

INOESIS

www.noesis.pt

PORTUGAL | BÉLGICA | BRASIL | IRLANDA | HOLANDA | EUA

FEVEREIRO 2018 | N.33

PUBLICAÇÃO QUADRIMESTRAL
DISTRIBUIÇÃO GRATUITA



BUSINESS INSIGHTS

RGPD: NOVAS REGRAS, MAIOR PROTEÇÃO DOS DADOS PESSOAIS

Gonçalo Pereira (LIDL) e Luís Salvador Pisco (DECO) partilham as suas perspetivas sobre o novo Regulamento Geral de Proteção de Dados.

Tecnologia e Inovação para a transformação digital das empresas



Knowledge • Innovation • Sustainability

Editorial



JUNTOS SOMOS MELHORES

Eduardo Vilaça
PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

“Coming together is a beginning; keeping together is progress; working together is success.” Henry Ford

2017 foi um ano de grandes desafios para a Noesis. Procurámos mais, ambicionámos mais e conseguimos mais. O balanço positivo que tem vindo a ser recorrente deve-se, sobretudo, aos nossos Clientes, aos nossos Parceiros e à eficiência, competência, dedicação e audácia das nossas equipas. Os talentos que as compõem têm-nos permitido chegar mais longe. Em 2017, as receitas estimadas foram de aproximadamente sete milhões de euros em mercados internacionais, onde a competitividade e os graus de exigência são significativamente mais elevados, casos do Reino Unido e da Holanda. No total, alcançámos cerca de 31 milhões de euros de faturação, sendo que este ano as previsões indicam que o valor deverá aumentar para 35 milhões.

O nosso investimento em I&D tem sido cada vez mais forte. Temos vindo a desenvolver soluções inovadoras e diferenciadoras que correspondem às necessidades e desafios dos nossos Clientes e que contribuem para uma sociedade melhor. *Internet of Things*, *Big Data/Analytics*, *Cloud* e *User Experience* são domínios tecnológicos essenciais na transformação digital, pilar da atual economia, totalmente incorporados nas nossas competências. Lançámos este ano tecnologia para a automação de testes (ntx – ngine testing experience) e tecnologia de suporte a ambientes em clouds híbridas (n.Hybrid – Hybrid

Cloud in a Box), e apostamos na integração contínua nos nossos serviços de novas tecnologias de uma forma ‘easywear’, como são os casos mais recentes das plataformas da Cloudera, Celonis e Sitecore.

Para dar resposta a este crescimento e à maior oferta de soluções de valor acrescentado, nos últimos 3 anos, criámos 300 postos de trabalho qualificados, contando, neste momento, com uma equipa de 700 talentos. A relação com os nossos talentos inicia-se em estágios muito prematuros da sua vida profissional, muitas das vezes ainda enquanto alunos do ensino superior ou logo após a sua saída das universidades. Passar uma cultura de valores a jovens talentos, ávidos de saber, reconhecimento e de novas competências, num contexto de mercado em que o capital humano é escasso, é, e será, o maior desafio da Noesis nos próximos anos.

Queremos e deveremos ser mais eficazes, sim, mas queremos principalmente ser eficientes, ser uma empresa pertinente, jovem e estar na vanguarda das transformações, inovações, revoluções e, acima de tudo, responder às expectativas do nosso coletivo humano. Esta missão, meus caros, só se consegue trabalhando em conjunto. Juntos somos melhores.

Um excelente 2018!



10 BUSINESS INSIGHTS . Debate

O novo Regulamento Geral de Proteção de Dados já está aprovado e pronto para entrar em vigor. Reforça os direitos existentes, prevê novos direitos e agrava as multas às organizações em caso de inconformidades.



16 IT INSIGHTS . Casos de Sucesso

Enquanto empresa jovem num mercado tão competitivo como o dos combustíveis, a PRIO queria dinamizar a sua oferta e expandir o seu negócio de modo a tornar única a experiência do cliente e a ultrapassar competitivamente as mais conhecidas gasolinehas do mercado nacional. Neste sentido, desafiou a consultora portuguesa Noesis a substituir o portal de clientes existente.



18 IT INSIGHTS . Perspetiva

DevOps: Uma metodologia que veio para ficar. Reúne o melhor do desenvolvimento à excelência das operações, prometendo tornar as organizações mais ágeis na disponibilização de produtos e serviços de *software*, com maior qualidade e ao menor custo.

ÍNDICE

- 3 EDITORIAL - Juntos somos melhores
- 4 SUMÁRIO
- 5 BREVES - Novidades da atividade da Noesis
- 6 BUSINESS INSIGHTS . IDC - Regulamento Geral de Proteção de Dados
- 8 BUSINESS INSIGHTS . Opinião Noesis - Insights HR: Agir em vez de reagir
- 10 BUSINESS INSIGHTS . Debate - RGPD: Novas regras, maior proteção de dados pessoais
- 14 IT INSIGHTS . Visão IDC - *Testing* suporta necessidades do negócio
- 16 IT INSIGHTS . Casos de Sucesso - Novo portal de clientes PRIO
- 18 IT INSIGHTS . Perspetiva - DevOps: Uma metodologia que veio para ficar
- 22 IT INSIGHTS . Opinião IDC - Modelos organizacionais para a transformação digital
- 24 GEO NOESIS - Notícias da atividade nacional e internacional da Noesis
- 26 FLASH NEWS - Notícias do mercado nacional e internacional



FICHA TÉCNICA

Propriedade: Noesis Portugal
 Coordenação: Rodolfo Pereira
 Projeto gráfico e editorial: IDC
 Impressão: Finepaper
 Tiragem: 1400
 Periodicidade: Quadrimestral

Distribuição: Gratuita
 Depósito Legal: 268 773/07
 NIPC: 505 128 985

NOESIS DISTINGUIDA PELA OUTSYSTEMS COMO PARTNER OF THE YEAR 2017



O empenho da Noesis em desenvolver soluções de excelência foi reconhecido no NextStep Portugal, conferência anual da OutSystems. A Noesis recebeu, novamente, a mais elevada distinção, a de *Portuguese Partner of the Year 2017*, e cinco *Innovation Awards* atribuídos a projetos geridos pela empresa. A Noesis participou no evento como *Platinum Sponsor*. Reforçando a parceria com a OutSystems, com a qual partilha uma visão estratégica para a transformação digital das organizações, a Noesis acompanhou a OutSystems à Holanda, onde foi *Gold Sponsor* no NextStep Utrecht, e aos Estados Unidos, onde marcou presença no NextStep Chicago.

NOESIS E SITECORE APRESENTAM O FUTURO DO MARKETING NA WEB SUMMIT



A Noesis e a Sitecore aproveitaram a Web Summit para assinar um acordo de parceria estratégica. A Sitecore é uma empresa líder global no desenvolvimento de aplicações de gestão de experiência que potenciam o marketing contextual. A Sitecore Experience Platform permite às organizações a gestão de conteúdos digitais, bem como possibilita a automatização das comunicações omnicanal e personalização das campanhas em grande escala. As soluções da Noesis de gestão de processos, operações, vendas, informação e marketing associadas a esta plataforma vão facilitar e potenciar a tomada de decisão, a criação de valor, uma visão integrada do cliente e das suas interações com a marca e a melhoria contínua da experiência do utilizador.

NOESIS APRESENTA SOLUÇÃO DE AUTOMAÇÃO DE TESTES



Tiago Honorato, *Manager* da área de *Quality Management* da Noesis, partilhou a visão da Noesis de como vai ser o futuro da automação de testes de *software* durante o Testing Portugal, revelando os principais desafios dos projetos de desenvolvimento rápido e de como a automação de testes com base no conceito *NO-Code* pode ser a solução certa para a alavancagem de negócios. Organizada pela PSTQB - Associação Portuguesa de Testes de Software, com o apoio da IDC Portugal, a oitava edição da iniciativa reuniu especialistas da área de testes de *software*, contando com a Noesis como *Diamond Sponsor*.

ESPECIALISTAS REVELAM PROJEÇÕES NO LISBON BI FORUM

Organizado pela Noesis, em conjunto com a Qlik, o Lisbon BI Forum reuniu os melhores especialistas em *Business Intelligence* para partilhar tendências e projeções em *Advanced Analytics*, *Big Data*, *AI* e *Machine Learning* com os mais de 250 profissionais que participaram no evento. Nuno Pacheco, *Business Intelligence Director* da Noesis, Gabriel Coimbra, *Country Manager* Portugal da IDC, Filippo Lambiente, *Presales* da Cloudera, e Renato Vieira, *Solutions Architect* da Qlik Portugal, apontaram o caminho para melhorar o desempenho das organizações e acelerar a transformação digital: apostar na correta gestão de dados e na analítica preditiva.

REGULAMENTO GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS



O que é o RGPD?

O Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD) vem substituir a diretiva de proteção de dados em vigor desde 1996 e foi concebido para harmonizar as leis de privacidade no espaço europeu, proteger e assegurar a privacidade dos dados aos cidadãos europeus e reformular a abordagem das organizações europeias à privacidade dos dados.

O que são dados pessoais?

Qualquer informação relacionada com um indivíduo que pode ser utilizada para identificar direta ou indiretamente uma pessoa.

