

TEM A PALAVRA



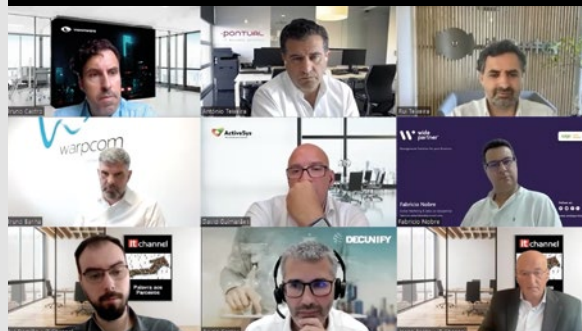
Santiago Solanas,
Grupo Primavera

16

EM FOCO

Palavra aos Parceiros

36



PARCEIRO DO MÊS



IT Center

46

EXPO TI DATABOX

THE FUTURE NOW

23 SETEMBRO 22

Centro de Congressos do Estoril

Inscreva-se e participe no maior evento
de tecnologias de informação em Portugal

www.expotidatabox.pt

Gama HP EliteBook

A resposta à exigência máxima



Equipados para oferecer desempenho de classe empresarial, numa variedade de formatos

Concebidos para quem quer fazer mais, onde quer que o trabalhe os leve.

A nova Gama HP EliteBook pensada de forma engenhosa para permitir novas experiências de colaboração. Elevada capacidade de resposta com uma seleção de potentes processadores Intel® de 12ª geração.

A inovação nunca foi tão deslumbrante, fabricados com a precisão necessária ao seu negócio.

Design Único


Segurança Ativa

Fabrico excepcional

Desempenho elevado

Gama HP EliteBook Disponível na Tech Data

POWER YOUR BUSINESS by HP

 Windows | Conheça o Windows 11 Pro



Siga-nos



Contacte-nos!

 www.techdata.pt

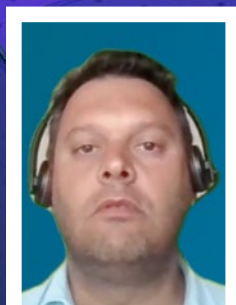
 707 200 016

 #PTTeamPSG@techdata.com

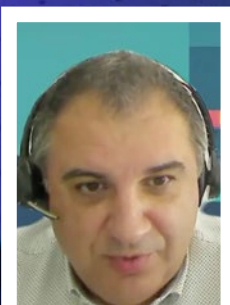

A TD SYNEX Company

ESPECIAL SERVIDORES, ARMAZENAMENTO E VIRTUALIZAÇÃO

SUPORTAR O CRESCIMENTO EXPONENCIAL DOS DADOS



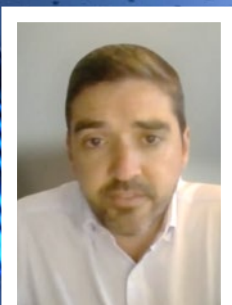
FUJITSU



HPE



IP TELECOM



TOSHIBA

14 ANÁLISE | COLT
REFORÇA INVESTIMENTO EM
PORTUGAL

12 ANÁLISE | FORTINET
REFORÇA OFERTA COM NOVOS
PRODUTOS

44 CASE STUDY | EDP LABELEC
APOSTA NA DIGITALIZAÇÃO DOS
PROCESSOS

SCHNEIDER ELECTRIC NOMEIA NOVA DIRETORA DE LOGÍSTICA PARA PORTUGAL



Protagonistas A Schneider Electric anunciou a nomeação de Noelia Reina como nova Diretora de Logística da empresa para a zona ibérica. Com experiência prévia em diversas funções de logística na empresa, Reina assume a nova posição com o objetivo de consolidar a cadeia de abastecimento da empresa.

OPPO ANUNCIA HEAD OF SALES PARA PORTUGAL



Protagonistas A Oppo nomeou Nicolau Mesquita como o seu Head of Sales em Portugal. Com presença em território português desde 2020, a marca tem vindo a apostar no desenvolvimento da sua estrutura local e acrescenta agora um elemento de peso à equipa para assumir a responsabilidade de definir, gerir e implementar toda a estratégia de vendas em Portugal.

ATOS PORTUGAL NOMEIA RESPONSÁVEL PARA ÁREA DE TELECOM, MEDIA & TECHNOLOGY

Protagonistas A Atos anunciou a nomeação de João Nunes como responsável pela gestão da área de Telecom, Media & Technology da Atos Portugal, tendo com principal objetivo a consolidação



e crescimento da presença Atos neste mercado. Na sua nova função, João Nunes terá como premissa o crescimento sustentado da área de negócio, alicerçado na proximidade com o mercado e nos seus modelos de negócio.

CANON NOMEIA NOVO DIRETOR DE PRODUCTION DIRECT SALES PARA PORTUGAL E ESPANHA



Protagonistas A Canon anunciou a nomeação de Luis Olaya como novo Diretor de Production Direct Sales para Portugal e Espanha. Com mais de trinta anos de experiência em gestão empresarial em setores tão diversos como telecomunicações, outsourcing ou impressão, Luis traz à multinacional a sua visão estratégica para a área de impressão de produção no mercado ibérico.

DATECH DISTRIBUI OFERTA CONJUNTA DA AUTODESK E ESRI

Parcerias A Datech Solutions, divisão de negócio focado na Autodesk da Tech Data, assinou um acordo com a Esri que permite a distribuição de uma oferta conjunta da Autodesk e da Esri para dar suporte à modelação da informação de construção (BIM) e colaboração em cloud do sistema de informações geográficas (GIS) em toda a região EMEA. A oferta conjunta consiste na tecnologia

ArcGIS GeoBIM da Esri juntamente com o Autodesk BIM Collaborate Pro.

COMMVAULT E ORACLE FORMAM PARCERIA PARA OFERECER SOLUÇÃO AS-A- SERVICE

Parcerias A Commvault ampliou o seu acordo estratégico com a Oracle com o objetivo de incluir o Metallic Disaster Recovery-as-a-Service na cloud da Oracle. Como parte da estratégia multicloud da Commvault, os serviços do Metallic passam a ser oferecidos na Oracle Cloud Infrastructure (OCI) e estarão disponíveis em todas as regiões comerciais da OCI a nível mundial.

NOESIS ATINGE VOLUME DE NEGÓCIOS PERTO DOS 50 MILHÕES DE EUROS

Resultados A Noesis atingiu, em 2021, um volume de negócios recorde de 49,5 milhões de euros. Este resultado representa um crescimento de 12,1% do volume de negócios, face ao ano anterior, o que vem comprovar o sucesso da estratégia delineada ao longo dos últimos anos, assente na criação de uma oferta tecnológica relevante, da aposta na qualidade dos serviços prestados, na valorização do capital humano e no reforço da sua presença internacional.

DISRUPÇÕES NAS CADEIAS DE VALOR PODEM CUSTAR 920 MILHÕES DE EUROS AO PIB EUROPEU

Mercados Os desafios da cadeia de abastecimento decorrentes da pandemia da COVID-19 e da invasão russa à Ucrânia podem resultar numa potencial perda cumulativa de 920 mil milhões de euros para o produto interno bruto em toda a zona euro até 2023, revela um estudo divulgado pela Accenture. A perda potencial equivale a 7,7% do PIB da zona euro em 2023. A disrupção da

cadeia de abastecimento relacionada com a pandemia custou às economias da zona euro 112,7 mil milhões de euros em PIB perdido em 2021, de acordo com o estudo.

VENDAS DE MONITORES DE PC ESTABILIZAM NO PRIMEIRO TRIMESTRE

Mercados Novos resultados do relatório trimestral global da IDC *PC Monitor Tracker* mostram que o mercado global de monitores para PC estagnou no primeiro trimestre de 2022, registando um aumento de 0,3% no volume de vendas em comparação com o período homólogo. Apesar de o resultado ter sido superior ao esperado, a tendência correspondeu às expectativas de abrandamento que começou no segundo semestre de 2021.

GASTOS DE IOT NA EUROPA CONTINUAM ONDA DE CRESCIMENTO DE DOIS DÍGITOS

Mercados Dados da nova edição do *Internet of Things Spending Guide*, relatório global semianual da IDC, indicam que os gastos de IoT das empresas vão atingir os 208 mil milhões de dólares em 2022 na Europa, numa onda de crescimento de dois dígitos até 2026. Apesar das ainda várias incertezas, a IDC espera que o mercado europeu de IoT se continue a desenvolver e a expandir.

VENDAS DE TRUE WIRELESS STEREO CRESCEM 17% NO PRIMEIRO TRIMESTRE DE 2022

Mercados As vendas globais de True Wireless Stereo (TWS) atingiram 68,2 milhões de unidades no primeiro trimestre de 2022, indica a Canalys. A Apple, a Samsung e a Xiaomi mantiveram as três primeiras posições, contudo, apenas a Apple cresceu nas vendas (14%). A linha AirPods da Apple cresceu 3% para atingir 19,3 milhões de unidades vendidas. ■



jp.di

Powered by ALSO



A partir de agora,
fazemos parte do grupo



SEREMOS OS MESMOS MAS AINDA MELHORES!

É um momento de mudança.

Estamos empenhados em mudar para melhor, para oferecer aos nossos clientes os melhores serviços e os produtos mais competitivos. Sempre em crescimento e melhorando a cada dia. Porque é sempre esse o nosso objetivo: melhorar e ajudar a fazer crescer o seu negócio e crescer consigo.

Novas coisas virão. Fique connosco.

jp.di - Powered by ALSO

ALSO CONCLUI AQUISIÇÃO DA JP.DI

A aquisição da área de negócio de distribuição da JP Sá Couto por parte do Grupo suíço Also foi oficializada no início de julho



Após a aprovação da Autoridade da Concorrência, o Grupo suíço Also efetivou a aquisição da área de negócio de distribuição da JP Sá Couto – a JP.DI – cujas negociações foram iniciadas no fim do ano passado. A partir de agora, o distribuidor vai passar a operar enquanto JP.DI powered by Also.

Jorge Sá Couto, Presidente da JP.DI, refere que a empresa “tem 33 anos de experiência no mercado português de IT. A riqueza da experiência adquirida durante este tempo é a pedra basilar para a nova empresa”. Já João Paulo Sá Couto, Managing Director da nova empresa, adiciona que “a transição para a Also não é o fim de uma jornada, antes pelo

contrário: estamos a abrir um novo capítulo para a nossa história de sucesso”. Em conjunto com o CEO da Also, Gustavo Möller-Hergt, os dois irmãos vão ser parte do Advisory Board da nova empresa.

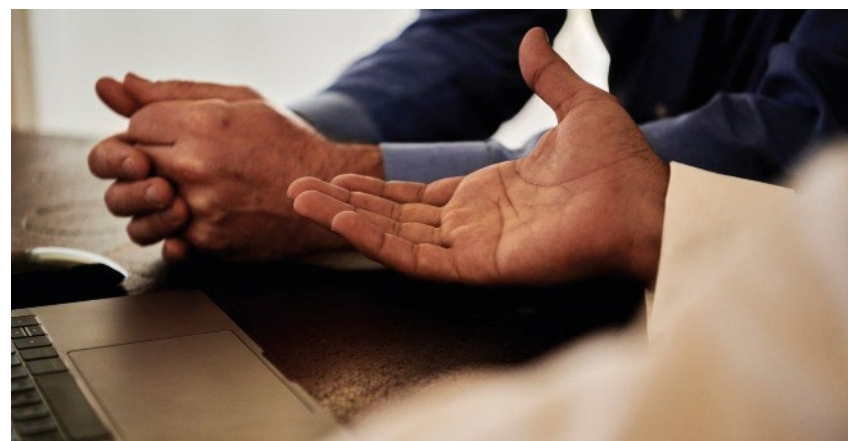
Segundo a Also Portugal em comunicado enviado ao IT Channel, o Grupo “assume o compromisso de ser o melhor no mercado português de distribuição de software e equipamento de IT”. Gustavo Möller-Hergt nota que, “com base no nosso sistema compreensivo, temos agora uma poderosa e muito atraente oferta para os revendedores em Portugal e Espanha. Sendo um fornecedor de tecnologia com 32 anos de experiência, um *provider* de soluções de valor acrescentado com uma grande experiência em arquitetura de IT, cibersegurança e um bem-sucedido fornecedor de serviços cloud num contexto de consumo, cobriremos todos os aspetos das soluções IT. Baseado neste forte princípio vamos, com sucesso, desenvolver negócios nesta área”. ■

QUEM VENDE MAIS CIBERSEGURANÇA À ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA EM PORTUGAL

A administração pública investiu 9,2 milhões em cibersegurança nos primeiros quatro meses de 2022

Numa análise ao investimento público na área da cibersegurança, a TendersTool concluiu que foram investidos 9,2 milhões de euros em 97 projetos públicos na área da cibersegurança nos primeiros quatro meses de 2022. Os projetos mais ambiciosos foram liderados pelo Instituto de Informática, com a aquisição de serviços de desenvolvimento de software para iniciativas planeadas no âmbito de subsistemas de pagamentos e recuperação geridos pela Área de Receitas e Contas, integrados no Sistema de informação da Segurança Social, por 2,36 milhões de euros. Logo a seguir, em segundo lugar, destaca-se a aquisição de serviços de desenvolvimento de software para as iniciativas planeadas no âmbito de subsistemas de Cobrança, geridos pela Área de Receitas e Contas, integrados no Sistema de informação da Segurança Social, por 2,35 milhões de euros.

Finalmente, por último, surge a aquisição de serviços de testes e acreditação de software para as iniciativas planeadas no âmbito de subsistemas



de Cobrança, geridos pela Área de Receita e Contas, integrados no Sistema de Informação da Segurança Social, por 955.046 euros.

A TendersTool acrescenta, ainda, que os principais adjudicatários durante o período foram a Altran Portugal, com duas adjudicações no montante de 3,30 milhões de euros, a Atos Spain com um projeto avaliado em 2,36 milhões de euros e a Easythink Consultoria com um projeto de 403 mil euros. ■

Novos scanners profissionais Brother

Digitalize, guarde ou partilhe toda a informação de forma imediata e sem complicações.

brother.pt



SCHNEIDER ELECTRIC LANÇA INICIATIVA GLOBAL DE RECONHECIMENTO DE PARCEIROS

Os Schneider Electric Sustainability Impact Awards são a primeira iniciativa do Programa Partnering for Sustainability, que pretende reconhecer o papel dos Parceiros na promoção da sustentabilidade

A Schneider Electric acaba de anunciar o lançamento inaugural dos Schneider Electric Sustainability Impact Awards – primeira iniciativa do Programa Partnering for Sustainability – para reconhecer o papel fundamental que os Parceiros da empresa desempenham na criação de um mundo elétrico mais resiliente e sustentável.

O Programa Partnering for Sustainability é uma extensão das iniciativas da Schneider Electric para capacitar o seu ecossistema de Parceiros a avançar em direção a um futuro mais sustentável. A empresa indica que o



projeto inclui educação e formação abrangentes, um portfólio de produtos simplificados, um ecossistema de suporte aberto e colaborativo e acesso a conhecimentos e recursos sobre transformação digital.

Os Schneider Electric Sustainability Impact Awards vão distinguir os Parceiros em duas categorias distintas: *Sustainability: Impact for my company* – para Parceiros que demonstram liderança em sustentabilidade na descarbonização das suas operações; e *Sustainability and Efficiency: Impact for customers* (Sustentabilidade e Eficiência: Impacto para os clientes) – para Parceiros que demonstram liderança em sustentabilidade ao ajudar os clientes a atingir os seus objetivos de descarbonização.

Segundo a Schneider Electric, “as inscrições serão cuidadosamente avaliadas, considerando como os Parceiros estão a tirar partido de soluções digitais de energia e de automação para eletrificar as operações, reduzir o abastecimento de energia, aumentar a eficiência operacional e incorporar a circularidade ao longo da cadeia de valor”.

As candidaturas abrem a 1 de julho e terminam a 25 de novembro. Todas as nomeações e candidaturas serão pré-selecionadas para os Prémios Regionais, antes de se avançar para o Prémio Global. ■

FATURAS ELETRÓNICAS EDI PASSAM A SER OBRIGATÓRIAS EM CONTRATOS PÚBLICOS

A legislação em vigor estabelece que desde o dia 1 de julho que as empresas passam a ser obrigadas a emitir faturas eletrónicas Electronic Data Interchange (EDI) em contratos com entidades públicas

De acordo com a legislação em vigor, desde o início do mês de julho que as empresas passam a ser obrigadas a emitir faturas eletrónicas Electronic Data Interchange (EDI). A medida visa, para já, apenas as empresas que se relacionem com as entidades públicas, independentemente da dimensão do fornecedor, e surge com o objetivo de desmaterializar os processos administrativos e os negócios, tornando-os mais rápidos, eficientes e transparentes.

Mais, a medida vai permitir, ainda, a aceleração da transformação digital das organizações, e a redução dos prazos de pagamento, dos custos de operação e de transação, podendo, também, fomentar o espírito de confiança entre organizações.

O EDI consiste na transmissão eletrónica – e anteriormente feita em papel – de informações de documentos. Através deste sistema de comunicação de dados, o fornecedor pode enviar um documento através do seu sistema com integração, de forma automática, no sistema



do recetor – o cliente da entidade pública, neste caso.

A medida governamental estabelece que a faturação eletrónica EDI será aplicada a contratos públicos. A Entidade de Serviços Partilhados da Administração Pública, I. P. (eSPap) ficou encarregue de desenvolver a plataforma de faturação eletrónica que agrega as entidades estatais e os respetivos fornecedores. Neste âmbito, para que a integração seja garantida, a estrutura de apresentação dos documentos respeita uma estrutura sintática e semântica específica, com o formato XML/CIUS-PT. ■

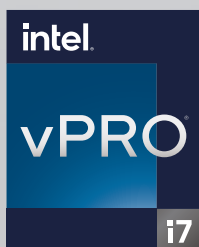


(B7402)

ASUS ExpertBook B7 Flip

Trabalho sem limites, com conectividade 5G

O ASUS ExpertBook B7 Flip é um portátil premium de nível empresarial, com capacidade para 5G, concebido para acelerar o teu negócio¹. Trabalhar em movimento é mais fácil do que nunca, com ligação de dados rápida 5G e a tua própria rede pessoal segura. O design conversível de 360° remove quaisquer limitações na forma como trabalhas, e podes desfrutar de um ambiente de trabalho envolvente para todas as tuas necessidades empresariais graças à luz indicadora do estado do utilizador, a ASUS Private View², ASUS ExpertWidget³, e segurança de nível empresarial. O ExpertBook B7 Flip versátil e gerível está pronto para levar a tua empresa ao próximo nível.



Criado para Negócios

Processor Intel vPro® com 12ª Ger Intel® Core™ i7

1. 5G é uma funcionalidade opcional nos modelos seleccionados. As velocidades de 5G variam. Contacte o seu operador de rede para informação sobre disponibilidade.
2. A ASUS Private View está disponível apenas nos ecrãs FHD. Consulte o site para obter mais detalhes.
3. A funcionalidade completa do ASUS ExpertWidget requer a instalação de software designado.

Konica Minolta lança Programa de Canal para área de impressão industrial

O novo Programa de Canal da Konica Minolta está focado nas áreas de impressão industrial e de produção

por Rui Damião



A Konica Minolta Portugal lançou o novo Programa de Canal Production Printing (PP) e Industrial Printing (IP) que permite à rede de Parceiros definir o seu próprio caminho e escolher as áreas em que querem investir e crescer, com o total acompanhamento e suporte da Konica Minolta. Trata-se de um Programa desenhado de raiz e que tem como um dos seus pilares a aposta no crescimento do Industrial Printing. O Programa de Canal de PP e IP vem reforçar o compromisso entre a Konica Minolta e a sua rede, assente na especialização, com o desenho de um novo programa de certificação dedicado e orientado para o crescimento destas duas áreas de negócio.

A estrutura é adaptada a cada área de negócio e nível de Parceria, com distintos patamares de maturidade, e permite um crescimento gradual e ajustado, através de um investimento adaptado às necessidades de cada Parceiro. A Konica Minolta Portugal apoia, assim, os seus Parceiros neste percurso, ajudando-os, de forma individualizada, a desenvolver um rumo em direção à especialização com total autonomia.

POTENCIAR A INOVAÇÃO DO CANAL

O Programa de Canal PP e IP está dividido em três eixos: mais suporte dedicado e segmentado; certificação, com um novo programa de certifi-

cação orientado para o crescimento no PP e IP, que irá capacitar e instruir as equipas comercial e pré-venda; benefícios, com a revisão profunda do pacote de benefícios para o ano fiscal de 2022 a que a rede de Parceiros tem acesso, para que o seu negócio seja suportado nas diversas áreas da operação.

No que diz respeito aos benefícios, destacam-se um conjunto de serviços com condições vantajosas cuja revisão pretende contribuir para a competitividade dos Parceiros, proporcionando condições ajustadas ao seu compromisso de crescimento com a marca (envolve níveis de desconto; rappel; suporte comercial). A estratégia de Canal é definida com o objetivo de alavancar o negócio de toda a rede, e por isso o Marketing é mais uma das áreas em que o Parceiro poderá contar com um conjunto de novas ferramentas. O suporte estratégico e *Marketing Development Funds* são outros benefícios a que os Parceiros da rede terão acesso.

Outra novidade no Programa de Canal para PP e IP é a possibilidade de Parceria com as agências devidamente reconhecidas e formadas pela Konica Minolta na área de Marketing, Comunicação e Imagem, apresentando ao Parceiro alternativas competentes e com um baixo custo para implementar iniciativas de marketing nas mais diversas áreas.

