



N.º 215 • JUNHO 2015

COMUNICAÇÕES

ANO 29 • PORTUGAL • 3,25€



Digital Business Community

A FÁTIMA BARROS QUE POUCOS CONHECEM

Conheça a singular história da presidente da Anacom, uma mulher de fibra que vingou num mundo de homens

PROFISSIONAIS TIC: PRECISAM-SE

COMUNICAÇÕES: PARA ONDE VAI O MERCADO?



Bem-vindo à

Internet of Everything

Todos os dias a Internet of Everything cresce exponencialmente. Milhões de dispositivos e pessoas estão ligados, a desenvolver ideias e soluções que são as primeiras do seu gênero. Mas estas "primeiras" apenas são verdadeiramente interessantes para os "últimos" que criam. O último engarrafamento. A última recolha de produto. O último blackout. Isto é o que nos motiva, porque sabemos que as grandes coisas nunca se atingem se se pensar "pequeno". E essas grandes coisas começam aqui e agora.

cisco.com/tomorrowstartshere



TOMORROW starts here.



Eduardo Fitas
eduardo.fitas@accenture.com

**O OBJETIVO
É CRIAR UMA
REVISTA MAIS
ABERTA E
DINÂMICA,
COM NOVO
DESIGN E TEMAS
VARIADOS. UM
MEIO AJUSTADO
À PRÓPRIA
EVOLUÇÃO DO
MERCADO**

Estamos em



apdc.pt



facebook



flickr



twitter



linkedin



APDC: UM CASO EFETIVO DE “WALK THE TALK”

MAIS DO QUE REPORTAR a evolução e promover a reflexão sobre o futuro das TIC e Media em Portugal, a APDC decidiu desde o início deste novo ciclo de gestão assumir, enquanto plataforma do Setor, o compromisso de se reinventar, suportando-se no excelente legado que construiu ao longo da sua existência.

As TIC e Media têm liderado e sentido o impacto dos desafios de uma revolução digital que tem aberto as portas à convergência de setores e a uma cada vez maior intervenção dos clientes na definição do seu modelo de negócio. Em paralelo, a relevância da dimensão, num mercado cada vez mais concorrencial e com grandes necessidades constantes de investimento, originou um movimento de fusões e aquisições com uma abrangência global, que ainda vai perdurar por algum tempo.

É neste contexto que se pode dizer que a APDC, de facto, seguiu – e em alguns momentos até antecipou – as mudanças do Setor. Na sua agenda desenvolveu iniciativas sobre temas relevantes para toda a economia e sociedade em geral, alargando as fronteiras da discussão a outros setores de actividade, com a in-

clusão das principais entidades das diferentes indústrias e setores em Portugal e representantes internacionais das mesmas.

A Associação desenvolveu ainda iniciativas de aproximação das diferentes associações do Setor no sentido de criar movimentos mais fortes e alinhar pontos de discussão. A fusão por integração da APO na APDC, e a criação de uma Secção de Outsourcing, é o exemplo mais recente.

E por fim, a APDC assumiu-se como uma Digital Business Community. Revendo não só o seu plano de atividades nesse sentido, como também revisitando a forma como interage com os Associados e os diferentes setores. Foi nesse sentido que se decidiu reformular a nossa revista, um veículo crítico para a Associação desde a sua fundação. O objetivo é criar uma revista mais aberta e dinâmica, com novo design e temas mais variados. Um meio ajustado à própria evolução do mercado, com conteúdos mais abrangentes e mais aberto à participação de todos.

É mais uma vez que, com modesto orgulho, reconhecemos na APDC um caso efetivo de “Walk the Talk”.

À CONVERSA

O lado menos conhecido de Fátima Barros, presidente da Anacom, professora, mãe, revelado numa entrevista intimista. **014**



EM DESTAQUE

Análise ao mercado das comunicações, marcado pelas consolidações e convergência. Quais os grandes desafios? **022**



NEGÓCIOS TECNOLOGIA SOLIDÁRIA

Exemplos de quem coloca o desenvolvimento tecnológico ao serviço de um mundo melhor. Soluções justas e inovadoras. **036**



A ABRIR **006**
Notícias e curiosidades do Setor

5 PERGUNTAS A..... **012**
Henrique Gomes, Country Senior Officer (CSO) da Alcatel-Lucent em Portugal

À CONVERSA **014**

EM DESTAQUE **022**

POST **028**
Artigo de opinião. Para ler e refletir

NEGÓCIOS

TIC **030**
Até 2020 cerca de 15 mil postos de trabalho digitais ficarão por ocupar em Portugal. O que afasta os jovens das TIC?

SUSTENTABILIDADE **036**

ÚLTIMAS **044**
Novidades, gadgets e apps imperdíveis

APDC NEWS **054**
Os principais eventos da Associação

I TECH **070**
Rogério Carapuça, presidente da APDC

AGENDA **072**

FICHA TÉCNICA
COMUNICAÇÕES N.º 215



Propriedade e Edição

APDC – Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações

Diretora executiva
Ana Gonçalves Pereira
ana.pereira@apdc.pt

Rua Tomás Ribeiro, 43, 8.º
1050-225 Lisboa
Tel: 213 129 670
Fax: 213 129 688
Email: geral@apdc.pt
NIPC: 501 607 749

Diretor

Eduardo Fitas
eduardo.fitas@accenture.com

Chefe de redação

Isabel Travessa
isabel.travessa@apdc.pt

Secretária de redação

Laura Silva
laura.silva@apdc.pt

Comunicações online

Nuno Vidal
nuno.vidal@apdc.pt

Publicidade

Isabel Viana
isabel.viana@apdc.pt

Conselho editorial

Cristina Perez
Guive Chafai
Hugo Figueiredo
João Couto
José Carlos Gonçalves
José Correia
José Delgado
José Manuel Paraíso
Manuel Castelo-Branco
Pedro Leitão
Pedro Queirós
Rogério Carapuça
Rolando de Oliveira
Sofia Tenreiro

Edição

Have a Nice Day –
Conteúdos Editoriais, Lda
Av. 5 de Outubro, 115, 3.º D
1050-052 Lisboa

Coordenação editorial

Ana Rita Ramos
anarr@haveaniceday.com

Edição

Teresa Violante
teresadv@haveaniceday.pt

Design

Mário C. Pedro

Fotografia

Vitor Gordo/Syncview

Periodicidade

Trimestral

Tiragem

3.000 exemplares

Preço de capa

3,25 €

Depósito legal

2028/83

Registo internacional

ISSN 0870-4449
ICS N.º 110 928

VAMOS DEFINIR A EXPERIÊNCIA DE TV DO FUTURO

A televisão é um novo jogo sem regras.

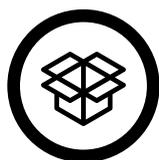


TIME TO PLAY ▶

ericsson.com/timetoplay



ERICSSON



INVESTIMENTOS EM MOBILIDADE PRECISAM-SE

APESAR de as organizações nacionais terem projetos para aumentar o investimento em tecnologias e soluções móveis

para reforçar competitividade, o nosso país continua aquém da realidade da Europa Ocidental na adoção e criação de valor através da mobilidade corporativa. Só 17% das médias e grandes organizações têm níveis altos de maturidade, quando a média europeia é de 34%, revela um estudo da NOS/IDC. Mas a generalidade dos gestores está consciente da importância estratégica das soluções de mobilidade para ampliar a produtividade, melhorar a experiência e inovar

nos modelos de negócio. Há dois níveis de maturidade na mobilidade corporativa: organizações que já integraram a mobilidade nas estratégias de negócio e de TI há cerca de 5/6 anos (telecomunicações e setor financeiro lideram), e organizações que estão na fase inicial deste modelo, sendo a Administração Pública, serviços e indústria os setores menos desenvolvidos. **IT**

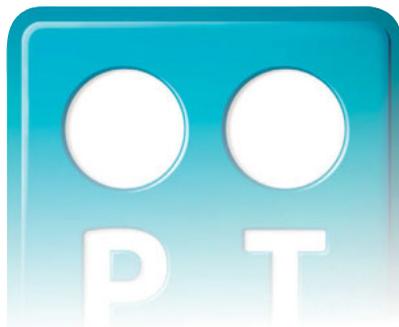
CTT BATEM RECORDS NA BOLSA

QUANDO preparam o “velho” projeto do banco postal, a lançar no último trimestre do ano, os CTT – Correios de Portugal não param de bater recordes na bolsa. O preço por ação chegou a ultrapassar os 11 euros, cerca de 80% acima do valor da sua estreia em bolsa, em dezembro de 2013. E os analistas antecipam que ultrapasse os 12 euros, perspectiva conservadora que não contabiliza os impactos positivos do banco postal e do acordo de distribuição com a Altice, depois de concretizada a compra da PT Portugal. O grupo liderado por Francisco de Lacerda tem 100 pessoas a trabalhar no banco postal e já criou a empresa que ficará responsável pela concretização do projeto, a CTT Serviços. Aguardam-se detalhes em relação ao acordo com a Altice, a anunciar após o controlo total do grupo francês sobre o operador de comunicações. **IT**



“NOVA” PT SGPS CONCENTRA NA OI

FALHADO o processo de fusão entre a PT e a Oi para a criação de um mega-operador luso-brasileiro de língua portuguesa com operações em Portugal, Brasil e África, a PT SGPS iniciou um novo ciclo. Vai mudar a administração, a sede e o nome para PHarol SGPS, e está agora concentrada na “nova Oi”. Pouco ou nada resta da ambição anunciada em 2013: a CorpCo, empresa que resultaria da fusão, não será criada, concentrando-se a operação na Oi, focada na operação brasileira e nas consolidações



em curso. E não se sabe ainda o que lhe vai acontecer – há vários cenários, como a compra pela Telecom Itália. No meio deste processo, a PT SGPS, que ficou com 27,8% do capital da Oi, aumentou os direitos de voto na empresa para 15% (o dobro do acordado anteriormente) e a opção de compra dos restantes 10% do capital pode ser vendida em bolsa. A nova estrutura do acordo deverá estar implementada o mais depressa possível, de preferência até outubro. **IT**



CURIOSIDADE

1ª CHAMADA DE TELEMÓVEL FEZ 42 ANOS ...

Foi a 3 de Abril de 1973, na 6th Avenue, em Nova Iorque, que Martin Cooper, executivo da Motorola, ligou ao seu maior rival do setor das telecomunicações, Joe Engel, diretor de investigação da Bell Labs, o núcleo da AT&T. “Sabes de onde te estou a ligar? Da rua”, disse-lhe. O equipamento, Motorola DynaTAC, pesava quase um quilo, demorava dez horas a carregar e tinha uma duração de bateria de apenas meia hora.



... E PRIMEIRO VÍDEO DO YOUTUBE DEZ ANOS

Data de 23 de abril de 2005 e chama-se “Me at Zoo”. Protagonizado por Jawed Karim, um dos fundadores da plataforma, mostra-o no jardim zoológico a falar sobre elefantes. Um vídeo com 18 segundos, em qualidade 240p.



15,6 MIL MILHÕES DE EUROS

É quando vale a compra da Alcatel-Lucent pela Nokia, operação que dará lugar a um gigante europeu e mundial. O projeto deverá estar concretizado no primeiro semestre de 2016, criando-se um "campeão" tecnológico europeu no fornecimento de redes móveis e de equipamentos de internet



4,3 MIL MILHÕES DE EUROS

Valor da multa recorde a que se arrisca a pagar a Google, por abuso de posição dominante no mercado europeu de pesquisas online. Bruxelas confirmou em abril a formalização da queixa contra a gigante tecnológica, pondo fim a um processo de investigação que durou mais de cinco anos



1,3 MIL MILHÕES DE EUROS

Oferta da LinkedIn pela Lynda, empresa de formação online norte-americana, com mais de 6,3 mil cursos em competências tecnológicas e de negócio disponibilizados em várias línguas. Esta será a maior compra de sempre da LinkedIn



lynda.com

1000 MILHÕES DE UTILIZADORES

Meta histórica que o WhatsApp deverá alcançar este ano. Em apenas quatro meses, conseguiu 100 milhões de novos utilizadores, ficando com 800 milhões no final de março. Plataforma do universo Facebook já é mais popular do que o "colega" Messenger, com 600 milhões de utilizadores



PME REFORÇAM UTILIZAÇÃO DAS TIC...

AS PME NACIONAIS estão a utilizar as novas tecnologias e serviços de informação e comunicação. Dados de um inquérito da Anacom revelam que cerca de 11,4% das PME já recorrem à cloud, e quase 90% subscreveram, em 2014, ofertas em pacote, sendo o mais popular o 4Play (voz fixa e móvel e internet fixa e móvel), seguido do 2Play (voz e banda larga fixa). A grande maioria optou por ofertas standard empresariais (84,7%), e apenas 8,8% têm soluções à medida. O grupo PT/MEO apresenta as quotas de clientes mais elevadas entre as PME, liderança mais

evidente nos serviços fixos. A NOS ocupa a segunda posição nos serviços fixos e em pacote, e a Vodafone é o segundo maior prestador de serviços móveis e o que mais tem crescido nos fixos. A mudança de prestador entre as PME atingiu no ano passado os níveis mais elevados até agora registados, apesar da grande barreira: fidelização ao operador. A penetração dos serviços de comunicações nas PME varia em função dos setores: enquanto a construção aposta nos serviços móveis, o comércio opta pelo serviço fixo. Já na indústria transformadora a penetração do serviço de internet móvel é de apenas 50,7%. **IT**

...APESAR DA SUBIDA DOS PREÇOS

OS PREÇOS das comunicações em Portugal estão a subir. E são dos que registam maiores aumentos na UE. Há mais de um ano que crescem acima da inflação, diz o regulador do setor. Só em



fevereiro aumentaram 2,83% em termos homólogos, o segundo maior aumento da UE. Desde janeiro do ano passado que crescem acima da variação do Índice de Preços do Consumidor, enquanto na generalidade dos mercados europeus recuaram. Em termos anuais, Portugal foi o 6.º país da UE com os aumentos mais elevados, atrás da Áustria, Finlândia, Chipre, Polónia e Hungria. Em média, na Europa os preços estão a descer cerca de 1,69%; em Portugal têm aumentado desde março de 2011. **IT**

“PLATAFORMAS
APLICACIONAIS
HETEROGÊNEAS
E GEOGRAFICAMENTE
DISPERSAS JAVA
COM ABORDAGEM
SOA EM J2EE”



**MAIS DO QUE SISTEMAS,
DESENHAMOS FELICIDADE.**

Há mais de 25 anos que simplificamos a vida de milhões de pessoas. Hoje, com mais de 2400 colaboradores e projetos em cerca de 40 países, somos pioneiros e líderes em inovação, colocando as pessoas no centro de todas as soluções que desenvolvemos. Novabase, simpler & happier.





MEDIA É NOS PHABLETS

OS PHABLETS são o dispositivo favorito para consumo de media. No ano passado, só nas apps de desporto a utilização cresceu 158%, quando nos outros devices foi de 30%. Nas apps de notícias e de revistas o aumento foi de 144%, bem acima dos 53% dos restantes dispositivos. E nas apps de música, media e entretenimento cresceu 103%. Os números são da BI Intelligence, plataforma de investigação e informação, que revela ainda que a utilização global dos phablets está a subir rapidamente: 148% em 2014, quando nos telemóveis médios foi de 38% e nos tablets mais pequenos de 14%. A oferta crescente de phablets por parte dos fabricantes explica estes dados. **IT**

ESTRATÉGIAS DE SUCESSO NO MÓVEL

COM AS RECEITAS TRADICIONAIS sob pressão e a utilização dos dados móveis a aumentar, os operadores de comunicações móveis têm de reforçar as redes e alterar modelos de negócio. Um estudo da Ericsson, em colaboração com a E&Y, identificou as estratégias dos operadores móveis de sucesso, os "Frontrunners": progressão liderada pela qualidade; adaptação ao mercado; e transformação liderada pela oferta. Têm ainda uma visão em comum: o desempenho de rede e a experiência do cliente. Os operadores veem a conectividade e os serviços como agentes diferenciadores, e não apenas como simples produtos, e procuram constantemente novas fontes de receita em vez de tentarem apenas maximizar os modelos de negócio antigos. **IT**



SOUND BITES

Há um chavão estafado de que Portugal, nos últimos anos, ficou com excesso de licenciados. O problema não está no número de licenciados. Está na falta de sintonia entre os cursos tirados e a procura do mercado. E a pujança do próprio mercado de trabalho, que não consegue aumentar a procura líquida por postos de trabalho.

Editorial, Diário Económico, 28/05/2015

São tempos difíceis. A Europa – a nossa União Europeia – enfrenta desafios difíceis, sofre angústias existenciais, encara medos ancestrais.

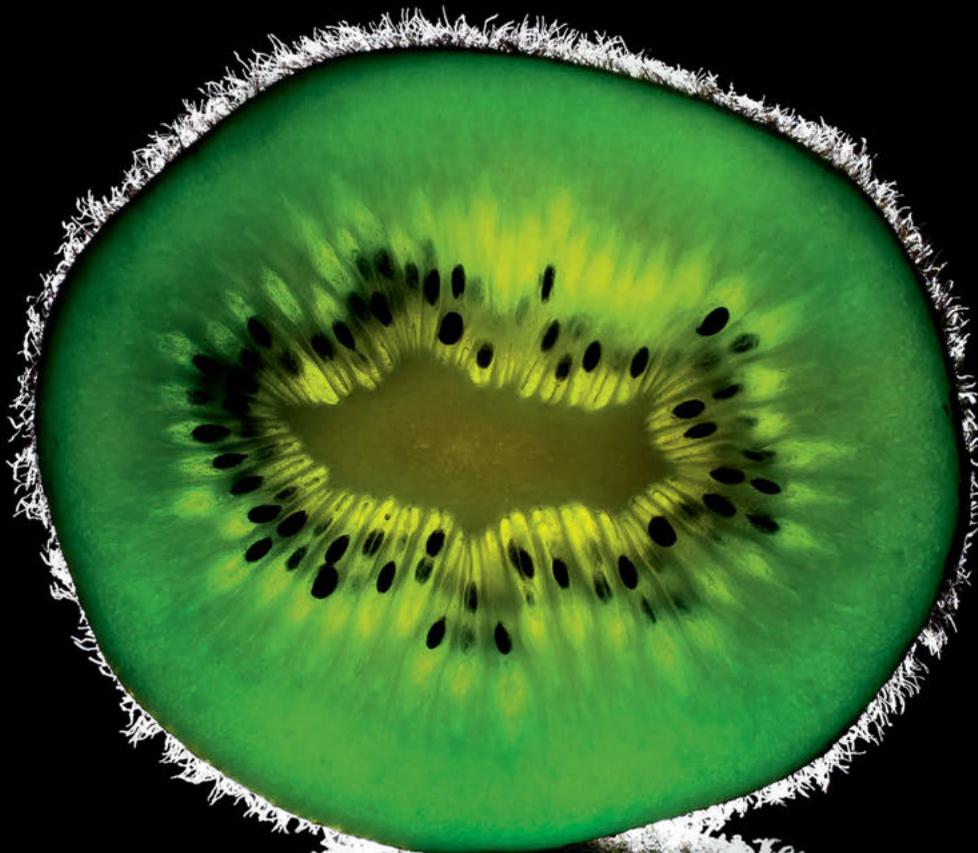
Paulo de Almeida Sande, Observador, 26/05/2015

A reindustrialização digital da Europa é fundamental para estimular o crescimento da economia, a inovação e o progresso social.

