

skymail

SKYMAIL.COM.BR

TechTrends

EDIÇÃO

02



7 898754 783378

EDITORA



EUROPA

REVENDA SKYMAIL

UMA PARCERIA DE SUCESSO

COMO FUNCIONA ESSE MODELO DE NEGÓCIO
E QUAIS OS BENEFÍCIOS QUE ESTA PARCERIA PODE
TRAZER PARA ALAVANCAR SUA EMPRESA

GUSTAVO CAETANO

FUNDADOR DA SAMBATECH DÁ DICAS DE
COMO TORNAR SUA EMPRESA INOVADORA

FOCO NO CLIENTE

POR QUE A CULTURA CUSTOMER
CENTRIC É ESSENCIAL PARA O SUCESSO



Cloud Computing

Leve sua empresa para a nuvem com a Skymail: agilidade, eficiência e segurança



Em um mundo em constante evolução, a agilidade e a eficiência são essenciais para o sucesso do seu negócio. Com a Skymail Cloud Computing, você tem a solução ideal para impulsionar sua empresa para o próximo nível.

Reduza custos



Pague apenas pelos recursos que você usa, evitando gastos desnecessários.

Aumente a flexibilidade



Adapte-se rapidamente às necessidades do seu negócio, aumentando ou diminuindo os recursos conforme necessário.

Ganhe eficiência



Concentre-se no crescimento da sua empresa enquanto cuidamos de toda a infraestrutura de TI.

Proteja seus dados



Mantenha seus dados protegidos em data centers seguros e confiáveis.

Soluções robustas para empresas de todos os portes

Com o Cloud Computing Skymail, você tem acesso a: painel de controle intuitivo, alto desempenho e escalabilidade, suporte 24x7 e baixa latência.

Dê o primeiro passo para a transformação digital da sua empresa!

Escaneie o QR Code e saiba mais!

www.skymail.com.br
contato@skymail.com.br
(11) 3777-8410



Skymail TechTrends

Inspirando novas ideias

É com grande entusiasmo que apresentamos a segunda edição da *Skymail TechTrends*! Após o sucesso de nosso primeiro número, ficamos imensamente gratos pela recepção calorosa e pelo feedback positivo que recebemos. Isso reforçou nossa crença na importância de compartilhar conhecimento e promover discussões sobre as inovações que moldam o futuro do mercado de tecnologia.

Nesta edição, continuamos a explorar tendências transformadoras e temas essenciais para o sucesso no cenário digital atual. Você encontrará uma entrevista inspiradora com **Gustavo Caetano**, CEO da Sambatech, que nos mostra como a simplicidade pode ser o segredo para uma inovação eficiente e impactante.

Também mergulhamos no conceito de **customer centricity**, destacando como colocar o cliente no centro das decisões estratégicas impulsiona o crescimento sustentável. Além disso, abordamos o poder da **inteligência artificial na gestão data-driven**, revelando ferramentas indispensáveis para a tomada de decisões mais assertivas e competitivas.

Nossa **reportagem de capa** traz uma análise detalhada sobre o modelo de **revenda de tecnologia**, revelando as vantagens e oportunidades para empresas que desejam ampliar seus portfólios e alcançar novos mercados. E para aqueles que querem se antecipar às mudanças no cenário digital, exploramos as tendências de **cibersegurança para 2025**, um tema que ganha cada vez mais relevância na proteção dos negócios.

Não poderíamos deixar de agradecer aos nossos clientes, parceiros e colaboradores que contribuíram com conteúdo valioso e inspirador. A troca de experiências e o fortalecimento de nossas conexões nos impulsionam a seguir inovando e gerando valor a cada nova edição.

Esperamos que esta edição da *Skymail TechTrends* inspire novas ideias, provoque reflexões estratégicas e contribua para o crescimento de seus negócios.

Boa leitura!

**CRISTIAN
GALLEGOS**
Diretor de Marketing
da Skymail

Leia o QR code
para acessar a
versão digital
da Revista
**Skymail
TechTrends**



EDIÇÃO
02



Diretor de Marketing:

Cristian Gallegos

Analisa de Marketing Senior:

Rafael Camara Rocha

Analista de Marketing:

Susana Turssi

Fale com a gente:

www.skymail.com.br

@skymail.cloud



Rua Alvarenga, 1416
CEP 05509-003
São Paulo, SP
(11) 3038-5050
sac@europenet.com.br
www.europenet.com.br

Diretor: Luiz Siqueira
Edição e Arte: Marco Clivati
Textos: Marcella Blass
e Paulo Basso Jr.
Imagens: Shutterstock

Skymail TechTrends
Edição 2



6

ENTREVISTA GUSTAVO CAETANO



12

PARCERIA DE SUCESSO: REVENDA SKYMAIL



22 CUSTOMER CENTRICITY

SUMÁRIO

Entrevista Gustavo Caetano: como tornar-se uma empresa inovadora	6
Capa Entenda como funciona a revenda de tecnologia Skymail	12
Customer Centricity Por que ele é essencial para o sucesso de qualquer negócio	24
Resumo Skymail As novidades que vem por aí	30
Artigo Martech Desafios e inovações do marketing digital	34
Gestão com IA Oito ferramentas de IA para você potencializar suas tomadas de decisão	36
Artigo Produtividade Trabalho em equipe e o equilíbrio profissional	40
Segurança Cibernética Tendências para 2025	42
Calendário Os principais eventos de TI de 2025	46
Artigo Cloud Computing O que vem por aí	48
Palavras Cruzadas Desafio Skymail	50



INOVAR É SIMPLES

GUSTAVO CAETANO EXPLICA COMO A INOVAÇÃO DEVE FUNCIONAR DENTRO DAS COMPANHIAS PARA SER MAIS RÁPIDA E MENOS BUROCRÁTICA

Incrementar processos, produtos e segmentos em sua totalidade mantém as empresas um passo à frente da concorrência. Fazer isso pode parecer complexo, mas o segredo está na simplicidade. Quem garante é Gustavo Caetano, fundador e CEO da Sambatech, que guia seus clientes desde a concepção da estratégia até a implementação de soluções digitais com foco em inteligência artificial. A companhia foi eleita pela Fast Company como uma das mais inovadoras da América Latina.

A **Skymail TechTrends** conversou com o especialista, que deu um panorama de como criar ambientes e culturas empresariais que inspirem a inovação. “Na maioria das vezes, as melhores ideias não vêm da liderança, mas sim do time que está perto do problema. Negócios inovadores são aqueles que incentivam seus talentos a testar, errar e ajustar com rapidez.”

Skymail TechTrends (ST): Na sua opinião, como você definiria o conceito de inovação e quais fatores são essenciais para transformar uma boa ideia em um impacto real no mercado?

Gustavo Caetano (GC): Inovar é resolver problemas de maneira mais inteligente, simples e eficiente. Não precisa ser algo revolucionário. Às vezes, a inovação envolve apenas mudar a forma como algo já existe. O Nubank não inventou o banco, mas reinventou a experiência bancária. A BYD não criou o carro, mas mudou como ele é produzido e consumido. Inovar não é sobre tecnologia, é sobre impacto real. E aqui vai um ponto essencial: ideia não vale nada sem execução. Todo mundo já teve uma ideia genial que nunca saiu do papel. O que diferencia empresas inovadoras das que ficam pelo caminho é a capacidade de testar rápido, errar rápido e acertar mais rápido ainda.

ST: Como criar uma cultura de inovação dentro de uma organização e por que isso é importante?