“Queremos que este Programa de Canal seja não só um Parceiro estratégico da Konica Minolta, mas também dos seus clientes,

adotando uma abordagem consultiva e *customer-centric*”, afirma o Trade Marketing Specialist, Pedro Clímaco, em comunicado. “O Programa de Canal PP e IP está direcionado para potenciar a evolução dos Parceiros atuais, desde volume de negócios, à abrangência da sua oferta, tornando-se uma extensão da marca Konica Minolta na sua zona de ação”.

Este Programa foi projetado com o intuito de diferenciar a rede já existente e de atrair novos potenciais Parceiros, num mercado que se encontra cada vez mais competitivo. Desta forma, a Konica Minolta Portugal pretende consolidar o conhecimento dos seus Parceiros, desenvolver uma abordagem adequada às necessidades dos clientes e aproximar ainda mais os seus parceiros, tornando-os uma extensão da marca.

APOSTA NA SAÚDE

Durante o último mês, a Konica Minolta também anunciou o lançamento da sua operação na área de saúde em Portugal, onde vai aplicar a sua experiência e conhecimento em Tecnologia de Informação e Inteligência Artificial na Imagiologia de diagnóstico e nos serviços de Radiologia e Ultrassom, com o objetivo de permitir diagnóstico mais precisos. A empresa entra na área da saúde com novas soluções de IT especializadas para a saúde e soluções de radiografia digital e computadorizada, com tecnologia de raios X que fornece uma série de imagens digitais individuais adquiridas em alta velocidade e baixa dose de radiação. Os equipamentos podem ser usados tanto em pequenas instalações e departamentos específicos, como em salas de urgência de Unidades Hospitalares. ■

RESUMO

- A Konica Minolta lançou novos Programas de Canal construídos de raiz;
- O objetivo é que o Parceiro defina o seu próprio caminho nas áreas onde quer investir e crescer;
- A empresa também reforçou a aposta em Portugal com uma operação na área da saúde.

Somos o
Parceiro Chave
para fazer
crescer o
seu Negócio





Fortinet reforça oferta com novos produtos

A Fortinet anunciou o lançamento do FortiNDR – que utiliza inteligência artificial para uma detecção mais rápida de incidentes e resposta mais eficiente às ameaças – e do FortiRecon – que combina machine learning, automatização e inteligência humana para monitorizar a superfície de ataque externa de uma organização

A Fortinet anunciou o lançamento de duas novas ofertas de cibersegurança para as organizações. Uma dessas ofertas é o FortiNDR, de detecção e resposta de rede, e a outra é o FortiRecon, uma oferta completa de *Digital Risk Protection Service* (DRPS) com capacidades de machine learning.

FORTINDR

O FortiNDR da Fortinet utiliza inteligência artificial para permitir uma detecção mais rápida de incidentes e uma resposta mais eficiente às ameaças, explicou a empresa em comunicado. John Maddison, EVP de Products e CMO da Fortinet, diz que, “com a introdução do FortiNDR, estamos a acrescentar uma solução robusta de detecção e resposta de rede ao Fortinet Security Fabric”.

A Fortinet pretende fornecer proteção, detecção e resposta de rede de ciclo de vida completo para detetar sinais de ciberataques sofisticados, uma vez que a solução estabelece linhas de base sofisticadas de atividade normal de rede para uma maior organização e identifica alterações

que podem indicar possíveis ciberataques em curso, explica a empresa.

O perfil pode ser baseado em IP/Port, protocolo/comportamento, destino, dimensão, geografia, tipo de dispositivo, entre outros. No seu conjunto, isto significa uma detecção mais precoce, uma vez que as organizações já não precisam de recorrer a *feeds* genéricos de ameaças, que dependem de ameaças ou componentes para se tornarem globalmente conhecidas, com o objetivo de identificar indícios de comprometimento.

Por outro lado, a solução pretende atenuar as funções intensivas dos investigadores humanos com um *Virtual Security Analyst* (VSA), através da análise do código produzido pelo tráfego malicioso e determinar a sua propagação, que incorpora redes neurais profundas – a próxima geração de IA.

O VSA vem pré-treinado com mais de seis milhões de características maliciosas e seguras que podem identificar malware baseado em IT e OT e classificá-lo por categorias de ameaça. Estas características podem identificar com precisão o paciente zero e a propagação lateral

de malware multivariante, analisando todo o seu movimento.

FORTIRECON

Como mencionado, o FortiRecon é uma oferta de *Digital Risk Protection Service* (DRPS) com capacidades de machine learning, para além de combinar capacidades de automação e especialistas em cibersegurança, da FortiGuard Labs, para gerir a postura de risco de uma empresa e aconselhar ações significativas para proteger a reputação da marca, bens e dados empresariais.

O FortiRecon oferece, de forma única, uma solução tripla de cobertura externa de *External Attack Surface Management* (EASM), *Brand Protection* (BP) e *Adversary-Centric Intelligence* (ACI) para combater ataques na fase de reconhecimento - a primeira fase de um ciberataque - para reduzir significativamente o risco, o tempo e o custo da mitigação de ameaças em fases posteriores.

Antes de atacar uma organização, o principal objetivo de um cibercriminoso é reunir o máximo de informação sobre o seu alvo. Esta fase de reconhecimento inicial, mune o adversário com tudo o que precisa para determinar se, e como, irá explorar uma organização. Testará as táticas de defesa e resposta de uma empresa, procurará sistemas não corrigidos, utilizará as redes sociais para aprender mais sobre os seus colaboradores e seu comportamento normal, e irá chegar ao ponto de investigar Parceiros de negócios, aquisições recentes e qualquer outra afiliação de terceiros que possa conduzir a um ataque bem-sucedido.

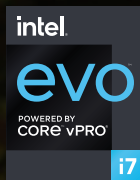
Com a introdução do FortiRecon, a Fortinet procura dar às organizações uma ferramenta para compreender como o adversário vê uma organização a partir do exterior para ajudar a informar as equipas de cibersegurança, o C-level e a gestão de risco e conformidade sobre como dar prioridade ao risco e melhorar a postura global de segurança da empresa. ■

RESUMO

- A Fortinet lançou dois novos produtos: o FortiNDR e o FortiRecon;
- O FortiNDR procura detetar e responder mais rapidamente a ameaças;
- Já o FortiRecon monitoriza a superfície de ataque externa de uma organização.



com



HP Elite, serie Dragonfly

Equipado com plataforma Intel® Evo™ vPro®, criada para cumprir com as necessidades de TI e desejos dos utilizadores.

Saiba mais em hp.com/elitedragonfly





Colt reforça investimento em Portugal

Num evento em Lisboa com jornalistas, a Colt apresentou o seu plano para a Portugal, onde já está há 20 anos

por Rui Damião

A celebrar 20 anos de presença no mercado nacional, a Colt anunciou, num evento com jornalistas em Lisboa, que, na esteira da sua estratégia a três anos anunciada em novembro de 2020, vai continuar a reforçar o investimento em Portugal e a contratar mais pessoas.

A empresa tem feito investimentos significativos no nosso país, quer em infraestruturas e rede para ajudar as empresas portuguesas a concretizarem os seus processos de transformação digital e internacionalização dos seus negócios, quer em pessoas. Neste sentido, está em marcha uma campanha de recrutamento para reforçar a equipa e permitir que a subsidiária portuguesa chegue ao fim do ano com 140 colaboradores. A empresa está presente há 20 anos em Portugal e, neste período, já investiu mais de 50 milhões de euros em infraestrutura e outros 50 milhões de euros em pessoas.

O reforço do investimento da Colt em Portugal tem em conta a posição estratégica do país no contexto da expansão da conectividade entre a Europa, a América Latina, a América do Norte, a África e a Ásia, quer através da ampliação das

rotas da sua rede terrestre, quer do potencial disponibilizado pelos cabos submarinos que aterram em Sines, Sesimbra, Seixal, Lisboa e Carcavelos.

ACELERAÇÃO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Com duas redes de área metropolitana (MAN – Lisboa e Porto) em Portugal, 830 km de rede de fibra ótica, 1.700 km adicionais de rede de longa distância através da sua IQ Network, ligando mais de 777 edifícios, 12 centros de dados, a Colt prossegue a sua estratégia de crescimento em Portugal ligando mais oito parques industriais em Lisboa, Porto, Oeiras, Sintra, Vila Nova de Gaia e Maia. A empresa está também a avaliar neste momento a possibilidade de realizar novos investimentos na criação de mais rotas entre Portugal e Espanha, assim como de novas ligações em Portugal, nomeadamente em Sines e nas restantes zonas de amarração dos cabos submarinos.

A aceleração da transformação digital e o aumento do trabalho remoto provocados pela pandemia, bem como a emergência dos novos modelos de trabalho híbrido no pós-pandemia e

as mudanças decorrentes da guerra na Ucrânia, transformaram os serviços de rede num fator ainda mais crítico para o funcionamento diário das empresas em todo o mundo. Entre as tecnologias que garantem o funcionamento destes serviços destacam-se os cabos submarinos que ligam continentes e países e que já são responsáveis por 99% do tráfego global.

“Os cabos submarinos são a espinha dorsal da infraestrutura global de comunicações. Atualmente, existem mais de 400 cabos submarinos em serviço em todo o mundo e até 2025 serão 445. Portugal detém uma posição única no contexto do desenvolvimento das comunicações a nível mundial: beneficia de uma posição geográfica estratégica com os seus cinco centros de amarração (Sines, Sesimbra, Seixal, Lisboa e Carcavelos) de cabos submarinos que ligam a Europa à África e às Américas, e possui inúmeras rotas de comunicações terrestres que permitem e potenciam as ligações da Península Ibérica ao Norte da Europa. Temos, por isso, um papel fulcral a desempenhar na diversificação da conectividade e no que diz respeito a evitar a saturação das redes. Além disso, o nosso país é uma verdadeira porta de entrada para a Europa, uma via direta de acesso das empresas de todo o mundo a um mercado de mais de 750 milhões de potenciais consumidores”, afirma Carlos Jesus, Country Manager da Colt Portugal e VP Global Service Delivery da Colt.

POSIÇÃO DE PORTUGAL

A capacidade de Portugal no que toca aos cabos submarinos que ligam a Europa à África e às Américas irá aumentar significativamente nos próximos anos. Ao novo Ellalink já em funcionamento, irão juntar-se mais três novos cabos: o Equiano da Google, o 2Africa da Meta e o Medusa da AFR-IX. O que, segundo aquele responsável da Colt, “representa um importante reforço do poder do *hub* de conectividade português. Acresce que nos últimos anos em Portugal os investimentos em infraestrutura de banda larga e na transformação digital têm sido muito intensos e a economia digital nos últimos dez anos registou uma evolução sem precedentes. Fatores que se conjugam para estarmos perante uma oportunidade única para fomentarmos o investimento em centros de dados, serviços de cloud e de edge computing – as tecnologias do futuro, em Portugal. A

Colt está atenta a esta evolução e a equacionar a possibilidade de fazer novos investimentos nas zonas de amarração portuguesas”.

Visando fortalecer a sua presença em Portugal e na Península Ibérica, bem como ampliar o poder do seu *hub* de conectividade português à escala mundial, a Colt fez no ano passado investimentos muito importantes na sua rede de comunicações reforçando-a com mais 600 km adicionais de fibra entre Portugal e Madrid, com a criação de novas ligações entre Madrid, Paris, Toulouse e Marselha (mais de 2.400 km), que potenciaram uma ligação direta entre Lisboa/Porto/Bilbao e entre Lisboa/Madrid/Toulouse/Marselha através dos Pirenéus. A capacidade das ligações com o Norte da Europa e destas com os EUA foi novamente potenciada este ano com a implementação de um novo PoP no Data Center BX1 da Equinix em Bordéus. Uma ligação vital no contexto da instalação do

novo cabo transatlântico de fibra ótica de nova geração, o “AMITIE” - uma nova porta de entrada para o tráfego de dados entre os EUA e a Europa.

A Colt escolheu também a ligação Lisboa/Madrid para implementar, pela primeira vez, uma tecnologia única da Ciena, que duplica a capacidade de transmissão dos dados na rede de fibra ótica. O que vem sublinhar a importância que a empresa atribui às suas operações na Península Ibérica, nomeadamente em Portugal. ■

RESUMO

- Colt está presente há 20 anos em Portugal;
- A empresa procura reforçar o investimento no país;
- A Colt quer chegar ao fim do ano com 140 colaboradores em Portugal.



Saiba mais em www.databox.pt

DELL Technologies

SERVIDORES POWEREDGE

Colaboração inteligente. Inovação sem fim.

Tecnologia e soluções que o ajudam a inovar, adaptar e crescer.



Contate-nos e descubra tudo sobre o Programa de Parceiros de Dell Technologies com acesso a grandes recompensas e descontos exclusivos!



intel
XEON

Processadores escaláveis Intel® Xeon®

Databox
Informática, S.A.

✉ databox@databox.pt
👤 214 308 400

Microsoft

Windows Server 2022:
Be cloud ready with hybrid

TEM A PALAVRA



SANTIAGO SOLANAS, CEO DO GRUPO PRIMAVERA

“O PARCEIRO DE CANAL É
ESTRATÉGICO E VAMOS AUMENTAR A
PROXIMIDADE COM ELES NO FUTURO”

POR JORGE BENTO E RUI DAMIÃO

Este mês, o IT Channel dá a palavra a Santiago Solanas, CEO do Grupo Primavera – detido pelo fundo de investimento Oakley Capital – que tem realizado várias aquisições nos mercados português e espanhol.

A Oakley Capital é um fundo de investimento de mid-market que, como todos os fundos, compra, agrega valor e vende. Como é que a Oakley Capital quer agregar valor num conjunto disperso de empresas médias e regionais de software de gestão?

Acredito que é muito fácil de entender para qualquer pessoa que esteja no mundo do software de gestão. Há três coisas que são importantes destacar e que levam um fundo de investimento a entrar neste mundo do software de gestão para pequenas e médias empresas; é um mercado que tem características muito atrativas para um investidor. A primeira é que são negócios em que, tipicamente, a recorrência das vendas é muito alta. Por exemplo, no nosso caso, 75% do rendimento anual é recorrente, o que significa que, ao contrário de outros negócios, aqui uma grande parte do negócio anual está num modelo bastante previsível.

Em segundo lugar, é um negócio que tem *stickiness*, porque é um negócio que os clientes não costumam abandonar. Se adotam um software de gestão, continuam com o programa, com a aplicação, com o seu fornecedor durante muito tempo. Esses dois fatores criam um ambiente financeiro muito atrativo.

No caso de Espanha e Portugal, há alguns fatores particulares. Nos nossos países esta indústria está muito fragmentada. Em 2018, quando estávamos a analisar o mercado, as quatro maiores empresas – todas multinacionais –, tinham menos de 30% de quota de mercado; 70% do mercado está nas mãos de centenas e centenas de pequenas empresas que possuem uma base de clientes. Isto cria uma oportunidade de consolidação, porque em quase todos os países europeus, fora as grandes multinacionais – como a Microsoft, Oracle, SAP e Sage –, há sempre um grande campeão nacional ou regional.

Além disso, outro fator é que a penetração da tecnologia, e, em particular, da cloud nas empresas espanholas e portuguesas, está abaixo

da média europeia. Por exemplo, os dados que temos neste momento indicam que em Portugal há 29% de adoção de cloud em software de gestão e em Espanha 40%, mas, por exemplo, em França já é 58%. Há aqui uma oportunidade para entrar num mercado onde podia haver consolidação, porque as empresas têm de investir em tecnologia. É um setor lógico e, de facto, há muitos fundos de investimento que estão a olhar para este setor para investir.

Falando de consolidação, neste momento adquiriram 13 empresas. Qual é o vosso plano estratégico de consolidação?

Adotamos a marca Primavera, em parte porque primeiro adquirimos a Primavera BSS, mas, fundamentalmente, porque é um nome que gostávamos muito e que representava muito os nossos valores. A primavera é um tempo de luz, de crescimento, de esperança, representa muitas coisas com as quais nos identificamos e é um nome que se diz da mesma forma em Portugal e em Espanha. É uma palavra ibérica e representa a mesma coisa para todos nós.

A nossa ideia é criar um grupo independente líder da Península Ibérica – independente no sentido de que não é uma multinacional cotada em bolsa. Retirando essas, já somos a maior empresa e a nossa ambição é, enquanto grupo, ser número um no mercado. Estabelecemos uma data para o alcançar, que é 2025.

Em termos de estratégia de consolidação, cada empresa que adquirimos tem um papel importante e diferenciado na estratégia. E, embora do lado de fora possa parecer que muitas são semelhantes, quando se entra em cada uma delas, são muito diferentes por nicho de mercado, por tipo de tecnologia, por geografia ou pela experiência do utilizador. Existem muitos fatores que as tornam diferentes e, por isso, é que nós, que conhecemos cada uma delas detalhadamente, estamos muito tranquilos, no sentido de que sabemos que as empresas podem continuar a fazer os seus negócios dentro de uma grande marca, mantendo as equipas de gestão, com uma estratégia parecida com a que tinham, onde incluímos algumas coisas comuns.

Temos experiência em conseguir escalar negócios deste tipo e, por isso, as pessoas que estão no Grupo Primavera, incluindo algumas das

que estão nas empresas que foram adquiridas, entendem as chaves de como fazer uma marca crescer no mercado, para que seja atrativa para os clientes. Vou dar o exemplo de uma empresa espanhola chamada Diez Software, que é uma empresa pequena que vende para escritórios e contabilistas em Espanha, essencialmente. Esta empresa vendia, aproximadamente, um ERP, ou seja, uma solução de escritório com contabilidade, por semana e pensava que não era possível vender mais. Nós injetámos convicção e ajudámos a melhorar os processos da empresa e a sua forma de encarar o mercado. Hoje, estão a vender quase um ERP por dia; passaram de vender um por semana para vender um por dia. E têm a mesma equipa de gestão e o mesmo produto.

Outra coisa que estamos a fazer é ir buscar tecnologia das diferentes empresas que podem ser vendidas para as bases de clientes de outras. Por exemplo, esta mesma empresa Diez Software tem uma solução de OCR, que é muito boa e que estamos a divulgar dentro das empresas do Grupo, ou, por exemplo, na Primavera BSS existe uma plataforma cloud muito inovadora que já está no mercado português, que é a Rose AS, que é uma plataforma cloud para escritórios de contabilidade e é uma tecnologia que nos é muito útil para acompanhar clientes em Espanha que querem fazer a sua jornada na cloud. Em Espanha, temos a Ekon, que é um ERP de *mid-market*, muito vertical, e é um produto fantástico, 100% *cloud-native*, para completar a oferta da Primavera BSS em Portugal.

Estamos a ver caminhos de colaboração e de partilha de produtos, mas as pessoas que estão à frente das empresas são as mesmas; todos os fundadores que estavam nas empresas continuam, exceto dois que se reformaram, mas todos os outros não só seguem nos seus negócios, como alguns estão em cargos do Grupo, como é o caso de Jorge Batista e José Dionísio, fundadores da Primavera BSS, que estão a ocupar posições a nível de grupo. Este é um pouco o caminho que estamos a fazer e é por isso que faz muito sentido cada aquisição que estamos a fazer. Estamos a fazer uma identidade visual que é compartilhada, com todas as empresas alinhadas. Quando se entra em detalhe, são negócios diferentes, muito bem complementares.



Terminaram as aquisições?

Não, vamos continuar a adquirir empresas. O nosso caminho passa pelo crescimento orgânico e também em continuar com o crescimento inorgânico. Temos um mapa estratégico com setores e áreas onde queremos ter uma forte presença e vamos tentar buscar, em alguns casos, crescimento orgânico nessa direção. Noutros, queremos fazer crescimento inorgânico com aquisições que nos permitem acelerar o *time-to-market* em determinados mercados.

Procuram comprar a PHC?

Não podemos comentar, mas quero dizer que tenho um profundo respeito pela PHC, que é uma empresa fantástica, com clientes muito satisfeitos e que tem um papel importante no mercado português. Só tenho respeito por eles.

Em Portugal, o *market share* conjunto da Primavera BSS juntamente com a Eticadata e a Cloudware é superior ao das espanholas Ekon, Prosoft e Diez. Nesse sentido, é correto pensar que é em Espanha que está o maior foco de crescimento do Grupo?

Muitas vezes quando se faz uma estratégia de consolidação de mercado sabe-se onde se quer ir e o que se quer alcançar. Logicamente, uma

grande parte do nosso foco, a partir de agora, será em Espanha, mas isso não quer dizer que Portugal não seja um mercado que queremos.

Há muitos anos que se fala muito de cloud, mas não parece ser um tema interessante nem para Parceiros nem para clientes, porque não fazem a migração na maioria dos casos. O que é que está a falhar?

Acredito que não falha nada. Primeiro, cada empresa fala de forma diferente de cloud. Quando falamos de cloud, falamos de soluções desenhadas com formato *multi-tenant* para serem consumidas com a aplicação hospedada na cloud pública. As empresas chamam cloud à cloud híbrida ou a modelos de subscrição. O SaaS é projetado com tecnologia cloud tanto em *backend*, como *frontend*, é *multi-tenant* e fica hospedado em servidores de cloud pública. Isso é o que chamamos de cloud e este ano vamos encerrar o ano com quase 30% do negócio em cloud.

Acredito que nada está a falhar e que há algo que acelerou a adoção ou a curiosidade de consumo remoto, que foi a pandemia. Toda a gente teve de aceder aos sistemas da empresa a partir de casa. Isso fez com que muitas empresas percebessem que a infraestrutura que tinham

para informações em geral, e em particular o software de gestão empresarial, não estava preparado e, por isso, houve um interesse muito grande em poder consumir as aplicações em modelo remoto, e acredito que os clientes têm de decidir quando querem migrar.