Mas o verdadeiro desafio é conseguir passar da poesia à matemática e lançar iniciativas concretas, medíveis e financiadas que não se reduzam a mais uma 'eutopia' digital.

Xavier Rodríguez-Martín, Diário Económico, 22/05/2015

Analytics vê para além do óbvio. E revela oportunidades ocultas.



Como ir além daquilo que os dados mostram e identificar novas oportunidades? Analytics. Ajudamos os nossos clientes a converter dados em informação, informação em acções e acções em resultados tangíveis. Esta é uma das nossas capacidades digitais, além de Interactive e Mobility – tudo o que as organizações precisam para competir e vencer. High performance, delivered.

High performance. Delivered.



SUCESSO COLETIVO

Country Senior Officer (CSO) da Alcatel-Lucent em Portugal, Henrique Gomes sabe bem que as grandes conquistas não se devem a heróis solitários. É a força do grupo – ou o trabalho em equipa – que conduz à mudança, à inovação e ao sucesso. De todos: da empresa e de cada um.

AS NEGOCIAÇÕES ENTRE A NOKIA E A ALCATEL-LUCENT CHEGARAM A BOM PORTO. COMO VÊ ESTA FUSÃO?

O modelo faz todo o sentido: criar um fornecedor tecnológico de grandes dimensões para competir com os principais concorrentes, ganhar posição no mercado e ter uma posição mais adequada para a evolução tecnológica que está a acontecer. Há uma complementaridade de portefólios e de distribuição geográfica quase total.

NUMA AÇÃO COM A PT PORTUGAL, FOI BATIDO UM RECORD MUNDIAL: TRANSMISSÃO DE DADOS A 1TB/S. COMO VÊ ESTA CONQUISTA?

Hoje somos uma empresa tecnológica, com o foco em IP, no acesso ultra broadband (cobre, fibra e wireless na componente 4G) e cloud, na componente de networking. A demo que fizemos com a cliente PT Portugal é uma demonstração

da capacidade de inovação do grupo. Assim como do domínio da tecnologia das equipas locais e dos parceiros prestadores de serviços de rede. Foi, sem dúvida, um desafio muito bem-sucedido.

APÓS ESTE FEITO, O QUE VAI MUDAR NAS COMUNICAÇÕES?

A chamada transformação das redes para IP, com o aumento da velocidade, fiabilidade e segurança, é um processo contínuo de difícil escrutínio sobre o futuro. E que toca em todas as áreas/níveis da rede: ultrabroadband (wireline ou wireless), edge, core e plataformas de serviços para a cloud. O aumento do volume de dados, que está na base de um verdadeiro "data tsunami", a "internet of things" e a deslocalização dos serviços para a cloud são processos imparáveis, que vão exigir evolução e inovação contínua das redes.

CSO DA ALCATEL-LUCENT DESDE O INÍCIO DO ANO, QUE MARCA ESPERA DEIXAR NA EMPRESA?

A forma de trabalhar. A Alcatel-Lucent mudou completamente a sua estratégia e a forma de trabalhar. Eramos um fornecedor tipicamente de *service providers*; agora, segmentámos o nosso mercado e, além dos *service providers*, pretendemos ser *go to market*, alargando a setores mais empresariais e à Administração Pública. Isto exige uma transformação da empresa. É fundamental identificar atempadamente e da forma mais correta as alterações que têm de existir nos procedimentos, no perfil de pessoas, na formação. E incutir isso no espírito coletivo, que é o fator fundamental do sucesso. A função do CSO é sobretudo cultivar esta nova forma de trabalhar e fazer com que as pessoas trabalhem por objetivos e em conjunto.

QUAL O SEU LEMA DE VIDA? E DE TRABALHO?

"Every success has its network" é o nosso lema. TV

HOW DO YOU KNOW WHAT YOUR CUSTOMERS WANT WHEN THEY DON'T EVEN WANT IT YET?

**IT'S SIMPLE.
THE ANSWER IS SAP HANA.**

What if you could predict the future by mastering the present? Major retailers use SAP HANA[®] to analyze hundreds of millions of transactions from tens of millions of customers to predict trends years in advance.

For more, go to sap.com/simple





A FÁTIMA BARROS QUE POUCOS CONHECEM

A singular história de vida da presidente da Anacom, que saiu da casa dos pais aos nove anos, deu um desgosto à avó por não saber fazer croché e cedo aprendeu a superar-se.

Texto de Ana Rita Ramos e Isabel Travessa Fotos de Vítor Gordo/Syncview



"Desde muito pequena que quis ver mundo. Pensava que o mundo era muito vasto e era nele que gostaria de me encontrar. Quando se sai de casa muito jovem, perde-se o medo"

A PRESIDENTE DA ANACOM recebeu-nos no seu escritório cheio de luz e, num belo impulso da alma, falou sem reservas da vida, da coragem, dos sonhos e do prazer de estar viva. E também dos desafios do setor das comunicações. Aos 51 anos, continua a viver uma espécie de guerra civil dentro de si, sempre pronta a lutar por aquilo em que acredita. O seu currículo é impressionante. Em 1991 doutorou-se em Economia na Universidade Católica de Lovaina, Bélgica, passou pela London School of Economics, foi diretora da Universidade Católica de Lisboa e pelo caminho nunca esqueceu a grande paixão: dar aulas. Conheça a mulher que subverteu a acomodação e que ensina aos seus alunos que não há batalha mais amargamente perdida do que aquela em que não se lutou.

Como foi o percurso de Castelo Branco, onde nasceu, e das Termas de Monfortinho, onde viveu até aos nove anos, para o mundo? Ainda se considera uma mulher das Beiras?

Sim, apesar de ter tido sempre mobilidade. Com nove anos saí de casa para estudar num colégio interno e já não voltei. Aos 17 fui para Lisboa, para a Católica. Aos 23 imigrei para tirar o doutoramento em Lovaina. Passei também por Londres. Vivi em dois países diferentes, com duas línguas diferentes, num ambiente verdadeiramente multicultural. Desde há muito tempo que me sinto cidadã europeia.

Ganhou autonomia cedo. Como é que isso marcou a sua vida? Que parte de si foi forjada nessa altura?

Desde muito pequena que quis ver mundo. O que é curioso, tendo nascido na Beira, num sítio remoto, sem acesso à informação. Não tínhamos internet mas tínhamos livros. Toda a vida pensei que o mundo era muito vasto e era nele que gostaria de me encontrar. Quando se sai de casa muito jovem, perde-se o medo.

Ajudou-a a crescer mais cedo...

Sem dúvida. Porque não tinha o conforto dos pais para decidir por mim. Apesar de eles estarem sempre na retaguarda. Eles puseram-me num colégio interno porque para se ter acesso a uma boa educação, nas zonas do interior do país, não havia outra solução. Para eles era claro que seria o melhor investimento que podiam fazer para nós.

O que a levou a sair de Portugal para fazer o doutoramento? Era já a sua vontade de deixar marca, de encontrar o seu propósito?

Sim. É isso. Desde miúda que queria fazer a diferença. Na verdade, quando estava a estudar, nunca pensei em seguir a carreira académica. Sempre achei que enveredaria pelo mundo das empresas. Mas em 1986 o mercado português não tinha grande interesse, estava parado, e apesar de ter tido propostas da então Arthur Andersen e da IBM, optei por ficar como assistente na Católica. Na altura ser assistente tinha alguma reputação... Entretanto, descobri que gostava imenso de dar aulas, aquilo foi uma revelação, comecei a fazer o meu mestrado em Economia na Universidade



"Foi muito importante a experiência na Universidade de Lovaina. Abriu-me horizontes. Realmente enriquecedor"





"Ter vivido fora de Portugal marcou a minha vida. Quando saímos somos confrontados connosco próprios. Por cá, somos poucos, conhecemo-nos todos. As pessoas neste país valem pelo nome que têm, pela família de onde vêm, pelos sinais que ostentam"

Nova, e atraía-me a possibilidade de sair de Portugal. Movia-me sobretudo a vontade de descobrir. De me encontrar.

E encontrou-se? A passagem por Lovaina deu-lhe diversidade multicultural? Foi enriquecedor?

Sim. Escolhi Lovaina pela proximidade de Portugal. Na altura namorava com o meu atual marido, que é italiano, e não queria ir para muito longe. O meu pai estava doente... Não havia internet, não havia Skype... Foi uma experiência incrível do ponto de vista multicultural. Contactei com pessoas espantosas, formas de estar totalmente diferentes, um ambiente muito menos hierárquico do que se vivia cá. Lidei com um nível de exigência muito elevado. Ter estado em dois países diferentes ajudou também a um *skill* importante de hoje: falo quatro línguas estrangeiras...

Uma delas o italiano, pelas razões óbvias...

Olhe que não! Aprendi italiano fluente porque em Inglaterra vivi com uma colega italiana e convivíamos com o grupo dela. Eu era a única portuguesa. Aprendi também o espanhol...

O que é que reteve experiência internacional? O que lhe trouxe o confronto consigo própria, longe de Portugal e da elite privilegiada em que vivia?

Aprendi imenso. Muitas das medidas inovadoras que implementei na Católica, e também aqui na Anacom, vêm desses tempos.

Em Lovaina conviveu com vários Prémios Nobel, deve ter sido um deslumbramento... Mas ao mesmo tempo era tudo gente simples, sem preocupação com o sobreno-

QUANDO ERA MIÚDA, NUNCA QUIS SER CHEFE DE TURMA! O QUE SIGNIFICA QUE ESSA IDEIA DE CHEFIAR NUNCA FOI IMPORTANTE. TALVEZ TENHA TIDO COMPORTAMENTOS DE LIDERANÇA, NO SENTIDO DE INFLUENCIAR COLEGAS, DE QUERER MUDAR AS COISAS. NÃO MAIS DO QUE ISSO

me ou a conta bancária. Isso influenciou a gestora que é hoje?

Sim, muito. Ainda me pergunto como é que aqueles professores se importavam com os miúdos que nós éramos. Professores e alunos de doutoramento conviviam de forma próxima, num ambiente realmente informal. E isso era muito produtivo. Batíamos à porta e falávamos dos nossos problemas. Valíamos apenas pelo que éramos e pelo que fazíamos. Aprendi sobretudo a humildade. Em Portugal estávamos num ambiente privilegiado, no sentido em que éramos a franja educada da população.

Muito diferente do Portugal da altura, formal e engratado...

E do Portugal de hoje... Somos poucos, conhecemo-nos todos. As pessoas neste país valem pelo nome que têm, pela família de onde vêm, pelos sinais que ostentam. Quando saímos lá para fora

somos confrontados connosco próprios. Mas em algumas coisas Portugal melhorou! Na Católica já tenho alunos a tratarem-me pelo nome... A informalidade aos poucos começa a vencer.

Quando era miúda sonhava com o quê? Sonhava em ser uma líder? Em chefiar pessoas?

Nunca quis ser chefe de turma! O que significa que essa ideia de chefiar nunca foi importante. Talvez tenha tido comportamentos de liderança, no sentido de influenciar colegas, de querer mudar as coisas. Sempre tive um forte sentimento contra a injustiça, no dia-a-dia, no colégio, no liceu. Uma coisa sempre valorizei: a liberdade. Quando comecei a ter responsabilidades de gestão, o que me assustou foi perder a liberdade. Senti que estava amarrada.

Como foi chegar ao topo na Universidade Católica, sendo tão jovem na altura – e sendo mulher? Isso pesou? Dificultou-lhe a vida?

Ser mulher nunca me atrapalhou. Aliás, sempre foi uma vantagem. Mesmo quando era criança. Quase dei um desgosto à minha avó por não saber fazer croché! Nós temos uma forma diferente de lidar com os problemas, que ajuda a criar equilíbrios. O mais difícil foi ser das mais novas da faculdade. Quase todos tinham sido meus professores. Para eles também foi difícil, imagino que alguns tenham pensado: “O que vai ser de nós, com ela ao leme?!”.

Como lidava com os seus filhos?
Nos primeiros anos de vida tive muita disponibilidade para eles. Assumi funções em 2001, a minha filha mais nova tinha cinco anos. Quando entraram para a primária, a coisa complicou-se. Nunca fui a reuniões de pais na escola, eles tiveram de se virar sozinhos.

Porque acha que há tão poucas mulheres em cargos de liderança? Isso incomoda-a?

Já afirmei isto e foi algo polémico, mas continuo a dizê-lo: muitas vezes são as mulheres que não querem assumir essas funções. Eu, por exemplo, disse “não” aos primeiros convites. Na altura tinha filhos pequenos, não tinha especial gosto por isso. Na Universidade as equipas mistas funcionam bem, mas há os jogos de poder. Os homens adoram estes jogos. Nós somos mais pragmáticas. O nosso estilo de gestão é mais de missão. Os homens entram na luta pela afirmação, e isso torna o caminho das mulheres bem mais difícil. Muitas nem têm vontade de competir.

Como conciliou a vida profissional e pessoal? Dois filhos que cresceram numa altura em que já tinha grandes responsabilidades de gestão... Quais os seus truques?

Não há truques. É preciso ter apoio em casa. O meu marido deu-me grande ajuda. Sempre viajámos muito. Mas a diferença é que quando eu viajo tenho de deixar o frigorífico cheio. Ele faz a mala e vai embora. Há dias em que é difícil. Reconheço que houve momentos em que senti que tinha vários pratos no ar ao mesmo tempo e que algum ia cair e estilhaçar-se no chão.

Como lidava com os seus filhos?

Nos primeiros anos de vida tive muita disponibilidade para eles. Assumi funções em 2001, a minha filha mais nova tinha cinco anos. Quando entraram para a primária, a coisa complicou-se. Nunca fui a reuniões de pais na escola, eles tiveram de se virar sozinhos.

**OS HOMENS
ADORAM JOGOS
DE PODER.
ENTRAM NA LUTA
PELA AFIRMAÇÃO,
E ISSO TORNA O
CAMINHO DAS
MULHERES BEM
MAIS DIFÍCIL.
MUITAS NEM TÊM
VONTADE DE
COMPETIR**

**NÃO É FÁCIL
CONCILIAR
A VIDA
PROFISSIONAL
E A FAMILIAR.
HOUE
MOMENTOS EM
QUE SENTI QUE
TINHA VÁRIOS
PRATOS NO
AR AO MESMO
TEMPO E QUE
ALGUM IA CAIR E
ESTILHAÇAR-SE
NO CHÃO**

Sentia remorsos? Culpa?

Um dia o meu filho estava no meu gabinete e fez um desenho com uma flor e escreveu por baixo: “Mãe, gosto de ti, porque gostas de trabalhar”. Sempre guardei isso como um sinal de orgulho. E eles participaram muito das minhas iniciativas. Quando me tornei diretora das licenciaturas, em 2001, criei o fim-de-semana do Caloiro, que hoje é uma instituição na Católica, em que os alunos convivem uns com os outros. E os meus filhos iam comigo.

É uma pessoa corajosa, que arrisca, que não tem medo de falhar. A sua vida fala por si. Como encarou o desafio da Anacom?

Fui diretora da Católica num momento especial. Não foi só gerir a faculdade. Foi gerir todo um processo de transformação. Durante oito anos trabalhamos que nem loucos. Internacionalizámos a escola, fizemos as creditações internacionais, os acordos com o MIT e com a Nova, processos muito complexos. Estava fisicamente extenuada. E achava que era boa ideia para a faculdade ter nova gestão. Acredito que as pessoas não se devem eternizar nos cargos. Quando se muda traz-se energia e ideias novas. Quanto à Anacom, quando recebi o convite pensei que se não fosse agora, mais tarde seria difícil sair da Universidade. Claro que na Anacom estou muito exposta, é um grande desafio, mas achei que era uma excelente experiência. A mudança sempre me atraiu.

Acumula ainda, durante este ano, a liderança da Anacom com a do BEREC, o regulador europeu. Como é gerir este duplo desafio?

Isto só é possível porque a minha equipa assumiu comigo esta responsabilidade. É como num casamento: foi uma decisão conjunta. Assumimos que era bom para todos. Estamos a dirigir o BEREC num momento crucial. Temos as questões relacionadas com o Digital Single Market e a revisão do quadro regulamentar, em que vamos definir os princípios da regulação para os próximos anos.

A Comissão Europeia (CE) de Juncker elegeu o mercado único digital europeu como prioridade do seu mandato. Como vê este plano?

Tem a grande vantagem de olhar para os assuntos numa perspetiva integrada. Reconhece-se a existência de um ecossistema digital, em que tudo converge para o mesmo. E coloca um olhar especial para a Internet das Coisas, que hoje está a ser pensada de forma muito séria, sobretudo para o sector industrial, com o projeto “Industry 4.0”. Outra questão é que se reconhece que as redes de comunicação eletrónica são a base de toda esta estratégia.

Pode representar o ponto de viragem na regulação na Europa?

Não há ponto de viragem. Há evolução. Temos de olhar para a evolução dos mercados, que se desenvolvem de forma alucinante. Estou há três anos na Anacom e tudo mudou: a estrutura do mercado, dos produtos, dos serviços, a concorrência. Como encarar a mudança? Onde vão acontecer as chamadas “falhas de mercado”? Só aí poderemos pensar nos princípios para a regulação.

Bruxelas diz que um dos objetivos é posicionar a Europa como líder digital mundial. Mas como compatibilizar isso com a coexistência de múltiplos operadores no mercado europeu, mesmo depois das recentes consolidações?

As fusões que temos observado são sobretudo ao nível dos mercados nacionais. Estas concentrações levam a menor pressão concorrencial. Há o perigo de, amanhã, haver menos inovação, menos investimento, e preços mais elevados. Esta concentração pode ser uma preocupação para os reguladores e para a Autoridade da Concorrência. Por outro lado, há os operadores pan-Europeus, com presença em vários países. É o exemplo da Telefónica ou da Deutsche Telekom. Mas temos de pensar se queremos que o mercado seja dominado por aqueles que foram os monopolistas de há três ou quatro anos dos grandes países europeus.

O roaming está a ser discutido no Parlamento Europeu. É uma área que traz grande polémica...

O roaming tem uma componente política atrativa. Anunciar o fim do roaming é apetecível. Como consumidores achamos ótimo, mas esquecemos que quem viaja utiliza redes fora do país e isso implica custos. E há um grande desequilíbrio de tráfego entre os países. Os suecos viajam em média 15 dias por ano e os portugueses apenas três. Se amanhã se instalar um “roam like at home”, sem que haja mecanismos de compensação, significará grande aumento de consumo de roaming, o que causa pressão nas redes dos países visitados e

se os operadores locais não tiveram rendimento associado a este tráfego, não têm incentivos para investir. Vamos ter congestionamento e um impacto negativo sobre os consumidores que não viajam, que verão aumentar os preços. Portugal está muito preocupado com isto.