Pode ser um nome, um endereço de mail, detalhes da conta bancária, posts em redes sociais, informação médica, endereço de IP.

Quando entra em vigor?

O RGPD foi aprovado e adotado pelo Parlamento Europeu em abril de 2016. O regulamento entra em vigor após um período de transição de dois anos e, contrariamente às diretivas, não carece de legislação nacional. Tal significa que vai entrar em vigor em **maio de 2018**.

Quais as principais alterações?

O novo regulamento implica um conjunto de alterações a que as organizações devem dar resposta, nomeadamente no que diz respeito à notificação de falhas de segurança.

- ✓ A notificação de falhas de segurança é obrigatória
- ✓ Deve ser realizada num prazo de 72 horas após o conhecimento da existência da falha de segurança
- ✓ Os titulares dos dados devem ser informados

Quais as penalizações?

As organizações que não estiverem em conformidade com o novo regulamento podem vir a ser multadas até 4% do seu volume anual de negócios ou no máximo 20 milhões de euros.

4% valor anual **20** milhões de euros

Quais os novos direitos dos Cidadãos?

- i** **Direito à informação**
Obrigação, por parte das empresas, de disponibilizar informação justa sobre o processamento de dados
- 🔍** **Direito de acesso**
Os cidadãos têm o direito de obter informação sobre o processamento dos seus dados, onde são processados e para que finalidade. Inclui ainda o direito a receber uma cópia dos dados pessoais em formato eletrónico
- ✍️** **Direito de retificação**
Os cidadãos têm direito à retificação dos seus dados pessoais no caso em que sejam imprecisos ou incompletos
- ?** **Direito ao esquecimento**
Confere aos titulares dos dados o direito de exigir a eliminação dos dados
- 🚫** **Restrição do processamento**
Os indivíduos têm o direito de 'bloquear' ou suprimir o processamento de dados pessoais e, nestes casos, as organizações têm o direito de armazenar os dados pessoais, mas não podem processá-los
- 👤** **Portabilidade dos dados pessoais**
Direito dos titulares dos dados a receberem os seus dados pessoais num formato eletrónico. Inclui ainda o direito de transmitir os dados a outras entidades
- 🚫** **Direito à objeção**
Os indivíduos têm direito de se opôr a:
 - Processamento baseado em interesses legítimos ou para a execução de uma tarefa de interesse público ou exercício da autoridade pública (incluindo perfil)
 - *Direct marketing* (incluindo perfil)
 - Processamento para fins de pesquisa científica/histórica e estatísticas

A MINHA ORGANIZAÇÃO NECESSITA DE NOMEAR UM DATA PROTECTION OFFICER (DPO)

Perfil do DPO

- ✓ Deve ser nomeado devido às suas qualidades profissionais e, em particular, devido ao seu conhecimento das leis e práticas de proteção de dados
- ✓ Pode ser um colaborador interno ou um fornecedor de serviços externo
- ✓ Os detalhes dos contactos devem ser disponibilizados às autoridades de supervisão
- ✓ Deve ter acesso aos recursos apropriados para desempenhar as suas tarefas e manter o conhecimento
- ✓ Deve responder diretamente ao nível mais elevado de gestão da organização
- ✓ Não deve desempenhar funções ou tarefas que resultem em conflito de interesses



INSIGHTS HR AGIR EM VEZ DE REAGIR

O papel do departamento de Recursos Humanos tem vindo a alterar-se profundamente. Atrair e reter os melhores talentos são os principais desafios que se colocam aos profissionais deste departamento. E, para tal, é crucial a utilização de ferramentas analíticas.

Até há bem pouco tempo, o departamento de Recursos Humanos era caracterizado por uma gestão administrativa. No entanto, este cenário está em mudança. Assistimos hoje a um redirecionamento de uma mera gestão operacional para uma gestão estratégica e de investimento no capital humano e retenção de talento. Esta alteração resultou, inclusive, na atualização da designação deste departamento para *Human Capital*. Para que esta mudança seja mais eficiente e com o maior retorno possível, é necessário libertar os departamentos de *Human Capital* dos relatórios estáticos, manuais e baseados em ficheiros Excel.

O departamento de RH começa a ser encarado pelas empresas com especial atenção. Dependendo da indústria, o capital humano é hoje um bem muito valioso e, se partirmos do pressuposto de que as empresas são as pessoas que as constituem, a perda de colaboradores importantes é extremamente dispendiosa. Estratégias de retenção de talentos, por exemplo, são hoje encaradas como uma vantagem competitiva e as principais empresas estão a desenvolver métodos para reduzir e evitar, mesmo, o *turnover* dos colaboradores mais importantes. Para tal, o departamento

de RH precisa de perceber o que aconteceu, porque aconteceu e tentar perceber quais os colaboradores com maior risco de saírem da empresa. Só assim, vai ser possível delinear estratégias de retenção destes colaboradores.

A maior parte das empresas está na primeira fase (o que aconteceu), contando com reports de *Headcount*, *Turnover*, *Absentismo* e *Massa Salarial*. Estes relatórios são estáticos, muitas vezes com bases mensais, o que significa que, quando se tem acesso à informação, pode ser já muito tarde. Além disso, como a informação não está linkada não é possível relacionar as diversas dimensões de análise, nem ter uma visão integrada dos colaboradores. São empresas reativas.

Existem depois as empresas que se encontram na fase de construção de aplicações analíticas que lhes permitem chegar ao próximo passo, em que o relatório passa de estático a dinâmico. Neste caso, é possível navegar, mais facilmente, pela informação e relacionar os diversos dados, permitindo averiguar os motivos pelos quais determinado evento aconteceu, seja a saída de um colaborador, o aumento da massa salarial, ou o absentismo que acontece com maior

frequência em determinado dia e numa determinada função. São empresas que continuam a reagir, mas que já deram o primeiro passo para ter as ferramentas necessárias para perceber o porquê.

Assiste-se agora a uma nova tendência. Algumas empresas começam a olhar para o futuro, ou seja, querem agir em vez de reagir. Para isso, é necessário recolher toda a informação existente, nomeadamente informação de cadastro, picagens de ponto, rotas de vendedores e vendas, e relacioná-la de forma relevante, utilizando o colaborador como peça chave.

Esta recolha de informação vai permitir que as empresas possam olhar para os seus dados e descobrir associações escondidas (*shadow analytics*) e, com isso, detetar situações de fraude na apresentação de despesas, reduzir custos, saber com antecedência que colaboradores estão em risco de abandonar a empresa, e desenvolver atempadamente estratégias de retenção e efetuar simulações do impacto financeiro de um aumento em determinada função/nível na totalidade da massa salarial. São empresas que já não aceitam que o ritmo seja ditado pelo IT e que necessitam de ferramentas

com forte capacidade de *self-service* e capacidade de desenvolvimento de modelos preditivos, por exemplo.

A Noesis, através da sua solução *Insights HR*, está numa posição ímpar no mercado nacional, pois conta com algumas das maiores empresas nacionais nas suas referências, o que lhe permitiu ganhar um capital de conhecimento funcional muito importante em diversas áreas de negócio tão díspares como a indústria, retalho ou serviços.

As organizações que implementaram soluções Noesis podem hoje analisar os principais KPIs, relacionar toda a informação existente de forma a descobrir *insights* escondidos, (fase do que aconteceu e porquê) e executar simulações de impactos salariais, aplicar algoritmos preditivos e identificar padrões e propensões de *turnover*. Estas soluções têm por base tecnologia Qlik, ferramenta líder do chamado BI de nova geração, em que os *power users* já são capazes de desenvolver as suas próprias análises, sem necessitar que alguém o faça por eles.

Luís Gonçalves,
Business Intelligence Manager da Noesis





Luís Salvador Pisco - jurista do Departamento Jurídico e Económico da DECO



Gonçalo Pereira - responsável da Proteção de Dados do Lidl Portugal

RGPD: NOVAS REGRAS, MAIOR PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

O novo Regulamento Geral de Proteção de Dados já está aprovado e pronto para entrar em vigor. Reforça os direitos existentes, prevê novos direitos e agrava as multas às organizações em caso de inconformidades.

O calendário marca o dia e, bem-feitas as contas, até já nem falta assim tanto tempo. O novo Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD) aprovado pela União Europeia e que todos os Estados-membros terão (obrigatoriamente) de adotar, passa a ser aplicado diretamente a partir do próximo dia 25 de maio de 2018.

As regras já estão em vigor, mas, nesta altura, vive-se ainda um período de adaptação quer das legislações nacionais ao RGPD quer também das próprias organizações públicas e privadas que devem trabalhar no sentido de ajustar as suas regras e procedimentos internos ao que dita a lei.

E esta vem substituir a atual diretiva e lei de proteção de dados pessoais, mas traz consigo um conjunto de mudanças importantes que acabarão por ter

um impacto significativo na vida das organizações, independentemente do seu tipo de negócio ou da dimensão de cada uma delas.

O novo quadro de proteção de dados surge no sentido de se gerar mais confiança relativamente ao desenvolvimento da economia digital no mercado interno. Assim sendo, devem os cidadãos passar a poder controlar melhor a utilização que é feita dos seus dados pessoais ao mesmo tempo que se trabalha num reforço da segurança jurídica e da segurança prática para as pessoas singulares, para os operadores económicos e para as autoridades públicas.