O que fazemos é disponibilizar as soluções e acompanhar os clientes quando quiserem, para que as tenham disponíveis para poder mudar. A proposta de valor é muito diferente num sítio ou no outro, não são produtos equivalentes, não são experiências equivalentes e não são funcionalidades equivalentes. A cloud oferece muito mais do que uma aplicação de gestão; oferece conectividade e a capacidade de fazer coisas como inserir inteligência artificial ou machine learning dentro da aplicação de gestão, com a qual se podem tomar decisões com mais informações em tempo real. Isto pode ser feito na cloud e pode ser feito noutros tipos de modelos de negócios. Quando um empresário tem de tomar a decisão e está disposto a mudar, nós temos uma solução que pode ser útil.

Há muitos *providers* que começam a empurrar as empresas para irem para a cloud e, por isso, é que há muitas histórias de migrações forçadas e falhadas. Nós estamos calmos porque temos muita experiência em cloud e não é apenas fazer um produto, é DevOps, é gestão de segurança. Há muitas coisas que são muito novas e a nossa sorte é que temos muitas empresas no nosso grupo que nasceram na cloud e que tudo o que fazem é 100% cloud e, por isso, temos muita experiência desta parte que não se vê e que pode causar muitos problemas se a migração não for bem feita, mas que se for bem feita dá muitas alegrias. Somos a única empresa que tem uma oferta desde o trabalhador independente, para o *mid-market*, soluções em cloud para todos os segmentos do mercado, temos muita experiência e não forçamos ninguém. Estamos preparados para acompanhar o cliente e acho que essa é a diferença.

Muitas vezes, nas PME, é o Parceiro de contabilidade o agente da transformação digital e da inovação, Ainda sobre a cloud há diferenças na recetividade e adoção?

Acho que é igual. No final de contas, para os contabilistas um software de gestão é a sua

fábrica, é com isso que ele produz o trabalho e, por isso, é muito importante. Para um grupo de contabilistas, embora a cloud tenha mais vantagens, mudar a sua solução de gestão de uma para outra não é fácil porque eles têm de parar a fábrica para começar outra linha. Felizmente, nós temos muita experiência em fazer essas mudanças de uma solução para outra e temos uma fábrica de migração para poder acompanhar o cliente. Acho que essa é uma diferença importante no perfil do cliente, mas a nível de apetite por cloud creio que não há muitas diferenças entre um contabilista e um empresário. Talvez o contabilista perceba o mundo cloud com mais curiosidade porque pode beneficiar muito dos recursos.

Qual é o papel dos Parceiros no novo Grupo Primavera?

É muito fácil e é muito transparente. Fizemos um encontro físico e um virtual em maio, em Lisboa, de Parceiros de Portugal e Espanha, e também, depois, alguns Parceiros de África. O Parceiro é uma parte fundamental da nossa estratégia, tanto que o modelo do Programa de Parceiros que a Primavera BSS tem em Portugal é o que vamos utilizar como referência para construir o Programa de Canal em espanhol. Mas, digamos, vamos passo a passo.

Já comunicámos ao mercado, aos Parceiros portugueses e espanhóis que vamos por este caminho e acho que ninguém tem dúvidas de que a Primavera BSS historicamente tem sido amiga do Parceiro e aspiramos que o grupo continue com essa filosofia. É verdade que existem produtos que são cloud, cujo ciclo de vendas é de dois dias e que o preço é muito baixo e, então, os Parceiros, provavelmente, também não se interessam porque não há margem. No entanto, existem produtos como o Ekon, por exemplo, onde há uma grande oportunidade de serviços de integração. Já estamos a preparar para que entrem em Portugal e será com os primeiros clientes em modelo de teste. Depois do verão, estará disponível para venda em Portugal a partir de janeiro e há muitos Parceiros portugueses que estão muito interessados nesta possibilidade de ter, além das versões da Primavera BSS, uma solução 100% cloud para clientes do *mid-market*.



Fotografias: Mayte Madruga

Ao mesmo tempo, existem, seguramente, Parceiros portugueses que estão a pensar vir para Espanha trabalhar, por exemplo, e é outra oportunidade. E há muitos Parceiros de empresas que não eram nossas, mas de outros concorrentes, que se estão a aproximar. Todas as semanas vêm e dizem-nos “estou interessado na história do Grupo Primavera e estou a ver que estão a trazer um Programa de Canal líder para o mercado espanhol e gostaríamos de conversar”. O Parceiro de Canal é estratégico e vamos, de qualquer forma, aumentar a proximidade com os Parceiros no futuro. E o Parceiro vai ter agora mais ofertas, mais acompanhamento e crédito que um mercado maior tem muitas vantagens.

Qual é a expectativa para o futuro do Grupo Primavera, principalmente no mercado português?

Comunicámos que este ano temos como meta atingir um volume de negócios de quase 80 milhões de euros e de chegar ao final do ano com aproximadamente 165 mil clientes pagantes no total. A nossa expectativa é termos crescido na nossa faturação recorrente dois dígitos em relação ao ano anterior e esperamos manter esse crescimento. Há alguns indicadores que criam perguntas sobre o futuro da

economia e o que vai acontecer, mas a tecnologia, a possibilidade de otimizar os negócios, de gerir melhor o negócio, quando há crises, são mais importantes do que nunca e é por isso que temos muita confiança no que fazemos. Muita gente acha que este mundo é meio maçador, mas a nossa industria serve 98% das empresas em Espanha e Portugal, esse é o nosso universo potencial. Essas empresas geram mais de 60% do emprego, e se forem bem administradas e tiverem boas informações para tomar boas decisões, afetam a economia, afetam o emprego, e afetam as comunidades onde estamos.

Eu sou espanhol, parte da equipa é portuguesa, e todos temos interesse em ver que a nossa sociedade vai bem; isso é muito importante para nós. Desde o início que marcamos que questões ESG e a contribuição para as comunidades como algo fundamental e com o qual nos queremos diferenciar. No futuro, não sabemos o que se passa, mas estamos convencidos de que o papel que temos é ajudar as empresas a superar qualquer circunstância e a ter boa informação para poder conviver e suportar o que quer que aconteça. Sabemos que podemos ajudar e vamos fazê-lo nos bons e nos maus momentos. *Together we grow.* ■

ESPECIAL | SERVIDORES, ARMAZENAMENTO E VIRTUALIZAÇÃO

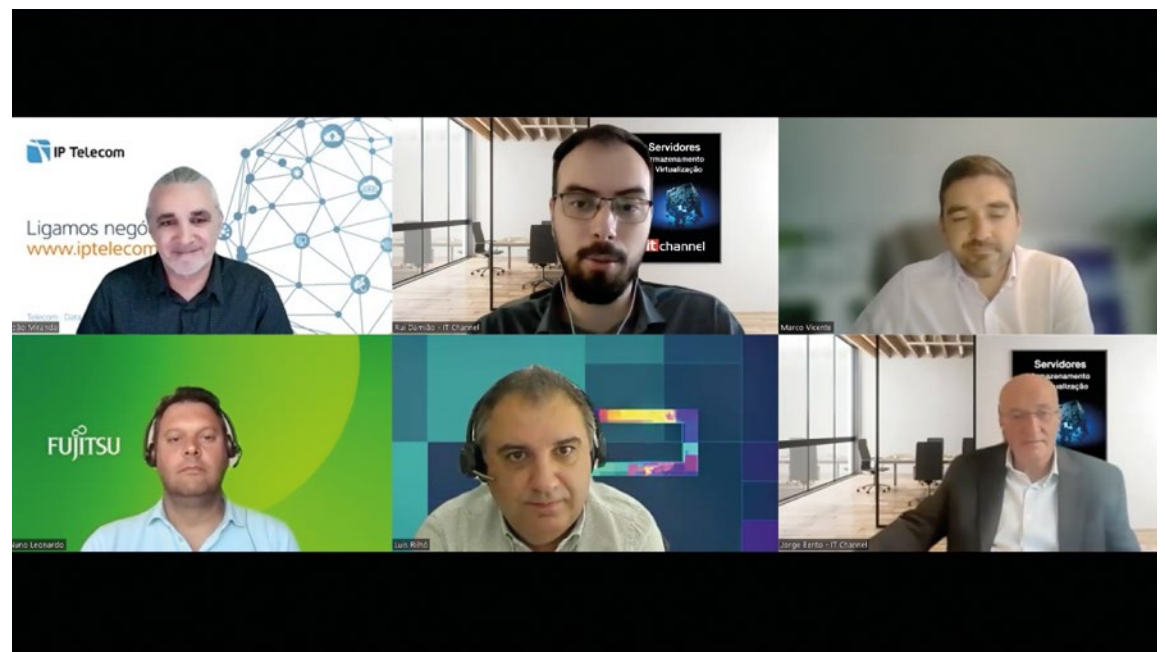
A EVOLUÇÃO DO MERCADO DE SERVIDORES, ARMAZENAMENTO E VIRTUALIZAÇÃO

Com o apoio de:

Fujitsu | HPE | IP Telecom | Legrand | Toshiba

Os dados continuam a crescer e os servidores não perderam a sua importância para as organizações. À medida que os negócios se tornam digitais, aumentam as necessidades de investimento na área. Fujitsu, HPE, IP Telecom e Toshiba destacam as oportunidades e os desafios do mercado de servidores, armazenamento e virtualização

por Rui Damião



Foram muitos os leitores que assistiram à mesa redonda realizada pelo IT Channel, em formato de videoconferência, que contou com a participação das empresas mais relevantes do mercado de servidores, armazenamento e virtualização

COMO CARACTERIZAM O MERCADO ATUAL DE SERVIDORES EM PORTUGAL E COMO É QUE EVOLUIU NO ÚLTIMO ANO?



João Miranda, IP Telecom

“[VIRTUALIZAR OS SERVIDORES E PROCESSAMENTO] JÁ É, HOJE, UM DADO ADQUIRIDO; JÁ HÁ MUITOS POUCOS EXEMPLOS ONDE NÃO SE VIRTUALIZE POR DEFEITO E ONDE A ABORDAGEM NÃO É LOGO ESSA”

Luís Rilho, Solution Business Manager, HPE: “Estamos num momento desafiante, com algumas dinâmicas a acontecer ao mesmo tempo. No entanto, o mercado tem estado a crescer de uma forma bastante acelerada no último ano. Apesar de não haver dados concretos do mercado português, sentimos no mercado de servidores um acelerar de implementação de novas soluções e tecnologias. Do lado dos desafios temos vários: aumento do custo dos componentes, dificuldades de produção e há um stress enorme no *supply chain*, principalmente no transporte de componentes a partir do oriente”

Nuno Leonardo, Data Center Business Development Manager, Fujitsu: “É sempre complicado ter acesso a números fidedignos que se restrinjam puramente ao nosso mercado. Ainda assim, que temos visto é uma recuperação do mercado, embora me pareça que existe uma recuperação a dois tempos; temos o médio-grande cliente que está numa altura de desenvolvimento e de criação de novos projetos e que se traduz em novos negócios, mas, por outro lado, nas pequenas empresas – nomeadamente Parceiros de menor dimensão – tenho ideia de que a recuperação não está a ser tão rápida quanto seria desejável”

João Miranda, Pre-Sales & Innovation Engineer, IP Telecom: “A nossa perspetiva é significativamente diferente, mas, por outro lado, a natureza do nosso negócio é que esse mercado são a nossa base e precisamos para colocar valor e chegar aos nossos clientes. No último ano, as coisas têm estado a recuperar, em alguns casos até a aquecer. Estamos a crescer um bocadinho mais e a perspetiva é que isso se mantenha; no entanto, a questão das entregas é um desafio. A exigência dos clientes não mudou muito; têm noção de que houve alterações com a pandemia e a guerra, mas, em última análise, a exigência dos clientes não muda muito”

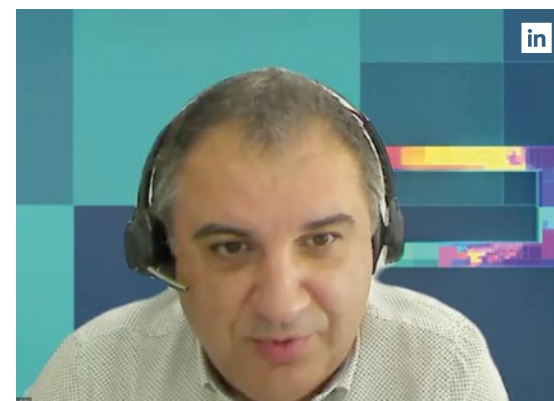
Marco Vicente, Sales Manager, Toshiba: “Olhando para os dados de 2021 em relação ao mercado de HDD, é possível ver duas tendências opostas. Temos uma área *client-drive* em decréscimo que será a área que estará a ser naturalmente substituída pela tecnologia SSD; depois, as áreas *enterprise* e de integração registam crescimentos – mesmo comparando com anos anteriores a 2020 – de dois dígitos. Isto reflete a necessidade de armazenamento de cada vez mais informação e essa é a tendência que prevemos. Temos vindo a verificar que os produtos tecnológicos geram aumentos, e não decréscimos, de preços como acontecia há alguns anos”

A NECESSIDADE DE TRATAR MAIORES VOLUMES DE DADOS ESTÁ A LEVAR À SUBSTITUIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS POR PARTE DAS ORGANIZAÇÕES?

Nuno Leonardo, Fujitsu: “O incremento de dados, mais do que substituir equipamentos, leva a que o data center seja repensado como um todo. O aumento de dados pressupõe a capacidade de armazenamento nos diferentes tiers. Há um outro tema que está cada vez mais associado ao armazenamento de dados que é a segurança dos mesmos. O próprio crescimento de dados leva a que o ciclo da informação tenha de ser visto de uma forma muito mais homogénea, o que leva a que quer as plataformas, quer as soluções de arquivo sejam repensadas”

João Miranda, IP Telecom: “Os volumes de dados estão sempre a crescer; isso já não é uma novidade e não se vê abrandamento à vista. Os *workloads* que mais crescem são coisas como machine learning e IoT, por exemplo, e tudo isso implica um crescimento enorme dos dados. O mercado de consumo já se habituou a caixas de email e serviços de *file sharing* sem fundo. O que se vê cada vez mais não é só o crescimento de dados, mas as preocupações com coisas como a continuidade de negócio, segurança e *compliance*, que estão cada vez mais ligadas”

Luís Rilho, HPE: “É preciso não esquecer que viemos de uma crise financeira e, depois, tivemos uma pandemia. Houve clientes que não tiveram capacidade de investimento durante um longo período para fazer face às suas novas necessidades de negócio. Por vezes, encontramos clientes que, durante muito tempo, retiveram o investimento e pagaram os contratos de manutenção, mas, em algum momento, é preciso renovar. Encontramos clientes que procuram renovar as suas infraestruturas fruto deste largo tempo com falta de investimento”



Luís Rilho, HPE

“POR VEZES, ENCONTRAMOS CLIENTES QUE, DURANTE MUITO TEMPO, RETIVERAM O INVESTIMENTO E PAGARAM OS CONTRATOS DE MANUTENÇÃO, MAS, EM ALGUM MOMENTO, É PRECISO RENOVAR”

COMO É QUE ESTÁ O MERCADO DE ARMAZENAMENTO EM PORTUGAL?

Marco Vicente, Toshiba: “Quando falamos de discos *enterprise*, estamos a falar de discos para utilização em data centers, NAS, pequenos servidores ou sistemas de vigilância. Estes discos estão a registar crescimentos de mercado acentuados. A nível mundial, em 2019, foram produzidos 41 zetabytes de informação; em 2022, essa produção passa para 97 zetabytes. É mais do que duplicar a informação gerada. A previsão para 2025 é 181 zetabytes. Esta quantidade de informação é uma enormidade e tem de ser armazenada em algum lado”

Nuno Leonardo, Fujitsu: “O que temos feito é integrar nas nossas ofertas os desenvolvimentos tecnológicos que os nossos Parceiros e fabricantes de tecnologia vão disponibilizando para o mercado. Ainda assim, temos visto que é pedido com maior frequência a capacidade de uma integração híbrida dos sistemas de armazenamento, a facilidade de integração daquilo que é o armazenamento *on-premises* com aquilo que são as ofertas de cloud pública, de forma que sejam transparentes, quer do ponto de vista de utilização, quer do lado de gestão e orquestração”

João Miranda, IP Telecom: “Tecnologicamente falando, o armazenamento tem sido uma das áreas que tem evoluído de uma forma bastante acentuada, mas mais no sentido de uma certa heterogeneidade. Em tempos, havia *storage* primário e pouco mais. As coisas têm evoluído bastante e temos sentido que essa preocupação não vem sozinha; continuidade de negócio e segurança vêm agarradas e essa tem sido uma tendência muito forte da esmagadora maioria dos nossos clientes nos últimos tempos”

O DATA CENTER CAMINHA PARA A VIRTUALIZAÇÃO TOTAL? QUAL É O ATUAL GRAU DE MATURIDADE DAS ORGANIZAÇÕES PORTUGUESAS EM TERMOS DE VIRTUALIZAÇÃO DE REDES E ARMAZENAMENTO?

João Miranda, IP Telecom: “O data center caminha para a virtualização total, pondo em perspetiva o que é o total. Diria que o que podemos chamar de primeira geração da virtualização começou com os *hypervisors* há uma série de anos fez-se pela parte dos servidores e processamento e não tanto pelo *storage* ou redes. Mas diria que essa primeira geração de virtualização já é, hoje, um dado adquirido; já há muitos poucos exemplos onde não se virtualize por defeito e onde a abordagem não é logo essa”

Nuno Leonardo, Fujitsu: “Hoje, serão muito poucas ou nenhuma das organizações que não têm virtualização, mas isso não quer dizer que, ao lado da virtualização, não disponham de um ou outro sistema *legacy* que, muitas vezes, estão presentes não por uma questão tecnológica, mas por questões associadas a licenciamento, temas que ainda são de alguma forma penalizados por integrarem as aplicações em hardware disperso, em vez de o manter num único equipamento”

AS CLOUDS HÍBRIDAS ABREM A PORTA PARA QUE O MERCADO DE SERVIDORES E ARMAZENAMENTO SE MANTENHA RELEVANTE?

Luís Rilhó, HPE: “O armazenamento e os servidores nunca deixaram de ser relevantes no contexto de data center. De facto, há uns anos a cloud pública era o remédio para tudo, algo que se veio a provar que não é verdade. A cloud pública trouxe um desafio para o mundo *on-premises* e, graças a esses desenvolvimentos, evoluímos bastante no contexto de data center para equilibrar a experiência, ou seja, o cliente pretende ter uma experiência igual ou parecida no *on-premises* e na cloud pública. As tecnologias de *hybrid cloud* vieram tornar essa experiência cada vez mais próxima”

Nuno Leonardo, Fujitsu: “Enquanto fabricante, o aparecimento das clouds públicas não tirou nenhuma relevância nem aos servidores, nem ao armazenamento, da mesma forma que a virtualização não deixou que se deixasse de vender servidores. Estes modelos híbridos vieram trazer um desafio adicional aos fabricantes e aos Parceiros; desde logo, a forma de facilitar, de gerir ou orquestrar um ambiente *on-premises* com o mesmo tipo de experiência de quem trabalha numa cloud obrigou a ter de olhar para a tecnologia e a forma como a entregamos”

João Miranda, IP Telecom: “Disponibilizamos modelos muito parecidos com as clouds públicas – com as devidas diferenças – do ponto de vista de negócio e tecnológico, mas também conseguimos disponibilizar uma série de outros modelos que, tipicamente, as clouds públicas não têm e não estão vocacionadas para dar. Do ponto de vista híbrido, estamos nessa encruzilhada enquanto *provider* de cloud; temos muita coisa que podemos chamar cloud pública, muita coisa que podemos chamar de cloud privada, temos mistura das duas coisas, clientes que usam muito *on-premises* na nossa cloud pública”



Marco Vicente, Toshiba

Marco Vicente, Toshiba: “Enquanto fabricante de unidades de armazenamento, independentemente do modelo utilizado – seja público ou privado – a relevância é sempre total. Produzimos e disponibilizamos unidades de armazenamento para qualquer um dos modelos; a partir do momento em que existe uma necessidade de armazenamento independentemente do modelo, para nós é sempre relevante fornecer e disponibilizar a solução ao cliente”

“A INFLAÇÃO PODE DIFICULTAR A CRIAÇÃO DE ALGUM NEGÓCIO, MAS, POR OUTRO LADO, HÁ VENTOS A FAVOR, COMO O PRR E AS VERBAS QUE VÃO SER INJETADAS”

QUAL SERÁ O IMPACTO DO PLANO DE RECUPERAÇÃO E RESILIÊNCIA NAS INFRAESTRUTURAS DE IT?

Nuno Leonardo, Fujitsu: “Esperamos que possamos todos embarcar no comboio da modernização e da digitalização que é um dos principais pilares do PRR. Terá existido algum atraso em começar a ver a implementação e utilização destes fundos, também muito por causa dos acontecimentos do final do ano passado. No entanto, este tempo foi usado pelas várias entidades para que tenham a necessária calma para construir os seus planos e para que não seja uma renovação tecnológica simplesmente por renovação, que seja um adicionar de capacidades, de funções e de serviços”

João Miranda, IP Telecom: “Esperamos que seja um impacto muito significativo e julgo que sim; trata-se de uma oportunidade. O PRR tem um foco muito significativo na parte da transição digital e tudo o que acarreta. Mesmo naquilo que não advém diretamente para as infraestruturas de IT diretamente do PRR, de forma indireta também vai contribuir para a dinamização e crescimento do mercado em geral. Nos dias que correm, para construir uma ponte, há um investimento significativo em IT”

Marco Vicente, Toshiba: “O atraso da aprovação do orçamento de Estado atrasou a implementação das verbas do PRR; isso não implica que não sejam aplicadas, significa é que se consiga ultrapassar as burocracias que normalmente estão inerentes a este tipo de processos porque, normalmente, afasta uma grande parte do tecido empresarial que não têm capacidade para cumprir ao detalhe todos os requisitos que são exigidos para serem legíveis para estas vendas. A transição digital irá provocar um aumento da produção de dados e a consequente necessidade do seu armazenamento”

Luís Rilhó, HPE: “O tema do PRR está muito focado no setor público, mas é preciso não esquecer os outros fundos da Europa que não são do PRR, para o qual temos direito e são muito relevantes. Se somarmos as duas coisas, a quantidade de recursos financeiros que vêm em direção a Portugal nos próximos anos são muito relevantes. Isto vai ter um impacto importantíssimo no nosso setor, até porque grande parte dos eixos de investimento são na digitalização, na transformação digital e na inovação, todas estas coisas que endereçamos”

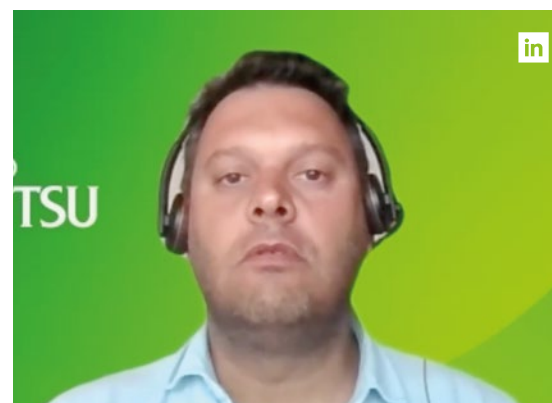
QUAIS SÃO OS DESAFIOS E AS OPORTUNIDADES PARA OS PARCEIROS DE CANAL?