Em Portugal, era inevitável a convergência das ofertas?

Sim, Portugal foi pioneiro. A televisão paga teve um papel importante para o desenvolvimento do *Triple Play* e as pessoas passaram para o *Quadruple Play*. Há forte concorrência, preços competitivos. A consolidação que resultou entre a Zon e Optimus foi uma fusão natural. A alteração de estrutura de capital da PT, essa, infelizmente, foi o resultado de uma sucessão de acontecimentos...

E a Vodafone não teve alternativa senão investir na rede fixa para se tornar convergente também.

Esse foi um aspeto interessante. A estrutura de mercado em Portugal coloca-nos entre os países mais avançados em termos de redes de nova geração. O facto de haver mais equilíbrio entre a NOS e a PT obrigou a Vodafone a investir. Uma situação muito interessante.

Há quem tema o impacto negativo dessas movimentações, nomeadamente em termos de emprego, inovação e investimento...

Sabemos que a PT sempre se caracterizou pelo grande investimento em inovação. Se não continuar a investir, será ultrapassada. Tenho esperança que os novos

acionistas da PT mantenham a estratégia de investimento.

Entraram em vigor em abril os novos estatutos da Anacom, na sequência das medidas impostas pela nova Lei-quadro dos reguladores. Que impacto teve ou ainda terá na Anacom?

A adequação dos estatutos à Lei-quadro não trouxe à Anacom grandes alterações. Os nossos estatutos já contemplavam medidas de independência claras. Estes estatutos vêm reforçar a ideia de autonomia financeira e de gestão, mas depois a lei do orçamento impõe-nos restrições que se sobrepõem à Lei-quadro.

Como é que se pode racionalizar custos sem pôr em causa uma regulação de qualidade?

É muito difícil. Vemos a saída de pessoas muito válidas da Anacom, que estavam a ser preparadas para assumir posições de liderança, porque as nossas condições para reter talentos não são boas, com o congelamento das promoções e cortes salariais.

Concorda com a opinião de que quando os mercados já são concorrenciais, os reguladores setoriais devem sair de cena? Ou a concorrência é sempre imperfeita e exige regulação específica?

A intervenção dos reguladores tem vindo a ser reduzida. A Anacom não é exceção. Mas há sempre novos desafios do sector. Há um aspeto que se assume cada vez mais importância que é a proteção dos consumidores. A Internet das Coisas trará novos desafios e levantará questões ao nível da privacidade dos dados. Nós fazemos o nosso papel: estar atentos.

ESTAMOS A DIRIGIR O BERIC NUM MOMENTO CRUCIAL. TEMOS AS QUESTÕES RELACIONADAS COM O DIGITAL SINGLE MARKET E A REVISÃO DO QUADRO REGULAMENTAR, EM QUE VAMOS DEFINIR OS PRINCÍPIOS REGULADORES PARA OS PRÓXIMOS ANOS. É UM PRIVILÉGIO



"Um dia o meu filho fez um desenho com uma flor e escreveu: 'Mãe, gosto de ti, porque gostas de trabalhar'"

O NOME DELA É TRABALHO

Qualquer rito de iniciação tem o seu encantamento. Estavam no coração da Serra da Estrela, no fim-de-semana do Caloiro que Fátima Barros, então diretora da Universidade Católica de Lisboa, havia criado anos antes para acolher os alunos recém-chegados. Um deles fez um ferimento num pé, e no meio do alvoroço ninguém sabia o que fazer. Até ela chegar com a caixa de primeiros socorros, ajoelhar-se, tirar-lhe o sapato e a meia e começar a fazer o curativo. "Ela era a Fátima Barros. Só podia ser", conta Fernando Machado, professor da Católica, que a conhece desde os tempos de estudante. Este pequeno episódio diz muito sobre a personalidade da atual

presidente da Anacom. Uma mulher enérgica, feita de uma massa de sonho e de esperança. Fátima Barros tem uma paixão carnal pelo trabalho e para ela os sonhos não se anestesiavam. "É uma pessoa muito afável, tem uma forma genuína de interagir com os outros, seja um CEO ou a empregada doméstica", diz Fernando Machado. Este espírito fazedor vem-lhe da infância, em que se habituou a viver em comunidade, com uma experiência precoce num colégio interno da Beira interior. Isto ajudou-a lidar com as adversidades. A maior de todas foi a morte precoce do pai, após anos a lutar contra um cancro. Com isto retirou uma lição: não temos oportunidade de escolher como vamos morrer. Ou quando. Só podemos decidir como vamos viver. Agora. Fátima Barros sabe como

ninguém que a fecundidade ou a inutilidade da vida está nas nossas mãos. Desde miúda que tem outra característica de personalidade: luta pelas causas em que acredita. "Na adolescência, era ousada, rebelde e contestatária. Era o terror das freiras, sempre a liderar a revolução. Defendia os mais fracos e exigia os direitos que achava justos", diz José Perdigoto, vice-presidente da Anacom, seu amigo desde os oito anos. Nos tempos livres, Fátima Barros adora andar a cavalo – "tenho uma égua, a Princesa da Graciosa. Não é lindo, o nome?" – e fazer trekking – "quando posso fujo para a montanha. Normalmente para os Alpes, sete dias de mochila às costas. Para a montanha ninguém vai sozinho, e na montanha o mais forte ajuda o mais fraco". Eis um dos seus lemas de vida. **ARR**



PARA ONDE VAI O MERCADO?

Consolidações e convergência estão a marcar a dinâmica das comunicações portuguesas, com impactos ainda imprevisíveis. E as transformações no “xadrez” dos operadores poderão não ficar por aqui, num cenário em que inovação, investimento e escala são grandes desafios.

Texto de Isabel Travessa Ilustração de Mário C. Pedro





PT PORTUGAL, NOS E VODAFONE são os três players convergentes nacionais. Têm redes tecnologicamente avançadas, onde continuam a investir para garantir ofertas cada vez mais sofisticadas, integradas e multiplataforma. Num setor marcado pela crescente pressão sobre os preços, queda de receitas, concorrência acrescida e conjuntura adversa, atravessam um processo de reconfiguração empresarial, resultado de fusões e aquisições e de redefinições estratégicas, cujos impactos ainda não são totalmente previsíveis. E as mudanças não vão ficar por aqui, tendo em conta o panorama mundial e europeu das consolidações.

Convergência e concorrência ditam as estratégias dos operadores, que garantem ter “armas” para competir, num setor em que as preocupações em torno da rentabilidade e das margens também são prioridade. E querem crescer em todas as áreas, através da aposta na inovação e diferenciação. Mas se a NOS e a Vodafone já têm metas bem definidas, a “nova” PT Portugal está à espera da Altice. O recém-acionista quer outra gestão, centrada na redefinição estratégica, reestruturação e corte de custos. Tal poderá incluir a venda de ativos não estratégicos à oferta de serviços, como os negócios da PT SI, PT Inovação, o Data Center da Covilhã e o Sapo. E continua em aberto a alienação da Cabovisão e da Oni, por imposição de Bruxelas, em que a Vodafone é forte candidata.

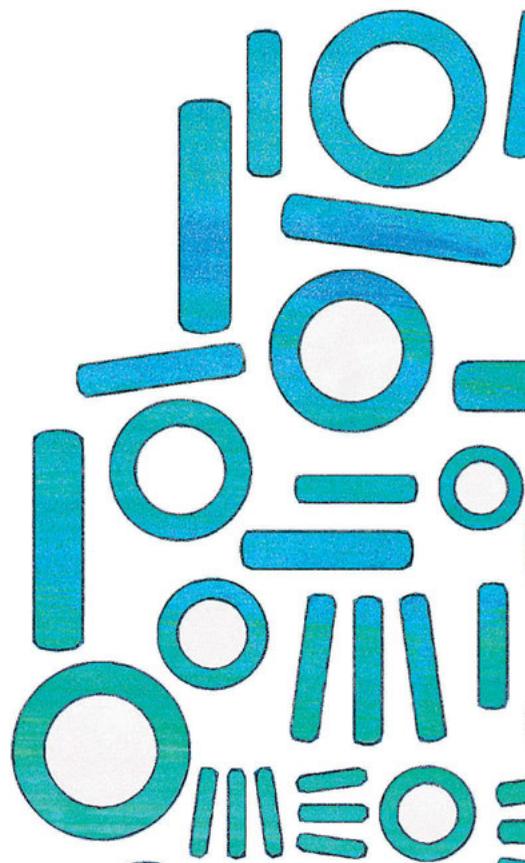
A reconfiguração empresarial do Setor resulta da “necessidade

absoluta de criação de massa crítica para fazer evoluir o negócio que, por sua vez, originou um movimento de fusão, quer na cadeia de valor (fixo, móvel, conteúdos, serviços), quer nos mercados, criando operadores cada vez mais globais”, explica Eduardo Fitas, vice-presidente da Accenture. Há muito que era vista como inevitável, “num momento em que o Setor enfrenta globalmente uma tendência de comoditização dos serviços e redução de margens”, acrescenta António Lagartixo, partner da Deloitte (ex-Maksen). Para Miguel Eiras Antunes, partner da Deloitte Portugal, o Setor “é exemplo de dinamismo e competitividade, dinâmica que não deverá alterar-se nos próximos anos, com os operadores em busca de serviços diferenciadores, enquanto mantêm intensa competição ao nível dos preços”.

CONCENTRAR, CONCENTRAR

Antecipam-se, por isso, novas consolidações. “À necessidade de criação de massa crítica acresce cada vez mais a necessidade de complementar a oferta de serviços. As fusões e aquisições serão não apenas entre operadores, mas também, e cada vez mais, entre operadores e novos entrantes, ou aquisições de entidades que operam entre indústrias”, prevê o responsável da Accenture. Persiste, no entanto, a incógnita sobre o nível de concentração que será alcançado a médio prazo. “A proliferação de operadores fixos e móveis na Europa contrasta com a forte concentração da indústria nos EUA ou na China”, diz António Lagartixo. Com a cadeia de valor do Setor em forte transformação e com players cada vez mais globais, isso “coloca tam-

**AGUARDAM-SE
NOVAS
CONSOLIDAÇÕES
NO SETOR.
A DÚVIDA RESIDE
NO NÍVEL DE
CONCENTRAÇÃO
QUE SERÁ
ALCANÇADO A
MÉDIO PRAZO**



bém pressão para a consolidação, como forma de ganhar escala e equilibrar forças”. Mas ao nível europeu há “limitações regulatórias às potenciais sinergias para a consolidação”, apesar das “importantes movimentações já registadas”, alerta Miguel Eiras Antunes, que acredita que a nova estratégia para a criação de mercado digital único poderá “fazer evoluir esta situação”.

Também Francisco Murteira Nabo, ex-presidente da PT e responsável pelo processo de internacionalização do grupo e pela entrada no Brasil, antecipa que “que haverá um acelerado processo de consolidação internacional entre operadores, com as fusões e as aquisições a multiplicarem-se”. Tal será “reflexo de uma mudança de fundo”, com consumidores mais digitais e em mobilidade. O gestor não tem dúvidas de que se impõe “procurar

escala, competitividade e internacionalização”. E acrescenta: “A aquisição da PT Portugal pela Altice e a criação da NOS é apenas o começo de um processo que irá acelerar, por exigência não só da evolução tecnológica, mas também da conectividade e procura de dimensão empresarial”. Neste cenário, “o País terá de assegurar o alto nível de qualidade da oferta e aumentar o grau de internacionalização, apostando em particular no espaço da lusofonia, que se previa desenvolver na PT e que se iniciou ao longo dos últimos 20 anos”.

INOVAÇÃO E INVESTIMENTO

Mas qual o impacto previsto para as consolidações em Portugal? A concorrência vai aumentar? Haverá mais investimento e inovação? Depois dos “elevados investimentos realizados nos últimos anos em infraestruturas, é expectável que os operadores foquem esforços de inovação e investimento em serviços de valor acrescentado que alavanquem essas infraestruturas, reforçando as capacidades de I&D e apostando na criação de ecossistemas de parceiros que acelerem o processo de inovação e o ‘time-to-market’”, prevê o responsável da Deloitte.

Porém, é um cenário incerto, alerta António Lagartixo. “O crescente foco em eficiência e ajuste da estrutura de custos, aliados a um ambiente macroeconómico desfavorável, colocam em risco a



**APÓS
AVULTADOS
INVESTIMENTOS
EM INFRA-
ESTRUTURAS,
É EXPECTÁVEL
QUE OS
OPERADORES
APOSTEM NA
INOVAÇÃO
E EM SERVIÇOS
DE VALOR
ACRESCENTADO**



LÍDER DO MERCADO

É o maior operador de comunicações nacional. Falhado o projeto de fusão com a Oi, foi comprado pela Altice – aguarda redefinição estratégica. Reduzir a estrutura de custos é prioridade, o que passará pelo corte de trabalhadores e renegociação com fornecedores. Está em gestão corrente desde que foi anunciada a sua venda, em dezembro. Mas a PT Portugal tem mantido a agressividade comercial e está a crescer, graças à aposta no MEO. Apesar de sentir o embate da concorrência, detém a maior quota nas PME nos serviços em pacote (quase 57%).

RECEITAS 2014: 2,255 mil milhões de euros

CLIENTES 2014: 7,98 milhões móveis; 1,41 milhões na tv paga; 1,37 milhões na banda larga fixa; 2,47 milhões na voz fixa

QUOTAS DE MERCADO (4º trim 2014): pacotes de serviços 44,2%; voz móvel 47,3%; voz fixa 49,8%; banda larga móvel 47,4%; banda larga fixa 48,5%; tv por subscrição 42,2%

COBERTURA: mais de dois milhões de lares em fibra; mais de 90% da população em 4G

COLABORADORES: 10,7 mil



CENTRADA EM PORTUGAL

Resultou da fusão da Zon com a Optimus, em 2013, e no ano passado passou a NOS, grupo convergente de comunicações e entretenimento. A meta é crescer no mercado nacional, com o reforço da rede (cobre 3,4 milhões de casas no fixo), aposta na inovação e oferta convergente e integrada.

Mas garante estar atenta a oportunidades internacionais, para além da operação da ZAP (Angola e Moçambique). Já na área empresarial quer reforçar a posição integrada no SoHo e PME, e posicionar-se nas grandes empresas com um portfólio convergente de TIC, cloud e gestão de serviços.

RECEITAS 2014: 1,383 mil milhões de euros

CLIENTES 2014: 3,73 milhões de clientes móveis; 1,48 milhões na tv paga; 1,49 milhões na voz fixa; 1,02 milhões na banda larga fixa

QUOTAS DE MERCADO (4º trim 2014): pacotes de serviços 38,3 %; voz móvel 18,4%; voz fixa 35%; banda larga móvel 25,9%; banda larga fixa 35%; tv por subscrição 44%

COBERTURA: mais de 3,4 milhões de casas com cabo/fibra; mais de 90% da população em 4G

COLABORADORES: 2,4 mil



DESAFIADORA DO FIXO

Centrada no móvel, redefiniu estratégias para ganhar armas num mercado cada vez mais convergente. E apostou no crescimento orgânico para se transformar num operador integrado. Até 2016 investirá 500 milhões no reforço da rede móvel e na construção de uma rede de fibra própria. Hoje tem uma oferta integrada de serviços e uma estratégia agressiva para se posicionar como *player* convergente e garantir crescimento no fixo. Desafiadora do Setor, tem sido a única operadora a ganhar mercado em todas as áreas do fixo. É forte candidata à compra da Cabovisão à Altice.

RECEITAS: 1,061 mil milhões de euros (em março 2015)

CLIENTES: 5,04 milhões de clientes móveis; 251 mil na tv paga; 429 mil na voz fixa; 330 mil na banda larga fixa

QUOTAS DE MERCADO (4º trim 2014): pacotes de serviços 10,1%; voz móvel 32,2%; voz fixa 9,5%; banda larga móvel 26,5%; banda larga fixa 10,6%; tv por subscrição 7,5%

COBERTURA: mais de 1,6 milhões de casas com fibra; mais de 90% da população em 4G

COLABORADORES: 1,45 mil

manutenção dos níveis de investimento e inovação”. Sendo as comunicações “uma importante alavanca de competitividade e produtividade na economia”, esse é um papel que “não podemos arriscar perder”, acrescenta.

Por isso, Eduardo Fitas adverte: “Qualquer tentativa de reduzir o investimento para além de um mínimo cria problemas de sustentabilidade a prazo”. Mais: “Se há coisa que aprendemos nos últimos tempos é que o mercado continuará a exigir novos produtos e serviços, e irá procurá-los onde quer que sejam fornecidos. Quer para responder aos concorrentes tradicionais quer à entrada de novos de setores adjacentes, mas que lutam pelo mesmo mercado, os operadores de comunicações vêem-se obrigados a um contínuo investimento para suportar as necessárias evoluções tecnológicas e a adaptação dos seus recursos a um portefólio de oferta cada vez mais complexo”.

‘NOVOS’ PLAYERS PREPARADOS

E qual é a perspetiva e posicionamento dos *players* do mercado nacional perante estas profundas transformações? Para Miguel Almeida, CEO da NOS, a fusão que deu origem à marca “foi precursora de um novo paradigma, cada vez mais standard, que coloca à disposição dos clientes um serviço verdadeiramente convergente e agnóstico à tecnologia que o sustenta”. Uma mudança que “tem levado a um ajustamento progressivo dos operadores que não estavam preparados para disponibilizar ao cliente esta convergência. A dualidade fixo-móvel deixou de fazer sentido”, garante. Por outro lado, o líder da NOS alerta para o facto de a

convergência estar a contribuir “para a compressão dos preços, tornando a *flat fee* e o *all inclusive* a grande tendência, sobretudo no mercado de particulares. Sob pena de ser contraproducente, esta compressão não pode tornar-se intensa e constante, pois a indústria das comunicações é um setor de capital intensivo, onde a evolução tecnológica exige investimentos em permanência”. Confiante na estratégia da NOS, destaca a “capacidade que tivemos de inverter a queda de receitas que se registava há vários meses, num contexto particularmente difícil”.

Já o CEO da Vodafone, Mário Vaz, sublinha o forte investimento da empresa “numa rede de fibra de última geração a nível nacional, conquistando de forma acelerada clientes triple play, o que, aliado a uma liderança nos segmentos jovem e empresarial, permitiu à Vodafone Portugal conquistar o reconhecimento e escala como operador convergente”. Focado no cliente, o responsável da Vodafone assegura que a marca segue “uma estratégia própria, alheia a decisões estruturais de outras empresas”. Até porque acredita que “as mudanças que estão a afetar alguns dos nossos concorrentes não produzirão alterações na dinâmica atual do mercado”. No entanto, se tal não se confirmar, “mostraremos que estamos, como sempre, disponíveis para manter a nossa relevante posição no mercado e o compromisso com o País”, acrescenta.





AS TIC E A ENERGIA



Por **António Vidigal**,
Presidente da EDP Inovação

QUER NAS TIC QUER NA ENERGIA, O NOSSO PAÍS DISPÕE DE EMPRESAS, UNIVERSIDADES E RECURSOS HUMANOS COM GRANDE COMPETÊNCIA. PORQUE NÃO AMBICIONAR QUE A PRÓXIMA GOOGLE DA INTERNET DAS COISAS NASÇA NUMA GARAGEM PORTUGUESA?