Tendo em conta este ponto de partida, a iNoesis quis sentir o pulso ao mercado nacional em matéria de preparação para o novo regulamento. Falámos, por

AS NOVIDADES DO RGPD...

...para os cidadãos:

- Acesso facilitado aos seus dados
- Direito à portabilidade dos dados
- Clarificação do direito ao apagamento dos dados
- Direito de saber se os seus dados pessoais foram alvo de pirataria informática

...e para as empresas:

- Conjunto único de regras em toda a União Europeia
- Obrigatoriedade de nomear um encarregado da proteção de dados
- As regras da UE passam a ser aplicáveis às empresas não pertencentes à Europa comunitária, mas que aqui atuam
- Realização de avaliações de impacto
- Reforço do quadro sancionatório
- Necessidade de conservação de um registo de atividades

isso, com duas entidades com papéis e, necessariamente, posturas diferentes, e pedimos que deixassem as suas perspetivas relativamente a esta temática e às questões que poderá levantar.

De um lado o Lidl, marca alemã do setor do retalho com presença em Portugal, mas também numa série de outros países europeus e que tem obrigatoriamente de olhar para o novo regulamento com atenção em função dos dados pessoais dos seus clientes, colaboradores e parceiros.

Do outro lado a DECO – Associação de Defesa do Consumidor que, por inerência do seu *core*, deve estar atenta a esta temática e à forma como as regras são aplicadas nas empresas que atuam em Portugal. A DECO apoia e orienta o consumidor nesta como em outras questões importantes.

NO LIDL, OS DADOS SÃO ALVO DE SEGURANÇA MÁXIMA

Um eficaz e seguro tratamento de dados pessoais não é propriamente novidade no Lidl já que o grupo desde sempre que dá especial atenção a esta temática. O novo regulamento implica um reforço dos direitos já existentes.

Enquanto cadeia de retalho multinacional, o Grupo Lidl está habituado a lidar diariamente com dados pessoais sejam eles de clientes, colaboradores ou parceiros. O trabalho é feito tendo em conta três pilares fundamentais: confidencialidade, integridade e disponibilidade.

O novo RGPD virá permitir apenas um reforço dos direitos já existentes, acredita Gonçalo Pereira. Em entrevista à iNoesis, o Responsável da Proteção de Dados do Lidl Portugal falou do percurso que estão a seguir neste campo e aludiu a algumas das alterações que a lei vai trazer como o novo quadro sancionatório ou a necessidade de se eleger um Responsável de Proteção de Dados em cada organização.

O que traz de novo este regulamento ao Lidl, tendo em conta a vossa atividade?

GONÇALO PEREIRA: Enquanto cadeia de retalho, este novo regulamento trará um reforço dos direitos dos nossos clientes, colaboradores, parceiros e candidatos a emprego, como titulares de dados pessoais, pelo que haverá uma maior exigência destes quanto ao seu tratamento, nomeadamente no que diz respeito ao direito à informação.

No Lidl contactamos diariamente com dados pessoais, cuja segurança é da máxima importância para nós. Caso se verifique, sob condições estritas, a necessidade de tratar dados pessoais, tais como o nome ou a imagem de um colaborador, cliente ou parceiro, este é envolvido e informado, antecipadamente, acerca da finalidade e uso destes dados, sendo o seu processamento feito apenas com o conhecimento dos envolvidos. A utilização dos dados referidos deve ser transparente e compreensível a todos, durante todo o processo. Todas as recolhas, inovações e alterações relativas a dados pessoais são analisadas, antes da sua implementação, pelo nosso Responsável da Proteção de Dados, cuja função garante a legalidade de qualquer atividade de tratamento de dados, reduzindo o risco associado a um processo de decisão nesta área. Para o Lidl a proteção eficaz e adequada da informação e dos seus sistemas contra quebras da confidencialidade, da integridade e da disponibilidade, é parte imprescindível da política da empresa. Esta é a garantia da nossa confiança e imagem junto dos colaboradores, parceiros e clientes, e da nossa capacidade de produção e posição concorrencial, na empresa.

Já começaram a fazer as mudanças necessárias à implementação do novo Regulamento?

G.P.: Desde a publicação do novo Regulamento que o Lidl tem trabalhado o tema com a maior atenção. Foram criados diversos grupos de trabalho a nível internacional, no âmbito da nossa política de *compliance*, para corresponder às novas exigências e novidades impostas.

Sentem-se preparados para o novo regulamento?

G.P.: Consideramos que estamos preparados para responder a este novo desafio, passando o nosso foco principal pelo reforço da sensibilização e conhecimento e pelo *awareness*, junto dos nossos colaboradores, através de um plano de formação intensivo e do aperfeiçoamento dos nossos procedimentos de garantia de privacidade. Para melhorar a segurança tanto da informação, como dos seus sistemas, o Lidl conta, quer com o Responsável da Proteção de Dados, quer com o *Information Security Officer (ISO)*, responsável a nível nacional pela Segurança da Informação. A sua principal função é a de garantir a proteção da informação contra quebras



Gonçalo Pereira - responsável da Proteção de Dados do Lidl Portugal

de confidencialidade, integridade e disponibilidade. Cabe a este apoiar o IT e os colaboradores na gestão da segurança e realizar ações de formação e sensibilização a todos sobre estratégias, normas, políticas e *standards* de segurança de informação da empresa. O Responsável da Proteção de Dados e o ISO trabalham de forma complementar, garantindo os princípios de *privacy by design* (desde a conceção) e *privacy by default* (por defeito) que sustentam uma proteção de dados eficaz.

Quais os maiores desafios do novo regulamento?

G.P.: Perante este novo panorama de proteção de dados, destacam-se como desafios, por um lado, o agravamento do quadro sancionatório, acompanhado pelo constante crescimento da dimensão e complexidade dos dados tratados pelas empresas, o que gera um aumento do risco e uma necessidade de atenção acrescida por parte dos nossos colaboradores. Por outro lado, um aumento de visibilidade para o tema da privacidade na nossa sociedade, o que posteriormente se poderá traduzir numa vantagem competitiva para a reputação das empresas que consigam melhor adaptar-se a este novo paradigma. No Lidl os pilares da segurança da informação são a confidencialidade, a integridade e a disponibilidade, e é através da garantia da sua eficácia que iremos garantir a continuação da confiança junto dos nossos colaboradores, clientes e parceiros, e assegurar a capacidade de produção e posição concorrencial da empresa neste novo cenário.

Como olham para o novo quadro sancionatório previsto na lei?

G.P.: O agravamento do quadro sancionatório é naturalmente dissuasor. As coimas que poderão resultar do não cumprimento das regras são elevadas, em particular se olharmos para o quadro sancionatório atual em Portugal. Mas mais importante, na nossa perspetiva, será o impacto que a não garantia da privacidade dos titulares dos dados pode implicar para a reputação das empresas, com reflexo na quebra de confiança que geramos em colaboradores, clientes e parceiros.

O LIDL criou a figura do Responsável de Proteção de Dados em 2009, no vosso entender, qual a mais-valia que este responsável poderá ter no âmbito desta nova realidade?

G.P.: A formação e o aconselhamento diário aos colaboradores e à administração são uma mais-valia na garantia da conformidade do tratamento de dados pessoais, bem como o contacto frequente com parceiros e autoridades públicas. A integração desta função nos quadros da empresa permite um conhecimento maior do dia-a-dia da mesma, com a consequente diminuição do risco associado a um processo de decisão.

Em entrevista à iNoesis, Luís Salvador Pisco, jurista do Departamento Jurídico e Económico da Associação explicou que o regulamento agora aprovado vai permitir um impulso decisivo à economia digital, reforçando a confiança dos consumidores no comércio eletrónico. O novo RGPD é motivo de atenção redobrada por parte da DECO que tem vindo a intervir em diferentes fóruns de esclarecimento sobre esta temática.

Como olham para o novo Regulamento Geral de Proteção de Dados?

LUÍS SALVADOR PISCO: Uma das grandes apostas da União Europeia nos próximos anos é impulsionar decisivamente a economia digital, designadamente o comércio eletrónico. E isso só será possível se os consumidores e cidadãos da União tiverem uma forte confiança no ambiente digital, o que não acontece hoje em dia, sendo a privacidade e a proteção dos dados pessoais duas das principais preocupações dos cidadãos em ambiente digital.

O novo regulamento pretende mudar assim a forma como as empresas e serviços públicos olham os dados pessoais dos seus clientes e cidadãos.

Mas o que vem mudar em concreto?

L.S.P.: Na prática, as novas regras do regulamento vão obrigar a uma reformulação interna dos sistemas de recolha e tratamento de dados, porquanto todas as entidades irão ter de adotar procedimentos que garantam, por um lado, que os dados são fornecidos com consentimento expresso e informado acerca dos motivos que justificam a recolha e tratamento daqueles dados e, por outro lado, que garantam a segurança e integridade dos mesmos. Isso deve ser garantido quer na conceção dos próprios sistemas (*by design*), quer nos procedimentos adotados (*by default*), responsabilizando as entidades pelo uso e acessos indevidos e outras falhas de segurança, direta ou indiretamente e através ainda da responsabilização de

empresas subcontratadas, mesmo que não estejam domiciliadas em território da União Europeia.