João Miranda, IP Telecom: “Focamo-nos muito naquilo que somos – ou gostaríamos de ser – mais fortes e competitivos e tentamos contar o mais possível com os nossos Parceiros para chegar ao mercado. Temos feito uma aposta grande nos Parceiros e no Canal indireto, até porque há muitas oportunidades que vão chegar e que nós, IP Telecom, consideramos que os Parceiros de Canal são a melhor forma de abordar os assuntos e fazer chegar os nossos produtos aos clientes finais de uma forma que acrescente valor”

Luís Rilhó, HPE: “Se estivesse no setor do turismo e me dissessem que iam chegar imensos turistas, ia ficar muito contente. É isso que vai acontecer no IT. Vamos ter muitos recursos por parte dos clientes, fruto do PRR e dos fundos europeus. Os próximos desafios vão ser pedir novas soluções, estar preparado para entregar essas novas soluções – algumas inovadoras que os Parceiros podem não conhecer tão bem –, tendo de existir um ajuste entre a procura esperada do mercado e uma maior capacidade do nosso lado. Os Parceiros têm de se preparar para o que aí vem”

Marco Vicente, Toshiba: “A situação macroeconómica não parece ser favorável; a inflação pode dificultar a criação de algum negócio, mas, por outro lado, há ventos a favor, como o PRR e as verbas que vão ser injetadas, também da própria informação gerada por todos nós... tudo isto são oportunidades que podem ser aproveitadas. A oportunidade existente no mercado não se limita a Portugal. Temos um país muito bom em determinadas questões, mas há uma realidade: a população é cada vez mais envelhecida o que não ajuda a geração de negócio”

Nuno Leonardo, Fujitsu: “Os próximos tempos são de oportunidade – como o PRR e fundos adicionais que continuam disponíveis. Vai haver oportunidade e o negócio vai-se continuar a fazer. Por outro lado, existe o desafio; nos últimos anos isto mudou muito e, nestas oportunidades, os clientes vão fazer solicitações muito diferentes daquelas que estavam a fazer há dois ou três anos. Isto implica um esforço adicional do fabricante, mas também dos seus Parceiros, para estarem alinhados e dar resposta às necessidades dos clientes” ■



Nuno Leonardo, Fujitsu

“O APARECIMENTO DAS CLOUDS PÚBLICAS NÃO TIROU NENHUMA RELEVÂNCIA NEM AOS SERVIDORES, NEM AO ARMAZENAMENTO, DA MESMA FORMA QUE A VIRTUALIZAÇÃO NÃO DEIXOU QUE SE DEIXASSE DE VENDER SERVIDORES”

Public Cloud, Private Cloud, Hybrid Cloud, Multi-Cloud, Managed Private Cloud, Hosted Private Cloud... Sabe qual é a opção certa?

A normalidade está a voltar às nossas vidas, mas o normal atual já não é o mesmo de há alguns anos atrás. O mundo está a viver uma enorme transformação que abrange várias áreas e setores. ...

Os departamentos de TI encontram-se particularmente afetados na medida em que são forçados a encontrar soluções em tempos muito conturbados com sucessivas reviravoltas em curtos espaços de tempo. Por exemplo, os postos de trabalho foram transferidos para fora dos escritórios e os processos empresariais foram alterados a uma velocidade sem precedentes. Em resposta à mudança de condições e a um aumento súbito nas necessidades de novos serviços digitais, muitas empresas não tiveram outra escolha senão deslocar os serviços para a nuvem. Depois destas mudanças rápidas e forçadas, a discussão sobre a nuvem está agora sob uma luz mais objetiva com uma orientação mais a longo prazo.

SERÁ A NUVEM A SOLUÇÃO CERTA PARA SI?

Para algumas organizações, a nuvem tornou-se na resposta padrão para modernizar operações. E há boas razões para isso, tendo em conta os benefícios em termos de custo, escalabilidade e flexibilidade. Mas será esta a escolha certa em todos os desafios e para todas as organizações?

Estaremos a ser demasiado rápidos a descartar a opção de ter os dados mais próximos? Surpreendentemente, a resposta nem sempre está na nuvem! Algumas aplicações, dados e cargas de trabalho devem continuar a ser operados no centro de dados local. A nuvem, especialmente a nuvem pública, ainda tem algumas desvantagens em termos de segurança e privacidade. Dados empresariais sensíveis, como dados pessoais de clientes e empregados ou informações sobre a situação económica da empresa não devem sair das instalações informáticas internas. Há várias razões para mantê-los por perto. Um exemplo disso são as disposições legais – em particular as leis de proteção de dados – que exigem que os dados sejam mantidos numa localização geográfica específica. Outra razão é a latência; os dados eletrónicos são rápidos, mas em cada viagem dos dados de e para a nuvem, possivelmente envolvendo uma viagem para o outro lado do mundo, pode resultar em problemas para cargas de trabalho específicas.

JÁ PENSOU EM “NUVEM LOCAL”?

Hoje é possível obter todas as vantagens de custo, agilidade e escalabilidade do modelo em

nuvem, mantendo as suas aplicações no centro de dados local. Se forem estas as principais razões que o movem, também pode considerar uma infraestrutura semelhante a uma nuvem nas suas instalações. É possível usufruir das mesmas formas de consumir TI no centro de dados local como se da nuvem se tratasse. Através de programas como o uSCALE da Fujitsu, podemos combinar o melhor dos dois mundos. É como a nuvem, mas privada, mais flexível e eficiente – especialmente na gestão de custos, garantindo ao mesmo tempo padrões de conformidade e segurança de dados. Os clientes podem consumir infraestruturas no local, com faturação mensal, como na nuvem. As empresas podem beneficiar de uma maior flexibilidade, e as melhorias operacionais introduzindo novos serviços e soluções. Ao estender o Fujitsu uSCALE aos nossos Parceiros de Canal SELECT, estamos a permitir-lhes que ofereçam maior agilidade aos seus clientes finais em termos de financiamento das suas operações de TI. Os nossos Parceiros podem abraçar novos serviços e criar um novo valor, minimizando risco e complexidade. ■

INFO
fujitsu.com/pt/

Ligue o data center à cloud com a Microsoft e o “PRIMEFLEX for Microsoft Azure Stack HCI” da Fujitsu

FUJITSU

Um sistema operativo numa infra-estrutura hiperconvergente (HCI) à medida para modernizar as operações on-premises com gestão e capacidades nativas da cloud.

As vantagens da computação cloud podem parecer difíceis de concretizar quando tem de manter a maior parte dos dados on-premises, e ligar à cloud não é assim tão fácil. Foi por isso que a Microsoft e a Fujitsu se uniram para lhe fornecer um data center on-premises com capacidades nativas da cloud e que lhe permite criar um verdadeiro ambiente hybrid cloud.



HCI é a forma moderna de instalar servidores em data centers, em escritórios remotos e na edge.

80%



dos clientes Microsoft inquiridos planeia aumentar o seu investimento em HCI



VEM COM A CLOUD

Hybrido por design

O Azure Stack HCI é disponibilizado enquanto serviço de subscrição Azure, o que significa que pode ligar os seus volumes de trabalho virtualizados a serviços de backup, monitorização, gestão de identidades para acesso, segurança e muito mais com base na cloud.



AS FERRAMENTAS QUE CONHECE

A forma mais fácil de ser híbrido

Não tem tempo para aprender a trabalhar com novas ferramentas ou para remodelar as operações? Instale controladores de hardware e actualizações de software com um clique no Windows Admin Center, que está sempre ao seu dispor para gerir a infra-estrutura. Faça a gestão HCI, máquinas virtuais e recursos Azure lado a lado com uma ferramenta: PRIMEFLEX for Microsoft Azure Stack HCI.



FIABILIDADE CERTIFICADA

PRIMEFLEX for Microsoft Azure Stack HCI

É um nó de hardware validado da Fujitsu e certificado pela Microsoft, e é a forma mais fácil e mais rápida de estender o seu datacenter on-premises para a cloud com Azure Stack HCI.



PAY AS YOU GO

Escale com custos previsíveis

Com os nós validados Fujitsu Azure Stack HCI, pode otimizar os seus custos com base nas suas necessidades. O serviço é facturado mensalmente a uma taxa de subscrição previsível que tem por base o número de cores físicos de processamento. Comece com dois nós para a edge e uso local, e escale à medida das necessidades da sua empresa.

Para saber mais acerca da integração do seu datacenter com a cloud através da implementação do PRIMEFLEX for Microsoft Azure Stack HCI, visite

<https://www.fujitsu.com/emeia/pf4ashci> ou contacte-nos para o 800 10 40 40



Modernize with Windows Server 2022
The cloud ready operating system that boosts on premises investments with hybrid capabilities.

Otimização de negócio e incremento de desempenho operacional

Ferramentas e campanhas exclusivas para Parceiros HPE



A Hewlett Packard Enterprise é uma empresa que oferece produtos e serviços desde o edge até à cloud, ajudando as organizações a acelerar a obtenção de resultados ao libertar valor de todos os seus dados, independentemente da sua localização. Tendo por base décadas a idealizar o futuro e de inovações para incorporar avanços tecnológicos na forma como as pessoas vivem e trabalham, a HPE disponibiliza soluções como um serviço de tecnologia exclusivo e inteligente. Com ofertas que abrangem serviços de Cloud, Computação, Super Computação & Inteligência Artificial, Software e Armazenamento, a HPE oferece uma experiência consistente, ajudando os Parceiros a desenvolver novos modelos de negócio e a aumentar o seu desempenho operacional.

CONFIGURADOR IQQUOTE

Tendo em mente a otimização de negócio dos seus Parceiros e para tornar o acesso às ferramentas HPE mais simples e fácil, a HPE desenvolveu um configurador disponível através dos websites dos distribuidores oficiais


para Parceiros HPE. Os Parceiros poderão visualizar em tempo real, preço, disponibilidade e campanhas exclusivas desta ferramenta. Focado em servidores, armazenamento, equipamento de rede e serviços, será possível criar configurações rápidas e fiáveis e consequentemente exportar e solicitar uma cotação ao seu distribuidor.

À medida que uma configuração é criada, o iQuote mostra todas as opções compatíveis com o equipamento selecionado e garante ainda que todas as regras de configuração são cumpridas para evitar erros. Outra área em que o iQuote se destaca são as recomendações integradas para serviços de suporte e sistema operativo do Microsoft Windows Server para servidores HPE ProLiant.

CAMPANHA FLEXOFFERS, EXCLUSIVA DO IQQUOTE

Apenas acessível no configurador iQuote, as campanhas FlexOffers possibilitam a obtenção de descontos de uma forma simplificada junto da HPE.

Para obter um desconto nas campanhas FlexOffers, na configuração de um servidor

será necessário adicionar um número de opções, sendo que o seu respetivo número depende do servidor configurado. As opções aptas para a campanha FlexOffers estão identificadas com o símbolo .

Saiba mais sobre as FlexOffers em:

flexoffers.hpesidebyside.pt

PROGRAMA DE INCENTIVOS ENGAGE&GROW

O iQuote é também integrado no programa de incentivos Engage&Grow, onde o Parceiro HPE conseguirá visualizar os pontos que poderá ganhar ao concluir a sua compra.

O Engage&Grow é um programa de incentivos exclusivo para Parceiros registados, onde para além de ganhar pontos que se irão transformar em euros, o Parceiro poderá beneficiar de conteúdos exclusivos e obter vantagem competitiva no mercado com formação gratuita oferecida pela ferramenta.

A inscrição no programa confere ao Parceiro um cartão de crédito, onde será carregado o valor atribuído aos pontos reunidos pelas suas compras de produtos elegíveis, de uma lista trimestral, disponível no portal do Engage&Grow. No final de cada trimestre, os pontos serão convertidos em euros e transferido o valor para o cartão de crédito, de acordo com as suas instruções.

Saiba mais sobre o Engage&Grow em

emea.engageandgrow.hpe.com.

Em suma, o configurador iQuote disponibiliza um serviço personalizado de criação de configurações através da sugestão de componentes com maior rotação da HPE, terá acesso a descontos exclusivos com a campanha FlexOffers e visualizará pontos de Engage&Grow. Ao mesmo tempo, o Parceiro HPE terá acesso ao preço e à disponibilidade do equipamento existente no website do seu distribuidor HPE preferencial! ■

INFO

hpe.com/pt/en

FlexOffers

Obtenha os melhores descontos em configurações personalizadas!

Já disponível em
arrow.com/ecs/pt



Já disponível em
cpcdi.pt



Já disponível em
pt.techdata.com



FlexOffers é o NOVO programa de descontos da HPE exclusivo do configurador iQuote que permite aos parceiros criar configurações flexíveis de soluções personalizadas e obter o melhor preço.

Orientado para o mercado

- Abrange o mercado de servidores HPE ProLiant, armazenamento, produtos de rede e serviços
- Propõe soluções fiáveis e funcionais
- Visualize as opções disponíveis para cada solução

Preços competitivos

- Melhor preço transacional da HPE com descontos incrementais para parceiros
- Ofertas especiais exclusivas com as FlexOffers

Entregue rapidamente ao seu cliente

- Visualize em tempo real a disponibilidade de produtos do seu distribuidor
- Encomende imediatamente uma solução funcional

Fácil de configurar e encomendar

- Configurador intuitivo e fácil de manusear
- Compra automatizada no iQuote

1.
Aceda ao
iQuote



2.
Procure pelo
símbolo das
FlexOffers



3.
Configure e
obtenha
descontos!



Saiba mais sobre as FlexOffers em
flexoffers.hpesidebyside.pt



IaaS, Agilidade e Inovação

Que modelo na transição para a cloud - disrupção ou evolução continua, segura e controlada, adaptada a cada organização?



O caminho para a cloud já se faz há mais de 15 anos, mas independentemente dos elevados níveis de adoção e ritmos de crescimento, e contrariamente ao que alguns chegaram a apregoar, o mundo ainda não migrou totalmente e em massa para a cloud. Os benefícios do cloud computing são tão óbvios quanto inegáveis, mas não são aplicáveis a todos os casos de uso nem a todas as organizações da mesma forma.

As estratégias de IT de uma start-up do sector tecnológico ou financeiro, de uma média empresa estabelecida do setor industrial, ou de uma grande organização governamental, tipicamente não são, e nem deve ser, idênticas. Os próprios modelos financeiros e de investimento decorrentes dessas estratégias muitas vezes não alinham de forma ideal com os modelos de billing pré-definidos e pouco flexíveis em alguns aspetos dos grandes cloud providers internacionais.

A própria natureza dos sistemas e dos workloads IT e a diversidade de contextos económicos, sociais, ou políticos das empresas e organizações devem ditar a estratégia e a adequabilidade das soluções. O conceito genérico de hybrid cloud em que aplicações e sistemas legacy ou de arquitetura mais convencional, on-premise ou hosted, convivem e integram com outros já desenvolvidos sob princípios cloud native numa multiplicidade de combinações e níveis de maturidade, é, e será por muito tempo, a realidade de muitas organizações.

Ao mesmo tempo, as preocupações com temas como a cibersegurança e a segurança da informação, a resiliência e a continuidade de negócio, ou questões de soberania dos dados, tomam cada vez mais preponderância de uma forma transversal independentemente do modelo em causa.

Quer isto dizer que os caminhos do progresso tecnológico e da transição digital não se esgotam na opção entre os extremos de manter uma infraestrutura de IT on-premises versus a migração em massa para a hypercloud pública. Existe todo um manancial de oportunidades e possibilidades que se apresentam como cenários potencialmente interessantes pela combinação dos princípios decorrentes de diferentes modelos, a disponibilidade dos recursos materiais e humanos necessários, e as circunstâncias adequadas para o fazer.

A estratégia de mercado da IP Telecom passa pelo investimento sustentado no desenho, desenvolvimento e implementação de soluções diferenciadoras e inovadoras que apostam na agilidade e na capacidade de adaptação, e que muitas vezes permitem encontrar modelos híbridos ou intermédios mais flexíveis e adequados às necessidades dos nossos clientes e Parceiros, potenciando a plena exploração dos benefícios das tecnologias subjacentes, nas condições, e ao ritmo, mais convenientes a cada realidade.

Exemplo disso mesmo são algumas das nossas mais recentes ofertas em termos de IaaS de última geração, que conjugam a

disponibilização de recursos de computação, armazenamento, comunicações, virtualização e/ou containerização, e ferramentas de SDDC (Software Defined Data Center), com um portfolio de soluções arquiteturais que levam em consideração logo à partida, by default e by design, os vários fatores de segurança e resiliência relevantes.

Sendo tipicamente pré desenhadas e validadas, estas soluções são simultaneamente também muito customizáveis e adaptáveis às necessidades específicas de cada cliente, e tiram partido do potencial diferenciador de alguns dos recursos que IP Telecom explora como a rede nacional de fibra ótica de alto débito e os três data centers em território nacional com muito baixas latências nas comunicações entre eles, e do know-how das nossas equipas próprias especializadas.

Estas ofertas permitem endereçar de forma particularmente eficaz e eficiente alguns dos desafios de maior exigência técnica, mas ao mesmo tempo maior potencial de impacto na atividade das empresas, sendo bons exemplos o disaster recovery de ambientes críticos com RPO (recovery point objective) zero e RTO (recovery time objective) tendente para zero, ou as soluções de continuidade de negócio que correm em modo ativo-ativo de forma nativamente distribuída nos nossos data centers.

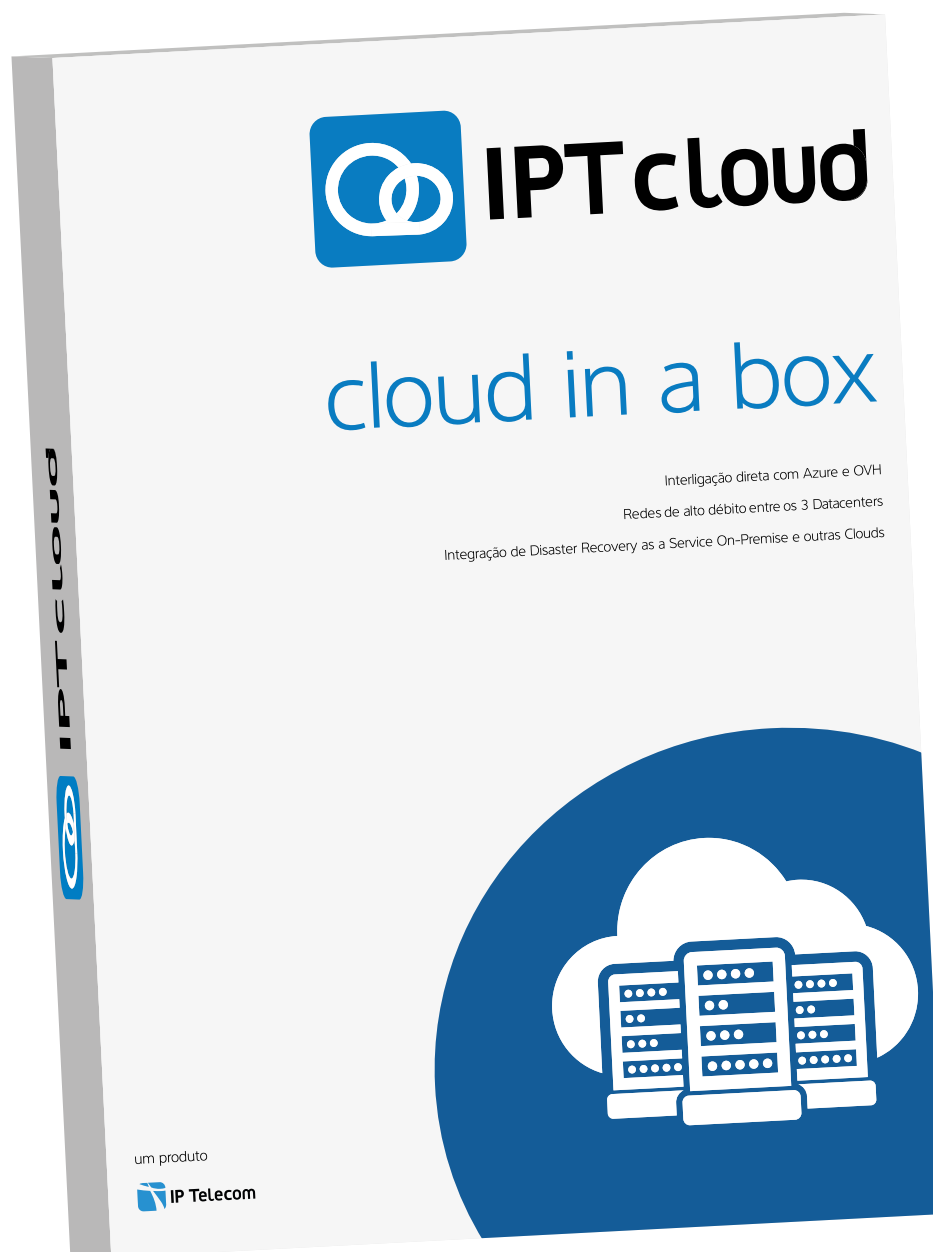
A IP Telecom tem portanto a capacidade de disponibilizar às empresas um conjunto de soluções diferenciadoras baseadas nos princípios XaaS (everything as a service) que, aliando fatores como a inovação, a escalabilidade e a agilidade inerentes ao paradigma da cloud com a flexibilidade do nosso modelo de negócio, permitem construir arquiteturas tecnológicas de última geração melhor adaptadas aos desafios particulares e especificidades de cada organização e simultaneamente otimizar os modelos económico-financeiros adequando-os às diferentes exigências e contextos, e garantido a respetiva competitividade. ■

por João de Deus Miranda,
Pre-Sales & Innovation na IP Telecom

INFO
iptelecom.pt

A Cloud 100% Nacional

Virtual Datacenter | Backup | Storage | Disaster Recovery | Cybersecurity



Uma solução

Instalação eficiente para infraestruturas de alto desempenho

A Legrand apresenta a sua gama de soluções de cablagem LINKEO C, que oferece o desempenho certo para a necessidade de qualquer cliente

Na era da digitalização, em que a Internet é a espinha dorsal dos processos e serviços das empresas, dispor de conectividade rápida, robusta e eficiente deixou de ser uma mais-valia para passar a ser uma necessidade básica. Sejam soluções cloud fornecidas por terceiros ou sistemas proprietários geridos in-house, rara é a empresa na qual plataformas digitais não representem um papel fundamental no seu funcionamento interno, e cada vez menos são as que não oferecem pelo menos parte dos seus serviços online. Como se não bastasse, as aplicações envolvidas requerem largura de banda cada vez mais altas – basta olhar para a atual omnipresença da videoconferência e streaming como alternativas à comunicação presencial.