A HISTÓRIA DAS TIC em Portugal pode ser revisitada na agenda dos sucessivos Congressos da APDC. Quando se revê, o caminho percorrido causa vertigens. Custa a acreditar que em 1984 existiam em Portugal apenas 13 telefones fixos por cem habitantes e que em 1991 o País dispunha de menos de 30 mil telemóveis. E que o PC da IBM apenas surgiu em 1981, dispondo de tão pouco software que, nas primeiras conferências da APDC, as melhores apresentações recorriam a slides fotográficos.

O setor elétrico português foi precursor na utilização de TIC, dispondo a EDP, nesses anos, dos maiores centros informáticos do País e de redes privadas de dados de âmbito nacional, que a colocavam na fronteira da tecnologia, quer na área técnica quer na de gestão.

As TIC ganharam força e o Mundo tornou-se totalmente instrumentado. Mais de metade da população mundial tem hoje acesso a um telemóvel, existindo mais de 7 mil milhões de SIM afetos a pessoas. Além disso, em 2014, 37% dos novos SIM responderam a smartphones. Mas grande parte da revolução acontece, de forma quase silenciosa, na Internet das Coisas. O número de “coisas” ligadas é impressionante, ultrapassando já os 25 mil

milhões, prevendo--se que atinja em 2020 os 50 mil milhões. Parte importante deste crescimento está a ocorrer na área da Energia, nomeadamente através do aumento da sensorização dos ativos e dos equipamentos de monitorização e controlo de consumos.

Enquanto nos habituámos a pensar que nas TIC o limite era a imaginação, tivemos de reconhecer que o planeta é frágil e tem recursos finitos. O que torna incontornável a aposta em mais energia renovável e mais eficiência energética, obrigando à maior eletrificação e controlo. E tornando inevitável o aparecimento de *smartgrids* que herdem muitos dos atributos da internet. O que dá razão a Thomas Friedman, quando afirma que a próxima revolução industrial resultará da convergência entre TIC e Energia. Esta inflexão tecnológica dará origem a grandes oportunidades. E Portugal não deveria perdê-las. Com efeito, quer nas TIC quer na Energia, o nosso país dispõe de empresas, universidades e recursos humanos com grande competência, podendo ambicionar tornar-se uma plataforma de testes europeia deste novo paradigma. O País tem a dimensão adequada, muita energia renovável e uma população que adota facilmente novas tecnologias. Estando o empreendedorismo cada vez mais na ordem do dia, porque não ambicionar que a próxima Google da Internet das Coisas nasça numa garagem portuguesa? Afinal, os novos paradigmas de computação baseados na cloud e na big data eliminam muitas barreiras à entrada às startups que queiram investir nesta área.

A APDC tem um papel importante a desempenhar na concretização desta aspiração.



COM.escolha 
O comparador de tarifários da ANACOM

**Que tarifário escolher?
Qual o melhor pacote?
Com dúvidas?**

O **COM.escolha** ajuda-o a escolher os serviços de comunicações mais adequados às suas necessidades.

Consulte tarifários e/ou ofertas e simule consumos de internet, telefone móvel, telefone fixo e televisão.

Experimente!

Encontre todas as respostas em
www.anacom-consumidor.com

ANACOM  AUTORIDADE NACIONAL DE COMUNICAÇÕES





NÓS SOMOS TECHIES. E TU?

Nem *geeks* nem *nerds*. Trabalhar no setor das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) não só é aliciante como necessário: estima-se que até 2020 cerca de 15 mil postos de trabalho digital fiquem por ocupar em Portugal, por falta de profissionais. É preciso mudar mentalidades.

Texto de Teresa Violante Fotos de Vítor Gordo/Syncview (exceto onde indicado)

ERA UMA VEZ TRÊS AMIGOS. Miguel Santo Amaro, Mariano Kostelec e Ben Grech, que tiveram uma ideia: criar um portal de classificados para alojamento universitário. A ideia tornou-se numa start-up, a Uniplaces, com um portal de reservas de alojamento para estudantes. Estávamos em 2012 e a equipa não ultrapassava os dez profissionais. Hoje são mais de 75 e devem chegar aos 100 até ao final do ano. Também o portal cresceu e, além de reservas em Lisboa e no Porto, está

disponível em Madrid, Barcelona, Manchester e Londres, gerando um volume de reservas de 10 milhões de euros. E não quer ficar por aqui.

Com várias distinções e prémios atribuídos dentro e fora do país, a Uniplaces é um exemplo de empreendedorismo jovem no setor das TIC. “Portugal não tem reputação de atrair investimento na área. Contudo, acredito que este panorama será diferente nos próximos anos”, diz Miguel Santo Amaro. “Temos ainda um lon-



Miguel Santo Amaro, em baixo à esquerda, é um dos mentores da Uniplaces, empresa que capta talento português dentro e fora do país



Foto Cedida

PORTAL DE RESERVAS DE ALOJAMENTO PARA ESTUDANTES, A UNIPLACES PROVA QUE PORTUGAL TEM POTENCIAL DE CRESCIMENTO

go percurso pela frente, mas estes três últimos anos revolucionaram a maneira como Portugal, em particular Lisboa, é visto lá fora”, acrescenta. Argentino e com experiência internacional – esteve envolvido na expansão asiática da Groupon – Mariano Kostelec compara a capital portuguesa a Berlim “há cinco anos, mas com mais sol e mais potencial”. E não tem dúvidas: “Será uma referência para as TIC a nível mundial”.

Na hora de darem forma à start-up, um dos maiores desa-

fos que os três amigos enfrentaram foi “encontrar as pessoas certas para se juntarem ao projeto, crescerem com ele, e garantir que percebem a visão e mantêm motivação para tornar a Uniplaces num sucesso global”. Se os profissionais portugueses têm “muito bom talento”, carecem de “experiência em empresas tecnológicas de grande crescimento, como Google, Facebook, Uber...”, aponta Miguel Santo Amaro. E acrescenta: “Temos apostado em encontrar os melhores portu-

NO TOTAL
DE EMPREGO
EM TIC AS
MULHERES
OCUPAM
APENAS 1/3
DOS LUGARES.
EM CARGOS
DE GESTÃO
NAS EMPRESAS
DO SETOR
NÃO SÃO MAIS
DO QUE 5%.
O COMITÉ
NACIONAL DE
WOMEN IN
ENGINEERING
PROCURA
ALTERAR ESTA
REALIDADE

gueses cá dentro e no estrangeiro para se juntarem ao projeto”. Tão importante como a componente técnica é a atitude e paixão pela visão da empresa.

SEM GÉNERO

Paulo Simões, Partner da Egon Zehnder International e membro do Technology & Communications Practice Group em Lisboa, vai mais longe na lista de competências de um bom *techie*, e assim quebra um preconceito. “Várias das funções-chave no mundo das TIC necessitam da aplicação dos hemisférios direito e esquerdo do cérebro. Não é só uma questão de ser o ‘guru tecnológico’; há que saber usar temas como criatividade, linguagem, relacionamento... Não tenho dúvidas em dizer que as mulheres têm mais capacidade do que os homens em articular estes dois hemisférios”. Cai por terra a ideia de que esta é uma área profissional para o sexo masculino. Mas devagar – mudar mentalidades nunca é fácil.

Ana Oliveira, 24 anos, estudou Sistemas de Informação e Economia na Universidade do Minho. “Foi a minha primeira escolha”. Os pais aceitaram-na com naturalidade. Durante o curso Ana não teve muitas colegas; nas aulas o sexo masculino era predominante. Para esta jovem *techie* a (ainda) reduzida presença feminina no mundo das TIC pode ser explicada por se gostar ou não da área – “muitas raparigas por vezes entram num curso de informática, mas depois não gostam e desistem” –, e razões sociais. Por pressão da família ou da “típica

frase ‘é um curso de rapazes’, acabam por desistir da ideia”, aponta.

Foi um curso de rapazes que Sandra Costa, engenheira e presidente do comité nacional de Women in Engineering, frequentou: “No meu primeiro ano, na primeira fase, fui a única caloiira e a primeira coisa que os ‘engenheiros’ me perguntavam era: ‘Enganou-se a preencher o impresso, foi?’”. Brincadeiras à parte, no ano letivo 2013/14, apenas 17% de alunas frequentavam cursos superiores de Ciências Informáticas, valor que baixa para 12% no conjunto das áreas TICE Nuclear (que junta os cursos em eletricidade e energia e eletrónica e automação), revela o estudo “Mapeamento da Oferta de Educação e Formação em Tecnologias de Informação, Comunicação e Eletrónica em Portugal”, elaborado pelo Consórcio Maior Empregabilidade – Fórum Estudante.

VAMOS ÀS ESCOLAS

No total do emprego em TIC em Portugal, apenas 1/3 dos profissionais são mulheres. “Já em empregos de programação, esta percentagem é de 11% e, se considerarmos os cargos de gestão e administração nas empresas do setor, apenas 5% são ocupados por mulheres”, lê-se no estudo. Realidade que o comité nacional de Women in Engineering pretende mudar. Criado há cinco anos, no início teve como estratégia dar a conhecer a associação e constituir grupos estudantis nas universidades (Instituto Superior Técnico e ISCTE, em Lisboa, Universidade de Coimbra, do Minho, Aveiro...). “Agora, que já temos alguma presença local, queremos que esses grupos cheguem às suas



Na universidade, Ana Oliveira tinha poucas colegas - no curso de sistemas de informação os rapazes estavam em clara maioria

PORTUGAL AVANÇA NA FORMAÇÃO E EDUCAÇÃO EM TICE

Já no final de junho, a Coligação Portuguesa para a Empregabilidade Digital deverá apresentar a proposta de Estratégia Nacional e o Plano de Ação para a Empregabilidade Digital 2015-2020.

Criada no âmbito da Grand Coalition for Digital Jobs, lançada por Bruxelas em março de 2013, e coordenada pela Fundação para a Ciência e para a Tecnologia, a Coligação foi apontada como o maior esforço colaborativo na Europa na adoção de medidas que promovam a formação e a empregabilidade nas TIC. Com 18 parceiros, entre os quais a APDC, este projeto reúne entidades do setor público e privado, comunidades académicas e técnicas, organizações não-governamentais e sociedade civil.

escolas secundárias para promover essa mudança de visão que tanto advogamos”. Estudantes a falar para alunos.

Aliás, a realização de sessões de esclarecimento em escolas secundárias é um caminho apontado por especialistas e profissionais do sector, quer para desmistificar a ideia de que as TIC têm género, quer para demonstrar que é uma área apelativa, cheia de potencialidades. “Isso é fundamental”, afirma José Paiva, fundador da start-up Jobbox, especializada na área do recrutamento e apoio à gestão de carreiras de profissionais da área tecnológica. E recorda: “Em 2014 abriram 3.170 vagas em TIC nas Universidades/Politécnicos em Portugal, das quais 27% ficaram por preencher”. O partner da Egon Zehnder International defende ainda a ligação das empresas às escolas secundárias. Perante um cenário de pleno emprego no Setor “devia haver uma responsabilidade das próprias empresas em fazer chegar esta mensagem aos jovens pré-universitários”. Basta recordar que até 2020 deverão ficar por preencher 15 mil postos de trabalho digital em Portugal, cenário que ultrapassa fronteiras: segundo a Comissão Europeia serão cerca de 900 mil a nível europeu.

Mas o que é que afasta os jovens das TIC? A matemática parece ser uma das responsáveis. Os mais novos acreditam que “as TIC implicam muita matemática, o que nem sequer é necessariamente verdade”, refere Paulo Simões,

ele próprio engenheiro de telecomunicações de formação. O estudo prospetivo “Novos Mercados de Trabalho e Novas Profissões”, também elaborado pelo Consórcio Maior da Empregabilidade, aponta ainda a “diferença entre ser *digital native* e *digitally competent*, ou seja, ser capaz de usar as TIC de forma profissional, colaborativa, crítica e criativa”, e “a forma como têm sido integradas, ou não, na formação base das crianças e jovens e como as próprias tecnologias têm vindo a suportar abordagens pedagógicas inovadoras”.

ADEQUAR A FORMAÇÃO

A trabalhar na Novabase IMS como consultora TIBCO, Ana Oliveira não teve dificuldade em entrar no mercado de trabalho. Após o envio de currículos, “as

ESTIMA-SE QUE ATÉ 2020 FIQUEM POR PREENCHER 15 MIL POSTOS DE TRABALHO DIGITAL EM PORTUGAL. UM PROBLEMA GLOBAL: DADOS DA COMISSÃO EUROPEIA APONTAM PARA 900 MIL A NÍVEL EUROPEU

respostas eram quase imediatas para marcação da entrevista”, recorda. Mas nem tudo é fácil no universo dos trabalhos digitais. “As universidades não nos ensinam para o mercado”, lamenta a jovem. “Muitas vezes, nas primeiras entrevistas não conhecemos as tecnologias que as empresas usam. Assim, as empresas precisam de ter os recém-licenciados/mestres durante, pelo menos, um ano para que possam atingir o nível de competências pretendido”. Um problema que não é exclusivo de Portugal. “Continua a não haver preocupação da parte dos decisores políticos e dos decisores de topo da educação de fazer o *match* entre educação e emprego, aquilo que nos EUA se designa por E2E (*Education to Employment*)”, critica Paulo Simões. “A Universidade não pode ter como fim apenas a produção de saber; tem de ter também como objetivo a empregabilidade”, acrescenta.

Apesar deste senão, as TIC são um setor atípico no panorama nacional, com empregabilidade de 100%, segundo um estudo da Jobbox (ver infografia) e níveis salariais convidativos. Apaixonados pela área, os fundadores da Uniplaces Miguel Santo Amaro e Mariano Kostelec, deixam um conselho aos alunos pré-universitários: “Experimentem e tirem as vossas conclusões. Antigamente os jovens licenciados sonhavam com oportunidades em consultoria e banca de investimento; hoje são as start-ups”.

TIC À LUPA

No final do ano passado, a start-up portuguesa Jobbox, especializada na área do recrutamento e apoio à gestão de carreiras de profissionais da área tecnológica, realizou um estudo sobre *techies* e emprego.



83% tem licenciatura ou mestrado

6% acabou o curso há um ano

3% não equaciona mudar de emprego



52% está disponível a

NOVAS OPORTUNIDADES

74% está no mercado há mais de
4 ANOS

63%
equaciona sair do país

TECNOLOGIA PARA UM MUNDO MELHOR

O que há em comum entre uma rede de micro crédito, um grupo de partilha de bens já usados mas em bom estado, e uma impressora para textos em Braille feita com peças Lego? Imaginação, tecnologia e vontade de ajudar.

Texto de Teresa Violante Fotos Cedidas

RESPONDER AOS E-MAILS através do smartphone, reunir via Skype, partilhar fotos no Instagram: três de muitos gestos que repetimos inúmeras vezes no dia-a-dia e com tanta naturalidade que parece que sempre vivemos assim. Rendemo-nos à tecnologia. Mas a que preço? Os cientistas apontam as consequências da utilização excessiva destas novas ferramentas no organismo. Recentemente, um estudo da California State University, nos EUA, chegou à conclusão, com recurso a ressonâncias magnéticas, que o Facebook causa efeitos idênticos à droga no cérebro. A solidão

camuflada atrás de monitores e teclados é há muito apontada por psicólogos, e os jogos de computador, ou tablet, como brincadeiras para crianças tem levado a múltiplas análises.

Verdade é que chegámos a um ponto em que não há como (e talvez poucos quisessem...) voltar atrás. A tecnologia está aí. E muito tem feito para simplificar as nossas vidas. Como em quase tudo, o segredo está numa utilização equilibrada. Até porque não faltam bons exemplos, mesmo entre as tão criticadas redes sociais. Basta recordar as ondas de indignação um pouco por todo



Foto cedida John Briggs



REDE SOLIDÁRIA

DOGO RAMADHAN vive com a família em Mombaça, no Quênia, e tem um pequeno negócio de carvão e lenha, só possível graças à Kiva. A história de Dogo é uma entre muitas. Empréstimos a quem precisa é o mote desta organização, criada por Matt e Jessica Flannery, em 2005. Desde então mais de 1,2 milhões de pessoas obtiveram financiamento através desta rede de microcrédito e foram efetuados mais de 877 mil empréstimos que, em média, rondam os 416 dólares.

Como funciona a Kiva? Através do site é possível conhecer os perfis dos empreendedores que necessitam de investimento. Depois, basta escolher qual pretende apoiar, fazer o empréstimo – pode ser a totalidade do valor pedido ou, no mínimo, 25 dólares –, ser ressarcido e... repetir. O dinheiro é transferido para um fundo Kiva, que envia o montante para uma instituição de microfinanciamento do país mutuário. No prazo estabelecido, o montante é devolvido, sem juros nem correção monetária. www.kiva.org

o mundo em torno do ataque à redação do jornal francês *Charlie Hebdo*. Ou a surpresa que o xerife e a corporação de bombeiros de St. Cloud, na Flórida, EUA, fizeram ao pequeno Glenn, no dia do seu 6.º aniversário. Dos 16 colegas de turma convidados para a festa de anos nenhum apareceu. Desesperada com a tristeza do filho, que sofre de autismo, Ashlee Buratti desabafou no Facebook. A comunidade local não tardou a reagir e proporcionou uma festa inesquecível, com carros de bom-

VÁRIOS EXEMPLOS DE SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS SURGIRAM PARA DAR RESPOSTA A PROBLEMAS REAIS, SENTIDOS DE FORMA PRÓXIMA, MAS COM BENEFÍCIO PARA MUITOS

beiros e de polícia, bolo e muita animação. Se é certo que afastam, as redes sociais também podem aproximar as pessoas – tudo depende da (boa) utilização.

Porque não acreditamos num mundo a preto e branco, damos a conhecer alguns dos muitos projetos nacionais e estrangeiros que colocam a tecnologia ao serviço das pessoas, minorando assimetrias sociais e económicas.

SMARTPHONES PARA TODOS

Jan Husak desenvolveu a app Big Launcher quando a sua mãe partiu o telemóvel e começou à procura de outro. O jovem checo, juntamente com Daniel Kunes, rapidamente percebeu que o interface e a

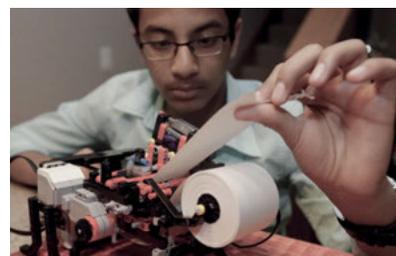


acessibilidade dos smartphones não são “amigos” das pessoas de mais idade. Então criaram a app Big Launcher, que oferece ícones maiores (telefone, mensagens, câmara, galeria, SOS...), proporcionando aos idosos uma navegação segura. É também útil a pessoas com dificuldades de visão ou problemas motores.

