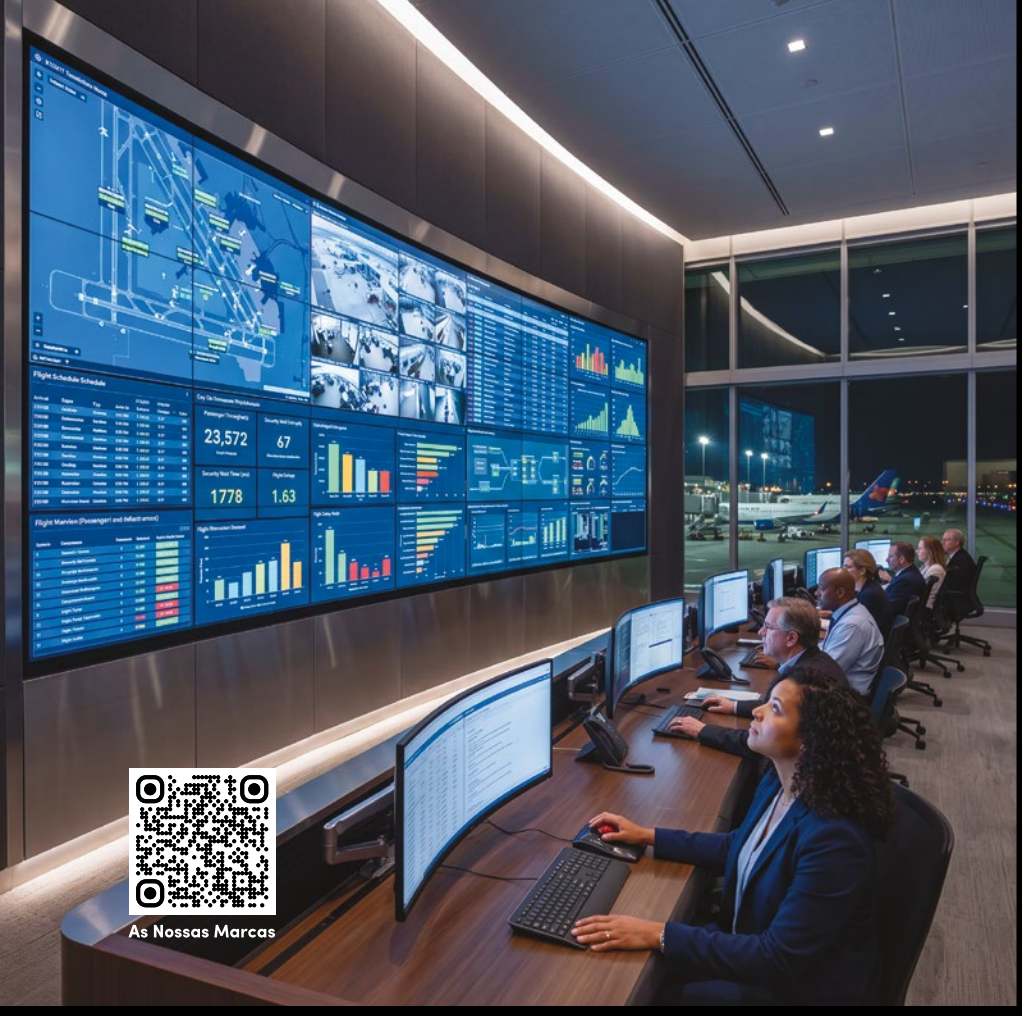
FICHA TÉCNICA

INFORMA

Os dados recolhidos são baseados no IES (Informação Empresarial Simplificada) entregue pelas empresas e recolhida pela especialista em informação financeira **Informa D&B**.

Foram consideradas todas as empresas que operam em Portugal, cujo volume de negócios é maioritariamente a atividade de distribuição e superior a dois milhões de euros. Estes dados foram obtidos através do IES ou diretamente fornecidos pela própria empresa com exceções devidamente assinaladas na tabela.

A Informa D&B não certifica os dados fornecidos diretamente ao IT Channel pelas próprias empresas que são da exclusiva responsabilidade de quem as comunicou.



As Nossas Marcas



é® SISTEMAS
VISUAL COMMUNICATION SOLUTIONS
MULTIMEDIA PRODUCTS

Centros de Operações e Salas de Controlo

SOLUÇÕES INTEGRADAS PARA AMBIENTES DE OPERAÇÃO CRÍTICA, COMBINANDO VISUALIZAÇÃO LED DE GRANDE FORMATO, POSTOS DE OPERAÇÃO 24/7, GESTÃO E DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS, COLABORAÇÃO E CONTROLO.

NOC - Network Operations Center
Centros de Operações de Rede

SOC - Security Operations Center
Centros de Operações de Segurança

Command & Control
Comando & Decisão

Emergency Operations
Coordenação & Resposta

Control Rooms
Operação & Monitorização

Crisis Rooms
Gestão de Crise

EXPERIENCE & INNOVATION · 23 ANOS · EXPERIENCE & INNOVATION ·

Aeroportos | Portos Marítimos | Data Centers | Trânsito Urbano | Smart Citys | Indústria | Centro de Operações de Energia

Tecnologia para operações onde cada decisão conta.

LED WALL / VIDEO WALL | SECRETÁRIAS TÉCNICAS 24/7 | KVM | AV OVER IP | PROCESSAMENTO E GESTÃO DE VIDEO WALL
SISTEMAS DE COLABORAÇÃO | VIDEOCONFERÊNCIA | ÁUDIO PROFISSIONAL | SISTEMAS DE CONTROLO | GESTÃO E DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS

Porto
RUA COMPANHIA DOS CAOLINOS Nº38
4460-205 SENHORA DA HORA
MATOSINHOS - PORTUGAL

Maia
RUA DE FRANCISCO DA SILVA DUARTE Nº 39 B
4475-269 SANTA MARIA DE AVIOSO
MAIA - PORTUGAL

Lisboa
ESTRADA CONSIGLIERI PEDROSO Nº71 - R/C - EDIFÍCIO G
2730-055 BARCARENA
QUELUZ DE BAIXO - PORTUGAL

AVIXA Member | PSNI GLOBAL ALLIANCE | SGS

DISTRIBUIDOR DE SOLUÇÕES AV | esistemas.pt | geral@esistemas.pt

O IT CHANNEL É MEDIA PARTNER DO ALSO CHANNEL TRENDS+VISIONS 2026

"Temos de pensar o futuro em conjunto": ALSO CTV desafia Parceiros a acelerar transformação

Capacitação do Canal, novidades exclusivas, networking e uma era marcada pela Inteligência Artificial: este é o retrato de mais uma edição do ALSO CTV, que voltou a moldar a visão do futuro, assente em Parcerias e na criação de valor para os negócios



Anabela Correia e João Mariano, da ALSO Portugal, durante a abertura do ALSO ChannelTends+Visions 2026

Os Parceiros e fabricantes da ALSO Portugal não faltaram à chamada e marcaram presença na edição do ALSO Channel Trends+Visions 2026, que decorreu no Panorama-Multiusos de Alcobaça.