Como tal, fibra ótica mostra-se cada vez mais a escolha ideal para ir ao encontro das necessidades de networking das empresas, oferecendo alta performance com baixo custo e facilidade de manutenção. A sua maior largura de banda suporta taxas de dados muito maiores, enquanto a baixa degradação do sinal – 3% a distâncias maiores que cem metros, nas quais há a perda quase total do sinal em cobre – permite cobrir distâncias muito superiores. Por último, por depender de um sinal luminoso em vez de corrente elétrica, a fibra ótica é imune à interferência eletromagnética, prevenindo distúrbios na rede resultantes de radiação externa.

Adicionalmente, os equipamentos de fibra ótica para data center tendem para uma maior facilidade de instalação, ampliação e manutenção, reduzindo o tempo e despesas envolvidos na gestão da infraestrutura.

No entanto, a fibra ótica dá apenas resposta às necessidades de networking de parte da conectividade das empresas, na componente WAN, deixando as redes locais limitadas à performance da cablagem de cobre. Como



Conector keystone LINKEO C

tal, torna-se essencial prevenir a criação de *bottlenecks* ao garantir uma performance de top no cobre tanto como na fibra.

Com isto em mente, a Legrand apresenta a sua gama LINKEO C, que oferece o desempenho certo para a necessidade de qualquer cliente. Desde painéis terminais a tomadas terminais, cabos e cordões, esta gama de produtos de cablagem oferece um conjunto completo de equipamentos para a criação de infraestruturas digitais de alto desempenho.

No coração do sistema está o conector RJ 45, disponível em todas as categorias, de 6 a 6A, nas versões com e sem blindagem.

CONECTOR KEYSTONE

O novo sistema de cablagem estruturada dedicado ao ambiente LAN de pequenas e grandes empresas LINKEO C foi projetado

para fornecer aos integradores uma solução completa e confortável, de rápida instalação e manutenção, e com garantia de desempenho de 25 anos.

Estas soluções de cablagem foram projetadas para facilitar as instalações, economizar tempo e facilitar a produtividade. O novo sistema LINKEO C traz ao mercado um conector keystone sem ferramentas que permite uma conexão rápida nas categorias 6 e 6A. O bloqueio com um simples toque garante maior desempenho para transmissão de dados, permitindo conectar, desconectar e reconectar sem danificar o produto ao mesmo tempo que impede a desconexão acidental, graças à sua aba de bloqueio mecânico.

PAINEL DE INTERLIGAÇÃO LINKEO C

Fácil gestão de cabos, o painel de interligação LINKEO C vem com um sistema de gestão traseira dos cabos que permite uma instalação simples e organizada.

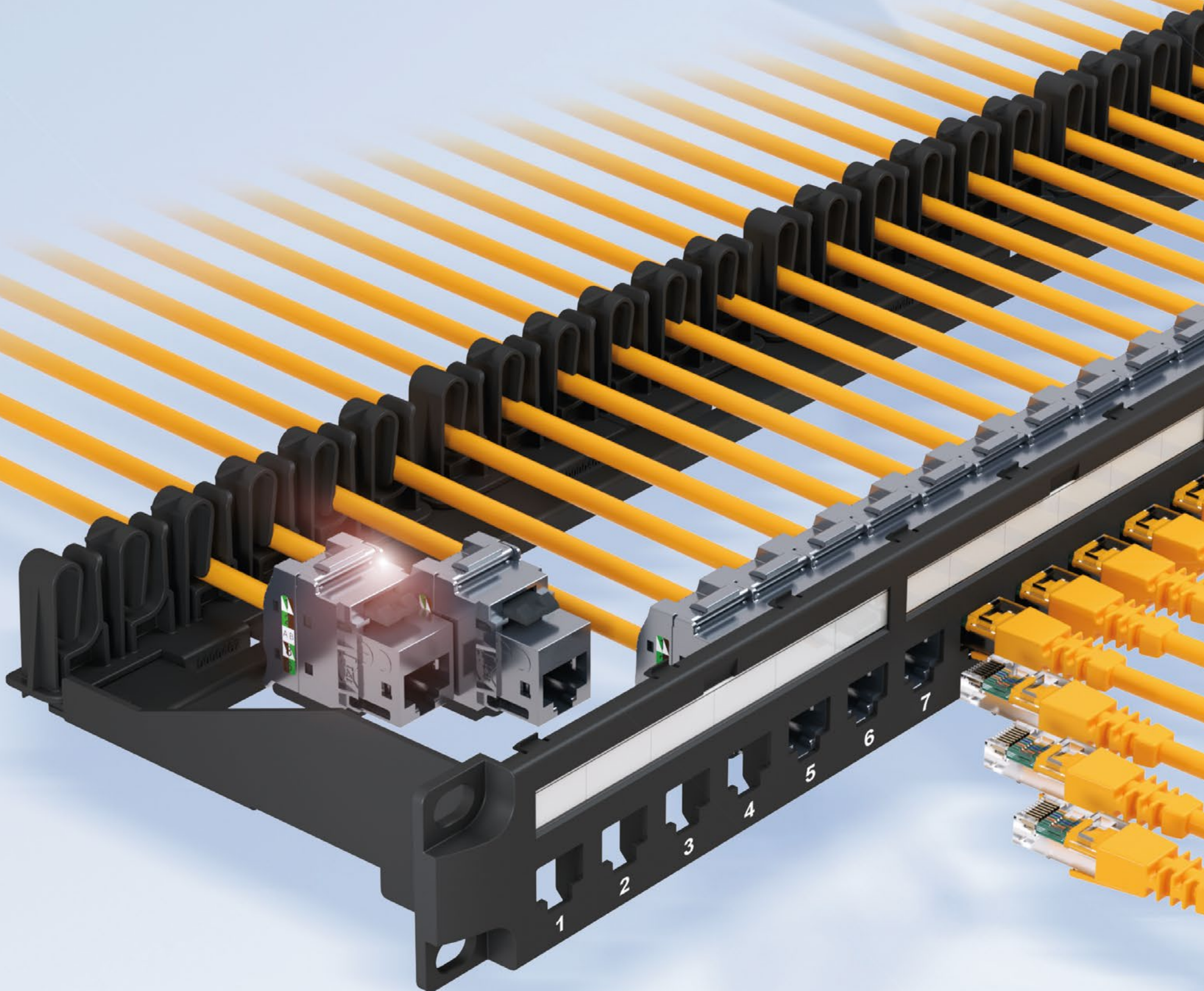
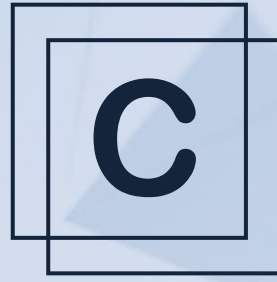
Na parte de trás do painel, por exemplo, os vários guias cabos mantêm os cabos organizados e encaminhados corretamente pelo bastidor. Uma solução prática que facilita as rotinas de manutenção e limita as desconexões inadvertidas.

Projetado para acelerar o trabalho, o painel de interligação LINKEO C facilita a instalação e manutenção, sendo facilmente montado no bastidor sem necessidade de aparafusar antes de estar tudo conectado corretamente, facilitando o processo de instalação. Assim, o técnico pode posicionar qualquer painel LINKEO C nos montantes para obter uma visão geral da instalação, e fazer ajustes de forma rápida e fácil sem necessidade de desaparafusar. ■

INFO
legrand.pt

LINKEO

Build connection



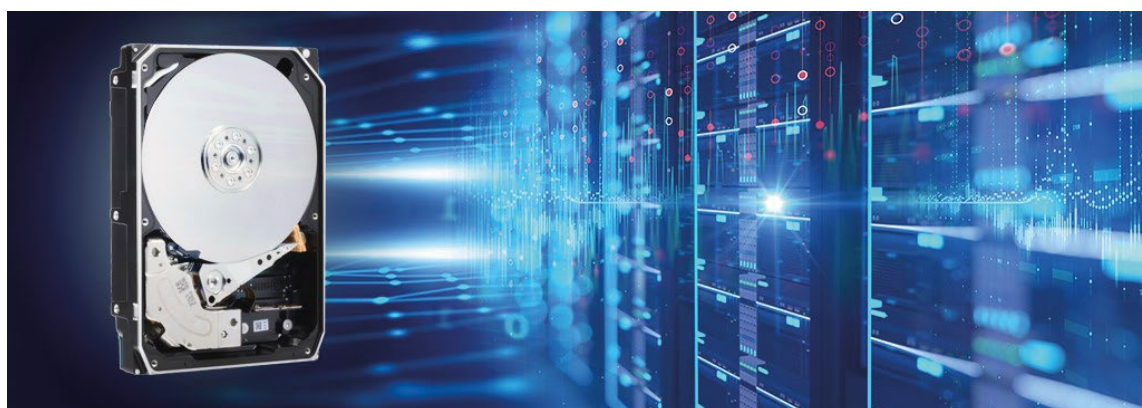
Design único

Conexão rápida

Performance

As unidades de disco rígido são tudo menos retro

As unidades de disco rígido existem há mais de 60 anos e, embora este clássico do armazenamento tenha sido declarado morto em diversas ocasiões, a verdade é que é hoje mais necessário do que nunca para recolher a enchente de dados na era da IdC (Internet das Coisas)



Só as unidades HDD permitem registar e gerir de forma económica os volumes de dados em crescimento exponencial da era da informação. (Fonte: Toshiba Electronics Europe)

Quando a primeira unidade de disco rígido chegou ao mercado, em 1956, foi uma revolução. Até então, os dados eram, na sua maioria, armazenados em cartões perfurados, extremamente dispendiosos e cuja organização exigia muito tempo. E eis que surge um único dispositivo capaz de armazenar dados de 64 000 cartões perfurados e que, graças a discos magnéticos rotativos e a braços móveis com cabeças de leitura/escrita, permitia o acesso quase de imediato. Todavia, a primeira unidade de disco rígido era gigantesca. Com os seus 50 discos de 24 polegadas, pesava cerca de uma tonelada e tinha enormes dimensões. Só no final da década de 1980 é que surgiram os suportes HDD de 3,5 polegadas que hoje conhecemos, baseados no tamanho das disquetes para permitir a instalação nos mesmos compartimentos. Este formato acabou por se tornar padrão nos servidores e sistemas de armazenamento. Entretanto, os suportes HDD de 3,5 polegadas desapareceram dos computadores mais comuns ou são utilizados apenas como um dispositivo de armazenamento em massa barato, junta-

mente com um SSD. As unidades HDD de 2,5 polegadas, inicialmente desenvolvidas para portáteis, também foram amplamente substituídas por unidades SSD e encontram-se agora, essencialmente, em unidades USB externas.

Um ano recorde para a unidade de disco rígido Computadores e alguns dispositivos eletrónicos (ex: câmaras, smartphones), estão agora equipados com memória flash. Todavia, ainda que o fim do HDD tenha sido muitas vezes previsto, continua a ser impossível imaginar muitos dispositivos e infraestruturas de TI sem este dispositivo de armazenamento clássico. Os sistemas NAS e os gravadores de videovigilância são quase exclusivamente equipados com HDD. As unidades HDD também suportam o grosso do armazenamento de dados das empresas e dos centros de dados dos fornecedores de serviços em nuvem e continuarão a fazê-lo no futuro previsível. As unidades SSD são, simplesmente, demasiado caras e, devido ao seu complicado processo de fabrico em ambiente controlado, não podem ser fabricadas em qualquer local, em quantidades suficientes para suportar a enchente de dados da era da informação.

Para além do avanço da digitalização nas empresas, na investigação e na administração pública, as inúmeras máquinas, dispositivos e sensores com ligação à rede da IdC estão a impulsionar o aumento dos dados. É verdade que muitos dos dados da IdC são processados diretamente no local, porque os veículos autónomos ou as instalações de produção confiam numa avaliação rápida para reagir a eventos em tempo real. Não obstante, para armazenamento a longo prazo, análise mais aprofundada e correlação com dados de outras fontes, os dados são, normalmente, transferidos para centros de dados, onde acabam por ser armazenados em HDD.

O aumento significativo de dados nos principais centros de dados e na nuvem também se reflete no mercado de HDD, com 259 milhões de unidades vendidas em 2021, de acordo com os investigadores de mercado da Trendfocus. Atingem uma capacidade de armazenamento de 1338 zetabytes, 31 por cento mais do que em 2020, e um novo recorde. Uma capacidade de armazenamento inédita em HDD.

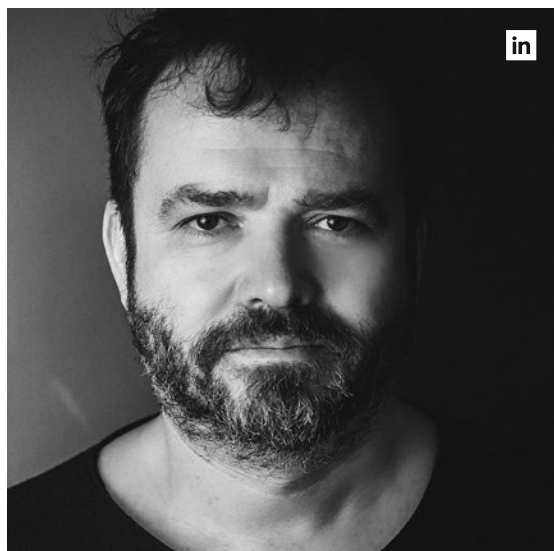
CAPACIDADES E DESEMPENHO EM CONSTANTE CRESCIMENTO

O segredo para o sucesso dos HDD está na sua elevada capacidade de armazenamento a baixos preços. A capacidade das unidades Enterprise aumentou continuamente em cerca de dois terabytes por ano nos últimos anos, enquanto os custos permaneceram constantes. Isto tornou-se possível graças às constantes melhorias nas tecnologias HDD, ainda que o conceito original se mantenha inalterado — magnetização sem contacto e leitura de setores em discos rotativos com um revestimento magnético.

Ao mudar para o enchimento de hélio, por exemplo, há alguns anos, foi possível aumentar a capacidade de armazenamento dos HDD empresariais de 3,5 polegadas de 10 para 14 terabytes. O hélio é um gás mais leve e homogéneo do que o ar, pelo que causa menos turbulência quando as unidades de disco rígido estão em rotação, o que permite a utilização de discos mais finos. Por conseguinte, é possível integrar

mais discos na caixa. Por outro lado, as cabeças de leitura/escrita permitiram uma maior densidade de escrita de bits e um aumento da capacidade para os 16 terabytes.

Contudo, impulsionados pelos serviços em nuvem e pelas aplicações da IdC, os requisitos de desempenho das unidades de disco rígido também foram alterados. A otimização para escrita e leitura sequencial já não é suficiente, uma vez que o acesso regular aos dados em armazéns online ativos nos centros de dados exige um elevado desempenho no caso de

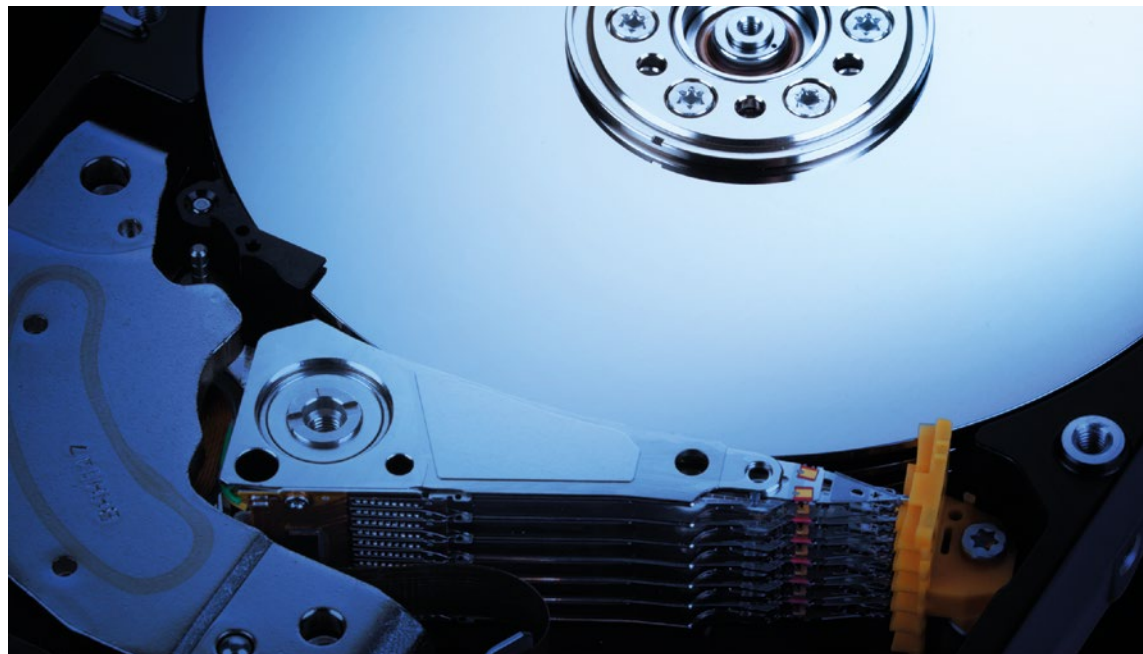


Rainer W. Kaese, Gestor Sênior, Desenvolvimento de HDD empresariais da Toshiba Electronics Europe

acessos aleatórios. Isto foi alcançado com otimizações do firmware, o que permite que os HDD empresariais atinjam atualmente mais de 400 IOPS, dependendo do modelo. Não é muito comparado com um único SSD, mas algumas dezenas destas unidades de disco rígido num sistema de armazenamento podem proporcionar dezenas de milhares de IOPS, o que se traduz, simultaneamente, num elevado desempenho e numa grande capacidade de armazenamento a baixo custo.

NOVOS MÉTODOS DE GRAVAÇÃO PARA A PRÓXIMA GERAÇÃO DE HDD

A gravação magnética perpendicular (PMR), que tem sido utilizada como uma tecnologia de



gravação na última década e meia, está a atingir os seus limites a 16 terabytes por unidade. Com a gravação magnética em setores sobrepostos (SMR) e a gravação magnética assistida por micro-ondas (MAMR), desenvolveram-se novos métodos para registar mais dados na mesma superfície magnética. A SMR escreve as faixas de dados em sobreposição, que são depois dispostas de forma semelhante às telhas no telhado de uma casa. As unidades de disco rígido com SMR estão disponíveis desde há vários anos e encontram-se em computadores, sistemas de videovigilância e unidades USB externas, entre outros.

Por outro lado, a MAMR utiliza micro-ondas para controlar e juntar o fluxo magnético na cabeça de escrita. O recurso a micro-ondas significa que é necessário menos energia magnética para gravar os bits no suporte, pelo que as cabeças de escrita são mais pequenas e conseguem escrever dados de forma mais densa. As unidades HDD MAMR com nove discos magnéticos suportam 18 terabytes e foram lançados no mercado no ano passado, através do modelo Toshiba MG09. As futuras unidades com dez discos magnéticos terão, em breve, uma capacidade de 20 terabytes.

O potencial da MAMR está assim longe de

estar esgotado. As versões futuras vão também utilizar micro-ondas para ativação de material nos discos magnéticos, requerendo ainda menos energia magnética. Isto permitirá uma maior redução no tamanho das cabeças de escrita. Inicialmente, esta tecnologia de gravação magnética assistida por micro-ondas vai aumentar a capacidade das unidades HDD de 3,5 polegadas para 22 terabytes, mas os especialistas acreditam que os 50 terabytes são uma meta realista dentro de poucos anos.