<http://biglauncher.com>

BRILLE LOW COST

PARECE BRINCADEIRA de crianças, mas não é: aos 12 anos, Shubham Banerjee, natural da Bélgica e a viver nos EUA desde os 3 anos, criou a primeira impressora de Braille low cost. Após várias tentativas, Shubham encontrou a solução certa, com recurso a um kit da Lego (Mindstorms EV 3), rolo de papel usado na máquina



calculadora, e a cabeça da sua antiga impressora, para fazer os pontos em relevo. Este modelo é um pouco mais lento do que os convencionais: demora 5 segundos a imprimir um carácter. Nada que retire a genialidade da solução: a CNN referiu-se a Shubham como o próximo Steve Jobs ou Bill Gates, e o Braigo (junção de Braille e Lego) foi considerado pelo site Nominet Trust como uma das 100 tecnologias que, em 2014, tornaram o mundo melhor.

www.braigolabs.com

SOBRE RODAS

FOI NO ÂMBITO da tese de licenciatura em engenharia informática na Universidade da Beira Interior que Luís de Matos teve a ideia de desenvolver o wi-GO, um carrinho de compras que, em vez de ser empurrado, segue quem dele precisa. Desenhado a pensar nas pessoas com mobilidade reduzida, em cadeira de rodas, revelou-se útil também para idosos e grávidas, com aplicação quer nos momentos de lazer





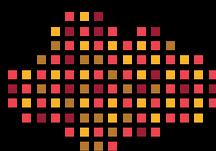
Prepare Your Network for the Cloud

Alcatel-Lucent's Nuage Networks™ portfolio offers a better way to build, operate and consume cloud networks. Leveraging the power of Software Defined Networking (SDN) and Alcatel-Lucent's global expertise in IP networks, the Nuage Networks Virtualized Services Platform (VSP) enables cloud service providers, web-scale operators and tech enterprises to build robust and highly scalable networking infrastructures. Transform your cloud experience, making the network as responsive and easy to use as compute and storage in the cloud.



- Simplify operations for rapid service instantiation
- Address changing business requirements with flexible, adaptable services
- Support massive multi-tenancy and hybrid cloud services

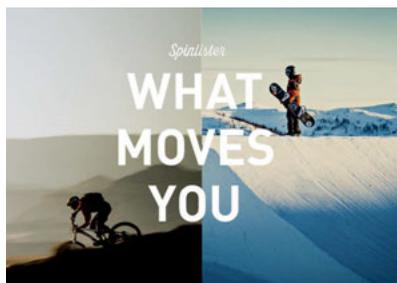
The cloud has made us all promises – our mission is to help you realize them.



nuagenetworks
An Alcatel-Lucent Venture

@nuagenetworks

e recreativos, quer a nível profissional. É muito fácil de usar: a pessoa coloca-se em frente ao wi-GO, faz um gesto para ser identificada, e o wi-GO irá segui-la em detrimento das outras. Feito o reconhecimento, o utilizador coloca no seu interior os objetos ou produtos que pretende transportar.
www.is2you.eu



SEMPRE À MÃO

Poupa dinheiro, conhece pessoas fantásticas e consome menos é o slogan da Spinlister, rede online que permite alugar bicicletas, pranchas de surf ou de snowboard em todo o mundo. A ideia é simples: quem tem equipamentos a mais ou quer dar mais uso aos seus inscreve-se no site, partilhando imagens, a localização, disponibilidade e valores de aluguer. Depois, é só aguardar pelo contacto de alguém interessado. Um serviço prático que permite rentabilizar equipamentos, ao mesmo tempo que torna as viagens dos apaixonados por desporto mais simples, sem necessidade de andar sempre com as bicicletas ou pranchas às costas.
www.spinlister.com

UM CARRO QUANDO CONVÉM

Mob Carsharing é um serviço de aluguer de carros ao minuto, com combustível e parquímetro incluídos, disponível 24 horas por dia, todos os dias da semana e do ano, em Lisboa. Surgiu em Setembro de 2008, criado pela Carristur, empresa da Carris, com vários objetivos: complementar as redes de transportes públicos, descongestionar a cidade,



reduzir despesas, diminuir a ocupação do espaço público, racionalizar a gestão dos recursos energéticos, ... A reserva é efetuada via site ou telefone, após o preenchimento do formulário de adesão online. Um serviço que ainda tem pouca expressão – implica uma profunda mudança de comportamentos.
<http://mobcarsharing.pt>

DADORES ONLINE

A **RÚSSIA** tem poucos dadores de sangue e não existe um sistema nacional de banco de dadores. Aos 27 anos, o químico russo Ruslan Shekurov decidiu mudar



esse cenário. A base de dados online DonorSearch foi lançada em 2013 e um ano depois já tinha mais de 23 mil potenciais dadores. Como funciona? Após inscrição dos potenciais dadores, DonorSearch faz um cruzamento geográfico entre quem necessita de sangue e quem pode doá-lo, enviando alertas. O site exige diversas informações pessoais e sobre o pedido de transfusão, de modo a evitar esquemas e situações arditosas.
<https://donorsearch.org/>

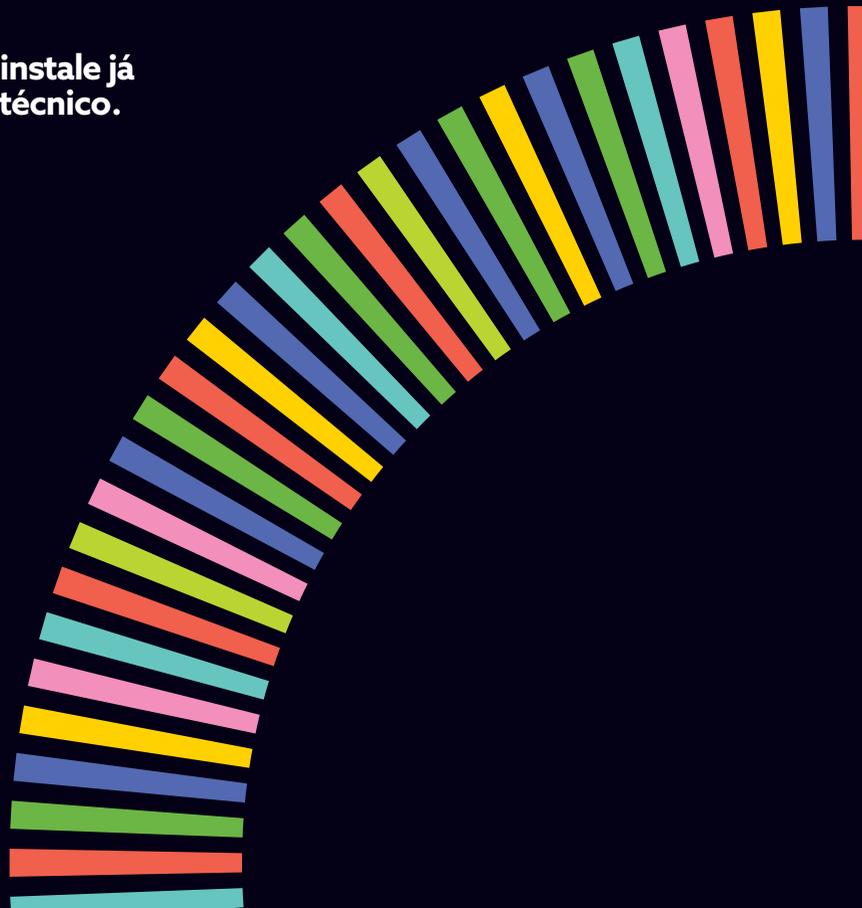
MESMO AS REDES SOCIAIS, CRITICADAS POR MUITOS, TÊM UM EFEITO POSITIVO NAS NOSSAS VIDAS. O SEGREDO ESTÁ NA (BOA) UTILIZAÇÃO

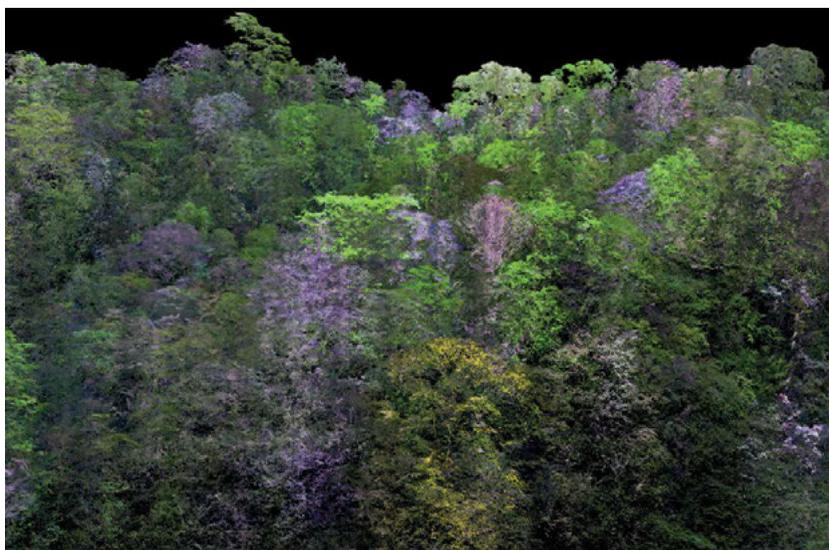
E se o PC da empresa avariar e perder toda a informação? **Simplifique**

A NOS tem todas as soluções de voz, internet e televisão para empresas, e agora também tem a resposta para todos os problemas com o Microsoft Office 365. Aceda aos seus documentos fora do escritório e às aplicações do Office no seu telemóvel, sem problemas de espaço para partilhar e guardar ficheiros. E se o PC da empresa avariar, conte com uma plataforma segura para proteger toda a informação.

Simplifique a vida na sua empresa e instale já este pacote com acompanhamento técnico.

**Adira já
ligue 16999
nosempresas.pt**





AMAZÓNIA À LUPA

CIENTISTA NA Carnegie Institution for Science, nos EUA, Greg Asner revolucionou a forma de monitorizar a floresta: equipou uma aeronave com as tecnologias mais sofisticadas de cartografia e laser. Assim nasceu o Carnegie Airbone Observatory. Com recurso a tecnologia Lidar (Light and Detection Ranging), é possível criar uma imagem 3D do dossel florestal. Primeiro mapa em grande escala da biodiversidade da Amazónia, deteta ainda a deflorestação ilegal ou a degradação da floresta através de CLASlite, ferramenta de monitorização via satélite de alta resolução, que reage a qualquer alteração superior a 10 m² na mancha verde.

<https://cao.carnegiescience.edu/>

TALENTO JOVEM

EM 2013 o programa Apps for Good recebeu o prémio mundial da Google para melhor aplicação social. Desenvolvido pelo CDI (Center for Digital Inclusion) no Reino Unido em 2010, chegou a Portugal no início do ano, numa ação piloto em 20 escolas públicas, pela mão do CDI Portugal. Trata-



-se de um movimento educativo no qual os alunos usam as novas tecnologias para criar programas de software, apps, que façam a

diferença nas comunidades em que se inserem. Rapazes e raparigas são desafiados a tornar-se "problema solvers" e empreendedores digitais. A tecnologia com um propósito.

<http://cdi.org.pt/apps-good/>

EU TROCO, TU TROCAS, ELE TROCA

FOI NO 1.º DE MAIO DE 2003 que o norte-americano Deron Beal, descontente com o trabalho na ONG Rise, que prestava serviços de reciclagem, enviou um e-mail a vários amigos e organizações sem fins lucrativos a anunciar o nascimento de The Freecycle Network. Rede de troca de bens, é uma comunidade de pessoas



que entregam (e recebem) bens de graça. Para tal existem vários grupos organizados por cidades em diversos pontos do mundo (mais de 5.200 grupos, envolvendo mais de 8.700 milhões de pessoas). Estes grupos fazem a gestão dos produtos que estão disponíveis. Não há dinheiro envolvido nem pagamento de qualquer outra forma. A ideia é "destralhar" e reaproveitar materiais e equipamentos.

www.freecycle.org/

Multinacional de serviços de **Consultoria, Outsourcing e Integração de Sistemas** em Tecnologias de Informação

www.gfi.pt



500 profissionais
em Portugal

11.000
no Grupo



Presente em

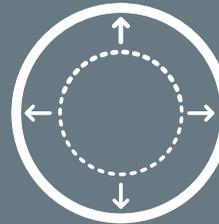
Portugal
Espanha
França
Bélgica

Luxemburgo
Suíça
Marrocos
Costa do Marfim



5 Áreas de Negócio

- Applications Services
- Infrastructures Services
- Enterprise Solutions
- Software
- Consulting



45 anos de experiência
em mercado internacional

Presente **em Portugal**
há **23 anos**



7 Centros de Serviços

- Portugal | Lisboa
- Espanha | Alicante
- Marrocos | Casablanca
- França | Lille
- | Nantes
- | Toulouse
- | Vélizy



Práticas do Grupo

- Business Intelligence
- Cloud
- Digital
- Outsourcing
- Testing
- Mobility



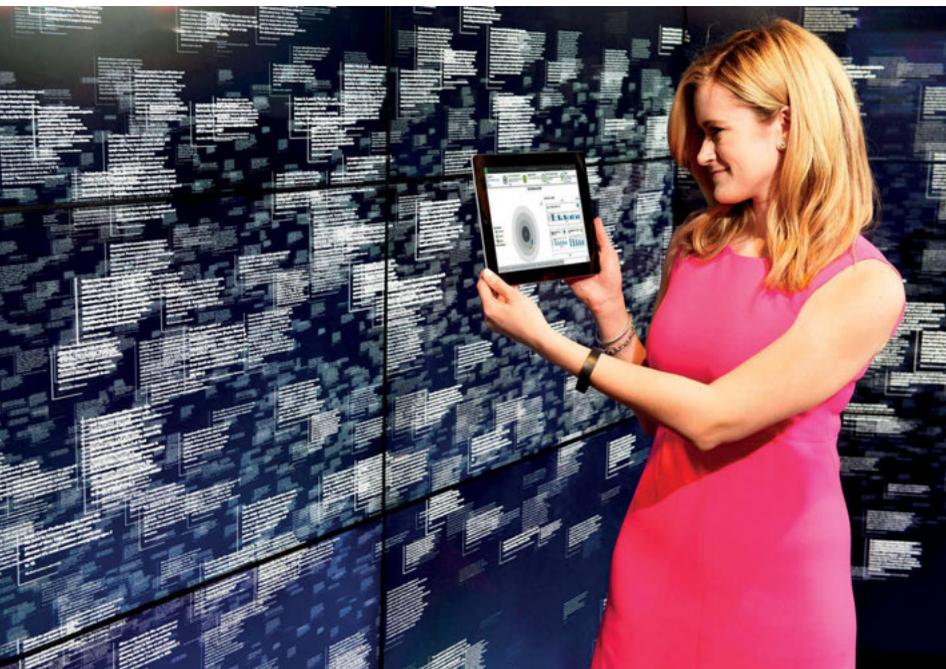
5 Valores

- Ambição
- Espírito de equipa
- Compromisso
- Inovação
- Responsabilidade Social



6 setores de atividade

- Administração Pública
- Telecomunicações & Media
- Banca e Seguros
- Saúde
- Indústria e Utilities
- Transportes



IBM APOSTA NA SAÚDE

PARA MELHORAR a qualidade e eficácia dos cuidados de saúde individualizados, a IBM avançou com um investimento sem precedentes na área da computação cognitiva associada à saúde. E anunciou uma nova unidade de negócio, a IBM Watson Health, sediada em Boston, e a Watson Health Cloud. Baseada nas capacidades de computação cognitiva, analítica, segurança e cloud, esta plataforma aumentará as oportunidades de médicos, investigadores e seguradoras

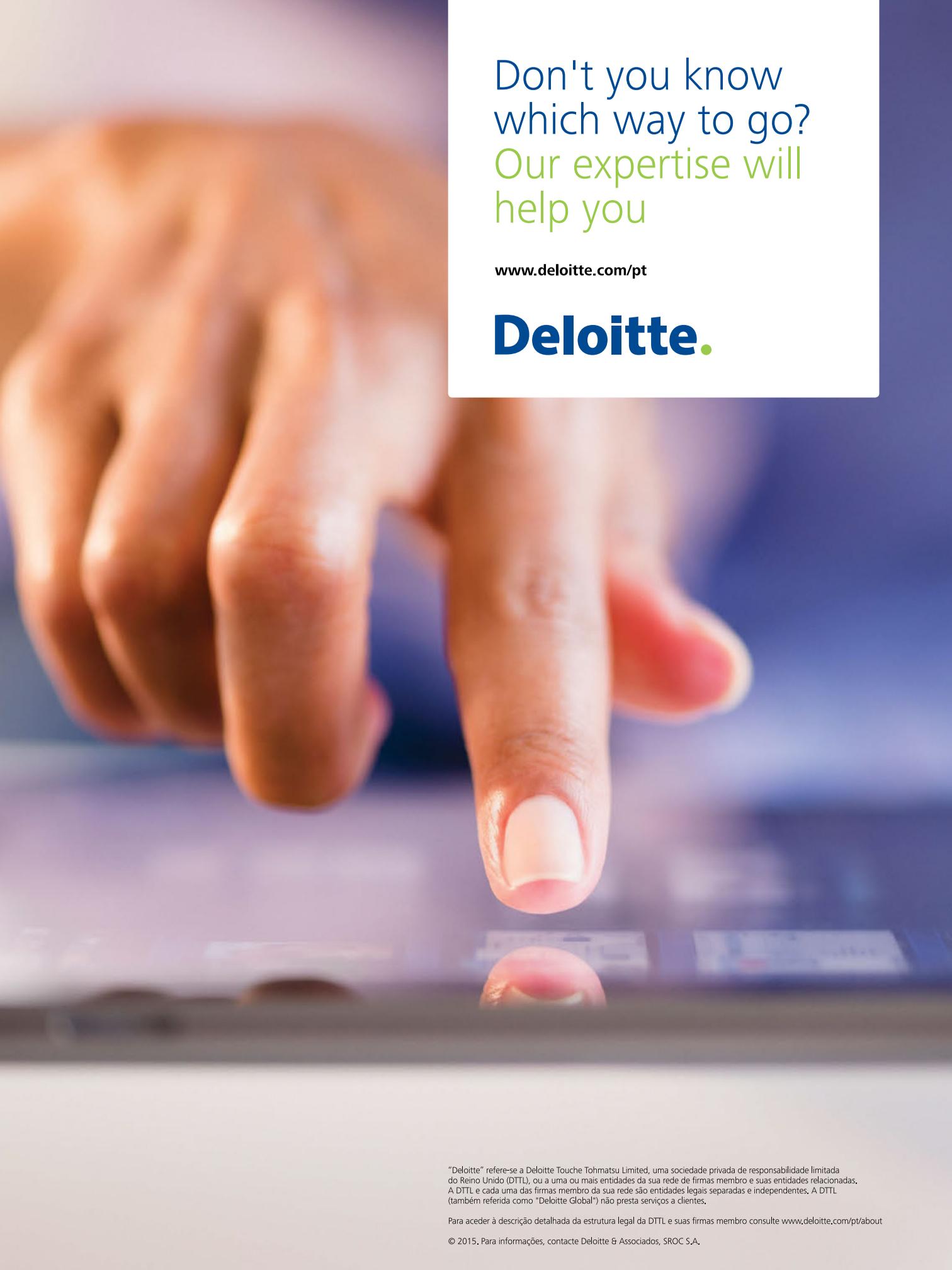
inovarem, revelando nova informação a partir dos volumes de dados pessoais de saúde que diariamente são criados. E contará com pelo menos 2 mil consultores, médicos e investigadores para projetar, desenvolver e acelerar a adoção das capacidades do supersistema IBM Watson, o expoente máximo da computação cognitiva. Em paralelo, a IBM estabeleceu parcerias com empresas como Apple, Johnson & Johnson e Medtronic para otimizar a utilização de diferentes tipos de dispositivos, de forma a gerir melhor toda a informação médica. Estratégia complementada pela aquisição das empresas Explorys (plataforma segura de cloud usada por 26 dos maiores sistemas de saúde integradores do mundo) e Phytel (desenvolve e comercializa serviços baseados em cloud para a saúde). **IT**

MEO MUSIC COM MAIS DE 1 MILHÃO DE DOWNLOADS

DESDE O LANÇAMENTO que a app MEO Music não tem passado despercebida. Com lugar de destaque nos *marketplaces* e recomendações positivas por parte dos utilizadores, além de distinções como Melhor Site/App Mobile nos Prémios ACEPI Navegantes XXI, já ultrapassou um milhão de downloads nos sistemas operativos iOS, Android e Windows Phone. O MEO Music disponibiliza um catálogo com cerca de 30 milhões de músicas e um milhão de videoclips sem mensalidade nem publicidade, e sem pagar tráfego móvel. E tem apoiado



o que de melhor se faz em Portugal, através de conteúdos exclusivos com lançamentos de músicas, álbuns e playlists em primeira mão. Disponível para os diversos equipamentos (TV, PC, tablet e telemóvel), permite aos utilizadores terem as suas músicas preferidas sempre disponíveis, mesmo quando não têm acesso à internet. **IT**



Don't you know
which way to go?
Our expertise will
help you

www.deloitte.com/pt

Deloitte.

