

ID: 117939824

01-07-2025



AGENTFORCE WORLD TOUR LISBOA: O ECOSISTEMA SALESFORCE EM MOVIMENTO

O evento da Salesforce destacou casos reais de adoção das soluções de inteligência artificial da empresa norte-americana e reforçou o papel da IA enquanto motor da transformação e eficiência.

O CENTRO DE CONGRESSOS DE LISBOA

voltou a acolher o Agentforce World Tour Lisboa, promovido pela Salesforce, que reuniu parceiros e clientes para explorar o impacto da Inteligência Artificial (IA) na relação entre empresas e clientes. No *keynote* de abertura, Fernando Braz, Country Leader da Salesforce Portugal, agradeceu a confiança depositada pelos clientes e parceiros na empresa e sublinhou a importância de uma abordagem ética e humanizada à tecnologia. “Devia fazer-se negócio para se fazer o bem”, afirmou, definindo aquele que considera ser o principal propósito da Salesforce.



PARA VER O VÍDEO CLIQUE SOBRE A IMAGEM



- O Agentforce World Tour Lisboa contou com a presença de cerca de 1200 participantes -

Entre os testemunhos apresentados, destacou-se o da Associação Nuvem Vitória, que tem vindo a transformar a sua atuação com o apoio das soluções da Salesforce. Sara Prates, Senior Enterprise Account Executive, conversou com Ana Rita Ramos, Voluntária da associação, que revelou como a implementação da plataforma permitiu uma gestão mais eficaz dos voluntários distribuídos pelo país.

Em conversa com a IT Insight, Ana Rita Ramos considera que a Salesforce é um dos principais parceiros responsáveis pelo impacto que a associação tem. “Quando começámos, com meia dúzia

ID: 117939824

de voluntários, fazíamos as escalas e distribuíamos os voluntários pelos hospitais onde estávamos com um Excel”, recordou.

A plataforma, além de gerir os horários e as localizações dos voluntários, também mede o impacto da Nuvem Vitória através da recolha de dados relevantes, como o “número de histórias que foram lidas, o número de crianças impactadas, informações várias como se a criança estava acompanhada, ou não, por um adulto, a sua faixa etária, para percebermos o nível de impacto que temos”.

TECNOLOGIA QUE UNE: IA AO SERVIÇO DE TODOS

Ainda no decorrer da sessão de abertura, Marco Hernansanz, EVP & CEO para o Sul da Europa, Médio Oriente e África, e Enrique Polo de Lara, Country Leader em Espanha, subiram ao palco para partilhar a visão da Salesforce sobre a *digital workforce*. “Agora temos os trabalhadores e os agentes de inteligência artificial a trabalhar lado a lado”, destacou Marco Hernansanz. Enrique Polo de Lara sublinhou a forte adoção das soluções Salesforce na Ibéria, com mais de 200 empresas

01-07-2025

já envolvidas. “Esta adoção acontece em todas as empresas: grandes e pequenas, e também em todos os setores”, afirmou.



- (da esquerda para a direita) Enrique Polo de Lara, Marco Hernansanz e Fernando Braz -

Seguiu-se a intervenção de Miguel Barreto Pontes, Diretor de Canais do Banco BPI, que partilhou a experiência da instituição na integração dos serviços de IA da Salesforce no seu ecossistema digital. Em conversa com Fernando Braz, o responsável destacou que “a primeira chave para o sucesso é a adoção” das ferramentas, reforçando o valor prático da IA na melhoria do quotidiano dos colaboradores.

A fechar o primeiro momento do dia, Fernando Braz apelou à democratização da tecnologia, sublinhando que “a Salesforce é para todos”, com soluções adaptadas a pequenas, médias e grandes empresas de diferentes setores de atividade.



PARA VER O VÍDEO CLIQUE SOBRE A IMAGEM



- Fernando Braz, Country Leader da Salesforce Portugal, abriu o evento -

PARCERIAS, INOVAÇÃO E IMPACTO REAL NAS EMPRESAS

Durante o evento, Fernando Braz destacou à IT Insight a importância do evento como um espaço de partilha e de proximidade com a comunidade. Para o responsável, estes encontros são funda-

ID: 117939824

01-07-2025

mentais para mostrar, na prática, o impacto positivo das decisões e soluções Salesforce nas empresas.

Sublinhou o papel transformador dos agentes na digitalização das empresas, referindo que estas plataformas permitem libertar os profissionais de tarefas repetitivas, para que possam concentrar-se em atividades de maior valor. Ao final da manhã, o evento contava já com cerca de mil participantes, o que levou Fernando Braz a fazer um balanço “extremamente gratificante”, sublinhando a partilha de experiências como sinal de que “todos podemos ser digitais”.