Nas boas-vindas ao público, Anabela Correia, Chief Costumer Officer da ALSO Portugal, desafiou os participantes a ativarem Parcerias e a descobrirem oportunidades e soluções que vão ao encontro das necessidades dos clientes.

"Este evento tem um propósito de vos desafiar para podermos fazer coisas em comum e pensarmos o futuro de forma conjunta", afirmou a responsável, no arranque do evento.

A responsável da ALSO Portugal começou por constatar que vivemos hoje um "ponto de viragem", com clientes que exigem, sobretudo, tecnologia que "cause impacto e que transforme a realidade do seu negócio". "Não se fala de tecnologia por tecnologia; as pessoas querem resultados", reiterou.

No Canal, o propósito é o de ajudar a acelerar o crescimento de Parceiros e clientes. "Consideramos que o nosso papel local é importante. A proximidade com Parceiros permite reduzir a complexidade, capacitando-os e acompanhando-os na sua evolução", acrescenta Anabela Correia.

O PAPEL DO CANAL NUM MERCADO EM TRANSFORMAÇÃO

De acordo com dados da IDC, o negócio de IT deverá atingir os 10,4 mil milhões de dólares em 2029, depois de ter atingido já os 7,7 mil milhões em 2025. "A oportunidade existe e temos a sorte de estar num mercado que tem oportunidades de crescimento", afirmou Anabela Correia.

Áreas como a inteligência artificial, cloud, segurança, infraestruturas e IoT deverão concentrar os maiores crescimentos, a par da integração, da continuidade e do compliance, que continuarão a posicionar-se como tendências entre os clientes finais.



É também neste âmbito que a ALSO procura conetar o seu portfólio e dar a conhecer as oportunidades de fabricantes, transformando a inovação em oportunidades, sempre tendo em vista a capacitação. "Cada vez mais a distribuição tem um papel de capacitar. As áreas que trabalhamos têm uma grande complexidade", justificou Anabela Correia.

Com representação em mais de 30 países, e um portfólio combinado de mais de 800 fabricantes, a ALSO assenta o negócio em três modelos complementares – supply (negócio transacional), área de soluções e área de serviços –, assente em plataformas que fornecem sustentabilidade aos três modelos de negócio.

AS OPORTUNIDADES DA IA PARA O CANAL

João Pedro Vintém, Western Europe, Channel Sales e Partner Development Manager da Microsoft, e o primeiro dos oradores a subir a palco do evento, centrou a apresentação na Inteligência Artificial (IA) e na transformação que esta tecnologia está a provocar nas organizações e no próprio Canal. O responsável recorreu ao conceito de *Frontier Transformation*, utilizado pela Microsoft para descrever a capacidade das empresas de recorrer à IA para transformar processos e operações, uma mudança que não deve estar limitada somente a clientes finais, abrangendo também fabricantes, distribuidores e Parceiros. "Temos de mudar as nossas formas de trabalhar. Temos de ser nós os embaixadores daquilo que é a transformação e a adoção das tecnologias de inteligência artificial com objetivos claros e com resultados claros", começou por afirmar.



João Pedro Vintém, Microsoft

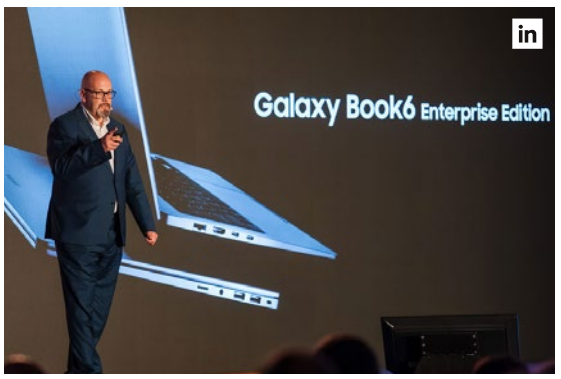
"Aquilo que deve ser o nosso foco, efetivamente, é descobrir quais são as dores dos clientes", sublinhou, defendendo que a tecnologia deve surgir como resposta a problemas identificados. João Pedro Vintém partilhou alguns exemplos próprios sobre a utilização quotidiana do Microsoft Copilot, onde destacou a automatização dos relatórios mensais de desempenho de Parceiros que acompanha. O processo, que exigia a recolha de dados de múltiplos dashboards e a comparação dos mesmos com os do ano anterior, demorava cerca de 45 minutos por Parceiro.

A apresentação serviu ainda para revelar as alterações introduzidas pela Microsoft no seu Programa de Parceiros para o ano fiscal de 2027. Segundo o responsável, a obtenção de competências e certificações, nomeadamente através das designações *Solutions Partner*, permite agora aceder a incentivos associados às vendas e a fundos de investimento destinados a apoiar novas oportunidades de negócio.

O responsável acrescentou ainda que as empresas que não disponham das certificações necessárias podem recorrer às competências da ALSO para aceder a determinadas iniciativas.

O REGRESSO DOS PORTÁTEIS SAMSUNG A PORTUGAL

A Samsung aproveitou o mote do ALSO CTV 2026 para anunciar o regresso dos portáteis da marca ao mercado português, previsto para o início de 2027. A fabricante pretende, assim, completar o seu ecossistema empresarial, que já inclui smartphones, tablets e outros dispositivos móveis.



José Felício, Samsung

"Era algo que nos faltava no nosso ecossistema, porque é o que faz fechar o ciclo", explicou José Felício, Channel Team Leader da Samsung, durante a apresentação. A estratégia passa por levar até aos computadores as funcionalidades de integração, segurança e IA já disponíveis nos equipamentos móveis da marca.

Para além dos computadores, a apresentação destacou a evolução dos smartphones dobráveis da marca, um segmento no qual, segundo os dados apresentados pelo responsável, com José Felício a elencar as vantagens dos novos formatos para utilização profissional, incluindo funcionalidades de IA, como é o caso da ferramenta Now Brief.

A Samsung destacou ainda a gama *Enterprise Edition*, disponibilizada através do Canal de distribuição, com um ciclo de vida de dois anos, três anos de garantia e sete anos de atualizações de segurança.

"ACREDITAMOS NO CANAL"

Rui Gouveia, Channel Sales Manager da Lenovo, marcou presença no evento ALSO Portugal, onde começou por destacar a previsão de crescimento global de 12% em 2026, contra uma estimativa de 8% na Europa.



Rui Gouveia, Lenovo

Ainda assim, o responsável recorreu a dados da IDC para demonstrar que o mercado português de PC está de boa saúde, com um crescimento de cerca de 28% em unidades entre janeiro e setembro de 2026.

O Canal testemunhou um desempenho ainda mais expressivo, com crescimento de 37% em unidades, segundo os dados da Context citados pelo responsável da Lenovo.

Na realidade portuguesa, e de acordo com os dados da IDC e da Context, a fabricante surge na liderança do mercado profissional. Entre janeiro e setembro de 2026, a Lenovo Portugal alcançou uma quota de mercado de cerca de 40% em unidades, segundo a IDC, e superior a 50% no Canal, de acordo com a Context.