Quais as mais-valias deste novo regulamento para o consumidor e a que devemos estar atentos?

L.S.P.: Uma delas é o “direito à portabilidade de dados”, o qual irá possibilitar a um cidadão exigir de uma empresa os seus dados, num formato que permite, por exemplo, a mudança para outro operador económico. Com este direito, visa-se melhorar a proteção dos consumidores e incentivar a concorrência através de processos de migração mais rápidos. Outra novidade é o “direito ao esquecimento”, permitindo a um cidadão exigir de uma empresa o apagamento dos seus dados pessoais. Claro que há exceções, bem tipificadas no Regulamento, que visam assegurar a ordem pública, outros direitos e a investigação criminal de crimes como o “branqueamento de capitais”.

Neste campo, qual o papel que a DECO tem vindo a desempenhar?

L.S.P.: A DECO tem intervindo ativamente nos fóruns de discussão desta temática, designadamente aqueles que têm vindo a ser organizados pela sociedade civil e académica, bem como participou na consulta pública recentemente organizada pelo Governo sobre esta matéria, tentando sensibilizar instituições e o cidadão comum para a importância da proteção dos dados pessoais no nosso país ou fora do nosso país, quando relativos a cidadãos nacionais. Mas a DECO não se ficou apenas por aqui. A segurança do comércio eletrónico e a confiança dos portugueses em ambiente digital tem sido uma das grandes preocupações da associação que em 2016 celebrou um protocolo com a Associação DNS.PT, responsável em Portugal pelo registo, gestão e manutenção do ccTLD (*country code Top Level Domain*) .pt, e a ACEPI – Associação da Economia Digital, criando o Selo CONFIO.pt (www.confio.pt).



“A segurança do comércio eletrónico e a confiança dos portugueses em ambiente digital tem sido uma das grandes preocupações.”

Acredita que os consumidores portugueses têm consciência da importância dos seus dados pessoais?

L.S.P.: No atual panorama das novas tecnologias, em particular nas aplicações móveis, os consumidores por muito conscientes que estejam da importância de proteger os seus dados pessoais, muitas vezes não se apercebem sequer de que a simples utilização de certos programas implica o fornecimento de um conjunto alargado de dados, que vão desde as fotografias do seu *smartphone*, contactos e até dados de geolocalização. Os dados pessoais são o novo petróleo e os algoritmos dessas aplicações são desenhados exatamente no sentido de capturar o maior número de dados possíveis do utilizador. Nesse sentido, é quase impossível aos consumidores proteger os seus dados pessoais, independentemente de estarem, ou não, decididos a fazê-lo.

Uma das maiores mudanças do Regulamento diz respeito às coimas a aplicar. Acreditam que o valor terá um efeito dissuasor do lado das empresas?

L.S.P.: De facto, o Regulamento estabelece um regime sancionatório bastante exigente. Pensamos que os valores estabelecidos são suficientemente dissuasores, mas mais importante é a forma como as autoridades responsáveis pela sua aplicação, dentro e fora do nosso país, o irão fazer, pois de nada servirá termos um quadro sancionatório dissuasor se depois as entidades responsáveis pela sua aplicação não funcionarem.



Luís Salvador Pisco - jurista do Departamento Jurídico e Económico da DECO

DECO, UM IMPULSO DECISIVO À ECONOMIA DIGITAL

A DECO acredita que o novo RGPD vai permitir um reforço da confiança no comércio eletrónico na Europa, aumentando o cuidado dado ao tratamento dos dados pessoais por parte das organizações.

Com um papel ativo em tudo o que diga respeito ao consumidor, a DECO – Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor tem dito presente também numa altura em que se discute e trabalha o novo Regulamento Geral de Proteção de Dados.

TESTING SUPORTA NECESSIDADES DO NEGÓCIO

OS PORTEFÓLIOS APLICACIONAIS ESTÃO A TORNAR-SE MAIS COMPLEXOS PARA SUPORTAR UMA GAMA MAIS AMPLA DE NECESSIDADES DE NEGÓCIO.



100 aplicações em produção



Mais de **67%** das organizações referem que o esforço de investimento no teste de aplicações tem sido **rentabilizado**



Testes representam **5% a 10%** do investimento global no desenvolvimento de aplicações



Mais de **75%** das organizações nacionais classificam as atividades de teste como **Importantes** ou **Fundamentais**

OBJETIVOS DO TESTE DE APLICAÇÕES SÃO DIVERSIFICADOS



Assegurar a funcionalidade aplicacional



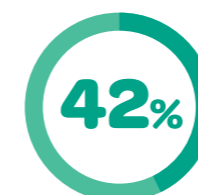
Manter a conformidade regulamentar



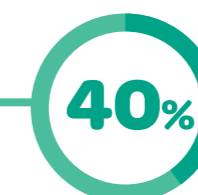
Manter a segurança



Atenuar o risco do investimento em aplicações



Mais de **42%** possuem formação nas áreas tecnológicas



40% tem equipas com menos de 5 colaboradores



50% constituíram equipas com 5 a 10 colaboradores



Perfil dos responsáveis de teste tem vindo a alterar-se nos últimos anos

- Conhecimento do negócio
- Conhecimentos de QA
- Conhecimentos de desenvolvimento
- Soft skills* desenvolvidos



AUMENTAR A COMPETITIVIDADE

Enquanto empresa jovem num mercado tão competitivo como o dos combustíveis, a **PRIO queria dinamizar a sua oferta e expandir o seu negócio** de modo a tornar única a experiência do cliente e a ultrapassar competitivamente as mais conhecidas gasolineras do mercado nacional. Neste sentido, **desafiou a consultora portuguesa Noesis a substituir o portal de clientes existente.**

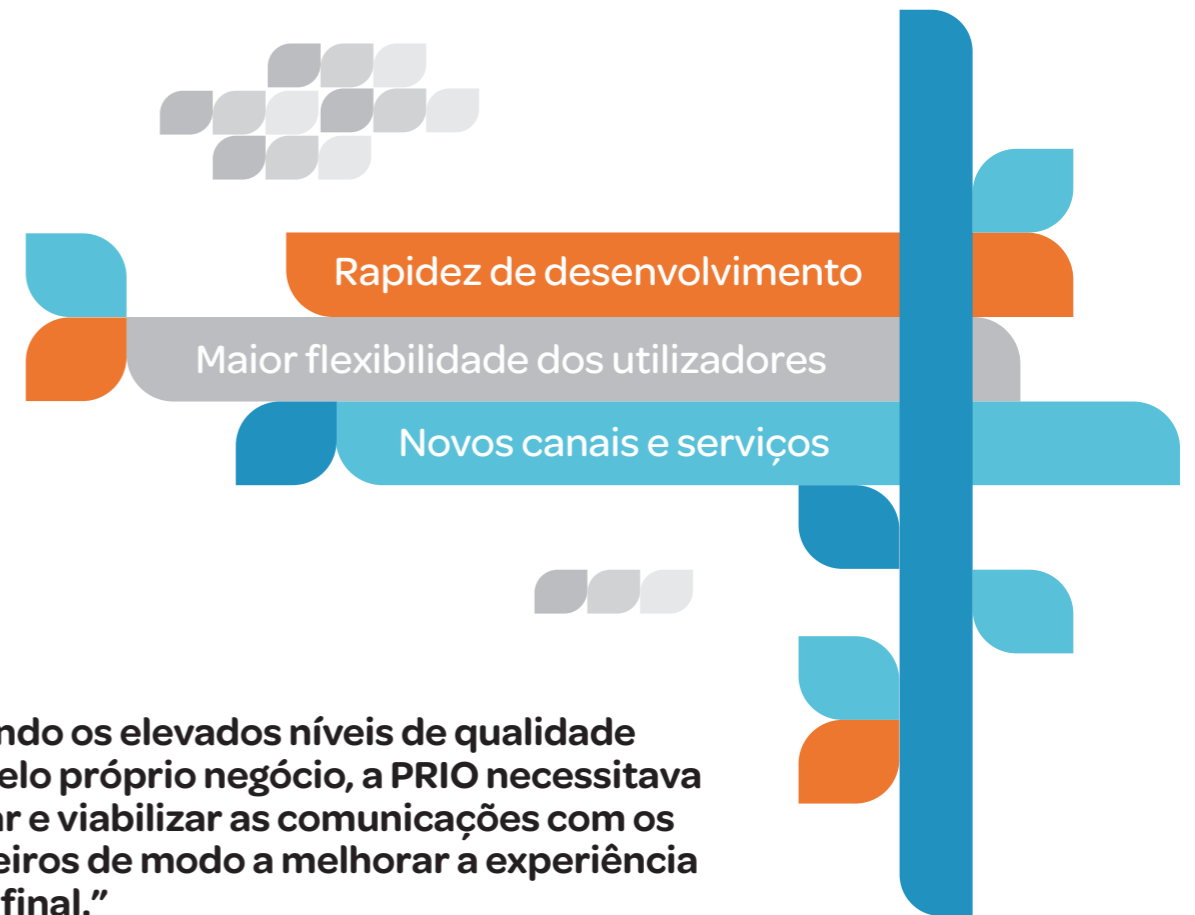
NOVOS CANAIS E SERVIÇOS

Fundada em 2006, a PRIO tem como principal atividade a produção e distribuição de biocombustíveis e a comercialização de combustíveis líquidos, sendo a única gasolinera ibérica com tripla certificação QSA (Qualidade, Segurança, Ambiente) simultaneamente para a fábrica de biodiesel e para o parque de tanques. Respeitando os elevados níveis de qualidade exigidos pelo próprio negócio, a PRIO necessitava de otimizar e viabilizar as comunicações com os seus parceiros de modo a melhorar a experiência do cliente final. Desta forma, a gasolinera queria criar novos canais de comunicação e novos serviços, estimulando a adoção de novos modelos de negócio e diferenciando-se significativamente da sua competição.