GC: O primeiro passo é eliminar o medo de falhar. Se errar é sinônimo de punição, ninguém vai tentar algo novo. Companhias que inovam de verdade criam um ambiente no qual os times sentem segurança para testar hipóteses e aprender com os erros. O segundo ponto é matar a burocracia. Negócios que exigem cinco aprovações para qualquer mudança acabam perdendo velocidade. Enquanto isso, startups testam, validam e ajustam antes que o mercado perceba a oportunidade. A inovação precisa estar no DNA do negócio, e não ser apenas um evento isolado. Um exemplo disso é a Amazon: Jeff Bezos sempre disse que a empresa está disposta a falhar, porque cada fracasso traz aprendizados. E foi assim que surgiram a Alexa, o AWS e o Amazon Prime. Sem cultura de experimentação, nada disso teria existido.

ST: Quais são as principais características que definem uma liderança inovadora e quais diferenciais tornam esses líderes capazes de promover mudanças significativas, estimular a criatividade dentro das equipes e impulsionar a inovação dentro das organizações?

GC: Líder inovador não é aquele que tem todas as respostas, mas aquele que faz as perguntas certas. Ele não precisa ser o mais técnico da sala, mas deve ter curiosidade insaciável para aprender, coragem para experimentar e empatia para entender as necessidades do cliente. O mercado está mudando o tempo todo, e a liderança que não se adapta acaba levando a empresa para a estagnação. Quando estive com Satya Nadella, CEO da Microsoft, ele me contou que a transformação da Microsoft foi justamente em cima dessa mentalidade. Em vez de insistir em modelos ultrapassados, ele apostou na nuvem, na colaboração e na inteligência artificial, reposicionando a companhia para o futuro, mas principalmente transformando a cultura do negócio. Outro ponto fundamental é a capacidade de criar um ambiente onde a inovação acontece naturalmente, por meio do incentivo ao teste, erro e ajuste. Um líder que centraliza todas as decisões sufoca a criatividade da equipe e transforma inovação em burocracia.

“ Inovar não é sobre tecnologia, é sobre impacto real. E aqui vai um ponto essencial: ideia não vale nada sem execução. Todo mundo já teve uma ideia genial que nunca saiu do papel. O que diferencia empresas inovadoras das que ficam pelo caminho é a capacidade de testar rápido, errar rápido e acertar mais rápido ainda.”

“ Negócios que exigem cinco aprovações para qualquer mudança acabam perdendo velocidade. Enquanto isso, startups testam, validam e ajustam antes que o mercado perceba a oportunidade. A inovação precisa estar no DNA do negócio, e não ser apenas um evento isolado.”

ST: Quais são os principais desafios enfrentados na jornada de inovação?

GC: O primeiro desafio é a resistência à mudança. Há muito aquela mentalidade do 'sempre fizemos assim'. Esse pensamento é um veneno para qualquer negócio que quer inovar. O segundo grande desafio é a burocracia, que trava processos e faz com que ideias boas morram antes mesmo de serem testadas. Muitas empresas se perdem em aprovações intermináveis e acabam sendo ultrapassadas por concorrentes menores e mais ágeis. Como superar isso? Criando um ambiente de confiança e experimentação. Nos clientes da Samba, vemos que os que mais inovam são aqueles que conseguem testar rápido e adaptar sem medo de errar.

ST: Você é adepto da filosofia “Pense Simples”. De quais maneiras a simplicidade fomenta a inovação?

GC: A simplicidade é o que separa grandes ideias de

ideias que nunca saem do papel. No meu livro 'Pense Simples', mostro que o erro de muitas empresas é complicar demais, criando produtos e processos cheios de funcionalidades desnecessárias. O Instagram, quando surgiu, era apenas um app simples de fotos; o Uber, um botão para chamar um carro; e o iPhone revolucionou a telefonia ao eliminar o teclado físico. A GoDrive, do Grupo Água Branca, adotou esse princípio ao introduzir um modelo de assinatura de carros muito simples, sem preocupações com burocracia, IPVA, seguro ou manutenção. Todos são exemplos de como a simplicidade foca no que realmente importa. Da mesma forma, a SambAI, plataforma de agentes de IA, foi desenvolvida para liberar a equipe da Samba de tarefas repetitivas da operação, automatizando-as com agentes alimentados por dados do próprio negócio. O que começou como uma ferramenta interna para simplificar processos, hoje beneficia diversos setores, permitindo

que profissionais se concentrem em atividades mais estratégicas.

ST: Os caminhos para a inovação diferem entre as PMEs e as grandes companhias?

GC: Totalmente. As PMEs são como lanchas: rápidas, ágeis e mudam de direção com facilidade. Já as grandes são navios cargueiros: poderosos, mas lentos para virar. Startups e PMEs conseguem testar, errar e mudar rapidamente, mas muitas vezes esbarram na falta de recursos e escala. Já as grandes companhias têm capital, pessoas, redes de distribuição, mas sofrem com burocracia e resistência interna. O segredo é criar times multidisciplinares que funcionem como pequenas startups dentro dos grandes negócios. Além disso, as grandes também precisam se conectar com as pequenas, como o Itaú fez por meio do Cubo. Já a ArcelorMittal criou o AçoLab, conectando centenas de startups à empresa e transformando por completo a sua cultura. Em um setor tradicional como o aço, trazer a inovação para dentro da companhia foi essencial para manter a competitividade e encontrar novas oportunidades. Hoje, ela está entre as três mais inovadoras do país em vários rankings.

ST: Hoje, qual é o panorama da inovação no Brasil e quais são as perspectivas para o futuro?

“ O Brasil é um país onde a inovação acontece por necessidade, e isso é uma vantagem. Temos um dos ecossistemas mais vibrantes de fintechs, edtechs e healthtechs do mundo.”

Gustavo Caetano



GC: O Brasil é um país onde a inovação acontece por necessidade, e isso é uma vantagem. Temos um dos ecossistemas mais vibrantes de fintechs, edtechs e healthtechs do mundo. Onde há problema, há oportunidade, e o Brasil tem muitos problemas. Nos próximos anos, a inteligência artificial e a automação vão transformar ainda mais o cenário. Negócios que souberem usar tecnologia para ganhar eficiência e personalizar a experiência do cliente sairão na frente.

ST: Quais são as melhores estratégias e práticas para se antecipar às tendências, desenvolver habilidades relevantes e estar preparado para aproveitar ao máximo as oportunidades e desafios que o futuro reserva?

“ Nos próximos anos, a inteligência artificial e a automação vão transformar ainda mais o cenário. Negócios que souberem usar tecnologia para ganhar eficiência e personalizar a experiência do cliente sairão na frente.”

GC: A adoção de novas tecnologias não é mais uma escolha, é mandatória. As barreiras de entrada estão cada vez menores e, para continuar competitivas, as empresas precisam entender a jornada do cliente por meio de dados, identificar onde existem fricções e melhorar a experiência rapidamente. Além disso, automatizar processos repetitivos com inteligência artificial não é apenas uma forma de reduzir custos, mas uma

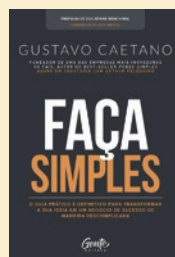
necessidade para escalar com eficiência. Outro ponto que acreditamos na Samba é que estamos vivendo a era da hiperpersonalização da comunicação. O cliente quer ser tratado de forma única, receber recomendações personalizadas e interagir com marcas que realmente entendem seus desejos. O futuro dos negócios passa por isso: tecnologia, eficiência e personalização em escala. Quem não entrar nesse jogo agora vai perder espaço muito rápido.

OBRAS DE GUSTAVO CAETANO

Em seus livros *Pense Simples* e *Faça Simples*, Gustavo Caetano compartilha lições valiosas sobre empreendedorismo, criatividade e inovação, com uma abordagem prática e acessível.

O primeiro apresenta a importância de simplificar processos e enxergar oportunidades de inovação de forma descomplicada. O livro traz insights sobre como criar um ambiente propício à inovação e exemplos de empresas que cresceram adotando essa mentalidade. *Faça Simples* complementa o primeiro livro ao enfatizar a importância da execução. O livro também traz histórias inspiradoras de empreendedores que conseguiram transformar ideias em negócios de sucesso.