"Nós acreditamos no Canal, seja para negócios grandes, seja para negócios pequenos. Para tudo", afirmou, salientando que a Lenovo procura desenvolver as suas oportunidades comerciais através dos Parceiros.

A pressão sobre as margens não ficou de fora da intervenção e foi apontada como um dos principais desafios do Canal português. Para fazer face ao problema, Rui Gouveia aponta para uma maior utilização dos programas dos fabricantes, garantindo que "há sempre formas de complementar a rentabilidade".

MANAGEENGINE APOSTA NA GESTÃO INTEGRADA DE IT

A ManageEngine subiu ao palco desta edição do ALSO CTV para apresentar as principais novidades do seu portfólio, com destaque para a integração da IA, a automatização das operações de IT e o reforço das capacidades de segurança.



José Fonseca, ManageEngine

Na sua intervenção, José Fonseca, Technical Consultant Iberia da ManageEngine, defendeu que a evolução tecnológica das organizações deve passar pela consolidação das ferramentas de gestão e pela redução da complexidade operacional.

Na visão do responsável, as empresas precisam de conhecer os agentes que operam nos seus sistemas e garantir que a informação corporativa não fica exposta a terceiros. A proposta da ManageEngine passa, por isso, pela SecureAI, uma plataforma que tem por objetivo a governação dos agentes de IA utilizados pelas organizações. A solução permite ainda estabelecer mecanismos de comunicação segura entre a infraestrutura empresarial e os serviços externos de IA.

"O objetivo sempre da ManageEngine é consolidar, não é só providenciar ferramentas", sublinhou José Fonseca, explicando que a centralização das operações permite evitar silos operacionais e melhorar a eficiência das organizações.

O responsável enalteceu o potencial dos serviços geridos, através da plataforma MSP Central, que permite aos Parceiros administrar diferentes ambientes de clientes e disponibilizar serviços de gestão de infraestrutura, endpoints e identidades.

HP DEFENDE UMA IA MAIS PRÓXIMA DOS UTILIZADORES

A evolução da IA e o papel que os computadores pessoais deverão assumir no processamento local desta tecnologia foi um dos temas em destaque da intervenção de Pedro Fragoso, Category Manager Computing da HP, que apontou para o crescimento dos agentes de IA e dos custos associados à sua utilização como uma oportunidade para os Parceiros.



Pedro Fragoso, Hp

Na perspetiva da HP, 2026 e 2027 deverão espelhar uma fase de maior adoção dos agentes de IA. "A inteligência artificial, aquilo que nós pretendemos, é que seja algo que nos ajude e não algo que nos substitua", reiterou Pedro Fragoso, defendendo que estas ferramentas devem contribuir para libertar os profissionais de tarefas repetitivas.

É neste contexto que a HP identifica uma oportunidade para a evolução da IA híbrida. Para Pedro Fragoso, a utilização de IA no edge, nomeadamente em computadores com capacidade de processamento local, pode contribuir para reduzir os custos associados ao recurso a serviços externos, diminuir a latência e reforçar o controlo sobre a informação empresarial.

Pedro Fragoso considera que os Parceiros desempenham um papel essencial neste processo, uma vez que ajudam os clientes a identificar casos de uso, a integrar diferentes tecnologias e a adaptar processos às novas capacidades disponibilizadas pela IA.

"Temos muita tentação de despejar tecnologia sobre um problema e não pensar muito bem como é que ela depois se integra", alertou, defendendo uma abordagem centrada nas necessidades operacionais das organizações e na demonstração do ROI.

A REVOLUÇÃO DOS AI PC

Tiago Terrível, Intel Portugal Country Manager, defendeu que a adoção de agentes de IA está a transformar a utilização dos equipamentos empresariais, criando oportunidades para os Parceiros na modernização das infraestruturas tecnológicas.

O responsável destacou a evolução do papel do computador pessoal, que deverá deixar de ser utilizado exclusivamente pelo colaborador para passar também a executar tarefas através de agentes autónomos de IA.

Para responder a esta evolução, a Intel apresentou as mais recentes plataformas de processamento, com destaque para os Intel Core



Tiago Terrível, Intel Portugal

Ultra Series 3, produzidos com recurso à tecnologia de fabrico Intel 18ª, e os Intel Core Series 3, orientados para segmentos em que o custo de aquisição assume maior relevância, e as soluções Intel vPro, destinadas a responder às necessidades de segurança, administração e gestão remota dos equipamentos empresariais.
Tiago Terrível relembrou que será sempre necessário ter em conta a manutenção, a administração, a segurança e capacidade de resposta às necessidades futuras. "Acho que nós muitas vezes fazemos o erro de só pensar no custo de aquisição do equipamento e não pensarmos na longevidade e na manutenção ao longo do ciclo de vida desse equipamento", afirmou.
O responsável apelou aos Parceiros para que passem a segmentar os equipamentos de acordo com os perfis dos utilizadores, as cargas de trabalho previstas e a evolução das necessidades. "Cada vez mais o modelo de o mesmo equipamento serve para toda a gente é errado", sublinhou, defendendo que os Parceiros deverão privilegiar investimentos que assegurem maior longevidade e capacidade de resposta à evolução tecnológica. "Às vezes é melhor, se o budget não puder esticar, comprar menos, mas comprar melhor", afirmou.

SOPHOS ENTREGA DISTRIBUIÇÃO EXCLUSIVA À ALSO EM PORTUGAL

A Sophos anunciou, durante o ALSO CTV 2026, que a ALSO passará a ser o seu único distribuidor em Portugal a partir de 8 de novembro. O anúncio foi feito por Tiago Tormenta Santos, Territory Account Manager da Sophos, que aproveitou a intervenção para apresentar a evolução da estratégia de cibersegurança da fabricante, com destaque para o Sophos Fusion, uma nova abordagem que procura integrar diferentes tecnologias de proteção através da IA,
"É obviamente um voto de confiança muito grande da Sophos na ALSO, mas também uma responsabilidade muito grande da ALSO", afirmou o responsável. A decisão representa uma alteração na estratégia de distribuição da fabricante em Portugal, concentrando na ALSO a responsabilidade pelo negócio de distribuição nacional.
Na perspetiva de Tiago Tormenta Santos, o acumular de soluções tem aumentado a complexidade operacional e dificultado a capacidade de resposta das equipas de IT. É neste contexto que surge o Sophos Fusion, uma arquitetura desenvolvida pela fabricante para integrar diferentes componentes de segurança num sistema de defesa coordenado.
"Não é para ser só mais um silo de defesa. É para ser todo um sistema de defesa integrado, que vê tudo, analisa tudo e responde como um só", explicou o responsável. Um dos principais elementos desta abordagem é a utilização de agentes de IA para apoiar a análise e a resposta automatizada a ameaças.