"Deloitte" refere-se a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, uma sociedade privada de responsabilidade limitada do Reino Unido (DTTL), ou a uma ou mais entidades da sua rede de firmas membro e suas entidades relacionadas. A DTTL e cada uma das firmas membro da sua rede são entidades legais separadas e independentes. A DTTL (também referida como "Deloitte Global") não presta serviços a clientes.

Para aceder à descrição detalhada da estrutura legal da DTTL e suas firmas membro consulte www.deloitte.com/pt/about

© 2015. Para informações, contacte Deloitte & Associados, SROC S.A.



ERICSSON APOIA TRANSPORTES DO FUTURO

UM CARRO SOLAR e autocarros autónomos são algumas das soluções inovadoras em que a Ericsson está envolvida.

Em parceria com a Solar Team Eindhoven, equipa multidisciplinar de 21 alunos da Universidade de Tecnologia de Eindhoven, na Holanda, a empresa estuda a construção de um veículo familiar de quatro lugares movido a energia solar, capaz de percorrer três mil km com um só carregamento de bateria. E em colaboração com a Scania e o Instituto Real de Tecnologia Sueco (KTH) vai explorar as soluções de transporte do futuro, focada em autocarros autónomos e melhoramento de sistemas de gestão de tráfego, através do programa "5G for Sweden", a decorrer até junho de 2021. IT

EDP COM MELHOR DESEMPENHO ONLINE

A EDP – ENERGIAS DE PORTUGAL implementou o Oracle Real User Experience Insight (RUEI), otimizando o acesso



à informação disponibilizada no portal aos colaboradores, agentes e consumidores finais. E alcançou níveis elevados de desempenho – mais de 400% nalgumas aplicações. Esta solução contribuiu ainda para a maior fiabilidade dos relatórios de desempenho dos sistemas web efetuados pelos contact centers. IT

NOS SISTEMAS CONQUISTA CERTIFICAÇÃO INTERNACIONAL

A NOS SISTEMAS, atual designação da Mainroad após integração no grupo de comunicações, conquistou nova certificação internacional ao nível da segurança da informação. Realizada pela UKAS, a certificação 27001 reforça a excelência do serviço e qualidade dos Data Centers NOS. Foi ainda renovada a certificação 9001, relativa ao desempenho ao nível da gestão da qualidade nos ativos da NOS. IT

DELOITTE GLOBAL TEM NOVO CEO

PUNIT RENJEN, até agora chairman da Deloitte Estados Unidos e no grupo há 28 anos, é o novo líder de uma rede constituída por 47 firmas-membro, que operam em 150 países. A sua eleição resulta de um rigoroso processo de nomeação que ocorre a cada quatro anos. Chairman e CEO da Deloitte Consulting LLP nos Estados Unidos, Punit Renjen é um reconhecido líder em mergers & acquisitions. CEO da Deloitte Global desde 1 de junho, cresceu na Índia e possui bacharelato e mestrado em gestão pela Willamette University. IT





A IBM Portugal é um Ready Business

Com a solução integrada **Vodafone One Net**, a IBM Portugal está preparada para responder melhor às necessidades dos seus clientes, a qualquer hora e em qualquer lugar.

E uma empresa preparada é um Ready Business.

Prepare a sua empresa em
readybusiness.vodafone.pt

Vodafone
Power to you





E TAMBÉM DÁ HORAS

CHEGOU ÀS LOJAS a 24 de abril. Mas um mês antes já muitos o tinham encomendado. Só no primeiro dia de reservas, quase um milhão de norte-americanos fizeram uma pré-encomenda online. O tão esperado Apple Watch é quase tudo menos um relógio. "É o dispositivo mais personalizado que já criámos: não está apenas consigo, está em si", resumiu o CEO da Apple, Tim Cook, na apresentação. Quando emparelhado com o iPhone, permite falar ao telefone através do relógio e recolher dados consultando a internet. Reage a comandos de voz e, assim, pode-se solicitar informações, ditar ações ou criar alertas para tarefas a realizar mais tarde. Preocupado

com a saúde do utilizador, regista indicadores da sua atividade física e chega a alertá-lo para situações sedentárias, como estar sentado há muito tempo. Entre dispositivos, é possível efetuar partilhas

tão diferentes como a vibração correspondente aos batimentos da pulsação ou desenhos feitos no equipamento. Tem preços desde 349 dólares até 17 mil dólares. Ainda não há data prevista para a venda em Portugal. **TV**

A PEN QUE É UM PC

CHAMA-SE CHROME BIT e resulta de uma parceria entre a Google e a Asus. Com o tamanho de uma pen USB, é um PC com 2GB de memória RAM e 16 GB de memória de armazenamento interna. Para usá-lo basta ligar a uma entrada HDMI de uma televisão. Com sistema operativo Chrome OS, está equipado com SoC quad-core Rockchip RK3288. Além de conexão HDMI, este mini computador tem ainda suporte para rede Wifi, Bluetooth e USB. Está previsto que o Chromebit seja lançado no Verão no mercado norte-americano. O preço de venda rondará 100 euros. **TV**

TOPOS DE GAMA SAMSUNG

OS MAIS RECENTES SMARTPHONES Samsung Galaxy S6 e Samsung Galaxy S6 Edge aliam estética e forte experiência de visualização, graças ao primeiro ecrã curvo em ambos os lados. Em Corning Gorilla Glass 4, um dos vidros mais resistentes do mercado, estão equipados com lentes F1.9 e sensores de



alta resolução, oferecendo a melhor qualidade de imagem de sempre de um smartphone Samsung, mesmo em ambientes com pouca luz. Estes modelos contam ainda com o primeiro processador móvel de 14nm, com plataforma de 64 bits, o novo sistema de memória LPDDR4 e memória flash UFS 2.0. Disponíveis no mercado através dos operadores. **IT**

saphety doc

FATURA ELETRÓNICA



O maior passo para a faturação eletrónica

COM O SAPHETYDOC DÁ UM PASSO PARA O FUTURO DIGITAL MAIS RENTÁVEL DA SUA EMPRESA.

Com este sistema pode enviar e receber faturas eletrónicas com toda a validade legal e fiscal, poupando nos recursos, nos custos e no espaço. Uma solução integrada de baixo custo para fazer crescer o seu negócio e reduzir todo o processo de faturação, guias de remessa e notas de encomenda.



Saiba mais em
www.saphety.com

saphety 



HUAWEI BELEZA DA SIMPLICIDADE

TRABALHO E LAZER DE MÃOS DADAS

JÁ ESTÃO DISPONÍVEIS no mercado nacional os novos Lumia 640 Dual SIM e 640 XL Dual SIM. Os novos smartphones da Microsoft proporcionam uma utilização mais personalizada e produtividade acrescida, graças ao armazenamento OneDrive¹ e à integração do Microsoft Office (permitem atualização para o Windows 10, disponível no final do ano). A marca promete dispositivos que entrecruzam flexibilidade e fluidez na gestão diária entre trabalho e lazer, equipados com ecrãs de 5 ou 5.7 polegadas, bateria de elevada capacidade e câmara de 8 MP no Lumia 640 e de 13 MP no Lumia 640 XL (PVP: 179,90€ no modelo 640 e 249,90€ no 640 XL). **IT**

FOI NO LENDÁRIO BILLINGSGATE, em Londres, que foi revelado o smartphone Huawei P8, dispositivo que mistura tecnologia, estilo elegante e características revolucionárias, como câmara com pouca luz. O P8 proporciona um novo nível de utilização de diferentes aplicações que impactam a vida quotidiana: experiência revolucionária de ecrã táctil, função "pesquisa por voz", gestão de bateria e nova



filosofia de design de câmara são algumas das novidades. Disponível desde meados de maio (PVP: 520€). **IT**

CASAS SEM FIOS

PODE UMA MESA-DE-CABECEIRA, um candeeiro ou uma secretária ser mais do que mobiliário? Sim. A gigante sueca IKEA inovou a função destes objetos tão comuns nas nossas casas e dotou-os de uma função extra: carregar smartphones. A inovação surgiu de uma necessidade real: "Os nossos estudos e visitas a casas indicam que as pessoas não gostam de equipamentos que exigem a utilização de



cabos, estando constantemente preocupadas em encontrar os carregadores e se os seus dispositivos móveis ficam sem bateria", afirma a responsável global da Ikea para Lighting e Wireless Charging, Janette Skejelmose. Ao colocar o telemóvel sobre o pequeno sinal "mais" existente na peça de mobiliário, estará a carregar o aparelho, graças à tecnologia Qi. Se o equipamento não tiver essa tecnologia integrada existem capas de carregamento específicas, disponíveis nas lojas IKEA para iPhone (versões 4/4s, 5/5s e 6) e Samsung (versões S3, S4 e S5). **TV**

**Business consulting.
Systems integration.
Outsourcing services.**



Os seus clientes contam consigo. **Você conta connosco.**

Na CGI oferecemos aos nossos clientes 38 anos de experiência em serviços de TI. Os nossos 68.000 profissionais em mais de 40 países trabalham lado a lado consigo para ajudá-lo a satisfazer os seus clientes, reduzir o risco e alcançar resultados. É por isso que o nosso índice de satisfação de clientes é superior a 9 em 10.

Visite cgi.com.pt

CGI

Experience the commitment®



É HORA DA PICA

VAXIMATE É UMA APP GRATUITA que ajuda os pais a gerirem as vacinas dos filhos até aos 18 anos. Lançada pela Pfizer Vaccines, permite criar um perfil da criança, no qual são registados dados como data de nascimento, altura e peso, atualizados ao longo dos anos. Disponível para iOS e Android, esta app permite criar alertas, de acordo com o esquema de vacinação das crianças. **TV**



CHOVE OU FAZ SOL?

É ATRAVÉS DO TELEMÓVEL que cada vez mais portugueses acompanham o estado do tempo. Com mais de 100 mil downloads, a app do Instituto do Mar

e da Atmosfera apresenta as previsões de hora a hora para os próximos três dias, e tri-horária até ao 5.º dia. São ainda fornecidos dados sobre temperatura, vento e precipitação, previsão do mar e índice ultravioleta. Mais de 400 pontos de recolha de norte a sul do país e ilhas são fundamentais para prestar informação o mais precisa possível. **TV**

CHAT PARA FALAR... E VER

O FACEBOOK INTRODUZIU as chamadas de vídeo na aplicação Messenger.

Para já é possível fazer chamadas individuais entre smartphones e tablets com sistemas Android e iOS, mas a gigante de Mark Zuckerberg está a desenvolver novas funcionalidades. Numa primeira fase esta funcionalidade está disponível em países como Portugal, França, Bélgica, Reino Unido e EUA, entre outros. **TV**



MENSAGENS COM SEGURANÇA MÁXIMA

Conhece as apps mais seguras para enviar mensagens online? Descubra a lista preparada pelo site Business Insider:



TEXT SECURE

App de código aberto que encripta as mensagens enviadas e recebidas no próprio dispositivo móvel e quando transitam na rede (só há para Android; a Signal, versão para iOS, é em tudo similar)



TELEGRAM

Disponível para Windows Phone, Android e iOS, além dos PC's e de uma versão na Web, disponibiliza um chat secreto, onde as mensagens privadas são encriptadas



SILENT TEXT

É a única da lista que obriga a subscrição mensal (9,99 euros). Utiliza técnicas de encriptação e permite enviar mensagens que se eliminam automaticamente. Se for apagada uma mensagem enviada ou recebida, será também apagada no telemóvel de quem a recebeu



BLEEP

Ainda em testes, torna praticamente impossível a terceiros saber metadados de quem está a falar com quem e o conteúdo das mensagens, garantem os programadores. E as mensagens enviadas são entregues diretamente no telemóvel do destinatário, sem servidores intermediários (Android e computadores Windows e Mac)



GLIPH

Permite enviar mensagens encriptadas de forma segura e suporta pagamentos com a moeda digital Bitcoin. Disponível para Android e iOS, permite agendar o envio ou definir uma data e hora para as mensagens se eliminarem automaticamente



CRYPTO CHAT

Funciona em qualquer computador com browser ou no iPhone, aplica métodos de encriptação no envio de mensagens e permite criar salas de chat nas quais só pode entrar quem souber o nome **IT**

Aqui está uma ideia: criar as LaserJets mais pequenas, mais rápidas e mais inteligentes de sempre.

As novas HP LaserJets. Agora até 40% mais pequenas e 40% mais rápidas.

Começámos com uma página em branco e perguntámos “De que é que as empresas precisam agora?” E criámos as novas HP LaserJets, concebidas com base numa grande inovação na química dos toners. Graças à nova tecnologia dos toners Originais HP com JetIntelligence, as novas impressoras LaserJet são até 40% mais pequenas, até 40% mais rápidas e usam até 53% menos energia.¹ Veja-as a trabalhar em www.hp.com/go/NewLaserjets

As impressoras preferidas em todo o mundo.



HP Color LaserJet Pro MFP M277



Nunca pensou que fosse possível obter este desempenho excecional com um modelo tão pequeno. Esta completa multifunções e o toner Original HP com tecnologia JetIntelligence conjugam-se para lhe fornecer as ferramentas de que necessita para ter sucesso.*

Sucessora da HP Color LaserJet Pro MFP M276, a multifunções laser a cores empresarial mais vendida no mundo no seu segmento.**



Mais. Páginas, performance e proteção.

Ref. B4A21A



3 anos de assistência com troca no dia útil seguinte°

Ref. UX453E

* Comparação baseada nas especificações publicadas pelos fabricantes (em novembro de 2014) e incluiu as impressoras multifunções laser a cores (MFPs) com uma velocidade de impressão entre 11 e 20 ppm (páginas por minuto).
**Fonte: IDC WW Quarterly HCP Tracker, 3T'13-3T'14. A designação multifunções laser empresarial é aplicável a impressoras laser a cores multifunções com velocidades de impressão de 11 a 20 páginas por minuto (ppm).

°As únicas garantias de produtos e serviços HP estão definidas nas declarações de garantia expressa que os acompanham. Nada aqui contido deve ser interpretado como constituindo uma garantia adicional. A HP não é responsável por omissões nem erros técnicos ou editoriais contidos neste documento.



INOVAÇÃO NO SETOR PÚBLICO

As parcerias e o envolvimento de todos os players são fundamentais à mudança no Estado. Impõe-se uma nova visão e uma nova atitude.

Textos de Isabel Travessa
Fotos de Vítor Gordo/Syncview

A INOVAÇÃO ASSUME-SE como central na resposta aos desafios que se colocam à Administração Pública (AP). Portugal tem todas as condições para ser um país inovador, mas há que apostar na racionalização de recursos e na otimização do que já está a ser feito, o que exige mais investimento num Estado onde ainda subsistem muitos constrangimentos e limitações. As oportunidades são muitas, não só para o setor público, como para potenciar a economia e a sociedade. Este é um processo que exige nova visão e nova atitude. Num cenário de novas vagas tecnológicas, as parcerias e o envol-



vimento de todas as entidades públicas e privadas são fundamentais.

Para analisar este tema, a APDC e o ESPAP LAB realizaram uma conferência sobre “Inovação na Administração Pública”. Partilharan-se tendências e mostraram-se exemplos de projetos desenvolvidos no nosso país no âmbito da transformação dos serviços públicos. E se foi unânime a opinião de que a aposta na inovação é absolutamente crítica para a transformação do setor público, num cenário de profundas mudanças e de enormes desafios, ficou a certeza de que os temas são similares a todos os países. Os diagnósticos estão feitos e há projetos e case-studies em curso ou já implementados que mostram as inúmeras vantagens de um Estado cada vez mais



O presidente da APDC na abertura da Conferência, onde o tema da inovação na Administração Pública esteve em debate



O secretário de Estado da Administração Pública, José Leite Martins, marcou presença na última sessão da Conferência e no almoço reservado aos stakeholders que se seguiu



Neste encontro marcaram presença mais de 200 participantes de vários setores de atividade

A APOSTA NA INOVAÇÃO É CRÍTICA PARA A MUDANÇA DO SETOR PÚBLICO, NUM CENÁRIO DE PROFUNDAS MUDANÇAS E ENORMES DESAFIOS



Os governos têm que olhar para a inovação como a solução e o caminho para melhorar a eficiência e usar novas abordagens para oferecer melhores serviços públicos, defende Edwin Lau (OCDE)

“Faltam no setor público ações de demonstração e de provas de conceito, que reúnam parceiros, colegas, fornecedores e clientes”, diz Jaime Quesado (ESPAP). Portugal tem aprender com as boas práticas internacionais



José Carlos Caldeira (ANI) vê a inovação pública como uma oportunidade para dinamizar novos projetos de I&D e inovação e potenciar a AP e a economia e a sociedade. Há que “apostar em soluções win-win”

Para o key-note speaker, Olivier Duroyon (Alcatel-Lucent), “conseguir criar um processo colaborativo entre o Estado e os demais stakeholders envolvidos é crítico para um Estado digital”



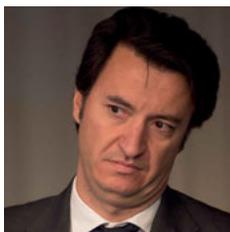
Há que tirar partido da informação que já existe, sendo a “capitalização dos dados um caminho, num percurso feito passo a passo para a modernização e desmaterialização da AP”, avança Miguel Leocádio (Novabase)

É no terreno, na partilha e na inovação aberta que se conseguem resultados. E é preciso traçar cenários de valor e definir objetivos, para garantir projetos credíveis, garante João Minhota (Altran)

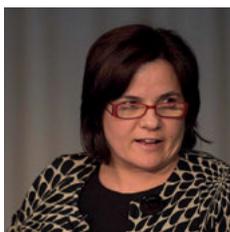




Para Edgar Afonso (Direção de Serviços de Recursos Naturais), o “investimento em TIC é largamente compensado pelos resultados. Reduz custos ao Estado e facilita a interação com o cliente”



“A solução de troca eletrónica permite a monitorização em real time da cadeia de valor e é um dos principais drivers de inovação da AP. E há muito por fazer”, refere Miguel Zegre (Saphety)



Teresa Evaristo (DG de Estatísticas da Educação e Ciência) considera que “o que temos pela frente é um desafio muito grande de renovação e de reestruturação dos sistemas públicos”



Na sessão sobre “O Desafio de uma Agenda da Inovação”, moderada por João Ramos (Expresso), ficou claro que Portugal terá de acelerar e aprofundar o trabalho já realizado nos últimos anos em termos de reforma e modernização



Na sessão “Como Inovar na AP”, moderada por Ana Torres Pereira, estiveram presentes fornecedores e clientes públicos das TIC, que partilharam experiências na implementação de projetos concretos de inovação no Estado

inovador, através do recurso às ferramentas TIC.