Diogo Andrade, Partners Lead da Salesforce Portugal, evidenciou o papel crucial dos parceiros no ecossistema nacional da tecnologia. Considerou-os “vitais”, uma vez que são os principais responsáveis por adaptar e implementar as soluções Salesforce às necessidades reais dos clientes. O responsável pelo canal frisou que a presença dos parceiros no Agentforce World Tour Lisboa é particularmente relevante, descrevendo o evento como “o

momento certo e o espaço certo” para mostrar a força e a vitalidade do ecossistema Salesforce em Portugal.



PARA VER O VÍDEO CLIQUE SOBRE A IMAGEM



- Diogo Andrade, Partners Lead, Salesforce Portugal -

NTT DATA

Com uma parceria com a Salesforce que remonta a 2001, a NTT Data tem vindo a reforçar a colaboração: “Trabalhamos juntos para encontrar as melhores soluções para os clientes, inovamos em conjunto e é uma parceria muito próxima e positiva”, sublinhou Sofia Florentino, Head of Salesforce da NTT Data.

Para a NTT Data, o Agentforce World Tour é um momento-chave: “Além do *networking* com clientes e parceiros, trazemos anualmente um cliente para partilhar desafios e sucessos, mostrando o nosso trabalho”, referiu Paula Figueiredo, Executive Director da NTT Data.

CAPGEMINI

A Capgemini é um dos parceiros históricos da Salesforce, com uma relação considerada “estratégica e fundamental” para oferecer soluções nas áreas de CRM, *e-commerce* e *marketing*.

A presença no Agentforce World Tour é “um marco importantíssimo”: “É aqui que reencontramos parceiros, clientes e temos acesso às mais recentes inovações. É também a oportunidade para mostrarmos o que fazemos de melhor”, afirmou Vítor Barros, Delivery Director da Capgemini.

STEP AHEAD CONSULTING

A Step Ahead Consulting marcou presença no evento, reforçando a importância da parceria com a empresa. “Esta colaboração está alinhada com o

ID: 117939824

01-07-2025

nosso compromisso de entregar soluções tecnológicas que façam sentido para os nossos clientes”, afirmou Miguel Vieira, Diretor Regional da Step Ahead Consulting.

A presença no evento é igualmente estratégica: “Gostamos de acompanhar a evolução da Salesforce e manter contacto com clientes e parceiros, sempre com o foco na qualidade da entrega de soluções adaptadas a cada setor”.

PwC

A PwC destacou a parceria com a Salesforce como “absolutamente estratégica”, posicionando a estratégia da consultora como o apoio à transformação digital do mercado nacional através da tecnologia da Salesforce.

Em estreia no evento neste formato, o representante da consultora sublinhou o orgulho em participar: “É uma oportunidade de divulgar os nossos serviços, os projetos com clientes nacionais e afirmar o nosso papel como *advisors* no ecossistema empresarial português”, destacou Luís Corte Real, Customer Transformation Director da PwC.

CSA

A CSA considera a parceria com a Salesforce “fundamental”, quer a nível de implementação de soluções, quer como apoio comercial junto dos seus clientes.

A presença no evento é vista como essencial: “Num cenário transformativo, este é um evento agregador, que permite contacto direto com atuais e potenciais clientes, num dia intenso, mas altamente produtivo”, considerou Guilherme Coelho, Managing Partner da CSA.

INETUM

A Inetum vê na Salesforce um parceiro estratégico essencial. “Somos uma consultora tecnológica com forte presença na Península Ibérica e estar hoje aqui é motivo de honra. Falamos de tecnologia inovadora como a AgentForce e dos agentes autónomos, com ótimas oportunidades de *networking*”, destacou Bruno Ribas, Solutions Specialist da Inetum.

Sobre a importância da presença física, sublinham: “Queremos estar próximos dos clientes e apoiá-

-los nas suas iniciativas com agentes virtuais autónomos. Temos uma metodologia comprovada que os acompanha desde a análise de custo-benefício até à aplicação da tecnologia”.

TIMESTAMP

A Timestamp sublinhou a importância de trabalhar com tecnologias líderes como a Salesforce. “Precisamos de soluções capazes de responder à dimensão dos nossos clientes. A Salesforce é crucial nesse sentido”, referiu Nuno Pereira, Business Development Manager da Timestamp.

Quanto ao evento, afirma que “é essencial estarmos aqui. Sentimos um genuíno interesse dos clientes, que nos abordam com perguntas concretas e desafios reais. Este contacto direto permite-nos medir o pulso ao mercado”.

O evento contou ainda com sessões dedicadas à criação e implementação de agentes de IA, bem como áreas interativas de demonstração e partilha de experiências por parte de clientes e parceiros da Salesforce. ■