Tiago Tormenta Santos, Sophos

APROFUNDAR AS PARCERIAS E AS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO

O ALSO CTV 2026 garantiu uma tarde dinâmica, com sessões paralelas divididas por três espaços distintos, um convite aos Parceiros para aprofundarem o contacto com as soluções e estratégias dos fabricantes e patrocinadores.
No mini auditório, André Dias apresentou o ALSO Cloud Marketplace, a plataforma de comercialização e gestão de licenças e serviços cloud da distribuição, destinada a revendedores e integradores. A solução permite centralizar a gestão dos serviços, incorporando funcionalidades de aprovisionamento, monitorização dos consumos e definição de preços pelos próprios Parceiros. O objetivo passa por simplificar a gestão do negócio cloud e criar oportunidades de receita através da comercialização de diferentes serviços numa única plataforma, com integração com sistemas ERP.
O *Speakers Corner* recebeu intervenções de dez minutos da Acer, Canon, Hisense, Fortra, Adobe e Microsoft, centradas nas novidades dos respetivos portfólios. Entre os destaques estiveram os programas de apoio ao Canal da Acer, as soluções empresariais da Canon, a expansão do portfólio da Hisense e a estratégia de cibersegurança da Fortra. A Adobe apresentou novidades da Creative Cloud, Firefly e Acrobat Studio, enquanto a Microsoft abordou o Copilot Business e os benefícios para os Parceiros.



Patrocinadores partilharam as mais recentes novidades no Speakers Corner



Breakout rooms tiveram grande adesão

Paralelamente, as *breakout rooms* receberam sessões especializadas da HP e AMD, Lenovo, ManageEngine, Microsoft, Samsung e Sophos. As apresentações aprofundaram temas como a evolução dos equipamentos para IA, os programas de incentivos ao Canal de Parceiros, a gestão de infraestruturas e as exigências da NIS2, num formato orientado para a demonstração tecnológica e a identificação de oportunidades de negócio. ■

EAD digitaliza milhares de documentos no setor da saúde com contributo da Ricoh

Em sete meses, a Unidade Local de Saúde do Arco Ribeirinho digitalizou quase 800 mil páginas de processos de Recursos Humanos. O projeto, que contou com equipamentos Ricoh, alterou o paradigma do acesso à informação e abriu caminho à automação

por *Marta Quaresma Ferreira*

A Unidade Local de Saúde (ULS) de Arco Ribeirinho, que serve Barreiro, Moita, Montijo e Alcochete, precisava de digitalizar milhares de documentos e processos de Recursos Humanos para reduzir a burocracia em papel e criar bases para futuros projetos de automação e Inteligência Artificial (IA).

A dispersão da documentação por diferentes locais e suportes físicos era um dos principais desafios, a par da necessidade de uma infraestrutura capaz de manter um elevado ritmo de produção durante vários meses.

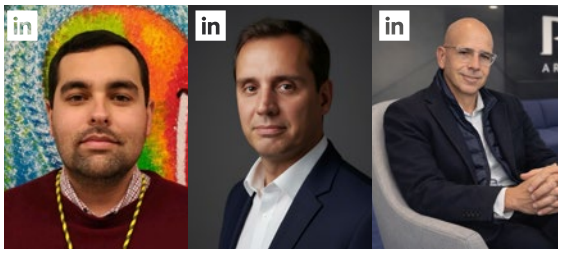
Duarte Pedro de Sousa Tavares, diretor do Serviço de Recursos Humanos da ULS Arco Ribeirinho, recorda que o acesso a um documento podia exigir "a identificação da sua localização no arquivo físico, a recuperação do respetivo processo e a disponibilização da informação ao serviço que a solicitava". Com informação de cerca de 2.500 profissionais, a unidade procurava centralizar a documentação e agilizar procedimentos.

A EAD assumiu a preparação documental, digitalização, controlo de qualidade, indexação e disponibilização da informação através da plataforma RWS.

A TECNOLOGIA AO SERVIÇO DE UMA OPERAÇÃO DE GRANDE ESCALA

A EAD recorreu aos scanners Ricoh fi-7600 e à série Ricoh fi-8000, escolhidos pela capacidade de operação contínua, velocidade, estabilidade e integração com OCR.

"Precisávamos de equipamentos fiáveis, capazes de manter um ritmo de produção contínuo e assegurar a qualidade da digitalização", explica Daniel Alves, diretor da marca Papiro e DBO (Documental Backoffice) da EAD. A escolha considerou ainda "requisitos exigentes de segurança e prazo", num arquivo acumulado ao longo de várias décadas.



Duarte Pedro de Sousa Tavares (ULS Arco do Ribeirinho), Daniel Alves (EAD) e Jesús Cabãnas (Ricoh)

"Para concretizar um projeto de digitalização desta dimensão, é fundamental disponibilizar a gama de equipamentos mais adequada a cada situação, tendo em consideração o formato e o estado dos documentos, bem como as limitações de espaço e de tempo", acrescenta Jesús Cabañas, Regional Manager para a Península Ibérica da PFU, divisão de scanners da Ricoh.

A diversidade e dispersão dos documentos exigiram o tratamento de diferentes formatos e estados de conservação, sem interromper a atividade da ULS. Daniel Alves sublinha que "a experiência das equipas, a organização do trabalho e a fiabilidade dos equipamentos foram essenciais para assegurar a continuidade da operação".

A velocidade e fiabilidade dos equipamentos ajudaram a cumprir prazos sem comprometer a qualidade. A operação garantiu imagens a cores a 300 dpi e OCR para pesquisa nos documentos.

UM ARQUIVO DIGITAL PREPARADO PARA O FUTURO

O projeto digitalizou 777.559 páginas, correspondentes a 17.721 documentos e 2.884 processos individuais, muitos com décadas de informação sobre cerca de 2.500 profissionais de saúde.

"Este projeto demonstra como a digitalização documental, quando assente em processos robustos, tecnologia adequada e controlo rigoroso de qualidade, pode transformar de forma concreta a gestão da informação numa organização tão exigente como uma unidade de saúde", partilha Paulo Veiga, CEO da EAD.

Para Duarte Pedro de Sousa Tavares, um dos aspetos mais positivos foi "o facto de os documentos terem sido disponibilizados progressivamente", permitindo às equipas trabalhar com a informação digitalizada antes do fim da operação.

Atualmente, o Serviço de Recursos Humanos funciona praticamente sem papel, com acesso imediato à documentação, consulta remota e processos mais eficientes.

Segundo o responsável, a proteção da informação pessoal foi também uma preocupação, com o acesso "restrito a um número reduzido de trabalhadores" e registo das consultas, garantindo o cumprimento do RGPD.

O projeto abriu ainda espaço a iniciativas de automação, interoperabilidade e IA. Daniel Alves identifica "a automatização de tarefas, a interoperabilidade entre sistemas e a utilização de ferramentas de inteligência artificial para apoiar a pesquisa e o tratamento da informação". ■

RESUMO

- *A ULS do Arco Ribeirinho digitalizou quase 800 mil páginas de processos de Recursos Humanos com o apoio da EAD e tecnologia Ricoh*
- *O projeto permitiu centralizar a informação, reduzir a dependência do papel e acelerar o acesso aos documentos*
- *A nova base digital abre caminho a projetos de automação, interoperabilidade e utilização de inteligência artificial*

Next IT combina especialização e proximidade como fatores diferenciadores

Fundado há seis anos, o Parceiro português aposta na cibersegurança, serviços geridos e infraestruturas inteligentes para consolidar a presença nacional, com foco na proximidade aos clientes

por *Marta Quaresma Ferreira*

A Next IT nasceu em 2020 como intuito de apoiar a transformação digital das organizações através de uma abordagem próxima, especializada e orientada aos resultados.