Ambos os livros seguem a premissa de que inovação não precisa ser complexa e que qualquer pessoa pode inovar se focar no essencial. Seja ao pensar, seja ao fazer, a simplicidade e a agilidade são os pilares para alcançar resultados concretos.



REVENDA DE TECNOLOGIA SKYMAIL

ENTENDA COMO FUNCIONA ESSE MODELO
DE NEGÓCIO E OS BENEFÍCIOS QUE ELE
PODE TRAZER PARA A SUA EMPRESA

O avanço da tecnologia da informação foi responsável por transformar e ampliar o leque de possibilidades no setor. Em paralelo, aumentou exponencialmente a quantidade de especializações no mercado. Esse novo cenário inspirou uma grande movimentação por parte das empresas, que passaram a focar suas atividades em verticais específicas da indústria ou de conhecimento.

Durante essa metamorfose, a infraestrutura de cloud computing se transforma em uma demanda indispensável para negócios de todos os portes e segmentos. Afinal, como a etimologia da palavra revela, trata-se de um conjunto de elementos-base. “Atualmente, o serviço é quase um commodity, assim como uma instalação de energia elétrica ou um link de internet”, explica Pablo Werneck, Diretor de Negócios na Skymail Soluções em Nuvem.



Imagem: Ar, TH, Shutterstock

us\$ 1 trilhão

é a previsão de gastos dos usuários finais com serviços de cloud pública em 2027.

Um estudo publicado pela Gartner prevê que os gastos dos usuários finais com serviços de cloud pública no mundo devem ultrapassar US\$ 1 trilhão em 2027. Ainda de acordo com a consultoria, até 2028, a computação em nuvem deixará de ser um disruptor de tecnologia para se tornar um componente

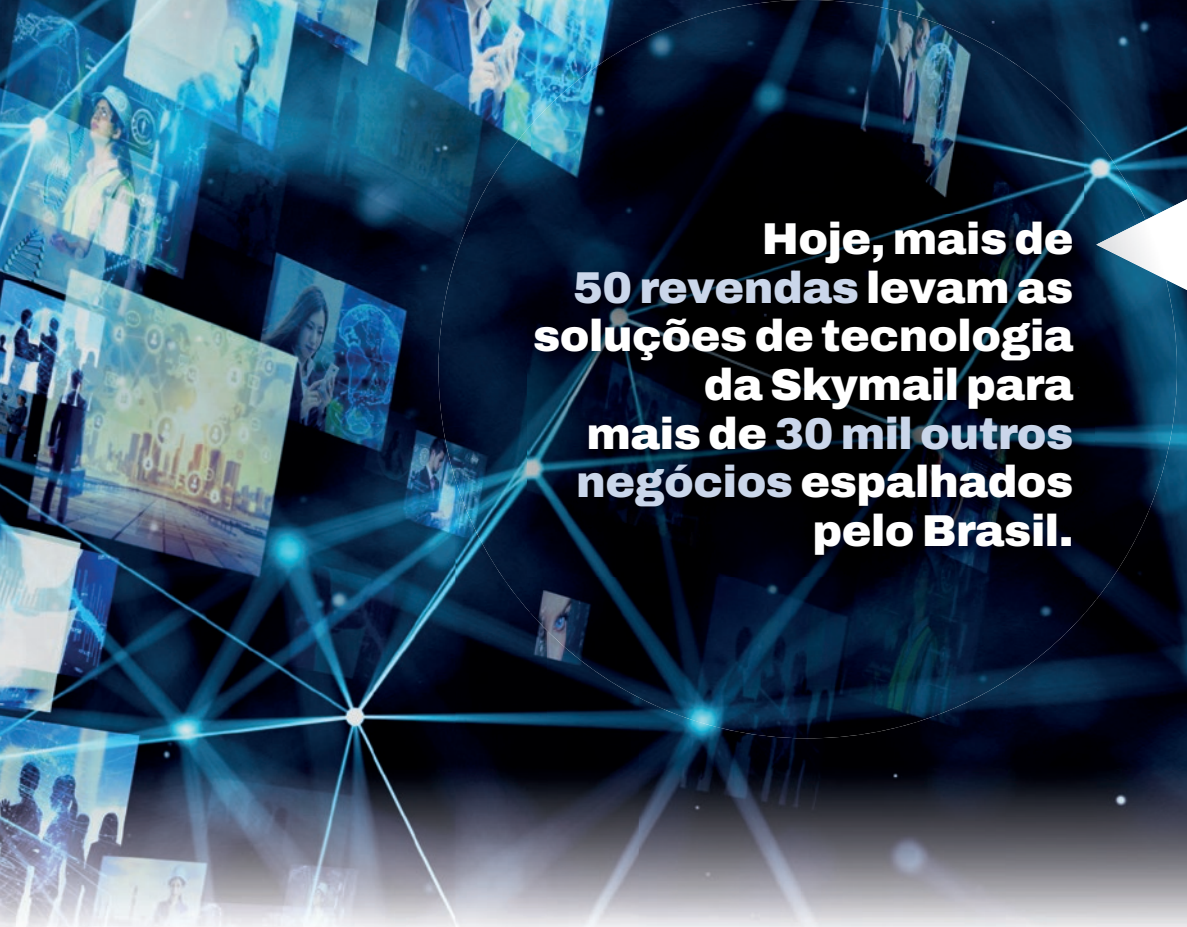
necessário para manter a competitividade de qualquer empresa.

Tamanho expectativa torna o serviço assunto de missão crítica, no qual falhas e interrupções podem causar prejuízos irreparáveis. Não é à toa que montar uma infraestrutura de nuvem demanda grande

investimento financeiro não apenas no início da operação, mas principalmente para garantir a resiliência e a alta disponibilidade dela. A conta, no entanto, não fecha para boa parte das empresas de TI.

É diante dessa barreira de entrada – e do dinamismo frenético do setor – que o modelo de revenda de soluções prova seu valor. A dinâmica é simples: grandes companhias de tecnologia consolidadas disponibilizam suas soluções para revendedores autorizados, que ficam responsáveis por levá-las até o cliente final.

Isso permite que micro, pequenos, médios e até mesmo grandes



Hoje, mais de 50 revendas levam as soluções de tecnologia da Skymail para mais de 30 mil outros negócios espalhados pelo Brasil.

negócios complementem e diversifiquem seu portfólio com novas ofertas de produtos e serviços. O ponto-chave é que a modalidade é acessível, prática e pouco burocrática, abrindo o caminho para que os empreendedores potencializem suas próprias marcas e fortaleçam suas bases de clientes.

Na Skymail, o modelo é visto sob uma ótica de plataforma de negócios. “Geramos valor para a revenda disponibilizando em seu portfólio soluções estáveis, funcionais, com investimento diferenciado e sempre em evolução”, explica Lucas Marin, co-fundador e Líder de Desenvolvimento

na Skymail. “Além disso, ajudamos o revendedor que precisa reinventar os serviços que já oferece. Com nosso apoio de ponta a ponta, ele pode realizar uma grande evolução no produto antes de ofertá-lo ao cliente final.”

Atualmente, o mercado de revendedores representa quase 50% da atuação da Skymail. No total, os mais de 500 parceiros levam a tecnologia da companhia

para a operação de mais de 30 mil outros negócios espalhados pelo Brasil. O modelo foca Cloud Computing, Colaboração em Nuvem e Segurança da Informação, serviços de extrema demanda em todas as verticais de mercado.

Lucio Boracchini, Head of Sales na Skymail, explica que existem apenas alguns requisitos básicos para se tornar um revendedor

Atualmente, o serviço de cloud computing é uma commodity, assim como uma instalação de energia elétrica ou um link de internet.