Assim, a PRIO desafiou a Noesis a substituir o portal de clientes existente por uma solução que fosse responsiva a várias plataformas, desde *desktops* a dispositivos móveis, que permitisse acrescentar e desenvolver novas funcionalidades, e aumentar o número de utilizadores em relação ao antigo portal.

RAPIDEZ DE DESENVOLVIMENTO

A plataforma *low-code* OutSystems foi a tecnologia escolhida pela Noesis para modernizar o portal da PRIO. A rapidez de desenvolvimento e facilidade em desenvolver aplicações para web, Android ou iOS, bem como o potencial de escalabilidade das aplicações OutSystems, foram as principais características que pesaram na escolha da Noesis.



“Respeitando os elevados níveis de qualidade exigidos pelo próprio negócio, a PRIO necessitava de otimizar e viabilizar as comunicações com os seus parceiros de modo a melhorar a experiência do cliente final.”

Em oito meses, três *developers* desenvolveram o novo Portal de Clientes B2B completamente integrado com a aplicação SAP. A aplicação *web responsive*, além de incorporar todas as funcionalidades do portal anterior, permite novas operações em três módulos estratégicos:

- 1. Vendas diretas:** os parceiros da PRIO podem alterar, verificar, e consultar o *plafond* e informação do cartão frota do cliente final.
- 2. Distribuição de gás:** podem ainda registar compras, consultar registos, exportar os dados para Excel, parametrizar e importar dados, criar e consultar pedidos de encomendas, aceder a informação visual do camião de transporte, e validar regras de instalação.
- 3. Logística:** por fim, podem informar e atualizar cargas, importar e alterar dados, criar *workflows*, e consultar encomendas.

MAIOR FLEXIBILIDADE DOS UTILIZADORES

Contando atualmente com 1.300 utilizadores, o Portal de Clientes melhorou significativamente a experiência do cliente final. Com toda a informação centralizada num único canal, os parceiros da PRIO podem visualizar a informação correspondente aos postos sobre os quais são responsáveis, realizar pedidos de encomendas de combustíveis, gerir processos e o seu próprio negócio de forma simples, intuitiva e *user friendly*, com um elevado grau de autonomia. O portal é acessível por qualquer dispositivo, incluindo portáteis e dispositivos móveis de diferentes fabricantes, e tem um elevado nível de segurança, permitindo o acesso à informação a partir de qualquer localização, concedendo, assim, maior flexibilidade aos seus utilizadores.



“No mundo português já se começam a ver grandes movimentações para aderir a DevOps.”

José Manuel Chang
Senior Manager na área de Quality Management na Noesis



José Manuel Chang - Senior Manager na área de Quality Management na Noesis



Duarte Nuno Gouveia - Manager na área de Agile Solutions



“[metodologias ágeis] não podem ser vistas como uma receita que é válida para qualquer caso porque assim não faria sentido que fossem ágeis.”

Duarte Nuno Gouveia,
Manager na área de Agile Solutions

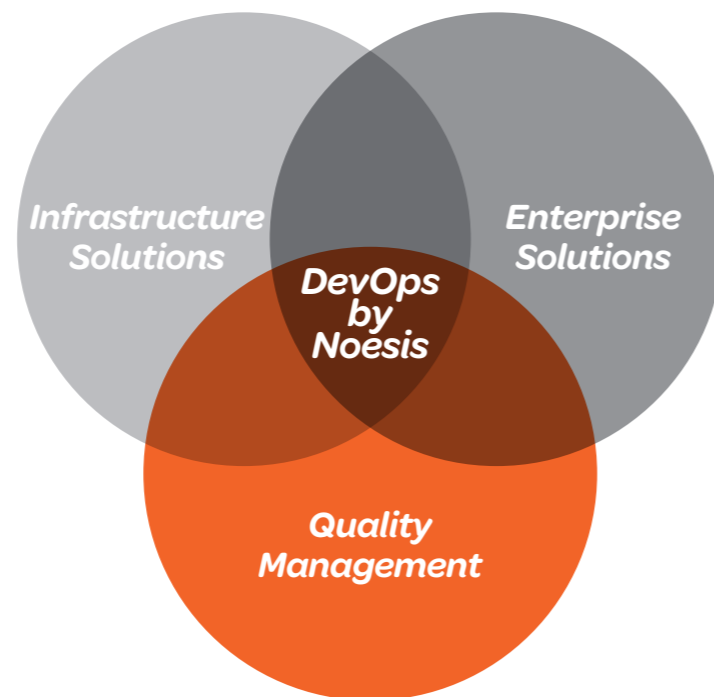
DevOps: UMA METODOLOGIA QUE VEIO PARA FICAR

Atenta a esta realidade, a Noesis disponibiliza já a oferta DevOps aos seus clientes através de três áreas distintas – *Infrastructure Solutions*, *Enterprise Solutions* e *Quality Management* – sempre enquadradas num conceito mais global associado à metodologia Agile, também ela com uma área de negócio própria.

Mais de 60% das grandes organizações europeias afirmam que as práticas de DevOps são essenciais para garantir maior agilidade empresarial e rapidez de implementação de *software*. (Fonte: IDC)

É uma das terminologias mais utilizadas atualmente no mundo tecnológico. Surge normalmente associada às estratégias de transformação digital ou a metodologias como o *continuous delivery* ou o desenvolvimento ágil. Mas, na verdade, DevOps é isto e muito mais.

E, embora possa ser um conceito ainda relativamente recente e pouco comum entre as empresas portuguesas, pelo menos de uma forma assumida, a verdade é que ninguém duvida que o futuro das TI passa, indubitavelmente, por aqui.



TRABALHO INTERNO

Dentro da Noesis, Miguel Louro, *senior manager* da área de *Enterprise Solutions*, explica que utilizam já este modelo “desde há uns anos” e “com vantagens claras”. Neste momento, “temos implementações que são faseadas para três continentes e sem este modelo era impossível estarmos a planear uma *release*, preparar as coisas todas e entregar o *roll out*”.

Diz Miguel Louro que a sua equipa trabalha muito “com o negócio e com a operação e aqui o *feedback* é crítico para se conseguir incluir sempre alterações e melhoramentos contínuos”.

Este responsável assume que derivaram do modelo inicial de *Agile* para o atual DevOps sempre com o intuito de melhorar continuamente o serviço prestado ao cliente.

José Manuel Chang, *senior manager* na área de *Quality Management (QM)* na Noesis, recorda que, dentro da empresa, “cada um faz a sua parte para DevOps” e, portanto, no que à Qualidade diz respeito “integra-se tudo o que é a parte de processos, sendo feito o levantamento e análise dos mesmos a nível organizativo”. Em QM trabalha-se também a área de requisitos “que vai permitir, através do mapeamento

de um fluxo, conseguir efetuar testes automáticos com recurso a ferramentas próprias e de forma continuada”.

Este responsável recorda que, em muitos casos, ao mudar de *software* “ao longo do ciclo de vida, não se prevê o impacto nos processos de negócio e o facto é que, no mundo real, há processos de negócio que não podem mesmo deixar de funcionar, tendo graves consequências para o negócio”. Na área de QM, estas situações “são evitadas todos os dias”.

José Manuel Chang recorda que, dentro da Noesis se trabalha em parceria com todas as *business units*, muito à semelhança do conceito do próprio DevOps: “O DevOps vem retirar barreiras e eliminar silos nas empresas e levar a que toda a gente colabore novamente, ou seja, regressa-se à colaboração, mas com forte suporte da tecnologia. Por outro lado, todos na equipa sabem o que se faz e há visibilidade em todo o processo.”

SERÁ O DevOps UMA REALIDADE EM PORTUGAL?

Mas será que as vantagens trazidas por esta metodologia já convencem as empresas nacionais? José Manuel Chang acredita que “no mundo português já se começam a ver grandes

O que é DevOps?

De uma forma muito simples, trata-se de uma prática de engenharia de *software* que possui o intuito de unificar o desenvolvimento de *software* (Dev) e a operação de *software* (Ops).

Como surge?

O movimento DevOps não terá começado num só lugar, mas aparentemente as informações mais concretas sobre as suas origens acabam por nos levar até ao ano de 2008. Nessa altura, começou-se a utilizar o termo “infraestrutura ágil” em alguns debates, querendo dizer-se “desenvolvimento ágil”; o conceito de metodologia ágil para a administração de infraestrutura passou a ser cada vez mais utilizado, inspirado no modelo ágil de desenvolvimento.

Quando foi criado o termo?