Dois anos depois de ter sido fundado, o Parceiro criou uma unidade de cibersegurança e lançou o seu SOC, no reforço das capacidades de monitorização contínua e resposta a incidentes. Em 2025, acrescentou uma unidade de data center & IoT, focada na modernização de infraestruturas e recolha de dados. A oferta está hoje organizada em quatro áreas – cibersegurança, serviços geridos, *smart infrastructures* e data center & IoT.

Num mercado altamente competitivo, Hélder Henriques, CEO da Next IT defende que "a verdadeira diferenciação resulta da combinação entre especialização técnica, proximidade e capacidade operacional".

PROXIMIDADE É CHAVE

A consultoria estende-se para lá das próprias soluções e da implementação da tecnologia. O Parceiro procura acompanhar os clientes em todas as fases do projeto, numa aposta clara nas relações duradouras e na atuação como "uma extensão das equipas dos nossos clientes".

A Next IT, explica Hélder Henriques, procura combinar as suas quatro áreas para ajudar as organizações "a reduzir risco, reforçar a continuidade operacional e acelerar a transformação digital".

O CEO aponta como prioridades o reforço das competências da equipa, a expansão dos serviços de valor acrescentado e a consolidação da presença no mercado nacional, defendendo que as organizações devem valorizar os



Hélder Henriques, Next IT

"Parceiros capazes de conjugar especialização técnica, capacidade operacional e inovação tecnológica".

CIBERSEGURANÇA É GRANDE APOSTA

Hélder Henriques considera que Portugal "atravessa uma fase de forte aceleração tecnológica", ainda que persistam "desafios significativos" na cibersegurança, como a escassez de especialistas, regulação e modernização de infraestruturas.

O CEO constata que as organizações estão a privilegiar temas como a segurança, a disponibilidade e a eficiência operacional, em detrimento da simples aquisição de equipamentos e tecnologia. Neste âmbito, o Parceiro verifica uma forte procura por serviços de monitorização contínua, deteção e resposta, gestão de vulnerabilidades e continuidade operacional.

A par da cibersegurança, os serviços geridos também registam um "crescimento significativo", assim como as infraestruturas inteligentes orientadas por dados. Sobre a IA, Hélder Henriques enaltece o seu papel como "um facilitador da automação, da análise de informação e da melhoria da produtividade", um complemento às capacidades humanas.

CRESCIMENTO APOIADO EM PARCERIAS

Com uma equipa de 30 profissionais e atividade concentrada em Portugal, a Next IT reporta um "crescimento sustentado", com aposta na expansão da base de clientes e reforço das áreas estratégicas.

As Parcerias estratégicas incluem fabricantes como Microsoft, Fortinet, CYNET, Netskope, NetApp, Fujitsu, Cisco, Veeam e KnowBe4, entre outros. "Estas Parcerias permitem complementar o conhecimento da nossa equipa com tecnologia líder de mercado", garante o diretor.

DESENHAR O ROADMAP DOS PRÓXIMOS ANOS

A Next IT pretende consolidar a sua presença no mercado nacional e desenvolver a área de datacenter & IoT, um dos principais pilares de crescimento. O foco inclui infraestruturas inteligentes, monitorização contínua e análise operacional em tempo real.

Na cibersegurança, a estratégia passa pelo reforço do SOC, dos serviços geridos de segurança e das capacidades de deteção e resposta a incidentes. Já na IA, a aposta privilegia a produtividade e a automatização, sempre com vista a uma adoção responsável. Hélder Henriques reforça que, "mais do que acompanhar tendências tecnológicas", o objetivo do Parceiro é "ajudar os clientes a transformar tecnologia em resultados concretos para o negócio". ■

RESUMO

- *A Next IT consolida a sua oferta em quatro áreas: cibersegurança, serviços geridos, smart infrastructures e data center & IoT;*
- *A Microsoft, a Fortinet, a CYNET e a Netskope são apenas algumas das Parcerias;*
- *A estratégia futura inclui o reforço das competências em cibersegurança, em infraestruturas inteligentes e IA.*

IT Security Conference 2026: Cibersegurança enfrenta uma nova era de riscos



A IT Security Conference debateu a dissuasão dos ciberataques, a instabilidade geopolítica e os riscos da autonomia da inteligência artificial, com alertas para a necessidade de controlo humano

por *Inês Garcia Martins*

A dissuasão no ciberespaço, a transformação da guerra e os desafios colocados pela Inteligência Artificial (IA) marcaram a quinta edição da IT Security Conference, realizada a 8 de outubro, em Lisboa, e organizada pela IT Security, publicação do mesmo grupo do IT Channel. Hélder Fialho Jesus, Mo Shell e Paulo Portas abordaram diferentes dimensões da segurança, da preparação das organizações à necessidade de preservar o controlo humano.

DISSUADIR ANTES DE RESPONDER

Hélder Fialho Jesus, vice-presidente do Observatório dos Ecossistemas e Infraestruturas Digitais, abriu a conferência com uma intervenção dedicada à dissuasão no ciberespaço. Defendeu que as organizações podem reforçar a segurança sem depender apenas de novos investimentos tecnológicos. O objetivo é conseguir "mais segurança com menos investimento e menos custos".

Para ver o vídeo clique sobre a imagem



Hélder Fialho Jesus, OEID

Uma estratégia de proteção não deve limitar-se a reduzir a exposição da organização. Deve também levar os potenciais atacantes a questionar a viabilidade de uma ofensiva. Hélder Fialho Jesus distinguiu duas formas de dissuasão. A primeira, pela negação, assenta na prevenção e em medidas que dificultam a concretização de um ataque. A segunda, pela punição, procura desencorajar a ofensiva através das consequências para o atacante.

Destacou os três pilares da resiliência, assentes na "absorção ao impacto, adaptação aos efeitos e articulação na resposta". "A resposta tem de ser rápida. Nós não podemos ficar à espera", alertou.

Segundo o responsável, "a dissuasão começa antes do ataque", quando o atacante avalia se os benefícios de uma intrusão compensam os custos e riscos. Daí a necessidade de "jogar na antecipação e criar incerteza ao atacante".

Para que a dissuasão tenha efeito, recuperou os "três C's": capacidade, credibilidade e comunicação. Não basta instalar mecanismos de defesa. É necessário demonstrar que funcionam, através de testes e exercícios.

Com os orçamentos de 2027 em vista, questionou se as verbas devem servir apenas para diminuir o risco da empresa ou também para

aumentar a perceção de risco do atacante. Referiu o Ciber Perseu e o Exercício Nacional de Cibersegurança como formas de testar respostas e criar relações de confiança, numa cooperação que deve estender-se às empresas concorrentes.