Este desenvolvimento contínuo tem garantido a sobrevivência do HDD como suporte de armazenamento, que continua a ser procurado hoje em dia. As tecnologias modernas, como SMR e MAMR, mas também os atuadores duplos, estão a preparar os HDD para os próximos anos, com um aumento crescente dos requisitos de capacidade e desempenho. ■

por Rainer W. Kaese, Gestor Sênior, Desenvolvimento de HDD empresariais da Toshiba Electronics Europe
(Fonte: Toshiba Electronics Europe)

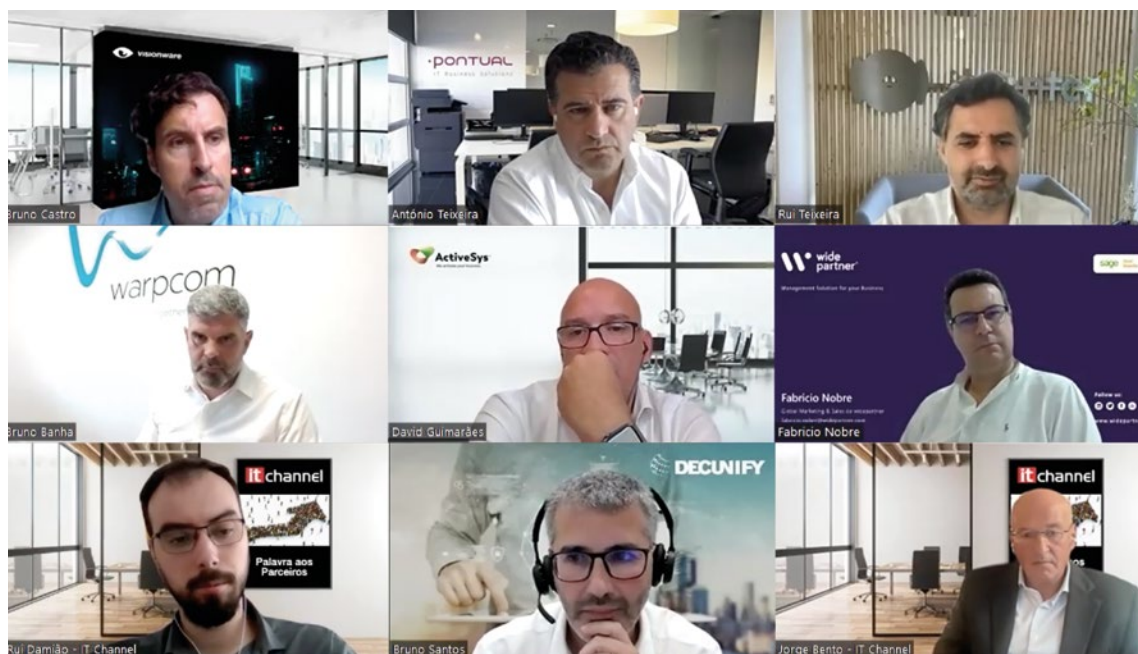
INFO

Toshiba-storage.com

PALAVRA AOS PARCEIROS: velocidade, execução e superação vão definir os próximos meses

O IT Channel voltou a convidar os Parceiros para debater os temas relacionados com o estado atual do mercado em Portugal, para onde caminha e como está a relação entre os Parceiros, os fabricantes e os distribuidores

por Margarida Bento



A ActiveSys, a Decunify, a IT Center, a Pontual, a VisionWare, a Warpcom e a WidePartner participaram na edição de 2022 do Palavra aos Parceiros, a mesa-redonda que dá voz aos Parceiros. Em formato de videoconferência, os sete Parceiros – espe-

cializados em diversas áreas – procuraram caracterizar o mercado atual de IT em Portugal, quais as principais alterações durante o último ano, quais os mercados verticais que mais crescem, o impacto do Plano de Recuperação e Resiliência e, também, o que esperam para os próximos tempos.

COMO CARACTERIZAM O MERCADO ATUAL DE IT EM PORTUGAL?



António Teixeira, Co-Founder e CEO, Pontual:

“Temos uma sensibilidade muito clara no que tem a ver com o mercado das PME. No primeiro ano da pandemia, as empresas tiveram de se desenrascar para colocar as pessoas a trabalhar em casa e transformar as suas soluções e isso requereu dos Parceiros desafios enormes para termos uma capacidade imediata de auxiliar os clientes. O último ano permitiu consolidar as soluções de muitas destas empresas. Muitas pensaram no futuro, mas há outras que adotaram soluções mínimas porque entendiam que seria uma solução temporária”



David Guimarães, Managing Partner e Co-Founder, ActiveSys:

“Sendo uma empresa jovem, [a ActiveSys] facilmente se adaptou à realidade. Atuamos no mercado de PME mais robustas e esse mercado não parou. Acredito que é preciso ser ágil para as empresas se adaptarem aos novos desafios. Costumo dizer, em brincadeira, que os anos da pandemia nos deram um *boost* grande”



Bruno Banha, Solutions Design & Warpdev Director, Warpcom:

“A pandemia acelerou alguns processos de transformação digital, mas algumas coisas foram feitas com pressa e sem plano para o futuro. Há empresas que não podem colocar os seus colaboradores em casa, é preciso estar no local de trabalho. Temos sentido que as empresas que precisam de uma presença local também estão a fazer esse processo, a colocar sensorização nas suas empresas e a fazer *digital twins*”



Bruno Castro, Founder & CEO, VisionWare:

“Temos uma fase pré e outra pós-pandemia. Vendemos segurança há muitos anos e quase que não tínhamos concorrência; agora, olhamos para o lado e toda a gente faz segurança. Apareceram muitos paraquedistas que falam de segurança como se fosse algo muito leve e não é. Não há dúvida de que é uma oportunidade de negócio para todos; o mercado cresceu imenso. Os clientes vão ter de distinguir quem percebe desta área e de quem vai atrás da corrente de negócio”



Bruno Santos, Chief Process Officer, Decunify:

“Alinhando com tudo o que está a acontecer, noto ainda uma disparidade em termos da adoção e da dificuldade em adotar algumas tecnologias, nomeadamente na área da segurança. Notamos que os responsáveis de informática não conseguem convencer a direção de topo dos investimentos necessários porque ainda há muito o conceito de se existir um problema de segurança põe-se uma firewall e o problema fica resolvido”



Fabrício Nobre, Executive Board Member e Global Marketing & Sales, WidePartner:

“Os fornecedores de tecnologia têm um caminho que não mudou nada do valor agregado que trazem para o mercado. Estamos a trazer tecnologia para o mercado, a trazer inovação, mas o outro lado da moeda são os clientes; era impensável, em 2020, um cliente mudar o seu software de gestão de fábrica, por exemplo, remotamente. O *mindset* do mercado mudou e passou a acreditar que era possível fazer alguma coisa remotamente”



Rui Teixeira, Chief Product & Technology Officer, IT Center:

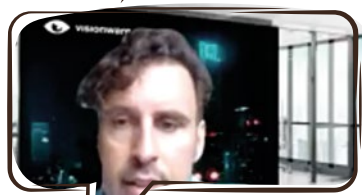
“O mercado pós-COVID acelerou bastante. Existem uma série de desafios que são colocados pelos clientes. A forma de crescimento para as empresas – como a IT Center – passa pela exportação porque em Portugal está complicado. Há uma aceleração contínua do IT nacional, no entanto é cada vez mais assertivo”

QUAIS SENTEM QUE FORAM AS PRINCIPAIS MUDANÇAS NO ÚLTIMO ANO?



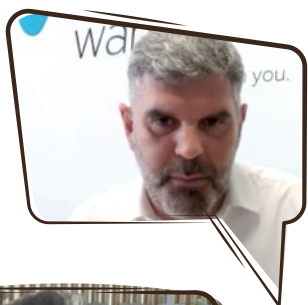
António Teixeira, Pontual:

“Na área de mercado dos ERP, têm existido algumas mudanças no setor que, de alguma forma, vão pautar o acelerar do alinhamento nos próximos tempos. Está relacionado com as aquisições de empresas na área de software. As recentes aquisições da Oakley Capital vai alterar o paradigma do software e, inclusive, na relação com o Canal. Algumas mudanças vão ser aceleradas e, junto do Canal, vai promover algumas alterações estratégicas”



Bruno Castro, VisionWare:

“Em termos de mercado, e algo que sentimos que nos tem condicionado, sinto que grande parte da camada de gestão já entendeu que não há volte-face, que o mercado mudou e que o digital está na ordem do dia. Há imensas ideias da camada de gestão de avançar com novas aplicações online, mas há uma condicionante forte que é a capacidade de termos infraestruturas disponíveis imediatamente, à medida que os negócios aparecem na ótica de cumprir o *time-to-market*”



Bruno Banha, Warpcom:

“Em relação aos *box movers*, terão de se renovar ou acabar. Mesmo os distribuidores que representam os fabricantes têm de estar a criar outro tipo de oferta paralela ao fabricante porque, se não, não conseguem sobreviver. O mercado é como a água: procura o caminho por onde pode correr melhor. Temos tempo de espera em alguns fabricantes de um ano; é impossível pensar numa coisa agora para daqui a um ano”



Rui Teixeira, IT Center:

“Notamos uma mudança: dada a falta de recursos, estão a aparecer uma série de projetos mais focados em *private cloud*, na virtualização numa série de funções que, até agora, eram físicas e imutáveis. Aparecem cada vez mais projetos de virtualizar completamente soluções para conseguirmos ter uma entrega rápida de uma solução”

QUAIS SÃO OS MERCADOS VERTICAIS QUE, NO ÚLTIMO ANO, MAIS TÊM APOSTADO EM IT? ESSA APOSTA PASSA POR UMA ATUALIZAÇÃO PENSADA OU, POR OUTRO LADO, POR UMA ATUALIZAÇÃO FORÇADA?



David Guimarães, ActiveSys:

“Temos sentido um crescimento junto das novas tecnológicas que têm chegado ao norte, acho que está aí o filão de ouro. Há *budgets* muito grandes de investimento, o setor financeiro está com muita força para investir. As nossas equipas de comerciais não estão distribuídas por mercados verticais, mas temos, em certa medida, algumas pessoas um bocadinho mais verticalizadas para alguns setores, como indústria ou parte pública”



Fabrício Nobre, WidePartner:

Há alguns setores que têm a capacidade de fazer algum investimento. Depois, há algumas coisas disruptivas, como a indústria de canábis onde temos apostado bastante, e a área das energias – que sempre esteve na moda, mas, cada vez mais, tudo o que está ligado à indústria das energias estão ligados a uma onda de investimento”



Bruno Santos, Decunify:

“Não temos verticalização porque todas as áreas precisam de infraestruturas. Mas tenho notado nos últimos meses alguns projetos muito interessantes quer na área da indústria – mas que pode estar relacionado com o facto de não ser uma área que tenhamos explorado muito e que agora temos uma unidade nessa área – e, também, alguns projetos muito interessantes para os parques solares”



António Teixeira, Pontual:

“Uma das áreas que temos vindo a apostar nos últimos dois anos é a saúde; é um mercado que está com bastante transformação, até por via da fusão e aquisição de muitas unidades. Há muita transformação na área das clínicas, na área dos serviços de prestação de saúde e de cuidados continuados. Vai haver um *boost* muito grande nesta área porque, obrigatoriamente, o setor terá de digitalizar a relação que tem com os utentes”



Bruno Banha, Warpcom:

“Há uma área que está a crescer bastante – e já se fala há algum tempo – que tem a ver com as cidades e regiões inteligentes; o PRR também está a acelerar isso porque há mais fundos. Claramente, vemos, neste momento, municípios a fazerem projetos e PoC para, por exemplo, controlar o caudal de um rio, temperaturas... uma série de informações que [os municípios] querem ter para se aproximarem dos seus munícipes”



COMO É QUE OLHAM PARA O PLANO DE RECUPERAÇÃO E RESILIÊNCIA? QUAIS SÃO – OU VÃO SER – AS PRINCIPAIS OPORTUNIDADES COM O PRR?

Bruno Santos, Decunify:

“Um programa destes é sempre uma oportunidade interessante para as empresas das áreas de tecnologia. A parte do setor público é a mais beneficiada nesta fase. Haverá – garantidamente – muita coisa interessante a acontecer tanto no setor público como no privado, essencialmente na transformação digital e na transição climática. Há uma necessidade de modernização tecnológica que todos – empresas e Estado – sentem”



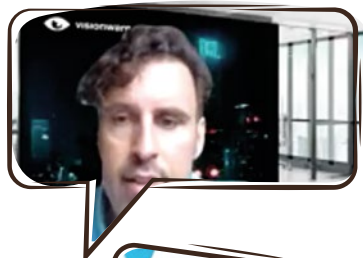
Fabrício Nobre, WidePartner:

“O PRR tem uma questão: é um megaprojeto. Para existirem megaprojetos, tem de haver um trabalho cooperativo. Ao comparar o ambiente de cooperação entre Portugal e Espanha percebemos que há uma diferença de pensamento; falamos sempre de nos tentar unir, trabalhar em conjunto, criar valor agregado, mas sinto que o mercado em Portugal tem uma dificuldade em trabalhar de forma cooperativa”



Rui Teixeira, IT Center:

“O PRR vai necessitar de conectividade e de uma mobilização dos sistemas para a cloud para conseguir que todas as empresas e setores tenham acesso a determinadas aplicações que, se forem *on-premises*, já não terão fácil acesso – muito embora o PRR tenha um volume considerável. Toda a ‘cloudificação’ e conectividade dos principais canais vão sofrer um grande crescimento, principalmente pela necessidade de oferta destes produtos e serviços”



Bruno Castro, VisionWare:

“O PRR vai ser mais orientado para a administração pública, o que pode não ser mau; isso gera negócio atrás de negócio. Grande parte desta fatia será para os integradores que vão ter de arranjar uma forma de serem capazes de montar soluções de segurança – e o PRR tem uma forte vocação para soluções de segurança e resiliência. É inevitável que nas candidaturas se coloque logo bem definidas com o que é necessário para cada uma das instituições”



Bruno Banha, Warpcom:

“A segunda fase do PRR foca-se em quatro áreas. Uma delas é saúde, outra é os transportes – principalmente os ferroviários –, depois a parte da sustentabilidade e a gestão dos recursos naturais e, por fim, a indústria na digitalização de processos de produção. Estes quatro tópicos vão ser onde vão existir mais projetos e onde vai haver mais necessidade”



COMO DEFINEM A VOSSA RELAÇÃO COM OS FABRICANTES?

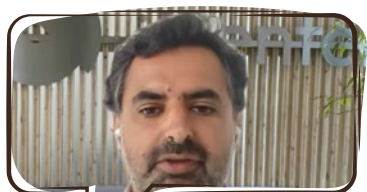
David Guimarães, ActiveSys:

“Por norma, levamos o fabricante connosco a praticamente todos os negócios em que estamos envolvidos. Gostamos que todas as partes estejam envolvidas da mesma forma e que exista um *commitement* também por parte do fabricante. Com as entregas, por exemplo, tem de haver o cunho do fabricante porque, agora, é um flagelo que nos assiste a todos”



Fabrício Nobre, WidePartner:

“Quando a solução passa a ser através da cloud, quando há uma não dependência de um Parceiro para ir ao cliente, fazer uma instalação e fazer uma formação inicial, isto leva a que possa existir abertura para saltar uma etapa do processo entre o fabricante e o cliente final. Isto é notório nas pequenas empresas; os fabricantes têm subscrições 100% cloud e basta fazer uma subscrição online”



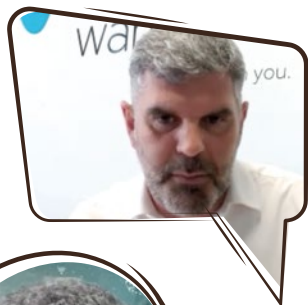
Rui Teixeira, IT Center:

“Dada a evolução rápida das necessidades para responder ao mercado, vemos que os fabricantes adotam uma estratégia de se focarem em determinados pontos, mas os projetos são, cada vez mais, complexos e precisamos de cada vez mais fornecedores. O que vemos é que a nossa relação com os fornecedores – e mesmo entre os fornecedores – é de abertura para trabalho e interligação”



António Teixeira, Pontual:

“Na área de software trabalhamos com os fabricantes e a relação que temos tido nos últimos tempos tem sido de maior proximidade, até por causa da cumplicidade que temos de ter perante os fabricantes para garantir que temos de ter determinado tipo de soluções. O que temos sentido é que está tudo a migrar para modelos de subscrição de software e isto faz-nos repensar todas as estratégias”



AO MESMO TEMPO, COMO DEFINEM A VOSSA RELAÇÃO COM OS DISTRIBUIDORES?

Bruno Banha, Warpcom:

“Os distribuidores faziam a passagem e a venda, mas como começa a existir uma relação direta com o fabricante, deixa de existir esse espaço. O que a distribuição está a fazer é desenvolver plataformas onde podemos vender as subscrições com os vários fabricantes que representam. O processo passa a ser centralizado através de um *marketplace* onde se podem fazer todas as compras”



Bruno Santos, Decunify:

“Esta alteração do modelo de negócio é uma questão que deverá estar a preocupar os distribuidores de alguma forma. O papel histórico do distribuidor sempre teve dois pilares fundamentais: o primeiro é ser um tampão financeiro para o fabricante; e, por outro lado, disponibilidade de equipamento. O último ponto é o que está a falhar neste momento – por motivos óbvios – e que a distribuição ainda tenta, mas que deveriam fazer um pouco melhor”



Rui Teixeira, IT Center:

“Há uma alteração no modelo de negócio dos distribuidores, mas, por outro lado, estamos a trabalhar cada vez mais com a distribuição para resolver os grandes problemas que temos, que são as datas de entrega de material e, acima de tudo, o custo final do material, ou pelo menos tentar que o custo seja reservado durante um período maior do que era até hoje”

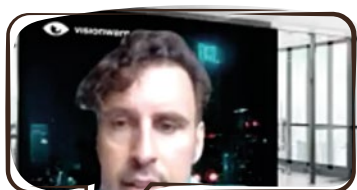


NUMA PALAVRA, COMO PREVEEM O RESTO DE 2022 E 2023? PORQUÊ?

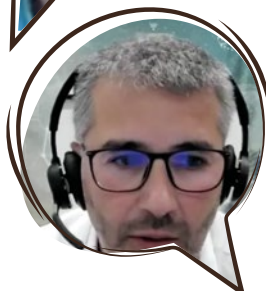
VELOCIDADE “Acima de tudo, hoje já não se fala da transformação digital porque, de uma forma ou outra, as empresas já iniciaram esse processo. Hoje o que conta cada vez mais é a velocidade com que as empresas aceleram este caminho do digital”, António Teixeira, Pontual



EXECUÇÃO “Vamos ter os fundos, os investimentos, mas vamos ter que executar. Acho que a grande diferença de Portugal para os outros países é a capacidade de execução. Vamos ter de fazer”, Bruno Banha, Warpcom



DESAFIANTE “O mercado está realmente desafiante e dinâmico, está tudo menos conservador. Quem anda nisto há muitos anos percebe que andamos em zonas cinzentas e temos de perceber onde é que pisamos”, Bruno Castro, VisionWare



SUPERAÇÃO “Será preciso superar os problemas de fornecimento, de conseguir executar os projetos decorrentes do PRR e não só. Será um crescimento com desafios, como a inflação, a instabilidade e os recursos humanos”, Bruno Santos, Decunify



ÁGIL “Devido a todas as condicionantes que existem atualmente – como a rotatividade e falta de recursos, a falta de entrega – vamos ter de ter a agilidade de conseguirmos entregar os nossos projetos”, David Guimarães, ActiveSys



MEIO-CHEIO “Apesar de todos os presentes termos muito trabalho, ainda há algumas incertezas de que caminho a economia vai levar. Acreditamos que amanhã também vai continuar cheio de trabalho, mas ainda existem muitas incertezas no próprio mercado e de como o mercado vai responder”, Fabrício Nobre, WidePartner



ORQUESTRAÇÃO “No próximo ano, os operadores de telecomunicações terão um desafio bastante grande que é começar a preparar as bases para tudo aquilo que são os serviços de 5G que irão aparecer muito em breve”, Rui Teixeira, IT Center ■

TP-LINK APRESENTA NOVO PONTO DE ACESSO WI-FI 6 EMPRESARIAL



A TP-Link procura assegurar ambientes empresariais sem falhas e conectividade de longo alcance com o seu novo ponto de acesso EAP650. O dispositivo de banda dupla, que suporta a tecnologia Wi-Fi 6, assegura o máximo desempenho com menos latência, menos interferências e mais capacidade.

O dispositivo atinge velocidades mais elevadas ao alcançar até 574 Mbps na banda de 2,4 GHz e 2402 Mbps na banda de 5 GHz, totalizando até 2.976 Mbps, o que é mais do dobro da velocidade suportada por Wi-Fi 5. TP-Link assegura aos utilizadores: “uma ligação ultrarrápida e estável em ambientes com uma alta densidade de rede e um grande número de dispositivos sem fios, tais como hotelaria, educação, hospitais, alojamento, retalho e centros comerciais, escritórios, entre outros”.

Para manter o máximo desempenho, o EAP650 apresenta a tecnologia Omada Mesh que assegura a conectividade sem fios a todos os pontos de acesso, dando-lhe uma maior cobertura sem a necessidade

de cabos. O dispositivo seleciona automaticamente os canais, ajustando constantemente as definições dos pontos de acesso vizinhos na mesma rede. Desta forma, elimina zonas mortas em áreas de difícil acesso por fios, expandindo sem fios a sua rede. Isto funciona especialmente bem em ambientes comerciais, onde múltiplos pontos de acesso são implantados no mesmo local.

O novo dispositivo TP-Link, além de poder ligar-se ao Wi-Fi 6 para conexões mais rápidas, estáveis e eficientes, emprega a tecnologia Seamless Roaming com 802.11k / v para assegurar a conectividade contínua sem fios, mesmo quando os utilizadores se deslocam entre locais, procurando os *hotspots* com os melhores sinais. Isto permite que as transmissões de vídeo e as chamadas de voz permaneçam suaves e estáveis.