Neste encontro foram apresentados vários rojetos que exemplificaram o quanto já se investiu na reforma do Estado. Mas é preciso fazer muito mais para dar resposta a novas necessidades e imperativos, não apenas de conjuntura, de mercado e de sociedade, mas também de aceleração tecnológica e de total digitalização. Depois da desaceleração

dos investimentos nos últimos anos, fruto da conjuntura adversa, a AP precisa de aprofundar o processo de mudança. Para tal, são necessárias ações de demonstração que reúnam todos os players do ecossistema para dinamizar a transformação, assim como por aprender com as melhores práticas internacionais, para ter capacidade de saber transformar a informação em conhecimento útil e com valor.

O que é o Microsoft Azure?



Microsoft Azure



O que é o Azure? Em poucas palavras, é uma plataforma na nuvem da Microsoft: uma coleção em expansão de serviços integrados - computação, armazenamento, dados, redes e aplicações - que o ajudam a mover-se rapidamente, a fazer mais e a poupar dinheiro. Mas isto é apenas o início. Eis o que mais é o Azure...



É IaaS + PaaS

O Azure é a única plataforma na nuvem principal classificada pela Gartner como líder da indústria para infraestrutura como serviço (IaaS) e plataforma como serviço (PaaS). Esta poderosa combinação de serviços geridos e não geridos permite-lhe criar, implementar e gerir aplicações da forma que pretender para uma produtividade incomparável.

Está preparado para ser híbrido

Alguns fornecedores de serviços em nuvem fazem-no escolher entre o seu centro de dados e a nuvem pública. O Azure não. As suas soluções híbridas empresariais comprovadas dão-lhe o melhor de ambos os mundos, expandindo as suas opções de TI sem complexidade adicionada. Com o Azure, o armazenamento de dados, a cópia de segurança e a recuperação tornam-se mais eficientes e económicos. É também mais fácil criar aplicações que possam ser expandidas para o local e a nuvem.



É aberto e flexível

O Azure suporta qualquer sistema operativo, linguagem, ferramenta e estrutura, desde Windows a Linux, SQL Server a Oracle, C# a Java. Coloca o melhor dos ecossistemas Windows e Linux ao seu alcance, para que possa criar excelentes aplicações e serviços que funcionem em qualquer dispositivo.

Sempre a funcionar, sempre ativo

Partilhará a mesma plataforma testada da empresa que fornece o Skype, Office 365, Bing e Xbox. O Azure oferece um SLA de disponibilidade de 99,95%, suporte técnico 24x7 e monitorização do estado de funcionamento do serviço permanente. É por este motivo que, hoje em dia, mais de 57% das empresas da Fortune 500 confiam no Azure. Desde eventos olímpicos de transmissão em direto a jogos multijogador online, os nossos clientes estão a fazer coisas fantásticas.



É económico e escalável

O Azure pode ser aumentado ou diminuído rapidamente para corresponder às exigências, pelo que paga apenas aquilo que utiliza. A faturação por minuto e um compromisso para corresponder aos preços concorrentes para serviços de infraestrutura populares, como computação, armazenamento e largura de banda, significa que está sempre a obter preços imbatíveis pelo desempenho.

Está em todo o lado

O Azure é executado numa rede global de centros de dados geridos pela Microsoft em crescimento em 19 regiões, dando-lhe uma grande variedade de opções para executar aplicações e garantir que os seus clientes recebem sempre um ótimo desempenho. O Azure é o primeiro fornecedor de serviços em nuvem multinacional na China continental e está a prosseguir a expansão para novas regiões do mundo.



Experimente o Microsoft Azure gratuitamente durante 1 mês.
Faça o download aqui.



"E-COMMERCE" EM DEBATE

As barreiras que ainda afastam o consumidor do online e as soluções para inverter esse cenário foram temas em análise.

PORTUGAL APRESENTA um grande potencial de crescimento no comércio eletrónico. Há infraestruturas tecnológicas de ponta e capacidade de oferta tecnológica, mas impõe-se uma aposta sustentada das empresas no online e no e-commerce, o que implica uma mudança profunda dos modelos de negócio. Com o digital, esta é uma área onde a concorrência se faz cada vez mais à escala global e obriga à disponibilização de uma oferta centrada no cliente, simples, segura e que proporcione uma experiência de utilização. Só assim se conseguirão derrubar as barreiras que ainda persistem do lado do consumidor às compras online. Estas são algumas das conclusões da Conferência "E-Commerce", que reuniu a 19 de maio vários protagonistas nacionais e internacionais da cadeia de valor. Todos defendem



Em análise estiveram os desafios e as oportunidades que se colocam às empresas portuguesas na transição para o digital e na oferta de transações online



Alexandre Nilo Fonseca (ACEPI):
"Portugal tem grande potencial de crescimento"

que o caminho passa por apostas em parcerias para garantir escala e criação de valor, assim como oferta através de plataformas globais, nomeadamente os 'market



Manuel Castelo-Branco (CTT): "Há que ter capacidade de adaptação ao processo de mudança"



Matthew Guest (Deloitte): "Hoje, ainda não é claro qual é o modelo de negócio certo"



Some of the world's
leading minds are
concerned about the
direction of technology.
Why?

#maketechhuman

there's no time like the present to shape the future

Look around. What we see today is a world full of exhilarating, connected possibilities. Is this wholly and automatically good?

At Nokia, our focus has always been on making the possibilities of technology serve people, and so we believe that we would all benefit from a discussion, open to everyone, that addresses how technology should shape our world, our societies and our lives.

company.nokia.com/maketechhuman

enabled by

NOKIA



Carlos Paulo (Google):
"‘Going global’ e
‘going mobile’ são
os temas na ordem
do dia"



Hanne Melin (E.BAY):
"Localização não é já um
pré-requisito para
o sucesso no digital"



Luís Teixeira (Fartetch):
"Antes de sermos uma
empresa de moda,
somos uma empresa
tecnológica"



Paulo Pinto (La Redoute): "Não há
players fortes no
mercado nacional.
O problema hoje é
de escala"



Miguel Fernandes (PayPal): "É mais fácil
nascer digital e global
do que partir do local
para o internacional"



Alberto Pimenta (CTT): "Há claramente
um problema de
oferta. Somos um país
de PME's"



António Feijão (Cisco):
"Temos de enriquecer
o ecossistema com
parcerias"



Rui Dias Alves (Return of Ideas): "A inteligência
na utilização da
informação do cliente é
determinante"



Na sessão sobre "Casos de Sucesso de E-Commerce" foram analisados exemplos mundiais e nacionais

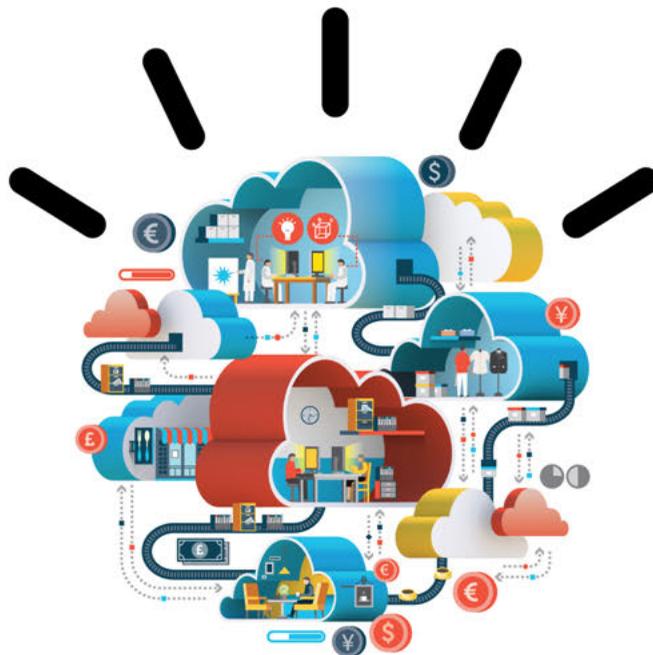


O debate sobre "A Visão dos Principais Atores da Cadeia de Valor do E-Commerce"

**É PRECISO
APOSTAR
EM
PARCERIAS
PARA
GARANTIR
ESCALA
E CRIAÇÃO
DE VALOR**

places' de gigantes mundiais.

Nesta conferência, patrocinada pelos CTT e pela Deloitte, ficou claro que há muitos desafios pela frente. Porém, estão a multiplicar-se os casos de sucesso, num mundo cada vez mais digital e em mobilidade, onde as fronteiras e a dimensão das empresas deixam de ser relevantes para se impor a inovação nos produtos e nas ofertas, de modo a garantir diferenciação.



Reinventámos a Cloud.



Estima-se que até ao próximo ano, 41% das empresas já tenha implementado tecnologia cloud – mais 13% do que em 2011.



Apenas 16% das empresas diz usar a cloud para inovações significativas, como entrar em novas áreas de negócio ou reestruturar a indústria onde está inserida.

As plataformas de cloud pública, privada e híbrida não estão apenas a alterar os modelos de computação. Estão sobretudo a transformar os modelos de negócio.

Num planeta mais inteligente, as organizações mais ousadas não veem a cloud apenas como uma plataforma de otimização, de eficiência, de armazenamento e de segurança, mas como uma incubadora de ideias. Usam-na para testar, ajustar e pôr em prática as suas inovações, servindo melhor os seus clientes ao desenvolverem novos serviços e novas fontes de receita com menos esforço e custos.

Depois da eficiência vem a inovação.

As empresas que usam a cloud conseguem melhores resultados com custos mais reduzidos. Exemplos como a Associação Norte-Americana de Ténis, que depois de ter migrado as suas ferramentas de analítica preditiva e infraestrutura móvel para uma SmartCloud privada da IBM, conseguiu que milhões de novos utilizadores do portal USOpen.org tivessem um acesso mais fácil às notícias, estatísticas e transmissão em direto do torneio.

Inovar na cloud também significa aprender em tempo real. Quando a empresa suíça

Blattwerk se preparou para distribuir os seus produtos diretamente aos clientes através de uma frota de camiões refrigerados, decidiu usar scanners móveis para monitorizar a frescura dos alimentos durante o processo de distribuição. Criar este sistema na cloud ajudou a empresa a lançar o negócio em apenas três meses.

Expandir a infraestrutura para criar ideias.

As empresas com visão de futuro e que já têm as suas infraestruturas ligadas à cloud podem agora centrar-se em novas ideias. Quando a PassportScan, uma empresa de software dedicada à indústria hoteleira, disponibilizou a sua tecnologia numa plataforma de cloud pública, percebeu que poderia entrar em novos mercados, duplicando as suas receitas no ano passado.

A cloud para além da cloud.

Quando uma empresa tira partido da cloud para suportar soluções de Big Data e analítica, de mobilidade e de social business, consegue recriar o modo como pensa, atua e serve os seus clientes. Hoje a cloud significa muito mais do que atingir objetivos de negócio. Significa sobretudo aumentar as possibilidades. Para mais informações, visite o site ibm.com/cloud.



O Centro de Cloud IBM em Lisboa faz parte de uma rede mundial de 40 centros IBM, tendo sido especialmente desenhado para cargas de trabalho e processos críticos de negócio, disponibilizando serviços tanto a grandes como a pequenas empresas e instituições.



Até 2015, espera-se que as receitas decorrentes de inovações na cloud excedam os 1.1 biliões de dólares – metade desse valor é gerado por pequenas e médias empresas.

VAMOS CONSTRUIR UM PLANETA MAIS INTELIGENTE.



O RUMO DA BANCA E A UTILIZAÇÃO DAS TIC

Representantes dos principais grupos financeiros nacionais trocaram ideias sobre a aposta nas ferramentas digitais.

O PROCESSO DE MUDANÇA DA BANCA

para o digital está em marcha. Centrado cada vez mais no cliente, o setor aposta numa oferta multicanal, disponibilizando serviços cada vez mais adaptados às necessidades dos vários segmentos de negócio. E as ferramentas TIC assumem-se como estratégicas. Num mercado com exigências regulatórias enormes, e que em muitos casos constituem um entrave aos investimentos, e em que a necessidade de corte de custos e rentabilidade é crescente, ainda há muito por fazer no setor bancário português.

Os desafios são grandes. E as estratégias não divergem muito entre os vários players do mercado. Todos estão a reforçar a utilização das TIC para melhorar processos, criar mais inteligência, ter mais conhecimento do cliente, disponibilizar ofertas em



Este Executive Breakfast sobre a banca, que decorreu a 28 de janeiro, reuniu quase 140 pessoas numa reflexão sobre os grandes desafios do setor e as oportunidades potenciadas pela utilização de ferramentas TIC



A regulação da banca foi tema de discussão e contestação. Todos os participantes no painel de debate consideram que é demasiado pesada

‘real time’ e marcar presença em todas as plataformas. No Executive-Breakfast com o mote “Banca: para onde caminhamos”, que deu sequência ao projeto Tendências da APDC, analisaram-se as grandes tendências e as respostas mais adequadas, num encontro que reuniu responsáveis dos grandes grupos financeiros nacionais.



João Pedro Tavares (Accenture) defende uma estratégia “everyday banking”, com uma interação multicanal e em realtime com os clientes



TODOS ESTÃO
A REFORÇAR
A UTILIZAÇÃO
DAS TIC PARA
MELHORAR
PROCESSOS
E SABER MAIS
SOBRE O
CLIENTE



'Real time', multicanal, virtualização e soluções cloud são um desafio para todos os setores de atividade. E assumem especial relevo na banca, onde a interação com os clientes é cada vez mais online. O desafio é gerar mais negócio, diz Roland Thienpont (Alcatel-Lucent)

A banca terá de cortar ainda muito nos custos de distribuição. Isabel Ferreira (Banco BEST - Novo Banco) antecipa que se vai assistir a uma "reformulação enorme em Portugal. Temos muito que fazer"



Num banco tradicional, a transição da oferta da rede física para o digital tem de ser feita com equilíbrio, assegurando todas as ofertas, considera Maria João Carioca (CGD)

A banca ainda está a subutilizar o potencial das TIC. Perante a quebra do produto bancário e os 'novos' clientes, há que acelerar a mudança numa estratégia 'omnichannel', diz Rui Teixeira (MillenniumBCP)



O fundamental é focalizar no cliente, aplicando as tecnologias, dando-lhes simplificação e produtos inovadores. E com um 'business case' positivo em termos de custos, acrescenta João Leite (Santander Totta)

A banca não pode olhar para os seus canais numa "lógica de substituição, mas numa lógica de complementaridade", fornecendo a cada momento ao cliente o serviço que este pretende, diz Francisco Barbeira (Banco BPI)





Entre os players, o debate em torno da necessidade de mudança de paradigma da mobilidade foi aceso. E olham as TIC como potenciadoras da inovação

TRANSPORTES: UM SETOR EM CONVERGÊNCIA

Foi o tema de um Executive Breakfast' que reuniu os grandes players em torno das grandes tendências e desafios do setor.

CADA VEZ MAIS CENTRADO no cliente e nas suas necessidades, o setor dos Transportes terá de ajustar-se a novos conceitos de mobilidade e a uma nova realidade, sabendo como rentabilizar os ativos de forma inteligente. A inovação assume-se como grande aposta e as TIC como ferramenta essencial. Internet das coisas, sensorização, big data ou cloud são hoje apostas para conseguir novos modelos de gestão e

ofertas diferenciadoras. As parcerias com os fornecedores TIC são essenciais. O Executive Breakfast "Transportes: um setor em convergência" reuniu os principais players do setor para uma análise das grandes tendências, como o foco no utilizador, a necessidade de gestão e otimização dos ativos, a crescente virtualização e a integração em sistemas de mobilidade para garantir cidades inteligentes.



Esta iniciativa reuniu os principais players do setor dos transportes



Mais de 100 participantes marcaram presença neste Executive Breakfast

**EMPRESAS
TERÃO QUE
SE AJUSTAR
A NOVOS
CONCEITOS DE
MOBILIDADE E
APOSTAR NA
INOVAÇÃO**



Para o KNS, Mike Greenan (Altran), a chave está nos dados. Há que recolher informação e transformá-la em serviços. E há aqui um enorme potencial de ofertas que ainda nem sequer conseguimos imaginar

“Sensorização, IoT, big data e a captura da cadeia de valor do nível de aplicações vão influenciar decisivamente as TIC e o sistema de transportes. O setor terá que se ajustar à nova realidade”, diz António Ramalho (Estradas de Portugal)



“Somos recetores absolutos da inovação que as TIC nos podem trazer para vendermos mais. Precisamos de sistemas de informação que nos ajudem a criar, a crescer e a aportar valor”, avança Cristina Dias (Transportes Intermodais Porto)

Para Silva Rodrigues (Grupo Barraqueiro), “o driver do crescimento e da melhoria da qualidade do serviço é a inovação. Temos que ser capazes de pensar com alguma disrupção, out of the box, aquilo que são as necessidades do mercado”



“A essência está no espírito de parceria. Quando uma das partes é deixada sem espaço de manobra, não é uma parceria. Tudo se resume a um equilíbrio, em que ambos ganham”, afirma João Salgueiro (Thales)





Digital Business Community

IDENTIFICAR NOVOS CAMINHOS E ESTRATÉGIAS

O reforço da abertura da Associação e das TIC e Media à economia foi tema de reflexão neste encontro.

REFLETIR SOBRE O TRABALHO desenvolvido e identificar novos caminhos e estratégias; reforçar o papel da APDC enquanto plataforma de debate e reflexão de temas decisivos e mobilizadores das TIC e Media; e aumentar a capacidade de mobilização e de representatividade do Setor na economia: eis os objetivos da mais recente reunião do Conselho Consultivo da Associação, realizada a 7 de abril.