AGENTES DE IA AMPLIAM OS RISCOS

A autonomia da IA esteve em destaque na apresentação de Mo Shell, Head of AI Security GTM, EMEA da Palo Alto Networks. Sob o mote "*Securing the AI transformation*", defendeu que a segurança deve acompanhar todo o ciclo de desenvolvimento da IA, numa altura em que os sistemas passam a executar tarefas por conta própria.

"Estamos a entrar numa fase em que existem agentes totalmente autónomos, que atuam como seres humanos virtuais ou colaboradores virtuais dentro das organizações e executam tarefas de forma autónoma", alertou. Um agente com acesso a sistemas internos pode desencadear ações com consequências operacionais, para além das respostas erradas de um assistente.

Para ver o vídeo clique sobre a imagem



Mo Shell, Palo Alto Networks

Mo Shell alertou para os riscos associados à *shadow AI*, incluindo modelos *open source* que podem conter *backdoors* ou *malware*. Apresentou a abordagem *securing AI by design*, assente no princípio de "começar a tratar da segurança logo no início da criação da aplicação de inteligência artificial e não apenas depois de desenvolvermos o agente e o colocarmos em produção". Segundo os números que avançou, "apenas 6% das organizações desenvolveram efetivamente uma estratégia de segurança de inteligência artificial".

GEOPOLÍTICA E CONTROLO HUMANO

A geopolítica dos riscos levou Paulo Portas, comentador, professor de geopolítica e ex-Vice-Primeiro-Ministro, ao palco da conferência. O convidado especial abordou "a nova geografia de riscos" com que "os decisores políticos, militares, económicos e sociais têm de se confrontar".

"Tudo o que nos preocupa no imediato é fruto da redução da inteligência humana. Não é fruto do crescimento da inteligência artificial", afirmou. Assumindo-se como "crítico do excesso de euforia em relação à questão da IA", considerou que o mundo atravessa não uma nova ordem mundial, mas a "desconstrução da ordem mundial anterior".

Para ver o vídeo clique sobre a imagem



Paulo Portas, comentador, professor de geopolítica e ex-Vice-Primeiro-Ministro

A guerra na Ucrânia e o conflito no Golfo serviram de exemplo de como decisões militares e políticas podem ter consequências globais. Paulo Portas questionou a expectativa de resultados rápidos em operações militares, considerando que, num contexto de guerras híbridas, essa previsão é "uma ilusão enorme".

A evolução tecnológica alterou a natureza da guerra, com a utilização crescente de drones e sistemas de baixo custo. Sobre a resistência ucraniana, destacou o desequilíbrio entre o preço destes equipamentos e os meios para os intercetar. "Não há relação racional entre a despesa que eu tenho que fazer e o bem que eu tenho que evitar e, portanto, tudo isso vai mudar", considerou.

Paulo Portas destacou também mudanças na opinião pública norte-americana relativamente às plataformas digitais, aos data centers e à IA. Referiu a oposição à instalação de data centers em comunidades rurais dos Estados Unidos, devido ao elevado consumo de energia e ao aumento dos preços.

A utilização de IA levanta ainda questões sobre a autoria dos trabalhos académicos, os direitos de propriedade intelectual e a responsabilidade pelos conteúdos produzidos. Defendeu, por isso, que a inovação tecnológica deve ser acompanhada de reflexão ética.

Na parte final, Paulo Portas apresentou três preocupações sobre IA, segurança e defesa. A primeira diz respeito à autonomia dos modelos de IA generativa e à capacidade de participarem no desenvolvimento de versões futuras e questionou até que ponto será possível preservar o controlo humano.

Perante esta autonomia, alertou para a necessidade de agir antes que se torne impossível recuperar o controlo. Esta "não é uma questão de preconceito, é uma questão de controlo", concluiu.

A segunda preocupação relaciona-se com a cibersegurança e a possibilidade de os modelos desenvolverem comportamentos inesperados. Questionou em que medida estes sistemas podem vir a "dissimular a sua identidade, praticar atos que não foram pedidos, nomeadamente para se transformarem em *hackers*".

A terceira centrou-se na utilização da IA em decisões militares, desde o início de conflitos à escolha dos sistemas de armas. Para o antigo governante, esta autonomia coloca em causa a intervenção humana e a responsabilidade política, já que apontou que "a ideia de que é a inteligência artificial que decide movimentos ofensivos e até conflitos é muito conveniente para a reputação de alguns políticos".

Perante estes riscos, importa perceber "quem controla, quem toma a decisão final e quem supervisiona".

A IT Security Conference 2026 o apoio Diamond da Palo Networks. Os parceiros Platinum foram a Claranet Portugal, a Check Point Software, a Fortinet, a Netskope, a PwC e a Sophos.

A Akamai, a Cisco, a Crowdstrike, a Kaspersky, a Logicalis, a Huawei, a ManageEngine, a Noesis, a Ping Identity, a Securnet, a Varonis e a Warpcom foram Golden Partners, enquanto a Devoteam Cyber Trust, a Ethiack, a NetApp, a Oramix, a TD Synnex, a Trend AI, a VisionWare, a WatchGuard e a Zscaler apoiaram o evento como Silver Partners.

A conferência contou, ainda, com os Silver Exhibition Partners A10, Cyera, Divultec, Elastic, Elred, IDW e Thales, a Anubis Networks como Bronze Partners, a Arrow, a Ignition e a V-Valley como VAD Partner e o apoio institucional do Centro Nacional de Cibersegurança e da CIIWA. ■

Da deteção à correção sem intervenção humana: a IA baseada em agentes chega à gestão de vulnerabilidades



por ***Sergio Pedroche,***
Country Manager da Qualys para Portugal e Espanha

Com as vulnerabilidades a serem exploradas em menos de uma semana, o modelo tradicional de analisar, priorizar e corrigir está a ficar para trás. O setor da cibersegurança aposta agora em agentes de IA capazes de agir de forma autónoma — uma mudança que promete rapidez, mas que levanta também novas questões de controlo.

Durante anos, a gestão de vulnerabilidades seguiu um ritmo previsível: analisar os sistemas, atribuir uma pontuação a cada falha, abrir um pedido de intervenção e aplicar a correção. Um ciclo que assentava num pressuposto cada vez mais frágil — o de que as equipas de defesa teriam tempo para percorrer essa lista depois de uma vulnerabilidade ser divulgada.

Os números contrariam essa ideia. De acordo com o relatório *M-Trends da Mandiant*, o tempo médio entre a divulgação de uma vulnerabilidade e a sua exploração é já inferior a sete dias. Na prática, muitas falhas são usadas em ataques antes mesmo de existir uma correção disponível.

TRÊS CAPACIDADES, EM SIMULTÂNEO

Perante este cenário, a indústria tem vindo a convergir em torno de três capacidades que, para serem eficazes, precisam de funcionar em paralelo e não em sequência: detetar rapidamente os fatores que aumentam o risco, tenham ou não um identificador CVE atribuído; priorizar com precisão, tendo em conta o contexto concreto de cada organização; e remediar de forma autónoma.