Por fim, conta com uma largura de banda de canal de 160 MHz, permite que os dados sejam duplicados em horários de pico de transmissão de dados num único fluxo. ■

Philips lança novos monitores projetados para produtividade

Entre os modelos mais recentes e orientados para o futuro da Philips Monitors, a série 5000 apresenta dois novos monitores para dar simultaneamente suporte a longas horas de trabalho e a momentos de lazer: o 27E1N5600HE – 27 polegadas (68,6 cm) – e o 24E1N5300HE – 24 polegadas (23,8” / 60,5 cm diag.).

Os utilizadores que procuram atualizar os seus monitores para um modelo de alto desempenho, rico em recursos e confiável, podem ter uma alternativa nos novos monitores da Philips.

Os monitores Philips 27E1N5600HE e 24E1N5300HE atendem às necessidades de utilizadores de todas as idades, na ascensão do teletrabalho e da web, em eventos e atividades online, nas redes sociais e em momentos de entretenimento. Estes modelos oferecem recursos essenciais, como webcam de 5MP integrada para aprimorar a colaboração, e conectividade USB-C de apenas um cabo.

Os novos monitores da Philips apresentam tecnologia de visão ampla IPS LED de alto desempenho, para um contraste profundo, imagens nítidas e cores vivas, que podem ser apreciadas em ângulos ultra amplos de 178/178 graus. O Philips 27E1N5600HE oferece o poder visual da resolução Crystalclear, Quad HD 2560 x 1440, enquanto o Philips 24E1N5300HE Full HD 1920 x 1080 oferece cores brilhantes, detalhes nítidos e contraste aprimorado, para uma imagem realista.

Os Philips 27E1N5600HE e 24E1N5300HE também oferecem uma variedade de recursos focados na performance para trabalho colaborativo, conectividade sem complicações, entretenimento imersivo e conforto físico. Equipados com conector USB-C, com capacidade de fornecer energia, estes monitores permitem que os utilizadores carreguem o seu dispositivo compatível enquanto transferem dados em alta velocidade e assistem a vídeos de alta resolução,



tudo com apenas um cabo fino e reversível. Para garantir uma colaboração simples e intuitiva, ambos os monitores incluem uma webcam integrada de 5MP, certificada para Windows Hello e equipada com um interruptor físico, para privacidade extra quando não estiver a ser utilizada, bem como um prático microfone com cancelamento de ruído. ■

Fujitsu apresenta nova geração de mini PC

As empresas estão cada vez mais a escolher o mini PC como novo padrão da computação de secretária, aproveitando os designs discretos que podem ser colocados fora de vista. Em linha com esta tendência, a Fujitsu apresentou uma nova gama de mini PC Esprimo, pensada para um ponto de venda, uma receção ou uma secretária de escritório, que inclui, num tamanho pequeno, tudo o que é necessário para um bom desempenho.

Os novos mini PC Esprimo da Fujitsu são compactos e ocupam tanto espaço quanto um livro de capa dura. Com funcionamento silencioso, os mini PC Esprimo podem ser montados atrás de um ecrã ou guardados debaixo de uma secretária para não afetar a estética do escritório. Apenas é necessário um cabo USB Type-C para alimentar o PC e fornecer conectividade a um ecrã. Para reduzir ainda mais o número de cabos, todos os modelos de mini PC Esprimo podem trazer Bluetooth para a ligação de periféricos como um teclado e um rato.

A nova gama mini PC Esprimo é indicada para ambientes onde muitos periféricos são ligados através de USB, como um ponto de venda, e para os *power users* com aplicações intensivas a nível de consumo de recursos. Todos os mini PC Esprimo da nova gama possuem um mínimo de oito portas USB e duas saídas para ecrãs, permitindo a ligação de até quatro ecrãs, e há modelos selecionados que podem ser montados com até dez portas USB.

Há oito novos modelos mini PC Esprimo da Fujitsu na atualização da gama, disponíveis com os mais recentes processadores Intel ou AMD.

Ambas as opções possuem um desempenho a par de modelos de PC de secretária muito maiores. Graças a tantas funcionalidades e desempenho num espaço pequeno, a gama de mini PC Esprimo faz com que os compradores de computadores já não tenham de optar entre o desempenho e a conveniência quando fazem atualizações.

Todos os novos modelos estão disponíveis para encomenda imediata. O preço varia consoante o país e as especificações. ■



LENOVO REVELA BARRA DE COLABORAÇÃO ALL-IN-ONE



ALenovo anunciou a nova barra ThinkSmart One Smart Collaboration. Concebida para pequenas e médias salas de reuniões ou espaços dedicados a escritórios em casa, a barra ThinkSmart One *all-in-one* é, segundo a própria empresa, a primeira barra do mundo a executar o Windows 10 IoT Enterprise e é alimentada por um processador Intel Core da 11.ª geração incorporado com tecnologia vPro.

Com suporte de aplicações familiares de videoconferência, tais como Microsoft Teams Rooms ou Zoom Rooms, apresenta oito matrizes de

microfones com cancelamento de eco e ruído, altifalantes stereo de 15 watts e uma câmara integrada de alta resolução com amplo campo de visão.

O ThinkSmart One pode ser facilmente instalado, gerido e personalizado centralmente através do ThinkSmart Manager e oferece níveis de segurança melhorados disponíveis com segurança Intel vPro e sistema operativo Windows 10 IoT Enterprise. A barra também inclui o ecrã tátil ThinkSmart Controller de 10,1 polegadas, o mesmo que é fornecido com os *core room kits* da Lenovo, para um controlo

simples e fácil das reuniões.

Com o objetivo de antecipar um crescimento contínuo de espaços de reunião híbridos à medida que os escritórios tradicionais se transformam em centros de negócios mais dinâmicos e colaborativos, o ThinkSmart One alarga as plataformas de videoconferência e colaboração da Lenovo que desempenham um papel crítico no apoio à produtividade e envolvimento dos colaboradores.

Tal como com todos os produtos da sala de reuniões da Lenovo ThinkSmart, ThinkSmart One vem de série com três anos de apoio Premier Support da Lenovo, fornecendo acesso a técnicos avançados 24 horas por dia, 365 dias por ano. Inclui também um ano de software e serviços de valor acrescentado da Lenovo, como o ThinkSmart Professional Services, que ajuda os departamentos de TI a montar cada kit, configurar e integrar em plataformas de comunicações unificadas existentes. ■

EDP Labelec aposta na digitalização dos processos

A EDP Labelec já não precisa de aguardar pela entrega física de relatórios, uma vez que a aplicação escolhida visa substituir um processo que era dependente de papel e construir um processo de comunicação mais ágil entre as equipas

por Diana Ribeiro Santos

O DESAFIO

Os principais desafios a que a EDP Labelec pretendia responder prendiam-se com a digitalização de um processo que era totalmente dependente de papel e que podia tornar-se mais ágil. A informação de contexto dos trabalhos de inspeção de linhas era registada em papel, pelas equipas de terreno, num documento que tinha de ser entregue semanalmente no escritório. Posteriormente, na fase de análise da informação, esse registo em papel tinha de se deslocar entre tabuleiros físicos consoante a etapa do processo de análise em que se encontrava o processamento de dados. Além do elevado tempo necessário para rececionar essa informação em escritório, o formato usado não permitia um acompanhamento fácil das várias etapas do processo.

A SOLUÇÃO

Muito do trabalho de quotidiano tem potencial para ser automatizado. Como tal, existe uma grande necessidade de soluções digitais que podem tornar o trabalho mais eficiente e que permitam aos colaboradores focarem-se em tarefas que aportem maior valor para as organizações.

A implementação deste tipo de soluções, baseadas em plataformas *low-code*, são, por isso, essenciais, pois têm um *time-to-market* mais reduzido e permitem também uma aceleração daquelas que são as jornadas de transformação digital das empresas.

A Power Platform, a plataforma *low-code* da Microsoft e da qual as Power Apps fazem parte, permitiu à Xpand IT construir esta aplicação otimizada para tablets com um *time-to-market* mais reduzido sem que fosse comprometida a qualidade e eficácia do produto final. Assim, através das Power Apps, foi possível construir



uma solução de raiz, de rápida implementação – o tempo de desenvolvimento foi de aproximadamente duas semanas – e de fácil manutenção. A PowerApps tem o principal objetivo de digitalizar e agilizar todo o processo de inspeção de linhas, um processo que até então era feito de uma forma manual, baseado em papel e em troca de informação de modo físico entre as equipas que atuam no terreno e as equipas de *backoffice*.

“A nossa solução casava perfeitamente com as necessidades da EDP Labelec, uma vez que pretendiam incluir este projeto no âmbito da sua iniciativa *Digital Quickwins* (projetos digitais pequenos e de rápida implementação). É, sem dúvida, uma solução com margem para crescer e que poderá, no futuro, ter diferentes atualizações. Algumas das possibilidades de evolução desta aplicação incluem a adição de *dashboards* com diferentes análises ou métricas, a inclusão de diferentes formulários e/ou outro tipo de conteúdos e até a possibilidade de incluirmos

diferentes tipos de roles dentro das equipas que gerem os processos e respetivas funcionalidades”, afirma Sérgio Viana, Partner, DX & UX Lead da Xpand IT.

OS RESULTADOS

Durante 2021 e 2022, a área de Inspeção de Ativos da EDP Labelec conseguiu estabilizar e reduzir o prazo de entrega dos relatórios de inspeção de linhas e o formato da aplicação para tablet e a tecnologia Power Apps, assente na cloud, permitiu desenvolver um processo de transferência de informação muito rápida e automatizada entre as equipas de terreno e o escritório. Adicionalmente, os *dashboards* desenvolvidos possibilitaram a obtenção de informação de gestão em tempo real, dando uma preciosa ajuda na coordenação da atividade. Com a ferramenta desenvolvida foi possível digitalizar este fluxo de trabalho, acelerando a velocidade e a frequência da receção da informação. A iniciativa deu ainda um forte contributo para permitir o contexto de regime híbrido na atividade de *backoffice*, possibilitando que todos os elementos da equipa tivessem acesso à informação.

Segundo fonte oficial da EDP Labelec, “neste momento, a ferramenta desenvolvida é a base dos registos e do acompanhamento. Tornou-se uma ferramenta essencial no nosso dia a dia. O projeto permitiu dar um pontapé de saída na consciencialização da importância destas ferramentas, na facilidade do seu uso, e na possibilidade de construir internamente ferramentas adicionais, utilizando a base de trabalho desenvolvida”. ■

RESUMO

- A EDP Labelec pretendia a digitalização de um processo totalmente dependente de papel;
- A Xpand IT implementou uma solução com a Power Platform da Microsoft;
- A EDP Labelec conseguiu estabilizar e reduzir o prazo de entrega dos relatórios.

Expo TI DATABOX 2022 focado no futuro

O evento de referência do sector das TI em Portugal volta a reunir mais de 40 fabricantes no Centro de Congressos do Estoril, no dia 23 de setembro. É o tão aguardado regresso do evento de referência do Canal de Distribuição TIC em Portugal



É já no próximo dia 23 de setembro que acontece mais uma edição do evento tecnológico Expo TI DATABOX que, ao longo dos anos, se tem vindo a assumir como um espaço de partilha de conhecimentos e uma montra de referência do setor da distribuição em Portugal.

Esta edição, que volta à sua “casa mãe”, o Centro de Congressos do Estoril, pretende ser uma vez mais um espaço privilegiado de encontro e de aproximação entre Parceiros, que lhes permita criar, desenvolver e concretizar oportunidades de negócio com o apoio da DATABOX e dos fabricantes com quem trabalha.

“Num ano em que a Transformação Digital nunca esteve tanto na ordem do dia, este é o momento ideal para, em conjunto com todos os nossos Parceiros e Clientes, olhar para o nosso setor e ajudar a definir o caminho para aproveitar as oportunidades que temos pela frente e ultrapassar os desafios com estratégias de sucesso”, sublinha André Reis, CEO da DATABOX.

Ao longo de um espaço de exposição superior a 1000 m², a DATABOX volta a reunir os principais players do mercado, que apresentarão as suas mais recentes novidades e soluções.

Esta é também uma oportunidade de consolidar relações profissionais, de proporcionar o contacto personalizado com os Parceiros, de apresentar novos produtos, novos serviços e as futuras tendências ao canal de distribuição. Tem, igualmente, por missão ser o espaço ideal para fechar negócios e encontrar novas oportunidades de negócio.

“O Expo TI DATABOX é um evento que já entrou nas agendas de todos os que têm uma palavra a dizer na indústria das TI. Vamos seguramente dar continuidade ao sucesso das edições anteriores, mas sempre com o olhar no futuro, dando pistas sobre o que aí vem: os desafios que temos pela frente e as estratégias para os enfrentar com sucesso”, refere ainda o CEO da DATABOX.

AS NOVIDADES DESTES ANO

O regresso do Expo TI DATABOX terá como lema “The Future Now”, tema central desta edição de regresso que tem por missão lançar um olhar sobre o futuro do setor, os desafios que se adivinham e as melhores estratégias para os ultrapassar com sucesso.

A edição deste ano aposta num espaço, dentro do Centro de Congressos do Estoril, com mais

área de exposição, novos Parceiros presentes e novas tecnologias, bem como ainda melhores condições para os oradores e para a plateia. O seu formato foi concebido e desenhado de forma a gerar proximidade, fomentar contactos e potenciar negócios, permitindo que haja uma forte interação entre expositores e visitantes. Vão ser, inclusive, criados espaços de meeting point para possibilitar o agendamento de reuniões entre Parceiros e fabricantes.

No total, serão mais de 40 expositores que, ao longo de todo o espaço de exposição, colocarão em destaque os principais produtos e soluções de fabricantes de referência do setor das TI.

Haverá espaço a muitas novidades, com destaque para um dos pontos altos do evento: a apresentação dos resultados do IT Channel Survey 2022, um estudo sobre o ambiente de negócios no Canal de IT e a perceção que os Parceiros têm sobre o futuro dos seus negócios e sobre o mercado de IT, bem como o balanço que fazem, as perspetivas para o futuro e a relação com a indústria das tecnologias da informação.



Destaque igualmente para dois painéis de debate que se vão realizar durante o evento, com a participação de alguns dos principais players do sector das TI em Portugal, e que serão, respetivamente, dedicados às tendências atuais e futuras do mercado da tecnologia e da distribuição e ao estado atual e futuro da cibersegurança em Portugal. ■

INFO
databox.pt

“A IT Center posiciona-se como o Parceiro que soluciona os maiores desafios de IT que as grandes empresas enfrentam no mundo digital”

A estratégia da IT Center centra-se em quatro eixos principais: criação de valor para todo o seu ecossistema, aposta na excelência operacional, foco na cultura e nas pessoas, e desenvolvimento sustentável da organização

por Diana Ribeiro Santos

Criada em 2003, a IT Center estava focada inicialmente em serviços de desenvolvimento e integração, com base em tecnologias *open source*. Nos primeiros anos, especializou-se em soluções VoIP para o mercado empresarial e setor da educação, nomeadamente, para universidades e institutos politécnicos.

Em 2012, a empresa desenvolveu uma solução de comunicações em grande escala para um cliente no setor das telecomunicações. O sucesso deste projeto alavancou a notoriedade da IT Center e fomentou outras oportunidades e, desde então, a empresa aprofundou a sua *expertise* neste setor da indústria.

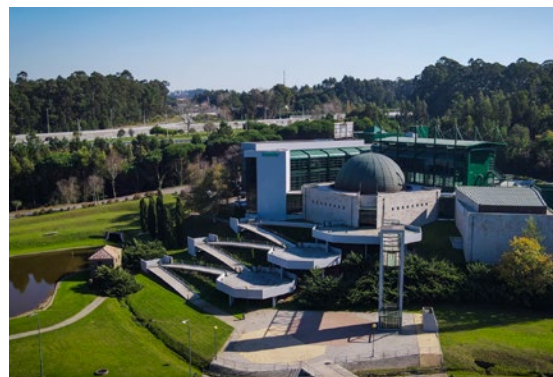
Em 2015, a IT Center iniciou a diversificação da oferta e reforçou as suas equipas, passando a ter serviços de Suporte & Manutenção, Infraestruturas, Redes e Comunicações, Segurança e *Value-Added Reselling*. Em 2017, deu-se o processo de internacionalização, com início de atividade nos Estados Unidos e, no ano seguinte, em França.

Neste momento, a IT Center totaliza 185 colaboradores nas três geografias onde opera, e conta ultrapassar a meta dos 300 colaboradores ainda este ano.

Têm sido desenvolvidas diversas ações para fazer face às necessidades de contratação como o investimento em regiões descentralizadas, a adoção de regime de trabalho remoto e híbrido, e a criação da IT Center Academy, na qual vão integrar 60 formandos este ano.

POSICIONAMENTO

“Nestes últimos dois anos, Portugal consolidou a sua posição como centro de competências de IT (*nearshore* e *offshore*), com recursos altamente especializados que prestam serviços à escala mundial. A pandemia impulsionou o trabalho remoto e a flexibilidade dos clientes para a realidade de ter equipas e serviços remotos”, refere o CEO da IT Center, Sérgio Castro.



Na sua perspetiva, este é um setor que se destaca pelo seu crescimento vertiginoso, com muitas oportunidades de negócio nas mais diversas áreas. Por outro lado, um dos principais desafios desta área, atualmente, é a enorme escassez de recursos, que se acentuou ainda mais com o novo paradigma do mercado de trabalho e o recrutamento realizado à escala global pelas empresas nacionais e multinacionais.

“A IT Center posiciona-se como Parceiro que soluciona os maiores desafios de IT que as grandes empresas enfrentam no mundo digital”, afirma ainda. Diferencia-se, principalmente no setor das Telecomunicações, por ser uma empresa integradora *multivendor*, e pela sua equipa multidisciplinar com *know-how* em *cloud infrastructure, network, security, IT operation & maintenance*.

As soluções mais procuradas pelos seus clientes prendem-se com as áreas de *network* e segurança, desenvolvimento de projetos de engenharia para a rede *core*, serviços de operação e automação da operação, e suporte *multivendor*.

OS PARCEIROS

A IT Center colabora com mais de 50 Parceiros tecnológicos. Atualmente, os principais Parceiros são: Cisco, Check Point, Dell EMC, Fortinet, HPE, IBM, Netscout, Nokia, Red Hat, Resolve, VMWare, entre outros.

A IT Center está sempre disponível para estabelecer novas Parcerias, nomeadamente com empresas focadas em 5G, automação, cloud, storage com proteção de dados, blockchain e cibersegurança.

EVOLUÇÃO DO NEGÓCIO E ESTRATÉGIA DE EXPANSÃO

Para o presente ano, a IT Center pretende dar continuidade ao investimento nos seus principais mercados: Portugal, França e Estados Unidos da América. Em simultâneo, a empresa está a explorar outras geografias, como o Reino Unido e a Alemanha, assim como novos segmentos de clientes.

Têm como objetivo consolidar a sua oferta com soluções que respondam aos atuais desafios dos clientes nos âmbitos da automação, evolução para a rede 5G, cibersegurança, cloud, transformação digital e *business continuity*.

A sua estratégia centra-se em quatro eixos principais: criação de valor para todo o seu ecossistema, aposta na excelência operacional, foco na cultura e nas pessoas, e desenvolvimento sustentável da organização.

Em 2021, o volume de negócios registado foi 40% superior ao do ano anterior. Esta trajetória de crescimento deverá observar-se também em 2022. ■

RESUMO

- A IT Center disponibiliza soluções de cloud infrastructure, network, security, IT operation & maintenance;
- Os seus principais Parceiros são: Cisco, Check Point, Dell EMC, Fortinet, HPE, IBM, Netscout, Nokia, Red Hat, Resolve, VMWare, entre outros;
- Em 2021, o volume de negócios registado foi 40% superior ao do ano anterior.

Marketing direto: a incerteza das suas fronteiras

As práticas comerciais de marketing, em particular as que se reportam ao envio de comunicações eletrónicas de marketing direto, são matéria sensível quer junto de clientes e potenciais clientes (titulares dos dados) de organizações dos mais variados setores de atividade, quer junto das próprias organizações que pretendem promover os seus produtos e serviços no mercado

Tendem, atualmente, a ser objeto de um juízo prévio de desconformidade, em grande medida resultado de vários anos de execução deste tipo de práticas comerciais ao arrepio das normas legais vigentes, o que deu origem à apresentação de um número significativo de queixas junto da Comissão Nacional de Proteção de Dados (CNPd) por parte dos titulares dos dados. Tais queixas encontram-se essencialmente relacionadas com o modo como as organizações, enquanto responsáveis pelo tratamento, procedem à recolha e tratam dados pessoais de contacto para efeitos de promoção dos seus produtos e serviços (só no ano de 2021 foram apresentadas 2075 queixas).

A matéria encontra-se atualmente regulada pela Lei da Privacidade nas Comunicações Eletrónicas (Lei n.º 41/2004, de 18 de agosto), bem como pelo Regulamento UE 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016 (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados) e Lei n.º 58/2019, de 8 de agosto, tendo sido recentemente objeto da Diretriz/2022/1 da CNPD sobre comunicações eletrónicas de marketing direto (Diretriz/2022/1).

A Diretriz/2022/1 confere às organizações alguma segurança

adicional na avaliação das suas práticas comerciais neste contexto, nomeadamente, confirmando o fundamento de licitude para que o responsável pelo tratamento possa proceder ao envio de comunicações eletrónicas de marketing direto: (i) a clientes, no que respeita a produtos ou serviços análogos aos adquiridos anteriormente; (ii) a clientes, relativamente a produtos ou serviços distintos dos anteriormente adquiridos; e (iii) a potenciais clientes. No primeiro caso, uma vez verificados determinados pressupostos, poderá basear-se no seu interesse legítimo, no segundo e terceiro casos será exigido o consentimento prévio e expresso do titular dos dados.