O termo DevOps em si só foi criado em 2009 durante a conferência Velocity da O’Reilly, onde John Allspaw (da empresa Etsy.com) e Paul Hammond (da empresa Typekit) apresentaram o trabalho «10+ Deploys Per Day: Dev and Ops Cooperation at Flickr».

O que defende?

A característica principal do movimento DevOps é defender fortemente a automação e monitorização em todas as fases da construção do *software*, da integração, teste, implementação e gestão da infraestrutura.



“Este é ainda o momento de abordar o mercado e evangelizar, indicando os benefícios desta aproximação ao DevOps.”

Alexandre Pereira, Senior Manager na área de Infrastructure Solutions



Alexandre Pereira · Senior Manager na área de Infrastructure Solutions

movimentações para aderir a DevOps” sem nunca esquecer que, por vezes, “o que existe dentro das empresas poderá deixar de fazer sentido no mundo DevOps”.

Este responsável lembra que “há aplicações que não faz sentido mudar para o mundo DevOps, pelo que, neste caso, o melhor será criar novas aplicações”. Uma situação que se verifica maioritariamente em “arquiteturas que foram criadas há muito tempo e que, em vez de serem adaptadas, devem antes originar novas soluções”.

Já Miguel Louro defende que o tecido empresarial português procura “cada vez mais” este tipo de metodologia: “O nosso *target* é o mercado de *Enterprise Corporate* e, principalmente em organizações que estão dispersas e onde esta oferta é cada vez mais fundamental.”

Diz Miguel Louro que, no caso deste tipo de clientes, “o maior desafio é garantir a normalização dos processos por toda a organização” e o DevOps “permite que se normalizem e centralizem os processos e que a cultura

seja comum a toda a gente, trazendo melhores resultados”.

Alexandre Pereira, *senior manager* na área de Infrastructure Solutions, acredita que mais do que *awareness* no tecido empresarial português, “há a necessidade de se investir em DevOps” embora ainda se verifique “uma grande resistência” à sua adoção.

Por isso, Alexandre Pereira defende que “este é ainda o momento de abordar o mercado e evangelizar”.

VANTAGENS VERSUS OBSTÁCULOS

O *time to market* foi consensualmente apontado pelos vários especialistas como a maior vantagem da metodologia DevOps, trazendo maior poder concorrencial e, igualmente, melhor desenvolvimento ao menor custo.

Mas, relativamente a um cenário que ainda não se assume de plena adoção, quais podem ser então os principais obstáculos à metodologia DevOps?

O *senior manager* da área de *Infrastructure Solutions* na Noesis acredita que, “dependendo da dimensão

da empresa, pode ser a componente de alocação de custos, porque estamos a alocar duas áreas distintas que até então funcionavam de modo estanque” e isso poderá dificultar todo o processo.

Ao nível dos constrangimentos, Miguel Louro aponta a “diferença que ainda existe entre a operação e o IT”. Embora esse gap “se tenha vindo a desvanecer com os serviços *cloud*”, a verdade é que poderá ser ainda um entrave a ter em conta.

José Manuel Chang acredita que “as pessoas muitas vezes estão presas à ideia de manter uma solução antiga, mas que sempre funcionou e não querem mudar, têm receio” e isso é um obstáculo grande a contornar.

Uma situação diferente é a que se vive no âmbito das metodologias ágeis. Ainda assim, Duarte Nuno Gouveia recorda que, apesar de amplamente adotadas, estas “não podem ser vistas como uma receita comum e que é válida para qualquer caso porque assim não faria sentido que fossem ágeis”. Neste caso, o segredo passa por “entregar o máximo valor acrescentado no menor tempo possível”.



Miguel Louro · Senior Manager na área de Enterprise Solutions da Noesis



“[o DevOps] permite que se normalizem e centralizem os processos e que a cultura seja comum a toda a gente, trazendo melhores resultados.”

Miguel Louro, Senior Manager na área de Enterprise Solutions da Noesis

Em matéria *Agile*, a Noesis conta já com várias e boas referências como é o caso “da Sonae ou da EDP” onde “todos os dias fazemos coisas típicas associadas a *scrum*” recorda Duarte Nuno Gouveia.

Embora possa ser entendida como uma solução para grandes empresas, *Agile* dá resposta às diferentes dimensões de um negócio: “Aliás, muitas das vezes é mais fácil fazer grandes coisas em pequenas empresas em que a própria orgânica é mais flexível e as pessoas são mais próximas.”

O *manager* na área de *Agile Solutions* na Noesis sublinha que “quando se

trabalha numa nova metodologia que seja disruptiva importa envolver toda a equipa, assegurar o devido *empowerment* e ir conquistando todos a pouco e pouco”.

OLHAMOS PARA O FUTURO EM DevOps

E, se no presente, DevOps ainda não é uma realidade forte entre as empresas nacionais, José Manuel Chang acredita que o futuro será diferente: “Há sempre resistência à mudança quando se tenta automatizar, mas esse medo não tem razão de ser.”

Alexandre Pereira defende que o trabalho futuro passará por comités de DevOps criados para gerir “projetos que, por si só, justificam a existência de pessoas dedicadas a 100%”.

Já Miguel Louro fala numa “questão de consolidação” sendo que até a própria Noesis tem “evoluído nesse sentido”. Este responsável acredita na importância da forma como se comunica: “Nós cada vez menos comunicamos tecnologia nesta área e cada vez menos comunicamos processos de IT; cada vez mais comunicamos negócio e as vantagens

Conselhos a ter em conta na implementação DevOps

- Assegurar um bom *time-to-market* e uma maior flexibilidade na adoção de soluções
- Juntar eficazmente várias equipas e tirar proveito do trabalho conjunto; aqui, o maior desafio passa pelo foco humano, assegurando um bom entrosamento entre todos
- Manter a comunicação fluída e assegurar o *empowerment* de todos os envolvidos
- Quem está a pensar implementar, deverá procurar um parceiro que já adote e conheça os princípios e para quem DevOps seja algo natural

para o negócio.” Contas feitas, Miguel Louro fala na possibilidade de o DevOps entrar disfarçadamente nas empresas “e as pessoas começarem a usar quase sem se aperceberem”. No futuro, será algo “cada vez mais aceite e encarado de forma tão natural como o *Agile* que hoje em dia já toda a gente entende e utiliza sem receios”.

De resto, Duarte Nuno Gouveia acredita que as duas metodologias “já andam de mãos dadas” até porque, “no fundo já nasceram de mãos dadas”. Diz este responsável que “o que está aqui em causa é garantir que as pessoas dentro das equipas comuniquem bem, seja via metodologias ágeis ou outra coisa qualquer”.

DevOps na sua essência associa “desenvolvimento a testes e a operações, muito focado no IT, mas não sendo algo só para informáticos”. Diz o responsável da área *Agile* que a metodologia DevOps é importante “em qualquer setor de atividade e, chamem-lhe DevOps ou outra coisa qualquer, mas vai ser cada vez mais essencial daqui para a frente.”



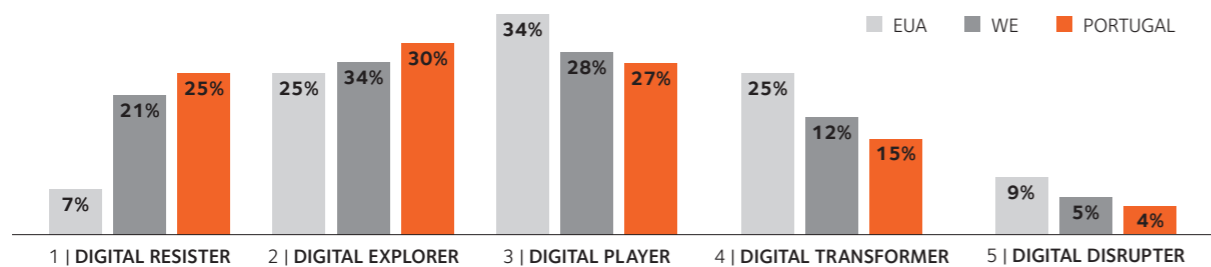
Gabriel Coimbra
COUNTRY MANAGER, IDC

MODELOS ORGANIZACIONAIS PARA A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Apesar da execução de projetos digitais e dos progressos realizados, a maioria das organizações não estão a avançar para um objetivo maior — a Transformação Digital (DX) da organização. No primeiro estudo, de 2015, aproximadamente 22% das organizações norte-americanas encontravam-se numa fase de Transformação Digital próxima da plenitude, versus 15% em Portugal. Já os resultados deste ano indicam que nos EUA, 34% das organizações se encontram numa fase avançada, versus apenas 19% em Portugal.