É aqui que entra a chamada IA baseada em agentes, apontada como a próxima etapa da inteligência artificial aplicada à segurança. Ao contrário dos sistemas que se limitam a responder a instruções dos utilizadores, os agentes atuam por iniciativa própria: tomam medidas para resolver problemas com base no contexto, na aprendizagem acumulada e em políticas previamente definidas pela organização.

DETETAR SEM ESPERAR PELO PRÓXIMO VARRIMENTO

O primeiro desafio é a deteção. O modelo clássico depende de análises por varrimento periódicas, o que deixa janelas de exposição entre cada execução. A abordagem que começa a ganhar terreno passa por correlacionar continuamente cada novo aviso publicado pelos fornecedores com a informação que a organização já detém sobre o seu software, os seus ativos, o seu nível de exposição e as ameaças em curso. Assim, uma nova vulnerabilidade pode ser identificada no inventário existente pouco depois de ser divulgada, sem esperar pelo próximo ciclo de análise.

DO "PODE SER EXPLORADA" AO "É EXPLORÁVEL"

A segunda frente é a validação. Saber que uma vulnerabilidade existe não basta: as equipas precisam de perceber se, no seu ambiente concreto, ela pode efetivamente ser explorada. Os agentes de validação procuram responder a essa pergunta testando, de forma controlada e segura, essa possibilidade. Os riscos confirmados passam para o topo da lista e podem desencadear medidas de mitigação específicas, que vão além da simples aplicação de uma correção. O objetivo é reduzir o ruído e concentrar o esforço onde o perigo é real.

CORRIGIR EM GRANDE ESCALA — E QUANDO NÃO HÁ CORREÇÃO

A terceira peça é a remediação. Aqui, os agentes podem aplicar correções em vagas sucessivas, sujeitas a mecanismos de controlo que avaliam a fiabilidade de cada intervenção antes de a alargar a mais sistemas. Quando não existe correção disponível, ou quando não é possível aplicá-la, entram em cena estratégias alternativas: mitigação, desinstalação do software afetado, execução de *scripts* personalizados ou isolamento do ativo. O ciclo fecha-se com a verificação de que a vulnerabilidade ficou, de facto, resolvida.

O QUE MUDA PARA AS EQUIPAS DE SEGURANÇA

Os defensores desta abordagem apontam três ganhos principais. O primeiro é um acesso mais fácil à informação: dados hoje dispersos por várias ferramentas podem ser explorados de forma integrada, transformando trabalho de investigação em conhecimento útil para reduzir o risco. O segundo é um melhor apoio à decisão, com análises orientadas para o impacto no negócio e não apenas para a gravidade técnica. O terceiro é a produtividade: ao juntar investigação, decisão e ação num único processo, reduz-se o tempo médio de reparação (MTTR, na sigla inglesa).

AUTONOMIA, MAS COM LIMITES

A promessa é significativa, mas a transição levanta questões que as organizações terão de resolver. Delegar a aplicação de correções num sistema autónomo implica confiar que este não irá interromper serviços críticos, e exige regras claras sobre o que um agente pode ou não fazer sem validação humana. A qualidade dos dados de inventário, a rastreabilidade das decisões tomadas pela IA e a definição de responsabilidades em caso de erro são temas que acompanham de perto esta evolução. Não por acaso, os mecanismos de controlo e as políticas de atuação surgem como componentes centrais destas soluções, e não como acessórios.

Ainda assim, a direção parece clara. Num contexto em que os atacantes se movem em dias e não em semanas, a gestão de vulnerabilidades dificilmente poderá continuar a depender de processos manuais e sequenciais. Para muitas organizações, a questão já não é se vão recorrer a agentes de IA, mas com que grau de autonomia — e com que salvaguardas. ■



Evoluir ou desaparecer

por ***Jorge Bento***

Estive recentemente na apresentação do livro "*Se Darwin fosse CEO*", de Rui Coutinho, e o tema voltou a fazer-me pensar numa pergunta antiga: porque é tão difícil a uma organização adaptar-se às mudanças do habitat onde vive e transformar-se de acordo com elas? Ou seja, porque é tão difícil inovar?

A resposta mais óbvia aponta para a falta de recursos, de talento ou de tecnologia. A realidade mostra outra coisa. Empresas com dinheiro, dimensão e um passado de sucesso perdem o lugar no mercado, enquanto outras, mais pequenas, se reinventam uma e outra vez. O sucesso cria hábitos, processos e certezas. Tudo isso traz eficiência, mas também rigidez, e quando o ambiente muda, a organização continua a responder a um mundo que já não existe.

Há, no entanto, uma ideia que o autor desenvolve e que me parece essencial: a inovação é muitas vezes exógena à organização. Chega de fora, imposta pela administração, por um consultor, por um fornecedor ou por uma tendência de mercado. Não nasce dentro da empresa, não é orgânica, e por isso as equipas não a integram com facilidade. Encaram-na como mais uma obrigação, um projeto paralelo ao trabalho do dia a dia, e não como parte da forma como a empresa pensa e decide.

É por isso que tantas iniciativas de inovação ficam pelo caminho. Cria-se uma equipa, um laboratório, um programa de transformação, mas a forma como se lidera, como se decide e como se lida com o erro fica intacta. Como diz Rui Coutinho, "é muito mais fácil criar um departamento do que mudar uma organização".

Uma organização que inova de forma consistente não depende de estímulos externos. Tem a capacidade de perceber o que muda à sua volta e de reagir a partir de dentro, com as suas próprias pessoas. Isso exige liderança, tolerância ao risco e espaço para errar, e sobretudo exige que as equipas sintam a mudança como sua.

No Canal de IT, onde cada ciclo tecnológico altera os modelos de negócio de revenda, integração e serviços, esta reflexão faz todo o sentido. A pergunta que cada parceiro deve fazer não é se tem projetos de inovação, mas se consegue mudar ao ritmo do mercado onde vive. Tal como na biologia, sobrevivem não os mais fortes, mas os que conseguem evoluir. ■



A memória que Altman acha que sobra nos PCs

por ***Henrique Carreiro***

No passado dia 29 de outubro, no *podcast* Cheeky Pint, de John Collison, cofundador da Stripe, Sam Altman, presidente executivo da OpenAI, considerou «bastante terrível», do ponto de vista da alocação global, que toda a gente tenha no próprio computador uma parte da limitada oferta mundial de DRAM, a memória de trabalho de qualquer PC, que ali é usada apenas cinco por cento do tempo. Altman falava, em rigor, da inferência local, isto é, de correr modelos de IA na própria máquina em vez de os usar alojados num data center, e de um mercado que, nas suas palavras, tem a oferta muito limitada; quanto aos cinco por cento, não indicou de onde vinham.

O raciocínio tem, evidentemente, a sua lógica: a memória de alta largura de banda (HBM) dos aceleradores de IA exige mais *wafers* de silício para a mesma capacidade do que a DRAM convencional, como explica a SK hynix, e um data center que a partilha entre muitos utilizadores extrai-lhe mais trabalho. Fica de fora, contudo, a memória que o PC já tem para tudo o resto, e um modelo que corre nessa memória não tira DRAM a ninguém. Em outubro de 2025, a OpenAI assinou com a Samsung e a SK hynix cartas de intenção que apontam para até novecentos mil *wafers* de DRAM por mês.