“ Para criar um empresa no segmento de cloud computing a partir do zero, é necessário investir em infraestrutura de servidores e recursos humanos capacitados. Esse é um cenário extremamente proibitivo, pois muitas empresas não têm recursos para tal. É por isso que o modelo de revenda é uma excelente alternativa.”

Lucio Boracchini
Head of Sales da Skymail

Skymail. O parceiro deve ser capaz de atuar diretamente no suporte de primeiro nível, bem como no faturamento do serviço junto ao cliente final. Isso vai permitir que a revenda receba suporte técnico de níveis dois e três e seja cobrada em uma única fatura – de acordo com o volume total de contratações realizadas por meio da revenda.

O contrato segue o modelo de atacado e deixa esclarecido os volumes de venda a serem respeitados. Isso é importante para que a Skymail possa continuar a oferecer as soluções a preços interessantes, que permitam ao revendedor agregar uma boa margem às ofertas que chegam ao cliente final.

Vantagens competitivas

“Para partir do zero neste segmento, é necessário

investir em infraestrutura de servidores e recursos humanos capacitados para gerenciar os serviços de cloud computing. Sem falar em outras demandas como hardware, data centers, licenças e softwares essenciais. Esse é um cenário extremamente proibitivo, pois muitas empresas não têm recursos para tal”, ressalta Boracchini.

Em paralelo, por questões de capilaridade, até mesmo nos maiores mercados há espaço para os revendedores. É por isso que o modelo de revenda é uma excelente alternativa para expandir operações e aumentar a competitividade sem precisar pensar em hardware ou no desenvolvimento de novos produtos e serviços. Boracchini destaca que, com um comprometimento mínimo de R\$ 2 mil por mês, a revenda Skymail oportuniza

acesso fácil a diversas soluções na nuvem.

Além do baixo custo de entrada, esse modelo de negócio dá às empresas a chance de alcançar novos mercados e clientes. Em especial aqueles que não seriam acessíveis apenas com os produtos e serviços do portfólio original. Outro grande benefício é a adaptabilidade rápida às mudanças do mercado. Atuar com software permite integrar novas tecnologias e tendências com maior fluidez.

Somado à economia nos custos tecnológicos e de desenvolvimento está o grande trunfo da modalidade: a otimização do tempo. Com a infraestrutura principal a cargo da Skymail, a revenda pode redirecionar orçamento e energia para a experiência do cliente. Essa é uma das frentes que acabam sendo negligenciadas quando a

produtividade fica muito presa à parte operacional do negócio.

“A dinâmica possibilita ao revendedor atender e se relacionar com o cliente de maneira mais personalizada. É uma grande oportunidade de entender melhor as necessidades do público e passar a oferecer experiências direcionadas e específicas”, aponta Boracchini.

White label

O ponto alto deste modelo de negócio está bastante atrelado ao aspecto white label. Os produtos de “etiqueta branca” são aqueles criados por uma empresa para serem revendidos

por outras como se fosse um produto autoral. Nessa dinâmica, as revendas têm liberdade para agregar marca e logotipo próprios à solução sem que o cliente saiba que ela é terceirizada.

Na Revenda Skymail, todos os pontos de contato

com o cliente final são personalizados. Os parceiros oferecem os serviços com a qualidade da infraestrutura Skymail agregando os próprios diferenciais à oferta final.

O grande trunfo aqui é que o risco relacionado ao investimento é baixíssimo.

Além do baixo custo de entrada, o revendedor tem a chance de alcançar novos mercados e clientes. Em especial aqueles que não seriam acessíveis apenas com os produtos e serviços do portfólio original. Outro grande benefício é a adaptabilidade rápida às mudanças do mercado.

MUDANÇA DE MERCADO

A Tecnologia da Informação está deixando de ser vista como um setor isolado dentro da economia, como uma indústria independente (uma vertical industrial), para se tornar uma competência essencial que permeia diversos setores do mercado. Empresas de todos os segmentos (saúde, finanças, varejo, educação, indústria, etc.) precisam integrar TI para se manterem competitivas. Isso significa que a tecnologia não é mais um setor à parte, mas uma competência estratégica que impulsiona inovação, produtividade e eficiência em diversas áreas. A tecnologia está se tornando uma habilidade essencial dentro de qualquer negócio.

“As empresas buscam trabalhar mais e mais a adoção de tecnologia para se tornarem mais competitivas e terem melhores resultados de mercado”, diz Pablo Werneck.

Embora potencialize o cenário de Tecnologia da Informação, a grande quantidade de especializações dentro do segmento cria outra barreira de entrada. Nesse cenário, cada companhia procura prestar seus serviços nos nichos em que se considera mais competente.

“É muito comum as empresas terem diversos fornecedores de soluções de tecnologia. Contudo, há sempre um prestador que é o responsável por fazer consultoria ou suporte de TI. É este prestador que está mais próximo do planejamento e da camada estratégica da empresa. Por isso, o modelo de revenda é extremamente relevante para esse fornecedor, porque permite a ele ter uma oferta de infraestrutura de cloud computing e outras soluções de TI de maneira prática e descomplicada”, conta Werneck.

Foto: Arquivo Pessoal



“ Por conta da nossa visão estratégica para a categoria, grandes provedores de e-mail, com mais de 100 mil caixas postais, terceirizaram essa responsabilidade para a Skymail – em especial pela complexidade e pelos investimentos necessários para manter uma operação própria.”

Pablo Werneck
Diretor de Negócios da Skymail

Afinal, trata-se de um serviço amplamente testado e que já tem aceitação do mercado. O fato de haver milhares de outras empresas utilizando dá respaldo técnico e maior segurança para a reputação da sua marca.

Não é à toa que, como mostra o último “Censo das Revendas no Brasil”, publicado pela Associação Brasileira de Distribuição de Tecnologia da Informação (Abradisti), o setor cresceu 6,8% em faturamento. A

revenda de valor agregado foi o segundo canal que mais obteve sucesso, com incremento médio de 11,4%.

Nos últimos anos, a Skymail tem voltado o olhar para outras verticais de tecnologia que ainda não oferecem esse serviço, mas que desejam expandir a oferta de seu portfólio. “Nesse trabalho, adotamos a estratégia de ajudar o revendedor na construção dessa nova oferta. Para isso, buscamos conectar as

melhores soluções dentro do portfólio da Skymail aos objetivos de negócio do parceiro”, conta Werneck.

Essa jornada envolve processos de capacitação comercial e tecnológica, algo similar a uma consultoria. A revenda é o ponto central de contato com o consumidor final, oferecendo, inclusive, suporte de primeiro nível. Portanto, é crucial que as equipes comercial e de atendimento conheçam os diferenciais dos produtos e saibam como eles podem gerar valor para o cliente.

“Mais do que fornecer infraestrutura, a companhia entende a importância de transferir conhecimento para que as revendas possam desfrutar de todo o potencial das soluções que oferecem”, destaca o Diretor de negócios na Skymail Soluções em Nuvem.

De acordo com o último “Censo das Revendas no Brasil”, publicado pela Associação Brasileira de Distribuição de Tecnologia da Informação (Abradisti), o setor cresceu 6,8%. A revenda de valor agregado foi o segundo canal que mais obteve sucesso, com incremento de 11,4%.

Portfólio de revenda

As soluções de revenda da Skymail estão divididas em três pilares principais. Para Infraestrutura de Nuvem, são oferecidos servidores virtuais e infraestrutura no modelo de arquitetura dinâmica – envolvendo auto-scaling, balanceadores de carga, entre outras soluções. O revendedor e o cliente podem se beneficiar do modelo de cloud reservado (com previsibilidade de custos) ou do modelo elástico (com autonomia para crescer o ambiente em tempo real por meio de bilhetagem de acordo com o consumo).

“Cada modelo vai atender a diferentes demandas, e esse é um grande diferencial da Skymail. Normalmente, os provedores de nuvem oferecem apenas uma das variedades”, destaca Werneck.