Figura I - IDC MaturityScope Benchmark: Transformação Digital em Portugal, 2017

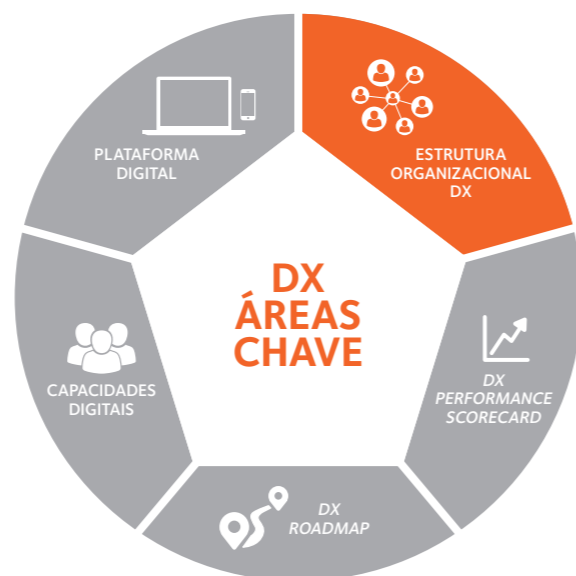
Fonte: IDC, Digital Transformation Maturity Model Benchmark, 2017; n=317, maio 2017
Fonte: IDC, European Digital Transformation Maturity Model Benchmark, 2017; n=403, maio 2017
Fonte: IDC, Portuguese Digital Transformation Maturity Model Benchmark; n=419, junho 2017



Estes dados representam uma divergência no crescimento face aos congéneres norte-americanos e, conseqüentemente, um afastar do primeiro escalão das economias mais competitivas neste domínio. Avaliada percentualmente, esta alteração é ainda mais evidente e preocupante. Neste contexto, a forma como os processos de transformação digital estão a decorrer é um fator crítico para o seu sucesso.

A total Transformação Digital das organizações é um processo que pode demorar uma década, já que para além de tecnologia, processos e pessoas, depende sobretudo da cultura da organização e da capacidade de embeber o digital de forma transversal no negócio. Neste contexto, e de forma a acelerar esta jornada, a IDC recomenda que as organizações endereçam cinco áreas críticas, a saber:

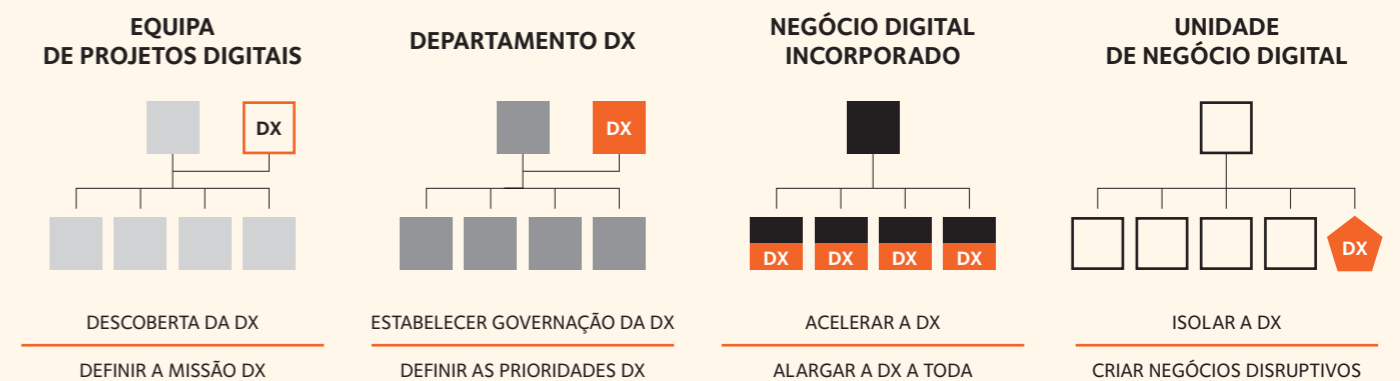
1. Estabelecer um Modelo Organizacional DX
2. Definir o "DX Performance Scorecard" com novos KPIs
3. Construir um "DX Roadmap" a médio e longo prazo
4. Desenvolver Competências Digitais chave
5. Construir uma Plataforma Digital



Atualmente, as empresas têm, de forma crescente, estratégias de transformação digital apoiadas por programas específicos. No entanto, apenas para um terço destas organizações esta formalização teve benefícios mensuráveis. Da análise que temos vindo a desenvolver nesse domínio, consideramos um fator diferenciador relevante a forma como as empresas organizam os seus esforços digitais. Um sinal de imaturidade na transformação digital reside no facto de não existir um padrão universalmente reconhecido para a organização de iniciativas e equipas para a transformação digital, algo que não existe em outras áreas funcionais, dos recursos humanos aos departamentos financeiros.

Por forma a obviar a esse problema, e com base no *research* desenvolvido junto das empresas líderes mundiais, a IDC recomenda quatro modelos de organização para a Transformação Digital que visam facilitar a execução, porque a análise efetuada ao longo dos anos confirma que a estrutura organizacional é um fator fundamental para o sucesso da concretização de uma visão digital.

Figura II - Modelos Organizacionais no Contexto da Transformação Digital



Equipa de Projetos Digitais

Para aquelas organizações que estão a iniciar a sua jornada digital, assistimos à criação daquilo que a IDC designa como uma "Equipa de Projetos Digitais". Na maioria das organizações, esta equipa forma um grupo central que reporta diretamente ao CEO. Geralmente, estas equipas estão encarregadas de explorar as oportunidades digitais para a organização. Este modelo encontra-se presente em 17% das organizações na Europa.

O Departamento de Transformação Digital

As organizações que estão preparadas para migrar a sua estratégia digital para a próxima fase, optam por criar um grupo centralizado mais formal — o "departamento de Transformação Digital". Encontramos este modelo em 56% das organizações na Europa Ocidental. Esta equipa é um grupo central que reporta ao CEO. Está focado em disponibilizar governação da estratégia digital da organização. A equipa trabalha com as diferentes áreas funcionais e áreas de negócio para identificar oportunidades de transformação e para estimular os casos de negócio. O departamento de Transformação Digital coordena o processo que determina as prioridades estratégicas e quais os programas digitais que vai financiar.

Negócio Digital Incorporado

Esta estrutura organizacional é a mais adequada para acelerar os esforços digitais das organizações. O nosso estudo evidencia que é utilizada apenas por 20% das organizações inquiridas na Europa.

Este modelo incorpora recursos digitais nas diferentes áreas de negócio que estão a ser transformadas digitalmente. Contudo, ainda existe um grupo central "digital" que orchestra as iniciativas digitais da organização e disponibiliza plataformas centrais e competências digitais. Normalmente, o grupo central digital possui um orçamento discricionário disponível para experimentação e programas-piloto. Com a integração digital no negócio, as diferentes áreas de negócio e funções assumem a propriedade da estratégia digital.

A Unidade de Negócio Digital

O quarto modelo constitui uma ruptura com os anteriores já que, ao contrário deste, os três primeiros estão mais focados na transformação da organização. Normalmente, assistimos à implementação deste modelo organizacional em grandes organizações que estão muito sobrecarregadas pelos seus processos e cultura tradicional para incorporar o digital na organização existente. Em vez disso, a organização escolhe a criação de uma unidade de negócio independente.



1 EUA, CHICAGO

Noesis no NextStep Chicago

A Noesis participou no evento como *Networking Sponsor*, posicionando-se como o parceiro tecnológico da OutSystems na linha da frente do rápido desenvolvimento de aplicações.