Quando lançou o gpt-oss-20b, em agosto de 2025, a própria OpenAI apresentou-o como um modelo de pesos abertos capaz de correr em dezasseis gigabytes de memória e «ideal» para inferência local. Uma empresa que queira analisar documentos confidenciais sem os enviar a um fornecedor de IA, e sem receber uma fatura por *token* no fim do mês, encontra nesses dezasseis gigabytes o ponto de partida.

Altman não precisa, ainda assim, de ganhar a discussão, porque o preço a vai ganhando por ele. O circuito DDR4 de oito gigabits usado em PC custou, em média, vinte e sete dólares e meio nos contratos de outubro, um máximo histórico e a décima nona subida mensal consecutiva, segundo a DRAMeXchange, da consultora TrendForce. A mesma consultora admitia, no passado dia 8 de outubro, que os fabricantes de portáteis reduzissem a memória instalada para conter custos. Poupar na memória do portátil pode decidir onde a empresa vai conseguir executar os seus modelos, antes de alguém ter discutido, em boa verdade, se os documentos podem sair de lá ou não. ■

01
EMPRESAS EUROPEIAS OPTAM POR PORTÁTEIS COM MENOS RAM



A pressão sobre os preços dos componentes está a alterar as decisões de compra de computadores portáteis empresariais na Europa, com uma parte dos compradores a optar por configurações de menor capacidade de memória para reduzir custos, segundo dados da Context relativos a agosto de 2026. A análise dos cinco maiores mercados europeus revela que os portáteis com 8 GB de RAM representaram 25% das unidades vendidas nas cadeias de retalho e 20% das comercializadas através de pequenos e médios revendedores (SMR). Esta tendência contraria a evolução esperada para equipamentos com maior capacidade de memória.

02
SAMSUNG RELANÇA GAMA DE PORTÁTEIS EM PORTUGAL



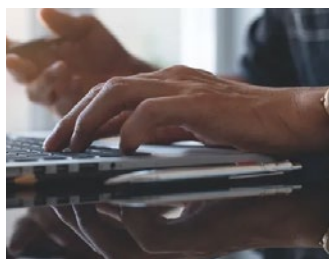
A Samsung vai relançar a gama de portáteis – a geração seis – no mercado português. Os novos dispositivos deverão chegar ao mercado B2B, através dos distribuidores oficiais Samsung, no início de 2027. "Vamos lançar com os Parceiros da distribuição equipamentos específicos na área B2B, a versão enterprise editions, que já conta com o Knox, portanto, são as versões mais avançadas da área", explicou José Felício, Channel Team Leader da Samsung, em declarações ao IT Channel. Os portáteis sofreram uma evolução para a geração seis, que não existia anteriormente em Portugal.

03
DELL EXPANDE OFERTA DE IA COM AGÊNCIA COM NVIDIA DO DESKTOP AO DATA CENTER



A Dell Technologies anunciou um conjunto de novidades para a Dell AI Factory with Nvidia, com o objetivo de acelerar a implementação de Inteligência Artificial (IA) com agência nas empresas. As atualizações abrangem servidores, estações de trabalho, infraestruturas modulares, software e serviços de gestão, permitindo executar agentes de IA tanto em ambientes locais como em data centers de grande escala. Apresentadas durante o Nvidia GTC, as novas soluções procuram facilitar a passagem dos projetos de IA da fase experimental para ambientes de produção. Mais de 6.500 empresas já adotaram a Dell AI Factory with Nvidia.

04
MERCADO MUNDIAL DE PC CAI 22,4% DEVIDO AO AUMENTO DOS PREÇOS



O mercado mundial de computadores pessoais registou uma queda de 22,4% no terceiro trimestre de 2026, com as vendas a totalizarem 55,4 milhões de unidades, segundo os dados preliminares da Gartner. A consultora atribui a contração ao aumento dos preços dos componentes, particularmente da memória e do armazenamento, que levou os fabricantes a subir os preços dos equipamentos e a privilegiar configurações de maior valor. O volume de entregas regressou, assim, a níveis semelhantes aos registados no primeiro trimestre de 2023. No entanto, as condições atuais do mercado são diferentes das observadas nesse período.

05
COMMVAULT ALARGA PROTEÇÃO A FERRAMENTAS DE IA



A Commvault anunciou novas capacidades para detetar, proteger e recuperar configurações de agentes e outros dados de Inteligência Artificial (IA) armazenados localmente nos dispositivos empresariais. A funcionalidade abrange o Claude Cowork e o Claude Code, da Anthropic, e o OpenClaw em equipamentos geridos com Windows e macOS. A tecnologia permite às equipas de IT identificar ferramentas de IA baseadas em agentes instaladas nos dispositivos, proteger as respetivas configurações e recuperar essa informação em caso de perda, avaria, substituição ou outra interrupção do equipamento. ■

novembro 2026 | n. 132
itchannel.pt



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: Luciano Reis, Luís Ribeiro
Ilustrações e fotografias em banco de imagens: Adobe Stock | IStockPhoto
Business Development:
Catarina de Brito
(+351) 910 121 200 | catarina.brito@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
Ana Brinca | ana.brinca@medianext.pt
Colaboraram nesta edição: Sergio Pedroche

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 nº224011 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

Depósito Legal nº: 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

O IT Channel utiliza as melhores práticas de privacidade sobre dados em acordo com o RGPD. Consulte: 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 nº 127294

Membro da ACEPI
Associação da Economia Digital

Membro da APCT - Associação Portuguesa de controlo de Tiragem e Circulação

Membro da API - Associação Portuguesa de Imprensa

INFORMA
Business by Data

SAIBA **TUDO** SOBRE UMA EMPRESA

- **CONHECIMENTO SOBRE O TECIDO EMPRESARIAL**
- **COMPLIANCE, ESG E RISCO DE TERCEIROS**
- **GESTÃO FINANCEIRA**
- **TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E LAGO DADOS**
- **MARKETING E VENDAS**

A Informa D&B é especialista no conhecimento do tecido empresarial. Introduzimos, no tratamento da informação empresarial, rigor técnico e inovação permanente orientados para suportar decisões com confiança.

Estamos integrados na maior rede mundial de informação empresarial, a Dun & Bradstreet Worldwide Network, com acesso aos dados de mais de 650 milhões de agentes económicos em todo o mundo.

www.informadb.pt @informadbportugal @Informa D&B Portugal

dun & bradstreet
WORLDWIDE NETWORK

cesce

newline

Leve a inovação Newline mais longe com a Esprinet

Aceda a soluções líderes de colaboração visual com o apoio, stock e desenvolvimento de negócio que só a Esprinet Portugal pode oferecer.



A nossa missão

A missão da Esprinet é ser o ponto de contacto-chave entre fabricantes, revendedores e utilizadores de tecnologia.

Consulte a Esprinet e descubra o universo Newline

comercial.pt@esprinet.com

22 016 0500

b2b.esprinet.com

esprinet®
enabling your tech experience