Ainda dentro da categoria de infraestrutura, há também

as soluções de proteção e guarda de dados (Backup) e o Disaster Recovery. Na prática, os produtos atuam para proteger o negócio em casos de desastres e garantir a recuperação rápida das informações.

O segundo pilar é o de Colaboração em Nuvem, que trabalha com três plataformas. A principal delas é a de desenvolvimento próprio, o Skymail, que dá nome à empresa. De acordo com Werneck, ela é a plataforma de colaboração mais avançada do mercado nacional. Não há nenhuma outra solução de e-mail tão evoluída.

“Por conta da nossa visão estratégica para a categoria, grandes provedores de e-mail, com mais de 100 mil caixas postais, terceirizaram essa responsabilidade para a Skymail – em especial pela complexidade e pelos

investimentos necessários para manter uma operação própria”, destaca Werneck.

Há também o Sky Exchange, que é o Microsoft Exchange hospedado na Skymail, incluindo as funcionalidades e facilidades relacionadas. A terceira plataforma é o Microsoft 365. A Skymail é um revendedor autorizado, com todos os níveis de certificação para a oferta do serviço e alto nível de proximidade com o fabricante.

Por fim, o terceiro pilar é o de Segurança da Informação. A Skysec, divisão de cibersegurança da Skymail, tem um amplo portfólio de soluções e serviços para manter empresas sempre um passo à frente das ameaças. Para isso, usa como base o apoio dos maiores fabricantes do mercado e a atuação de um time com especialistas altamente qualificados.

REFORÇO DE CREDIBILIDADE

A credibilidade é o ativo mais valioso de qualquer canal de vendas. Segundo Werneck, quando essa relação de confiança é bem estabelecida na revenda, a empresa amplia significativamente suas oportunidades de negócios. “Dessa forma, quando seu negócio expande o portfólio, pode amplificar não apenas a própria receita, mas principalmente a participação nas decisões dos clientes. Você se torna ainda mais relevante para eles.”

No entanto, para manter esse reconhecimento, toda a cadeia de produtos

e serviços oferecidos deve ter a confiança como um princípio essencial. A Skymail adota essa abordagem, compreendendo que qualquer falha no serviço pode afetar a reputação do revendedor.

Por isso, a Skymail investe em infraestrutura de alto desempenho, garantindo disponibilidade, escalabilidade e baixo índice de falhas. E, caso surja algum problema, prioriza uma comunicação ágil e uma resposta rápida, reforçando a segurança e a confiabilidade para seus parceiros e clientes.

“A partir de uma configuração inicial simples, condições comerciais exclusivas e suporte especializado, o revendedor pode aumentar rapidamente seu portfólio de produtos e serviços em Cloud Computing, Colaboração, Segurança e envios SMTP. A Skymail está tecnicamente e comercialmente comprometida em atender às principais demandas dos clientes e do mercado”, destaca Lucas.

Produto e parceiro ideais

A escolha do produto a ser agregado ao portfólio é de extrema importância para o

sucesso da revenda. Sendo assim, é importante avaliar as ofertas atuais e buscar não simplesmente ampliá-las, complementar o catálogo de maneira coerente. A palavra-chave aqui é compatibilidade. Mais do que quantidade, é preciso haver qualidade e coerência.

Assim que a empresa entende quais soluções vão levar seu portfólio a outro patamar, a seleção do fornecedor deve se basear em aspectos como relevância e feedback de usuários atuais. “A variável determinante a se considerar é a confiabilidade do fornecedor. Busque parceiros que tenham renome no

mercado, bem como histórico positivo entre os clientes atendidos”, recomenda Boracchini.

Com 12 anos de mercado, a Skymail é autoridade no segmento de e-mail corporativo, nicho no qual iniciou sua história. A robustez do serviço e a confiabilidade conquistada permitiram à companhia atender às novas demandas com a mesma excelência, transformando-se em principal escolha quando o assunto é cloud computing.

Outra vantagem é poder contar com infraestrutura nacional em sete data centers espalhados pelo Brasil. “Ser um revendedor Skymail é a oportunidade de trabalhar na nuvem com suporte qualificado e técnicos com skills de alto padrão. O resultado da parceria é a capacidade de entregar as principais demandas de todos os tipos de cliente final, desde pequenas e médias empresas até grandes corporações”, conta Boracchini.


A qualidade do suporte, inclusive, é outro dos fatores essenciais para um bom fornecedor de tecnologia. Ele deve ser dedicado, robusto e disponível. A Skymail tem um modelo de atendimento especializado no revendedor. O acesso a níveis diferenciados de suporte e o acompanhamento comercial atuam para garantir um relacionamento baseado em transparência.

“Desde o contato comercial à operação do dia a dia até os processos



“A partir de uma configuração inicial simples, condições comerciais exclusivas e suporte especializado, o revendedor pode aumentar rapidamente seu portfólio de produtos e serviços.”

Lucas Marin
Sócio-fundador e Líder de Desenvolvimento da Skymail



A qualidade do suporte técnico é essencial para um bom fornecedor de tecnologia. Ele deve ser dedicado, robusto e disponível.

de ativação de serviços e passagem de conhecimento, nosso time está capacitado para orientar o revendedor sobre as melhores práticas de ofertas dos serviços”, aponta Werneck.

Já o atendimento capilarizado da companhia se dá através não apenas dos revendedores e dos escritórios regionais, mas também de uma estrutura técnica que abrange o território nacional

com bom custo-benefício e ótima performance. De acordo com Boracchini, isso permite que cada revenda transforme sua realidade e cresça localmente com a própria base de clientes – sempre amparada pela qualidade das soluções Skymail.

A proposta da Skymail é ser um facilitador para que os parceiros possam potencializar seus portfólios de produtos. Com a plataforma de revenda em constante evolução e o incremento na presença de mercado, a expectativa é crescer 50% em 2025. “A partir disso, nosso desejo é apoiar cada vez mais o revendedor em todo o ciclo com o cliente final, entregando um serviço estável e em constante evolução”, complementa Lucas.

COMO CRIAR UM PLANO DE REVENDA

O sucesso da estratégia de revenda está diretamente relacionado ao planejamento. Para começar ou potencializar essa jornada, o ponto-chave envolve o estudo das principais necessidades dos clientes atuais e das demandas do mercado. Esse estudo será fundamental para embasar e direcionar tomadas de decisão mais vantajosas no momento de diversificar o portfólio da sua empresa.

Após agregar ofertas de produtos e serviços, é importante continuar a desenvolver o contato com o cliente, apresentando as novas possibilidades. Mostre como as adições transformam seu negócio em um parceiro ainda mais estratégico e indispensável para ele.

Somado a isso, busque manter uma comunicação ativa e disponível – tanto com o cliente final quanto com a fornecedora de tecnologia. A clareza de ponta a ponta vai garantir que as conformidades éticas e legais estejam sempre em dia no relacionamento entre todas as partes.

Seja uma
revenda
Skymail



CASE DE SUCESSO: CONSULDATA

CONSULDATA E SKYMAIL: PARCERIA ESTRATÉGICA IMPULSIONA TECNOLOGIA NO PORTO DE SANTOS

A ConsulData é uma empresa de soluções tecnológicas da Baixada Santista, em São Paulo. Fundada em 1991, presta serviços no setor logístico--portuário, contribuindo para a modernização do Porto de Santos, o maior da América Latina.

“Somos uma companhia de tecnologia que trabalha focada em negócios de integração e revenda, prestação de serviços técnicos profissionais e de telecomunicação, infraestrutura e nuvem para o mercado corporativo”, conta Luiz Carlos Damasio, Diretor Comercial e de Marketing da ConsulData.

Os produtos e serviços atendem desde a fase preparatória de uma obra até a gestão dos negócios. Ao longo do desenvolvimento dos projetos, a ConsulData

indica, implementa e gerencia as melhores tecnologias, colocando à disposição todas as competências de sua equipe técnica e comercial.

