

Fórum

avançados e maior eficiência energética, trarão oportunidades de crescimento para o mercado. O crescimento da computação em cloud continuará a impulsionar o reforço das parcerias com fornecedores estratégicos como a AWS, Google e Microsoft, e com as quais a TD SYNEX, como líder de mercado, tem vindo a fazer um acompanhamento sustentado com os seus parceiros. Aqui, também a cibersegurança será uma prioridade crescente, criando oportunidades para a oferta de software de proteção e hardware especializado.

A sustentabilidade também será um fator determinante, com foco em produtos energeticamente eficientes e a adoção de modelos de economia circular, como a venda de equipamentos reconicionados. Ter um portfólio end-to-end abrangente, parcerias tecnológicas, foco em sustentabilidade e suporte técnico serão estratégias-chave para competir num mercado dinâmico e em rápida evolução.



Gustavo Mendes
CEO da GSTEP

As minhas perspetivas para as TIC para 2025 são marcadas por três temas: **1)** a incontornável Inteligência Artificial; **2)** as medidas necessárias e urgentes para lidar com as alterações climáticas; e **3)** a imparável transição para a cloud de dados, aplicações e serviços. Relativamente à IA, as minhas perspetivas são influenciadas por sinais contraditórios, pois por um lado vejo que os orçamentos em Portugal para investimentos nestas novas tecnologias serão mais altos que nunca; por outro lado, percebe-se que a euforia que nos acompanha desde novembro de 2022 está a arrefecer, com algumas empresas a não conseguirem ou não preverem ter um retorno tão considerável como as expectativas criadas apontavam. Creio que a atenção neste domínio vai estar muito centrada nos temas que são pilares fundamentais para um dia se retirar valor da aplicação da IA no contexto do negócio, nomeadamente **i)** os

Dados como ativo estratégico; **ii)** a Formação de recursos nos domínios da IA que se mostrem potencialmente mais impactantes para o negócio (Generative AI, Machine Learning e Computer Vision serão os principais); **iii)** o planeamento estratégico acompanhado de previsões de custo e retorno associadas aos casos de uso a priorizar (com provas de conceito e pilotos em casos de uso em que é evidente que aumentos marginais de eficiência se traduzem em poupanças de custos significativas, melhoria da qualidade do serviço ou produto, ou melhoria da experiência dos clientes e/ou dos colaboradores).

Relativamente às alterações climáticas, a pressão regulatória vai continuar a subir de importância, com a vivência de fenómenos atmosféricos de maior intensidade a levar a sociedade a solicitar maior intervenção pelos governos e pelas empresas. São vários os domínios onde isso se fará sentir, mas o primeiro e mais imediato será o de aumentar a transparência das organizações relativamente à sua contribuição para as causas e para as mitigações, por um reporte muito exigente e abrangente (eg. CSRD, SFDR), que será seguramente muito mais escrutinado por entidades oficiais e pelas redes sociais em geral.



Mafalda Franco Frazão
Responsável de Vendas da Google Portugal

2025 será um ano crítico. Na IA, será um ano para passar da experimentação à aplicação da tecnologia. O foco deverá ser o de resolver os maiores problemas já existentes nas organizações e que a solução de IA é a escolha certa para ajudar. A aplicação mais óbvia que veremos é a IA generativa dentro das plataformas de publicidade online como o Google Ads, que vai tornar as campanhas ainda mais eficazes e fáceis de gerir. Os mais recentes desenvolvimentos permitem criar anúncios de texto e imagem personalizados, otimizar campanhas automaticamente com o Performance Max e o Demand Gen, e segmentar os clientes mais valiosos com a ajuda de IA. Com estas

soluções, os anunciantes ganham em eficiência, desempenho e criatividade, alcançando melhores resultados.

- Personalização (recomendações de produtos mais precisas, ofertas personalizadas e comunicação individualizada), eficiência operacional (otimizará processos como gestão de inventário, previsão de procura e atendimento ao cliente, reduzindo os custos e aumentando a eficiência), criatividade e conteúdo (marketing personalizado, envolvente e segmentando públicos)

- Transparência e controlo: Os consumidores continuaram a exigir maior transparência e controlo sobre os seus dados. As empresas precisam de ser claras sobre como usam a IA e os dados dos clientes, garantindo o cumprimento de cada vez mais regulamentações de privacidade. As empresas precisarão adaptar as suas estratégias de marketing digital para alcançar os consumidores de forma eficaz e respeitar a privacidade.

- IA Responsável: A utilização da IA deve ser ética e responsável, evitando vieses algorítmicos e discriminação. As empresas devem implementar mecanismos para garantir a equidade e a privacidade na utilização da IA.

- Segurança: A proteção dos dados dos clientes contra ataques cibernéticos é crucial. As empresas devem investir em soluções de cibersegurança robustas e garantir a confidencialidade, integridade e disponibilidade dos dados.