2 EUA, NOVA IORQUE

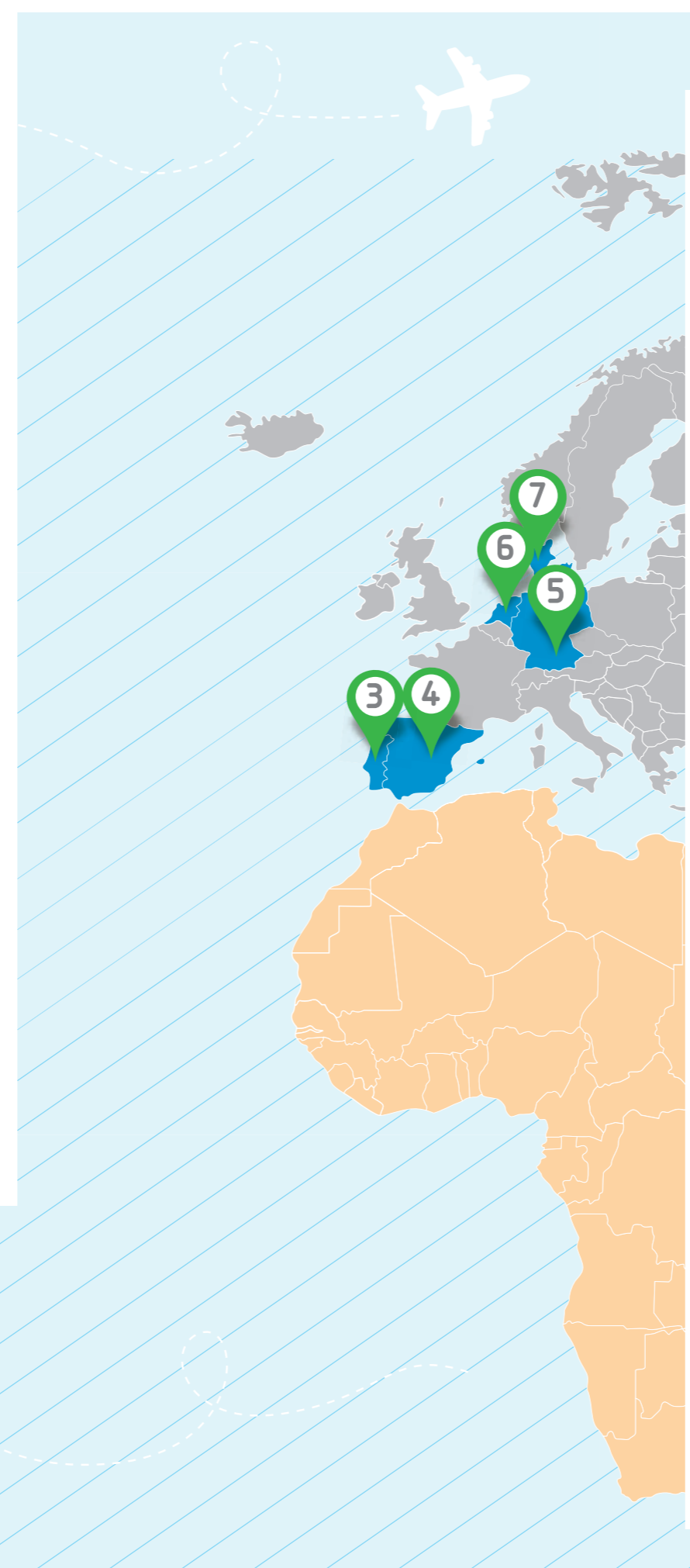
Noesis participa no evento da Cloudera

A Noesis esteve presente na Strata Data Conference, evento organizado pela Cloudera e que reúne os maiores especialistas em *Data Science*, *Machine Learning* e Inteligência Artificial.

3 PORTUGAL

Noesis patrocina NextStep da OutSystems

A Noesis foi *Platinum Sponsor* do evento NextStep da OutSystems realizado em Lisboa. No decorrer do evento, a OutSystems distinguiu a Prio Energy, a Novacâmbios, a Luz Saúde, a Sonae e a Abreu Advogados com os prémios *Innovation Awards*, atribuídos a projetos geridos pela Noesis. Na mesma ocasião, a Noesis foi distinguida como *Partner of the Year: Rising Star* o que constitui o reconhecimento do desempenho da empresa no desenvolvimento de soluções em parceria com a OutSystems.



4 ESPANHA

Noesis apresenta soluções cloud

A Noesis apresentou em Madrid a solução n.Hybrid - Hybrid Cloud in a Box. Desenvolvida em parceria com a HPE Software, a n.Hybrid tem todos os benefícios de uma verdadeira solução de *cloud* híbrida com facilidade de integração e usabilidade.

5 ALEMANHA

Parceria com a Celonis na área de Big Data

A Noesis esteve presente no evento Celonis Process Mining. A Noesis e a Celonis assinaram recentemente uma parceria estratégica que permite à Noesis disponibilizar aos seus clientes soluções tecnológicas de *process mining*, assentes em algoritmos sofisticados de *big data*.

6 HOLANDA

Noesis com a OutSystems na Holanda

A Noesis foi *Gold Sponsor* do evento NextStep da OutSystems realizado em Utrecht, na Holanda. Durante o evento, a Noesis apresentou tecnologia para a automação de testes, o ntx - nginge testing experience.

7 DINAMARCA

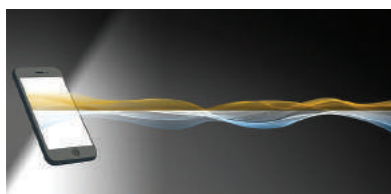
Parceria com a Sitecore

A Noesis estabeleceu uma parceria estratégica com a Sitecore na área da gestão de conteúdos. A Sitecore é uma empresa líder global no desenvolvimento de aplicações de gestão de experiência que potenciam o marketing contextual e que têm como principal objetivo revolucionar a relação entre as empresas e os consumidores.



OUTSYSTEMS ELEVA O NÍVEL DE SEGURANÇA

A OutSystems anunciou o reforço das suas credenciais com três das mais reconhecidas certificações mundiais: ISO 27001, ISO 22301 e SOC 2 depois de ter submetido as suas práticas e conhecimento a auditorias independentes. Assim sendo, a empresa passa a cumprir a certificação ISO 27001 atribuída pelo auditor BSI e que aprova a sua abordagem sistemática na gestão de informação confidencial das empresas, garantindo a sua segurança. Cumpre ainda a ISO 22301, uma certificação, também atribuída pelo BSI, mas que aprova o sistema de gestão que a OutSystems desenvolveu para as disposições de continuidade de negócios. Finalmente, a OutSystems assegurou a certificação SOC (Service Organization Controls) 2 Tipo II, atribuída pela KirkpatrickPrice e que demonstra que a empresa "selecionou e implementou um conjunto de controlos de segurança específicos e bem definidos".



HPE ABRE LOJA DE APLICAÇÕES PARA FÁBRICAS

A Hewlett Packard Enterprise (HPE) quer simplificar a tarefa de integração de novos sistemas de execução fabril com sistemas ERP e de gestão do ciclo de vida do produto, recorrendo a ferramentas de implantação baseadas em *cloud computing*. Nesse sentido, o fabricante pretende vir a disponibilizar *hardware* moderno nas áreas de produção, capazes de se ligarem depois a uma loja de aplicações baseada em *cloud computing*. Esta iniciativa vai assim permitir aos gestores de produção um acesso facilitado a tudo o que são as mais recentes tecnologias de IoT, aprendizagem automática, realidade aumentada e analítica, possibilitando às empresas criar os chamados "clones digitais" de cada artigo que produzem. Os modelos registam então tudo aquilo que vai acontecendo com um produto ou peça à medida que percorre a linha de produção e podem ajudar a organizar a gestão de inventário, o controlo de qualidade e a reformulação de artigos defeituosos. Para já, a HPE apenas vai vender o sistema na Europa, Médio Oriente e África, mas até ao final do ano deverá assegurar uma disponibilidade global.



PROFESSORES PORTUGUESES INTEGRAM ELITE MUNDIAL EM INOVAÇÃO

São 206 os professores portugueses que fazem parte da elite dos docentes mais inovadores a nível mundial, de acordo com a lista Microsoft Innovative Educator Experts. A este número somam-se ainda 26 escolas inovadoras. O documento engloba mais de 6.000 professores à escala global, sendo que o número de docentes portugueses representa um aumento significativo face à edição de 2016, quando a Microsoft distinguiu em Portugal 57 docentes e nove escolas. A valorização de práticas pedagógicas inovadoras, alinhadas com as competências atuais necessárias e a utilização da tecnologia como ferramenta para estimular o desenvolvimento de competências e a criatividade dos alunos estão na base deste reconhecimento anual. A distinção destes 206 professores tem em conta a sua capacidade de recorrer a diversas tecnologias para promover a Transformação Digital na sala de aula, adaptando crianças e jovens às necessidades futuras. Já entre as 26 escolas mais inovadoras, 14 são consideradas *Showcase Schools*, por estarem num estado mais avançado de transformação digital no ensino.



FUJITSU DISPONIBILIZA SISTEMAS HIPER-CONVERGENTES PARA A CLOUD

A Fujitsu apresentou uma nova solução para levar os sistemas hiperconvergentes *on-premises* para a *cloud*, possibilitando serviços *cloud-in-a-box*. O Fujitsu Software Enterprise Service Catalog Manager (ESCM) visa colmatar "a lacuna entre as infraestruturas *on-premises* e a *cloud* ao permitir a criação de portais de *self-service* personalizados para serviços de *cloud* híbrida, com provisionamento automatizado", revela a Fujitsu. Ao integrar o Fujitsu Cloud Service K5, bem como outros serviços de *cloud* pública, o ESCM assegura escalabilidade para arquiteturas virtualizadas *on-premises*, funcionando como dispositivo virtual. O ESCM é a versão de nível empresarial do Open Service Catalog Manager, apresentado pela Fujitsu como um contributo para a comunidade *open source* em outubro de 2015. Módulos de integração pré-definidos garantem que o ESCM é largamente compatível com todas as variantes *cloud* de *Infrastructure-as-a-Service* (IaaS), *Platform-as-a-Service* (PaaS) e *Software-as-a-Service* (SaaS). Por seu lado, a integração de um conjunto de funcionalidades específicas, permite que as empresas forneçam *cloud self-service* para clientes finais *multi-tenant*, apoiada por provisionamento automatizado, gestão de eventos e funcionalidades de faturação e pagamento.

AGILE TESTING

QUANTOS SPRINTS TÊM OS SEUS PROJETOS?

O MÉTODO ÁGIL ELIMINA A NECESSIDADE DE DEFINIR TODO O ÂMBITO NUMA FASE INICIAL E PERMITE A ADAPTAÇÃO DOS ENTREGÁVEIS AO LONGO DO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO, PARA QUE O RESULTADO FINAL SEJA EXATAMENTE O EXPECTÁVEL.




HELPING YOUR BUSINESS GROW FASTER




 noesis

**PARTNER OF
THE YEAR 2016**


 outsystems

ELITE

Partner


 noesis

**PARTNER OF
THE YEAR 2017
RISING STAR**


 outsystems

ELITE

Partner

 noesis

**5 INNOVATION
AWARDS 2017**

 outsystems

ELITE

Partner

START SMART . FINISH FAST

Knowledge • Innovation • Sustainability



Portugal | Bélgica | Brasil | Irlanda | Holanda | EUA