Aliado de longa data

Apesar de ser uma companhia com muita expertise em tecnologia, a ConsulData decidiu não ter um serviço de e-mail próprio, optando por terceirizá-lo. Dessa forma, poderia continuar a oferecer os produtos do portfólio autoral com excelência e ainda ampliar a oferta de serviços para o cliente final. Para entender o início da parceria com a Skymail, no entanto, é necessário voltar no tempo. A ConsulData revendia os serviços de e-mail corporativo da Mandic Mail. O provedor de e-mail pago era um projeto criado por Aleksandar Mandic e Paulo Lima. Os

empreendedores ficaram à frente do negócio até 2011, quando ele foi adquirido pela gestora Riverwood Capital.

Com uma grande bagagem, Paulo viu a oportunidade de continuar no mercado com um novo negócio: a Skymail. A fidelidade e a confiança da ConsulData nos antigos executivos da Mandic fizeram com que a representação fosse naturalmente transferida para a Skymail.

“Hoje, a parceria complementa nossa oferta com uma solução robusta para e-mails corporativos. O produto da Skymail que é entregue aos clientes tem um perfil profissional de alta disponibilidade. Isso se alinha às nossas estratégias de oferecer serviços mais próximos das demandas de missão crítica”, conta Damasio.

Foto: Arquivo Pessoal



“O produto da Skymail que é entregue aos clientes tem um perfil profissional de alta disponibilidade. Isso se alinha às nossas estratégias de oferecer serviços mais próximos das demandas de missão crítica.”

Luiz Carlos Damasio
 Diretor Comercial e de
 Marketing da ConsulData

CASE DE SUCESSO: PLSS SOLUÇÕES

ESTABILIDADE DOS SERVIÇOS SKYMAIL AMPARA PLSS SOLUÇÕES NA OTIMIZAÇÃO DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

Sediada em Ponta Grossa (PR), a PLSS Soluções nasceu dentro da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), ganhou volume e já atua há mais de 16 anos no segmento de Help Desk. Na prática, ela auxilia os colaboradores internos de outras empresas no uso de computadores, sanando dúvidas e oferecendo suporte.

Já para os clientes que ainda têm servidores on-premise (computação local), a companhia oferece serviços de sustentação. “Nossa responsabilidade é cuidar da manutenção e do backup desse ambiente, garantindo que funcione de maneira coerente”, conta João Marcos Moretti Pellissari, diretor da PLSS Soluções.

A necessidade de buscar um parceiro de revenda veio em um momento em que o serviço de e-mail corporativo, mantido internamente, começou a apresentar muita instabilidade. A solução white label da Skymail resolveu o problema e ainda potencializou a produtividade do negócio. Graças ao suporte oferecido, a empresa passou a se preocupar com o que é mais importante: fazer a venda e a administração dos serviços junto ao cliente final.



Foto: Arquivo Pessoal

“Através da nuvem da Skymail, conseguimos desenvolver soluções muito robustas e com um ótimo custo benefício.”

João Marcos Moretti Pellissari
Diretor da PLSS Soluções

Credibilidade

De acordo com Pellissari, o fator decisivo que fez a PLSS agregar a solução de e-mail corporativo da Skymail ao portfólio foi o relacionamento próximo com o representante de vendas. O atendimento personalizado e a estabilidade do serviço entregue ao cliente na outra ponta também foram determinantes para fortalecer a parceria que já dura cerca de quatro anos.

A companhia também tem algumas máquinas em cloud com a Skymail. “Como representantes AWS,

entendemos que a nuvem pública é o ideal em alguns casos. No entanto, em outros, através da nuvem da Skymail, conseguimos desenvolver soluções tão robustas quanto a um ótimo custo benefício”, destaca o diretor.

A PLSS atua amparada por uma solução de e-mail corporativo estável e uma plataforma de cloud robusta. Com isso, tem liberdade para focar no core do negócio e na missão de descomplicar a tecnologia para seus clientes com soluções acessíveis e eficientes.







FOCO NO CLIENTE

COMO A CULTURA CUSTOMER CENTRIC ELEVA
O POTENCIAL CORPORATIVO E SE TORNA ESSENCIAL
PARA O SUCESSO DE QUALQUER NEGÓCIO

A centralidade no cliente é uma estratégia corporativa. Como o nome sugere, trata-se de embutir o consumidor no centro de todas as tomadas de decisão da empresa. A prioridade é entender quem é essa pessoa, quais são suas dores e qual é o valor que a marca entrega para ela, e, a partir disso, reconstruir o negócio em torno de seus desejos e suas necessidades.

O conceito se afasta bastante das abordagens tradicionais orientadas por produto e lucro. “É óbvio que as empresas customer centric também visam o lucro. A diferença é que elas entendem que são capazes de maximizar seu potencial de mercado de maneira sustentável e no longo prazo através da centralidade no cliente”, explica Francisco Zapata, fundador e CEO da Kentricos – Customer Centric Consulting.

Isso é possível porque a estratégia favorece a criação de experiências, produtos e serviços excepcionais, cujo foco principal é a geração de valor. De acordo com Thiago Delfino, sócio da Bain & Company e líder da prática de Inovação e Design para a América Latina, eles conduzem à construção de relacionamentos muito mais duradouros e ao aumento da retenção de clientes.

Movimento inevitável

Desde a era industrial, o mercado protagonizou diferentes fases. O Fordismo, idealizado em 1913 pelo empresário Henry Ford, fundador da Ford Motor Company, apresentou ao mundo o modelo de linha de produção. Com o passar dos anos, porém, a produção em massa deixou de ser um diferencial e se tornou obrigatória para as empresas que desejavam bater de frente com a concorrência.

“Em determinado momento, boa parte das companhias já produzia em escala. Então, se diferenciavam aquelas que

soubessem distribuir seus produtos de maneira mais inteligente e estratégica”, conta Zapata. Mas também não demorou muito para que o cenário anterior se repetisse: o modelo foi facilmente replicado, e o que era visto como diferencial passou a ser mandatório.

Chega a era da informação e as gigantes de tecnologia adotam os dados como elementos cruciais para a tomada de decisão. Não surpreendentemente, a gestão estratégica da informação assume papel determinante para todos os negócios que buscam a sustentabilidade de longo

prazo, independentemente de porte ou nicho de mercado da empresa.

Ao olhar em retrospecto, é possível reparar que – mesmo com os diferenciais evolutivos relacionados ao surgimento da produção em massa ou da era da informação – a dinâmica de poder nas relações comerciais sempre esteve a favor do fornecedor. Nos últimos 20 anos, porém, em um movimento inédito, essa dinâmica se inverteu.

Assim como aconteceu várias vezes ao longo da história, o que surgiu como diferencial tornou-se o esperado, o obrigatório.



Foto: Arquivo Pessoal

“**Estamos em uma época em que as regras do jogo mudaram drasticamente. No médio e longo prazo, adotar uma cultura centralizada no cliente será a única maneira de se diferenciar no mercado.**”

Francisco Zapata
Fundador e CEO da Kentricos

Agora, com o poder nas mãos dos clientes, não existe outro caminho para o sucesso dentro de uma empresa senão colocá-lo no centro de todas as tomadas de decisão.

É uma questão de sobrevivência no mercado. “Estamos em uma época em que as regras do jogo mudaram drasticamente. No médio e longo prazo, adotar essa cultura será a única maneira de se diferenciar”, afirma o fundador e CEO da Kentricos.

Conheça as soluções

Empresas que não se dedicam a conhecer o próprio público estão fadadas a trabalhar em cenários amplos e vagos. É quase como apostar às cegas, sem critérios ou direcionamentos, prática que leva ao desperdício de tempo e dinheiro.