A “novidade” introduzida pela Diretriz/2022/1 não decorre, porém, propriamente do seu conteúdo, mas da omissão de certos aspetos cuja abordagem seria expectável, dado o seu potencial impacto no desenvolvimento do negócio das organizações neste contexto, bem como o facto de outros reguladores já se terem pronunciado.

Entre outros, assinala-se o que deve ser considerado “produto ou serviço análogo ao adquirido anteriormente”, aspeto relativamente ao qual a falta de consenso interpretativo não é novidade e que, no âmbito de uma relação de clientela - conceito que parece, desde logo, ser alvo de contra-

dição quanto à sua amplitude -, se apresenta como determinante na diferenciação entre situações sujeitas a consentimento prévio e expresso do titular dos dados e situações em que é admissível recorrer ao interesse legítimo do responsável pelo tratamento. A título meramente exemplificativo, se um cliente adquire uma bola de futebol numa loja de desporto, será razoável pensar que a sua expectativa passa por receber comunicações de marketing posteriores que incidam apenas sobre bolas de futebol (o que pode ser, desde logo, desprovido de utilidade) ou sobre produtos direcionados à prática de futebol, ou poderá presumir-se que terá a expectativa de vir a receber comunicações de marketing sobre uma gama de artigos desportivos mais alargada, cuja única afinidade com o produto anteriormente adquirido passa por servir a prática desportiva? Teria sido importante conhecer as fronteiras do entendimento da CNPD.

Por outro lado, considera a CNPD que se o titular dos dados facultou os seus dados pessoais a determinada entidade e consentiu na sua comunicação a um conjunto de terceiros para idêntica finalidade, tal consentimento é inválido na medida em que, devendo ser específico, terá de ser prestado entidade a entidade. A situação merecia, porventura, desenvolvimento adicional, sobretudo

quando está em causa a comunicação dos dados a um conjunto de empresas do mesmo grupo empresarial (sendo a sua identificação claramente disponibilizada), que atuem no mesmo setor de atividade e disponibilizem no mercado o mesmo tipo de produtos e/ou serviços. Uma vez preenchidos tais pressupostos, se o titular dos dados - tendo sido devidamente informado e tendo tido oportunidade de não consentir -, presta o seu consentimento prévio e expresso a tal comunicação conjunta dos seus dados pessoais de contacto, parece legítimo concluir-se que o próprio não encara o conhecimento e tratamento dos mesmos por parte de tais entidades, para as mesmas finalidades, como uma violação dos seus direitos ou interesses.

Sendo essencial o respeito pela vontade dos titulares dos dados e a proteção dos seus dados pessoais através da implementação de mecanismos de envio de comunicações eletrónicas de marketing direto em conformidade com as regras legais vigentes, é simultaneamente importante não desconsiderar que as referidas práticas comerciais, assumem um papel relevante no desenvolvimento do negócio das organizações, sendo um reflexo do direito de livre iniciativa económica privada. Nesta medida, a conciliação e ponderação dos direitos em causa passa necessariamente pela diminuição da incerteza inerente a aspetos que possam afetar ou limitar o exercício de tais direitos, o que ficou aquém do possível no âmbito da Diretriz/2022/1. ■



por Margarida Leitão Nogueira,
DLA Piper

Uma nova classe de eficiência operacional



por **João Miguel Antunes**,
OSS & Automation Lead | Celfocus

O mundo está a mudar, e a responsabilidade é da já tão falada transformação digital. Se nos últimos anos, alterações como a flexibilização dos modelos de trabalho têm sido mais expressivas, por outro lado, uma verdadeira revolução digital tem tido lugar no backstage das organizações.

Durante muitos anos, a conquista de quota de mercado de comunicações foi considerada crítica, pelo que a indústria das telecomunicações concentrou os seus esforços nos sistemas de apoio ao negócio (*Business Support Systems*). Este foco acabou por ditar que os sistemas de apoio à operação (*Operational Support Systems*) tivessem menor evolução e/ou estruturação, com grande parte das respetivas equipas operacionais a trabalharem de forma reativa em processos de deteção e resolução de problemas manuais e repetitivos, assegurando o bom funcionamento da rede e dos serviços prestados aos clientes.

A verdade é que estes sistemas de suporte à operação não estão adequados para o complexo e diversificado ecossistema de rede, especialmente no que toca a responder de forma eficaz tanto à base de clientes até então adquirida - com exigências de qualidade de serviço cada

vez maiores - como ao consequente aumento da utilização e adoção dos serviços de comunicações, e, por fim, com a corrida à digitalização a que assistimos nos últimos anos.

Com a saturação do mercado das comunicações, a indústria tem refletido fortemente sobre formas de poder alcançar maior eficiência operacional e redução de custos, assim como a lançar serviços inovadores e geradores de receita, que possam ser entregues ou ativados rápida e eficazmente, elevando a fasquia no que toca à experiência proporcionada aos clientes. Por um lado, os operadores apostam na virtualização da rede como meio de evitar a dependência de fornecedores, apostando em arquiteturas mais abertas e flexíveis - o que leva à redução de custos em infraestruturas e permite prestar serviços de comunicação mais inovadores e mais eficientes. Por outro, a atenção está igualmente direcionada para as operações de rede e de serviços, capazes de aumentar a eficiência dos processos, utilizando tecnologias como a análise cognitiva de dados e a automação/orquestração combinadas de forma sinérgica.

Simplificando, isto significa que as organizações terão de ser capazes de mudar o foco para atividades preventivas e estratégicas em detrimento de atividades reativas, o que irá permitir, em última instância, mitigar o crescimento de despesa operacional (OpEx), esperada devido à massificação de tecnologias como o 5G e IoT. A nova geração de rádio (5G) representará, em particular, uma nova onda de oportunidades, em muito semelhante à revolução das primeiras comunicações móveis de voz (2G) e dos dados móveis de banda larga (4G). Já todos ouvimos falar de veículos autónomos e de cirurgias remotas que podem salvar vidas. Estes exemplos de aplicações do 5G mostram-nos que, características como o elevado desempenho da rede e sistemas operados de forma autónoma são chave para que um conjunto alargado de utilizações benéficas para a sociedade se tornem realidade. Contudo, importa não esquecer que estas deverão ser sustentáveis e rentáveis para um operador de telecomunicações.

Esta realidade cria pressão e complexidade de suporte à operação. Assim, a fim de gerir a própria rede e apoiar o novo paradigma, devem ser desenvolvidos três pilares críticos:

1. Suporte à tomadas de decisão baseadas em dados e assistida por inteligência artificial (*cognitive analytics*).

Isto é feito recorrendo à “ingestão” de dados de ocorrências e performance da rede e sistemas em *data lakes* e bases de dados analíticas, onde a informação é depois correlacionada e processada por algoritmos de IA para suporte à tomada de decisão de forma rápida e eficiente ou até automatizada.

2. Automação inerente de processos operacionais (*zero-touch automation*);

ou a necessidade de desenhar e implementar todos os processos de operação, desde planeamento até ao suporte com automação em mente, evitando esforço manual e repetitivo por parte dos engenheiros de redes e sistemas no seu dia a dia.

3. Funções de rede disponível como serviço (*Network-as-a-Service*).

Enquanto os dois primeiros pilares nos fornecem formas mais eficientes de acompanhamento e resolução de problemas, o terceiro abre as funcionalidades da rede às plataformas de negócio e de parceiros, a fim de rentabilizar os casos de uso inovadores que queremos ver evoluir e proporcionar ao cliente melhores experiências através do self-service.

A tendência é para que no futuro tudo esteja ligado em rede, pessoas e “coisas”, e a conectividade assumirá um papel crítico de ampliação das capacidades dos seres humanos. Tendo por base este cenário, quem poderá imaginar o que seremos capazes de criar se para isso construirmos as fundações necessárias para que as comunicações em massa se tornem baratas para os consumidores, rentáveis para os operadores e eficazes para ambos? ■



in

a Palavra dos Parceiros

Como jornalista, nunca escondi que, de todos dos debates, fóruns e mesas-redondas das várias publicações IT da nossa Editora, nenhuma me dá mais prazer em moderar do que este fórum com os leitores do IT Channel.

Possivelmente, porque os intervenientes são mais espontâneos ao não sentirem a responsabilidade de falar para potenciais clientes, mas, sobretudo, porque a conversa decorre como as “cerejas”, sem um rumo pré-definido e sempre com participações muito relevantes. Dos vários temas abordados nesta tertúlia destaco um que diz respeito à capacidade dos vários Parceiros colaborarem entre si.

Sabemos que as empresas portuguesas são, tradicionalmente, muito pouco abertas a interagir com os seus concorrentes; diria mesmo que os cidadãos estão muito pouco disponíveis para trabalhar em conjunto, mesmo quando isso é do seu óbvio interesse. A reunião de condomínio deve ser o ponto alto anual do associativismo do cidadão português (neste caso, porque é forçado). Definitivamente, não está no nosso ADN cultural ter a iniciativa de nos associarmos,

algo que, de acordo com antropólogos, explica em boa parte o sucesso das sociedades do norte da Europa, a partir de onde irradiou o formato de organização do trabalho, da produção e do comércio que conhecemos globalmente. Para prestadores de serviços nas áreas tecnológicas – e é isso que, crescentemente, os Parceiros são –, mesmo que não tenham a motivação imediata de estabelecer relações estratégicas com outras empresas do mesmo setor, pelo menos estabelecer relações táticas para projetos concretos é, hoje, fundamental. Ninguém pode ter as competências internas para endereçar todos os projetos, e, mesmo que as tivessem, não há recursos humanos disponíveis com o grau de preparação e especialização necessários.

Um acelerador no mercado português para a formação de Parceiras táticas ou mesmo estratégicas é o facto de Parceiros nacionais relevantes terem vindo a ser adquiridos internacionalmente e outra cultura de gestão se começar a fazer sentir. Pessoalmente, não gostava que todas as empresas importantes no Canal de IT tivessem a decisão estratégica ou a propriedade sediada fora do país. Como tal, é cada vez mais importante que os nossos empresários comecem a trabalhar verdadeiramente em conjunto, para ganhar massa crítica ou para serem mais eficientes na sua oferta junto do cliente final. ■

por **Jorge Bento**

ANCHOR



Nadando contra a corrente da inflação

No meio da escassez de semicondutores que tem vindo a ocorrer após o pico da pandemia, uma das áreas onde os preços mais subiram foi a dos aceleradores gráficos, ou GPU. Não se trata de uma questão recente, mas agudizou-se com a procura de GPU para a mineração de criptomoedas, devido à valorização que estas tiveram nos anos mais recentes – tenho os preços continuado a bater records até há pouco tempo. Agora, após as quedas significativas no mercado de cripto, muitas operações de mineração deixaram de ser rentáveis e os respetivos responsáveis começaram a desmontar máquinas e a vendê-las às peças com o objetivo de realizar capital. O mercado começou a ser inundado de GPU, o que levou a uma queda igualmente abrupta dos preços no mercado de usados, mas também retirou pressão no mercado dos novos, levando a que estejam estes componentes a ser vendidos a preços recomendados pelos fabricantes e sem a margem especulativa que muitas vezes os encarecia para além do razoável. Como dinâmica, esta – sendo obviamente desagradável para os investidores em cripto – cria, contudo, vantagens em, pelo menos, duas outras áreas de mercado. A primeira é, como é de esperar, a de jogos. Há a possibilidade de os intervenientes neste mercado atualizarem as respetivas plataformas e darem, de caminho, um impulso a outras áreas – assim existam no mercado os circuitos para tal. A segunda, menos notória, mas não menos importante, é do mercado de plataformas para suporte

a Machine Learning, e que depende fortemente da disponibilidade a melhor preço destas unidades. A pressão concorrencial levará a que os principais intervenientes no mercado de cloud venham, eventualmente, a diminuir o custo de utilização dos serviços que dependem de GPU. Mesmo para os que constroem as suas próprias máquinas, não para jogos, mas para desenvolvimento e teste de modelos em IA e Machine Learning, as notícias são igualmente boas.

As unidades de processamento gráficas tornaram-se de tal forma relevantes em todas as plataformas computacionais, dos smartphones à cloud, que podem servir como parâmetro de aferição do mercado de semicondutores em muitas mais áreas. Sim, a par com o fim da escassez no mercado de circuitos gráficos poderemos eventualmente encontrar maior disponibilidade de muitos outros circuitos e processadores. Alguns fabricantes já vieram mesmo a afirmar a possibilidade de um excesso de oferta para muitos produtos, de componentes a produtos já montados.

Numa altura em que um dos grandes desafios das economias a nível global, é o da inflação, que do setor tecnológico venha um sinal, ainda que ténue, de esperança: o de que os preços dos equipamentos informáticos voltaram a entrar em fase estável ou mesmo descendente. Dado o peso que representam no orçamento das famílias, em especial em alturas como o regresso às aulas, a verificar-se, são boas notícias a saudar, num ano que precisa especialmente delas. ■

por **Henrique Carreiro**



Diretor: Jorge Bento

Edição: Rui Damião - rui.damiao@medianext.pt

Senior Contributor: Henrique Carreiro

Jornalistas: Ana Rita Soares, Diana Ribeiro Santos, Margarida Bento, Maria Beatriz Fernandes

Design e Paginação: Teresa Rodrigues

Web: João Bernardes - webmaster@medianext.pt

Fotografia: Mayte Madariaga

Ilustrações e banco de imagens:

IStockPhoto - direitos editoriais

Adobe Stock

Business Development Lead: Rita Castro

(+351) 910 788 082 | rita.castro@medianext.pt

Senior Account Executive: João Calvão

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

Marketing Communications Assistant: Daniela Botelho

(+351) 912 971 161 | daniela.botelho@medianext.pt

Colaboraram nesta edição:

João Miguel Antunes, Margarida Leitão Nogueira

itchannel

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 510 531 806, empresa jornalística registada na ERC n.º 224011. 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 n.º: 368072/13

Impressão e acabamento: Grafisol - Edições e Papelarias, Lda. - Sintra

Expedição: Porenvel, Alfragide

Distribuído por: CTT Correios de Portugal S.A.

Serviço de assinantes: assinantes@medianext.pt

Preço de assinatura: (10 números)

Portugal 40€, Estrangeiro 90€

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: 2 148 exp. (média 2021) - AUDITADO

Assinantes digitais: 6 013 exp. (média 2021) - AUDITADO

Periodicidade: mensal (10 edições ano)

Registo na ERC: O IT Channel está registado na Entidade Reguladora para a Comunicação Social com o n.º 127294

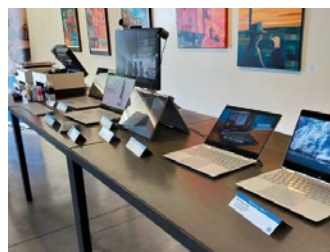
acepi ASSOCIAÇÃO DE ECONOMIA DIGITAL Membro da ACEPI Associação da Economia Digital

apct ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA O CONTROLO DE TIRAGEM E CIRCULAÇÃO Membro da APCT - Associação Portuguesa de controlo de Tiragem e Circulação

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE IMPRENSA Membro da API - Associação Portuguesa de Imprensa

01

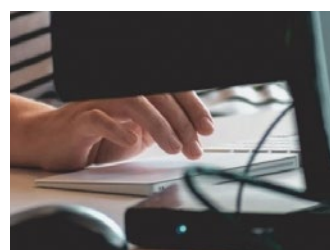
HP MOSTRA NOVO PORTFÓLIO PARA PORTUGAL



Em Lisboa, a HP apresentou aos jornalistas os novos produtos que compõem o seu portfólio. Os produtos – que incluem monitores, periféricos, portáteis e impressoras – estarão disponíveis a partir de setembro. Em termos de portáteis, a HP mostrou os novos Spectre e Envy que foram construídos com a flexibilidade necessária para criar e viver sem problemas no mundo híbrido. A HP deu ainda a conhecer as novidades na área da impressão com modelos concebidos de acordo com os compromissos de sustentabilidade da HP. São várias as propostas para utilização doméstica e pequenos escritórios que a empresa vai disponibilizar.

02

CLARANET CRIA UNIDADE DE NEGÓCIO PARA SEGMENTOS PME E SOHO



A Claranet anunciou a criação da Claranet Business, uma nova unidade de negócio que vai passar a concentrar toda a oferta de produtos e serviços de IT para clientes dos segmentos de PME e *Small Office Home Office*, através de um portfólio de soluções de IT multi-tecnologia, transversais às várias ofertas da Claranet e disponibilizadas em formato de pacote. António Miguel Ferreira, Managing Director da Claranet, afirma que “a criação da Claranet Business reflete a dinâmica e a agilidade da Claranet no desenvolvimento de novos modelos de negócio para levar o melhor da tecnologia às PME portuguesas”.

03

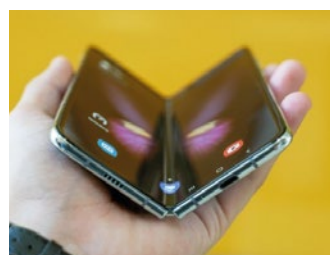
HUB TECNOLÓGICO DA EVOLUTION EM LISBOA CONTINUA A CRESCER



A Evolution divulgou que o seu *hub* tecnológico em Lisboa, formalmente inaugurado em março passado, continua a crescer “conforme os planos iniciais”, e que a empresa mantém o ritmo de contratações, nomeadamente engenheiros de software e outros perfis altamente especializados. No seguimento do anúncio de que a multinacional fechou o primeiro trimestre de 2022 com receitas na ordem dos 326 milhões de euros (mais 38,6% comparativamente a igual período de 2021), o hub de Lisboa vem, agora, confirmar que mantém a intenção de contratar um total de 150 pessoas até ao final de 2023.

04

MERCADO DE SMARTPHONES DOBRÁVEIS CRESCE 111,2% NO PRIMEIRO TRIMESTRE DE 2022



O volume do mercado global de smartphones dobráveis cresceu 111,2%, anualmente, para 1,5 milhões de unidades no primeiro trimestre de 2022, indicam os dados do mais recente relatório *Global Foldable Smartphone Tracker* da Counterpoint. O crescimento foi, em grande parte, impulsionado pelo crescimento das vendas do Galaxy Z Flip 3 e Z Fold 3 da Samsung, que foram lançados no ano passado. Smartphones dobráveis lançados em 2021 por marcas chinesas como Oppo, Huawei e Honor, que entraram maioritariamente no mercado no quarto trimestre de 2021, também ajudaram ao crescimento do mercado global.

05

TP-LINK LANÇA CÂMARA INTELIGENTE DE SEGURANÇA EXTERIOR



A TP-Link anunciou o lançamento da Tapo C320WS, câmara de segurança exterior Wi-Fi que integra uma série de características premium. O aparelho apresenta vídeo de Ultra Alta Definição 2560x1440 (QHD 2K) que grava todas as imagens em definição de 4MP e apresenta um modo avançado de visão noturna que proporciona uma distância visual de até 30 metros, mesmo na escuridão total. Uma das suas principais inovações é o novo sensor Starlight de alta resolução que, juntamente com os dois projetores integrados, “proporciona uma imagem nítida, de qualidade e totalmente colorida em situações escuras”. ■

IT·Insight

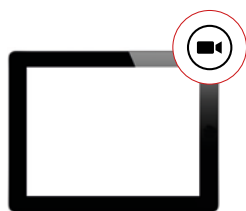
REVISTA DIGITAL

PARA UM MUNDO EM TRANSFORMAÇÃO



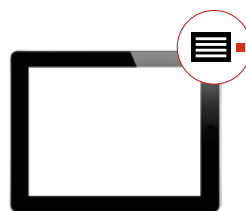
Para quem decide em IT, um Insight mensal sobre tudo o que é relevante na vida dos CIO, CTO e outros decisores de Tecnologias de Informação

UMA EDIÇÃO DIGITAL PENSADA PARA A INTERATIVIDADE



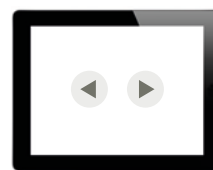
VÍDEO

Embedded para que não precise de estar *online*



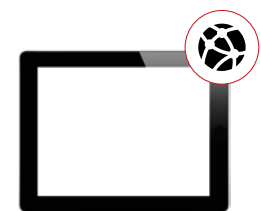
CONTEÚDOS

Acessíveis em todo o momento por menus interativos



SLIDE SHOW

Para que nunca falte espaço para a fotografia

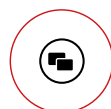


WEB LINKS

Todos os *referrals* à distância de um clique



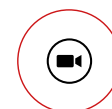
ARTIGOS



FOTOGRAFIAS



AUDIO



VÍDEO

FAÇA O DOWNLOAD DA EDIÇÃO DE JULHO EM:
www.itinsight.pt

CPCDi



Entre no jogo e usufrua do desempenho de
PCS Di com o
Processador Intel® Core™ de 12ª Geração

Performance
Estabilidade
Potência



OS GAMERS PEDEM. O CORE i7 FAZ.

Processador Intel® Core™ i7-12700 de 12ª geração
Socket LGA1700
DDR4 32GB 3200MHz Fury Beast RGB
Gráfica NVIDIA® GeForce RTX™ 3070 8GB GDDR6
HDD 2TB SATA + SSD 1TB NVMe M.2

WWW.CPCDI.PT

Marcas comercializadas
Características dos produtos
Disponibilidade no Porto e em Lisboa
Alertas personalizados de stock recém-chegado
Preços personalizados
Campanhas em vigor
Encomendas Pendentes e Facturadas
Configuradores: PC's, Portáteis, Servidores, Memórias
e Licenciamento de Software
Nova Plataforma Cloud Solution Provider
Gestão de RMAs

Conheça a **APP CPCDI**

Disponível para sistema operativo Android e iOS.
Aceda ao portal da CPCDI em qualquer lugar.



intel.
partner
Titanium

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.