Enquanto órgão de apoio estratégico à Direção, o Conselho Consultivo da APDC conta atualmente com a participação e o envolvimento de todos os stakeholders, não apenas do setor das TIC e Media, mas de todas as áreas da economia nacional, no âmbito da estratégia que tem vindo a ser desenvolvida pela atual Direção de abertura aos outros setores.

Nesta reunião os participantes debateram a possibilidade



Ana Trigo Morais (APED), Rolando Oliveira (Controlinveste), Vera Pinto Pereira (Fox), Rogério Carapuça (APDC), José Rui Felizardo (CEIIA) e Manuel Castelo-Branco (CTT)



Vera Pinto Pereira, Rogério Carapuça e José Rui Felizardo

de criação de novas Secções na APDC para temas concretos, para além da recém-criada Secção de Outsourcing, dando nota positiva à estratégia da Associação de aproximação aos outros setores de atividade. E não faltaram sugestões em termos de alargamento da APDC: reforço da participação ativa na área dos digital jobs, nomeadamente como elo de ligação entre iniciativas públicas e

setor privado; o desenvolvimento de atividades destinadas mais especificamente aos profissionais do setor, em áreas como talento, formas de liderança, motivação, gestão de equipas e ligação à diáspora; maior intervenção em áreas como educação e formação, maior colaboração com associações de outros setores de atividades, com universidades e com as PME's.



Isabel Mota (Fundação C. Gulbenkian) e Rui Pedro Vaz (Maksen)



Jorge Gaspar (IEFP) e Célia Reis (Altran)



Maria do Carmo Palma (Novabase) e Jaime Quesado (ESPAP)



Vanda Jesus (Microsoft) e Sofia Tenreiro (Cisco)



Jorge Portugal (Presidência da República) e Paulo Simões (Egon Zehnder)



Rui Teixeira (Millennium BCP) e Vasco Lagarto (TICE)



Manuel Castelo Branco e Fernando Resina da Silva (VdA)



Gonçalo Sequeira Braga (fundador e 1º presidente da APDC) e Ana Isabel Trigo Morais



Raul Mascarenhas (APDSI) e Eduardo Santos Pinto (APDC)



Francisco Pinto Balsemão (Impresa) e Almeida Mota (FPC)



Miguel Eiras Antunes (Deloitte) e Nuno Santos (GFI)



Ana Gonçalves Pereira (Diretora Executiva da APDC) fez um balanço das atividades da Associação em 2014



O reforço da participação ativa da APDC na área dos digital jobs foi um dos temas analisados



Digital Business Community

ORÇAMENTO E ALTERAÇÃO DE ESTATUTOS APROVADOS

A criação de Secções, para incorporar novas competências na Associação, é uma aposta da atual Direção.

A ASSOCIAÇÃO REALIZOU A 9 DE ABRIL a assembleia geral anual para aprovação do relatório e contas de 2014, proposta de aplicação de resultados e plano de atividades, e orçamento para 2015. No mesmo dia decorreu uma assembleia geral extraordinária para aprovar a alteração de estatutos, na sequência da integração da Associação Portuguesa de Outsourcing (APO) na APDC, através da criação de uma Secção de Outsourcing.

Todos os pontos da ordem de trabalhos da assembleia geral ordinária foram aprovados por unanimidade pelos associados presentes, assim como a ratificação da cooptação de novos membros

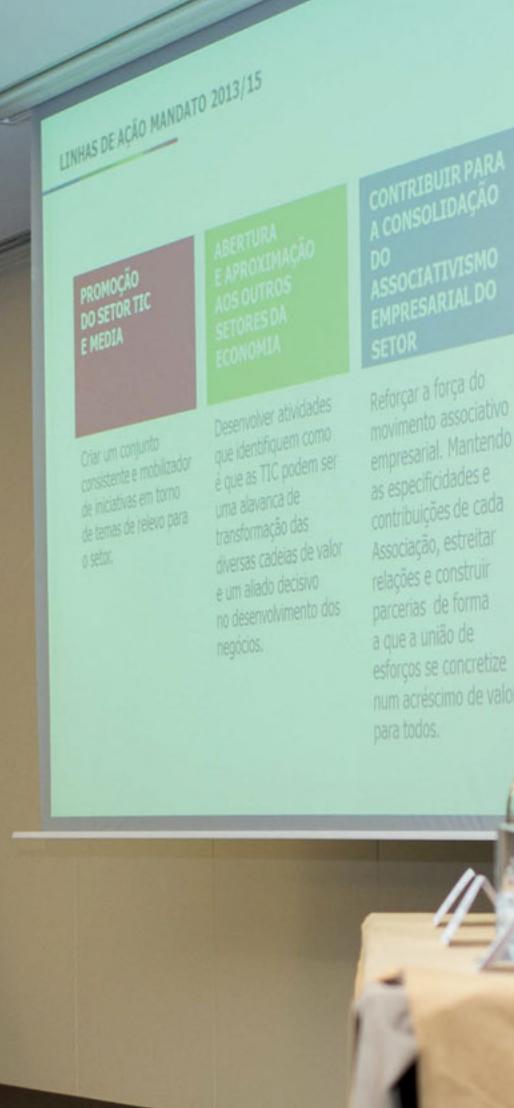


Rogério Carapuça salientou os três eixos de atuação e as apostas da APDC. Com destaque para o reforço de competências, através das novas Secções

da Direção da APDC: João Couto, em substituição de Luís Lopes, e Sofia Tenreiro, em substituição de Luís Bexiga. Foi ainda aprovado um voto de louvor, proposto pelo Conselho Fiscal, à Direção da Associação pelo trabalho desenvolvido.

Já na assembleia geral extraordinária foi aprovada, também por unanimidade, a alteração dos Estatutos, com o objetivo modernizar e flexibilizar o funcionamento da Associação, adequando-os à nova realidade do mercado. Assim, a Associação

**A ASSOCIAÇÃO
TEM DESDE
ABRIL UMA
SECÇÃO DE
OUTSOURCING
E PRETENDE
CRIAR NOVAS
SECÇÕES PARA
MAIS ÁREAS**



Pedro Norton (Impresa) é presidente da mesa da AG, composta ainda por Eduardo Santos Pinto e Paulo Carvalho (SAP)



A Diretora Executiva, Ana Gonçalves Pereira, expôs aos presentes um resumo do que foi feito no ano transato



Todos os presentes foram unânimes em considerar que a estratégia de desenvolvimento garante o reforço da Associação



João Couto (Microsoft), com Pedro Norton e Hugo Figueiredo (NOS)

alarga o âmbito de competências, podendo criar Secções para áreas mais específicas.

Em resposta a uma das três linhas de ação da atual Direção – reforçar o movimento associativo empresarial, mantendo as especificidades e contribuições de cada Associação – foi acordado um projeto de integração da APO, extinta em abril, na APDC, passando a ser uma Secção da Associação. Ainda na sequência da alteração de Estatutos foi aprovada a revisão do Regulamento Interno do Associado.



Rogério Carapuça com José Carlos Gonçalves (CGI), que será o presidente da nova Secção de Outsourcing



João Couto e Sofia Tenreiro, diretores-gerais da Microsoft e da Cisco, respetivamente, passaram a integrar a Direção da APDC



ROGÉRIO CARAPUÇA IMIGRANTE DIGITAL

Smartphones, tablets, portátil e... caderno. Estas são as ferramentas tecnológicas – umas mais do que outras – do presidente da APDC.

O ESCRITOR NORTE-AMERICANO Marc Prensky popularizou os termos nativos digitais e imigrantes digitais. Os primeiros “já nascem com a tecnologia – miúdos que nasceram de 1980 para cá”, diz Rogério Carapuça. Com doutoramento em engenharia eletrotécnica, o presidente da APDC assume-se como imigrante digital: “Pertença aqueles que vieram de um outro tipo de tecnologia e que nos adaptámos ao mundo digital já depois de adultos”.

Foi na Universidade, durante a licenciatura, que teve o primeiro contacto com o admirável mundo dos computadores. Só que então era tudo muito diferente. “A minha aproximação não foi ao computador pessoal,



Seja em trabalho ou em lazer, a tecnologia faz parte do dia-a-dia do presidente da APDC



Fotos Vítor Gordo/Sincview

“Uso um smartphone que, na realidade, é um computador. Conseguimos ter aqui tudo e, sobretudo, se o perder, tenho backup automático – a pessoa compra outro, descarrega tudo outra vez e fica com tudo exatamente como tinha. E isso é uma diferença fundamental”.



“O telemóvel leva-se facilmente no bolso, mas para ler qualquer coisa que tenha alguma dimensão (livro ou mesmo emails), é melhor o tablet. Para escrever prefiro um portátil com teclado tradicional, embora este tablet tenha a possibilidade de ter teclado...”. Às ferramentas tecnológicas junta-se o caderno para tirar notas. “Ainda estou muito ligado a este tipo de suporte”.



“Uma app que gosto muito de usar é a Flight Radar. Consigo ver de onde vem o avião, a companhia, a matrícula, a altitude, a velocidade... Quando a altitude for zero quer dizer que aterrou. Está atualizado quase ao segundo. É útil quando vamos buscar alguém ao aeroporto”.

porque ainda não existia”, recorda. “Só tive um computador pessoal mesmo meu já no tempo dos PC, no final dos anos 80”, recorda. Pelo meio, Rogério Carapuça “saltou” a tão afamada consola ZX Spectrum. “Nunca fiz um jogo de computador, nunca joguei um jogo em computador até hoje”, confessa.

Imigrante da tecnologia, o presidente da APDC tem seguido o caminho da desmaterialização dos conteúdos. “Uma das grandes transformações foi passar a ler livros em formato digital. Custou-me muito abandonar o hábito da leitura em papel”, assume. Mas a razão falou mais alto: “É mais fácil levar aqui [tablet] 100 livros, não pesam nada e comprá-los é instantâneo”. Também os CD deram lugar aos ficheiros digitais. “Filmes não: como o tempo de download é muito superior acabo por achar mais prático vê-los nos sistemas em casa”.

A tecnologia faz parte do dia-a-dia de Rogério Carapuça, mas não de forma obsessiva. Se é certo que aproveita o pequeno-almoço para espreitar a caixa de correio eletrónico, reserva as deslocações casa-trabalho-casa para relaxar e ouvir música sem interrupções. É no escritório que faz os telefonemas, envia mensagens e emails, tem reuniões. “O máximo que uso de tecnologia é escrever textos”, graceja. De volta a casa acompanha o telejornal – quase sempre em diferido – e espreita um ou outro site de notícias. “Antes de me deitar vejo um bocadinho de um filme, ou da biblioteca da televisão, ou das gravações automáticas”. Durante a noite o telemóvel fica ligado, mas noutra divisão. E a carregar, para mais um dia de trabalho. **TV**



JUNHO

22 A 25 LTE WORLD SUMMIT

<http://lteworldsummit.com/>
Amesterdão, Holanda

24 E 25 5G WORLD SUMMIT

<http://5gworldsummit.com/>
Amesterdão, Holanda

24 A 25 CLOUD WORLD FORUM

<http://cloudwf.com/>
Londres, Reino Unido

30 MOBILE FÓRUM 2015

www.apdc.pt
Lisboa

JULHO

7 DIGITAL BUSINESS SUMMIT

www.apdc.pt
Lisboa

SETEMBRO

17 A 19 ETHERNET WORLD

<http://carrierethernetworld.com/>
Nice, França

22 E 23 INTERNET OF THINGS SECURITY

<http://iotsecurityevent.com/>
Boston, EUA

26 E 27 CONSUMER EXPERIENCE WORLD SUMMIT

<http://www.customerexperienceworld.com/>
Londres, Reino Unido

OUTUBRO

1 BUSINESS PROCESS MANAGEMENT FORUM 2015

<http://bpm.ovumevents.com/>
Londres, Reino Unido

6 E 7 INTERNET OF THINGS WORLD EUROPE

<http://iotworld europe.com/>
Berlim, Alemanha

12 A 15 ITU TELECOM WORLD

<http://telecomworlditu.int/>
Budapeste, Hungria

20 A 22 ICT 2015 INNOVATE, CONNECT, TRANSFORM

<https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/ict2015-innovate-connect-transform-lisbon-20-22-october-2015>
Lisboa, Portugal

20 A 22 BROADBAND WORLD FORUM

<http://broadbandworldforum.com/>
Londres, Reino Unido

NOVEMBRO

10 A 12 TELECOM CEM WORLD CONGRESS

<http://cemcongress.com/>
Londres, Reino Unido

15 A 19 OTTV WORLD SUMMIT

<http://ottworldsummit.com/>
Londres, Reino Unido

16 E 17 EUROPEAN DATA FORUM 2015

<http://2015.data-forum.eu/>
Luxemburgo

18 E 19 APPS WORLD

<https://www.apps-world.net/europe/>
Londres, Reino Unido

24 E 25 SMARTGRID WORLD SUMMIT

<http://smartgridworldconference.com/>
Londres, Reino Unido

25 E 26 25º CONGRESSO DAS COMUNICAÇÕES

www.apdc.pt
CCB, Lisboa

DEZEMBRO

1 E 2 DIGITAL TV WORLD SUMMIT

<http://digitaltvsummit.com/>
Londres, Reino Unido

2 A 4 SAFE CITIES

<http://www.safecitiesevent.com/>
Bruxelas, Bélgica



FAÇA DOWNLOAD DA APP





THE MAGIC OF TECHNOLOGY

A tecnologia faz magia quando o impossível de ontem é a realidade de hoje. Na Viatecla trabalhamos todos os dias para tornar os seus sonhos em projectos, e os seus projectos na realidade de amanhã.

scriptor server

O Scriptor Server é uma plataforma de gestão de conteúdos e processos ágil e versátil para plataformas de internet e/ou intranet, extranet e e-commerce.

nice reader

O NiceReader é uma plataforma de distribuição de publicações que permite criar e disponibilizar conteúdos dinâmicos e interactivos para múltiplos devices (tablets: ipad, windows, android; web; mobile; mesas e ecrãs interactivos).

future box tv

A FutureBox.TV é uma plataforma para a apresentação de conteúdos vídeo em interfaces especializadas, orientada para organizações com uma estratégia de comunicação exigente e que procuram oferecer uma experiência de vídeo ágil e interactiva disruptiva.

bridge 4 media

Plataforma completa de distribuição e e-commerce de conteúdos vídeo (por exemplo: filmes, séries, documentários e formação/conferências), orientada para todas as organizações que estão focadas na rentabilização dos seus activos de media através da gestão, organização, distribuição e comercialização numa lógica de multi-loja e multi-device.



A fasquia da direção executiva da APDC é elevadíssima.

O desafio é conseguir inovar, para que daqui a 30 Anos continue a ser a Associação de referência no setor das TIC e Media.

Ana Gonçalves Pereira,
atual diretora executiva

A APDC vai ter grande futuro, está em boas mãos.

Espero que nos próximos 30 anos, faça maravilhas para os vindouros.

Oliveira e Sousa,
primeiro secretário-geral

É importante ter uma visão do que é que vai acontecer nos próximos 5/10 anos (30 anos é impossível); perceber pelos sinais que estão a ocorrer qual o caminho a seguir.

Sequeira Braga,
fundador e primeiro presidente da APDC

Pretendemos honrar o passado e ao mesmo tempo construir o futuro. Para isso temos de aproveitar as alavancas que foram criadas pelas direções anteriores ao sabor dos problemas do momento.

Rogério Carapuça,
atual presidente da APDC

HERDAR, CUIDAR E INOVAR

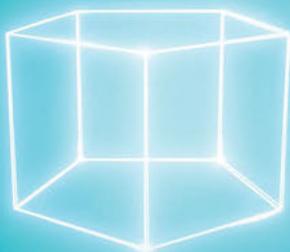
No ano em que a APDC comemora 30 anos, a COMUNICAÇÕES proporcionou um encontro entre o passado e o presente. Aspirações e desejos para o futuro da Associação, trocados numa conversa a quatro vozes.

PARA JUNTAR FIXO, MÓVEL E CLOUD

JUNTE UMA INTELIGÊNCIA VIRTUAL
À SUA EMPRESA.

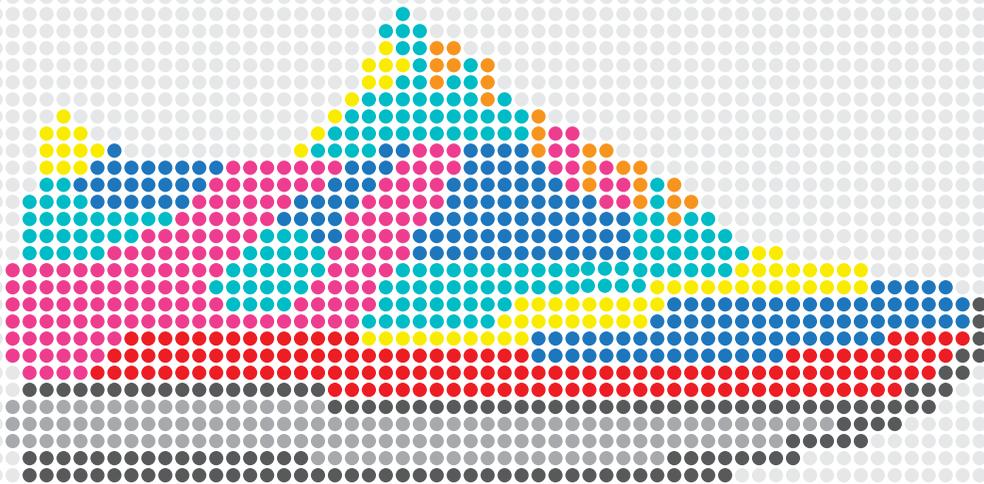
- Solução única de comunicações, gerida de forma inteligente por uma central telefónica virtual
- Convergência entre fixo e móvel, dentro e fora da empresa
- Acesso a serviços cloud como armazenamento, email e domínio
- Um único interlocutor para comunicações e tecnologia

GLOBALCONNECT PACK



●● PT Empresas

AGORA HÁ MAIS DE 1000 PONTOS CTT PARA ENTREGAR E RECEBER A SUA ENCOMENDA.



UM PONTO IMPORTANTE: A WORTEN É UM DELES

Por todos os pontos do país há mais de 1000 Pontos CTT onde pode entregar ou receber encomendas. E agora há um novo ponto: As Lojas Worten, com toda a conveniência de um horário alargado. É, sem dúvida, mais um ponto a favor do serviço CTT Expresso, a pensar especialmente em quem tem que enviar ou levantar encomendas pedidas online.

 **Horário alargado**
de segunda a domingo
das 9h às 24h

 **Garantia de entrega**
de acordo com a urgência
contratada

 **Maior cobertura**
nacional

 **Embalagens**
disponíveis em
todos os pontos

 **Avisos de chegada**
da encomenda à Loja
por email ou sms

www.cttexpresso.pt

Linha CTT Expresso 707 200 118

Dias úteis das 8h às 22h

Sábados das 8h às 14h