Negócios centrados no cliente, por sua vez, percebem que o termo “cliente” não é uma massa homogênea e imutável. A partir daí, quanto maior o esforço para desvendar os detalhes e as nuances relacionadas ao público-alvo, mais clara e customizada a estratégia se torna. Essa compreensão dá embasamento para que as companhias se mantenham em um processo contínuo de inovação e melhoria de produtos e serviços.

O resultado natural desse tipo de atuação é o aumento da eficiência. “A centralidade no cliente contribui para uma cultura organizacional mais ágil e alinhada às mudanças

O GRANDE DESAFIO

De acordo com o fundador e CEO da Kentricos, a implementação de uma cultura centralizada no cliente precisa ser “top down”. É necessário que a alta liderança (C-levels, board de diretores e acionistas) revise sua agenda pessoal e esteja verdadeiramente empenhada nessa mudança.

O especialista destaca, ainda, que a cultura está arraigada nas pessoas. É algo que liga o indivíduo a seus valores, comportamentos e propósitos. “A cultura tem uma inércia muito grande dentro de qualquer empresa. Requer tempo conectar o coração de cada colaborador na direção da centralidade do cliente”, explica Zapata.

Podem ser desafiador para empresas que têm centenas ou milhares de colaboradores, mas existem técnicas e métodos dedicados a moldar e ajustar essa cultura. O ponto essencial é entender que se trata de um processo de longo prazo, que exige paciência e dedicação.

nas demandas do consumidor. A consequência é maior resiliência e competitividade dentro de um cenário em constante transformação”, destaca Delfino.

Outro benefício direto é a redução do nível de atrito no relacionamento com o consumidor. Segundo Zapata, quando a marca sabe com quem está falando gera menos incertezas e recebe na prestação do serviço. O produto se torna autoexplicativo. Isso não apenas diminui a necessidade de contato com a empresa e a taxa de churn (métrica que indica o quanto uma empresa perdeu de receita ou clientes), mas também potencializa a lealdade e o life time do cliente.

Seguindo essa estratégia, as companhias ainda descobrem formas alternativas

de relacionamento. O nível de confiança estabelecido faz com que o cliente revele novas maneiras de receber valor da sua marca – seja por up-sell, seja por cross-sell ou qualquer outro tipo de estratégia que você nunca tenha percebido como fornecedor.

Experiências genuinamente personalizadas fomentam a lealdade e a retenção da base de clientes. A cultura centrada no público-alvo também ajuda a consolidar a imagem de que a empresa realmente se importa com o consumidor. “Todos esses benefícios promovem um ciclo virtuoso, no qual a satisfação do cliente impulsiona a lucratividade, o crescimento sustentável e o fortalecimento de sua posição no mercado”, afirma Delfino.



Foto: Arquivo Pessoal

“ Em um cenário de extrema competitividade, com produtos e serviços muito semelhantes em qualidade e acesso, o que diferencia os players é a experiência que o cliente tem ao comprar algo ou contratar um atendimento.”

Thiago Delfino
Sócio da Bain & Company

Montando o quebra-cabeças

Para Zapata, uma maneira quase lúdica de explicar a estratégia é compará-la a um grande quebra-cabeças. “O que vemos o tempo todo são empresas que pegam apenas uma única peça (como uma métrica de desempenho, por exemplo) e colocam toda a energia nela, acreditando que isso as levará à centralidade. Porém, a centralidade não funciona de maneira fragmentada, ela é um conjunto”, aponta.

O especialista explica que, antes de se mover em direção ao cliente, o ideal é entender em qual nível de maturidade em centralidade

o negócio está. “Uma vez que o nível de maturidade é revelado, é possível identificar o próximo passo. Fica mais fácil de entender quais ‘peças’ fazem sentido e em qual sequência, profundidade e complexidade elas devem ser implementadas. Isso se chama programa de evolução em centralidade, uma organização multianual dos projetos de evolução de cada parte da centralidade no cliente”, diz o fundador e CEO da Kentricos.

A avaliação contínua da maturidade ao longo da construção da estratégia também é importante para avaliar como ela avança. Segundo Zapata, a versão

mais ampla do framework de análise de centralidade se baseia na execução de seis disciplinas – relacionadas a um framework criado pela Customer Experience Professionals Association (CXPA), principal organização de profissionais de CX e referência mundial no assunto.

As disciplinas são: estratégia (conjunto de práticas para elaborar a estratégia de experiência do cliente); compreensão (esforços para compreender quem é o cliente); design de experiências (desenho técnico e proposital das experiências positivas geradas para os clientes); mensuração (quantificação

da qualidade da experiência do cliente para embasar a otimização da estratégia; governança (definição de padrões de experiência do cliente para gerenciá-la com maior disciplina); e cultura (todos os aspectos culturais da empresa que inspiram nos colaboradores valores e comportamentos que melhoram a experiência ao cliente).

Caminho sem volta

“Antigamente, ter serviços e produtos fantásticos era o principal meio para alcançar um aspecto financeiro positivo e sustentável. Agora, isso é o mínimo. Estamos falando de tecnologia, algo que, por definição, é altamente copiável”, comenta Zapata. A centralidade no cliente, por outro lado, é quase impossível de se replicar, porque depende de absolutamente todos os aspectos de uma empresa.

“Em um cenário de extrema competitividade, com produtos e serviços muito semelhantes em qualidade e acesso, o que diferencia os players de um mercado é a experiência que o cliente tem ao comprar algo ou contratar um atendimento”, garante Delfino, sócio da Bain & Company.

Como a tendência geral é que as expectativas do consumidor continuem aumentando, a centralidade no cliente é um importante diferencial nesse novo contexto de mercado. Por isso, essa estratégia não é algo para pensar amanhã, mas para começar a fazer hoje.

NET PROMOTER SCORE

“O NPS é uma das métricas mais utilizadas no mundo para avaliar a satisfação de clientes. Ele é um indicador simples e fácil de entender, capaz de prever o crescimento geral da empresa e o valor do cliente ao longo de todo seu relacionamento com a marca”, conta Delfino. A partir da resposta à pergunta “Em uma escala de 0 a 10, qual a probabilidade de você recomendar nossa empresa a um amigo ou colega?”, o público é dividido em três grupos:

- **Promotores (9-10):** muito satisfeitos, propensos a recomendar a empresa.
- **Passivos (7-8):** satisfeitos, mas não entusiastas.
- **Detratores (0-6):** insatisfeitos, que podem prejudicar a reputação da empresa.

O NPS é calculado por meio da subtração da porcentagem de detratores da porcentagem de promotores. O resultado pode variar de -100 a +100, sendo a pontuação positiva indicadora de alto nível de lealdade. A métrica fornece insights valiosos sobre a experiência e pode ser usada para ajustar estratégias, elevar a satisfação do cliente, reduzir custos operacionais e promover uma lealdade duradoura. A consequência é um crescimento orgânico, rentável e sustentável.



CONHEÇA A
HISTÓRIA DA
COMPANHIA E
OS PRINCIPAIS
MARCOS DE
SEUS 12 ANOS
DE HISTÓRIA

SKYMAIL

INOVAÇÃO & SOLUÇÃO

Fundada em 2013 com foco em serviços de e-mail, a Skymail já chegou ao mercado com a visão de expandir os negócios para soluções em nuvem e segurança digital. Idealizada por Paulo Lima, Lucas Marin, Ricardo Machini e Matheus Fontes, a empresa é soma de diferentes técnicas e expertises, tendo como resultado uma operação alinhada às demandas mais atuais do mercado.

Inicialmente, a empresa tinha suas operações direcionadas apenas para pequenos empreendedores. No entanto, o DNA marcado por uma abordagem fortemente centrada no cliente (customer centricity) levou a um processo de transição natural, que permitiu à Skymail atender desde microempresas até grandes corporações.

O tempo potencializou o entendimento profundo das necessidades e dos desafios de cada cliente. Com isso, a dinâmica de interação e a troca de informação inspirou a empresa a

explorar produtos além do e-mail corporativo e a desenvolver novos serviços para atender a demandas específicas. Foi assim que surgiram as soluções de cloud computing e segurança digital, bem como o suporte gerenciado.

Para acompanhar a complexidade e a robustez adquirida, a Skymail também investiu em infraestrutura e capacidade técnica. As operações foram expandidas com a abertura de novos data centers em locais estratégicos, como São Paulo, Barueri, Osasco, Vinhedo e Recife, com o objetivo de garantir alta disponibilidade e escalabilidade para os serviços.

Em paralelo, parcerias estratégicas com grandes players como Amazon Web Service (AWS), Microsoft e Veeam potencializaram a oferta de soluções de ponta em cloud computing e segurança digital. Por fim, a implementação do atendimento personalizado e disponível 24/7 facilitou o acesso do cliente ao suporte técnico especializado.

Ano de expansão

Em 2024, a Skymail faturou R\$ 70 milhões e apresentou um crescimento de 35% em relação a 2023. A companhia também finalizou o ano com 6 mil clientes e 90 colaboradores, mostrando que não é mais uma startup, mas sim uma empresa consolidada e com um produto maduro. Para 2025, a expectativa é alcançar a marca de R\$ 100 milhões – já projetando um faturamento de R\$ 140 milhões para 2026, reflexo da alta demanda por serviços de cloud, segurança e revenda.

Para tal, a empresa está executando um

plano de investimento de R\$ 40 milhões até o final de 2025 nos departamentos de Tecnologia, Gente e Gestão, Produtos e Marketing. A proposta é solucionar as principais dores dos clientes por meio da contratação de novos profissionais e da aplicação em cibersegurança.

A Skysec, divisão de cibersegurança da Skymail, já responde por parte considerável do faturamento e deve gerar entre R\$ 7 milhões e R\$ 10 milhões até 2025. Além disso, os planos de expansão de negócios envolvem fortalecer as frentes de revenda,

estabelecer novos pontos de presença comercial pelo Brasil e dedicar investimentos massivos ao desenvolvimento e à evolução de produtos e serviços.

Hoje, um dos principais responsáveis pelo crescimento da Skymail é a oferta dos serviços voltados exclusivamente para as médias e grandes empresas. Isso se deve ao fato de que esses negócios têm como objetivo principal ampliar o número de clientes e expandir a atuação e o perfil de instituições atendidas – tendo a elevação do faturamento como consequência.



Foto: Arquivo Pessoal

“ A Skymail tem trabalhado para se posicionar como **referência no mercado de cloud computing e segurança no atendimento a empresas de diferentes setores da economia e que estão localizadas nas principais cidades do país.**”

Paulo Lima
CEO da Skymail

O atendimento rápido, personalizado e disponível 24/7 é um dos diferenciais da Skymail



Futuro próspero

“A Skymail tem trabalhado para se posicionar como referência no mercado de cloud computing e segurança no atendimento a empresas de diferentes setores da economia e que estão localizadas nas principais cidades do país. Para tanto, inauguramos uma sede no Nordeste com o objetivo de expandir nossa atuação. Além disso, temos atraído os melhores profissionais da área de tecnologia e estamos investindo cada vez mais em inovação. A ideia é desenvolver e fornecer recursos capazes de aumentar a produtividade

LINHA DO TEMPO DA SKYMAIL

DESDE A FUNDAÇÃO, A SKYMAIL NÃO PAROU DE CRESCER E EXPANDIR A OFERTA DE SOLUÇÕES. VEJA OS PRINCIPAIS ACONTECIMENTOS DA TRAJETÓRIA DA EMPRESA E COMO ELES A IMPULSIONARAM PARA O FUTURO.



▶ **Skymail nasce em São Paulo, fundada por um time de especialistas em implementação de cloud computing e e-mail corporativo de grandes provedores.**

▶ **Compra da InfoLink, no Rio de Janeiro, ampliação da presença na região e conquista de clientes como Rede D'Or.**

2013

▶ **Lançamentos das soluções de gerenciamento de nuvem e segurança digital em resposta às demandas do mercado.**

2016

▶ **Início do crescimento médio de 40% a 50% ao ano.**

2018

2019

▶ **Skymail ultrapassa a marca de 5 mil clientes empresariais e 500 mil usuários em suas soluções.**

2000

e diminuir os custos”, afirma Paulo Lima, CEO da Skymail.

Localizado no Recife, em Pernambuco, o último escritório comercial inaugurado é um data center local de alta performance que reforça o compromisso da Skymail com a excelência em infraestrutura de TI. O data center regional entregou aos clientes do Nordeste uma grande redução na latência – tendo como resultado uma melhoria notável no desempenho dos serviços. A proximidade física da infraestrutura reduziu o tempo de resposta, proporcionando acesso mais rápido aos dados e produtos hospedados.

Hoje, mais de um milhão e meio de usuários utilizam e apostam nas tecnologias da companhia para tornar seus processos mais ágeis e melhorar a produtividade de seus colaboradores. Tal volume explica por que o segmento continua em constante ascensão. Segundo levantamento feito pela Mordor Intelligence – empresa de inteligência de mercado e consultoria –, o tamanho do mercado de serviços de infraestrutura em nuvem foi estimado em US\$ 77,5 bilhões em 2024 e deverá atingir US\$ 106 bilhões até 2029. “Nosso objetivo agora é aprimorar produtos

Para 2025, a expectativa da Skymail é alcançar a marca de R\$ 100 milhões de faturamento

e soluções em cloud computing, ampliar a atuação regional, tornar a Skymail referência em seu mercado de atuação e poder desenvolver soluções inovadoras, voltadas para as médias e grandes empresas, elevando esse mercado a novos patamares”, conta Paulo Lima.

▶ **Reconhecimento como líder em cloud no estudo ISG Provider Lens pelo segundo ano consecutivo.**

▶ **Inauguração do novo data center no Nordeste, com o objetivo de melhorar o atendimento e reduzir a latência para os clientes da região.**

▶ **Projeção de alcançar a marca de R\$ 100 milhões em faturamento.**

2021

2023

2024

2025

▶ **Consolidação de parcerias estratégicas com grandes players como AWS, Microsoft e Veeam para gerenciamento e serviço em nuvem pública.**



Foto: Divulgação

A Skymail conta com 6 mil clientes, mais de 1,5 milhão de usuários e um time incrível de 90 colaboradores





CRISTIAN GALLEGOS
Diretor de Marketing
da Skymail



DESAFIOS DA INOVAÇÃO

AS TECNOLOGIAS DO AMANHÃ
REDEFININDO O MARKETING DE HOJE

Temos novos patamares de eficiência, personalização e tomada de decisão baseada em dados nas dinâmicas de Marketing e Vendas a partir de tecnologias emergentes, em especial a inteligência artificial (IA). Empresas de diferentes setores já estão colhendo os frutos da automação de processos e da geração de conteúdo em escala, proporcionando experiências mais personalizadas aos clientes. No entanto, enquanto o potencial da tecnologia é inegável, a implementação enfrenta desafios relacionados à preparação de dados, custos iniciais e adaptação organizacional. Nem tudo são flores. Nunca foi.

Impactos reais no marketing e vendas

A Coca-Cola tem demonstrado como a IA pode amplificar a criatividade. Utilizando ferramentas como OpenAI, a marca desenvolveu campanhas culturalmente adaptadas que otimizam a conexão com diferentes públicos e reduzem significativamente o tempo de produção. No setor de e-commerce, a Amazon segue como referência, utilizando IA para personalizar recomendações com tanta precisão que muitos consumidores já não sabem se precisam de um produto ou se a sugestão foi simplesmente irresistível. Resultado? Um aumento de até 35% nas taxas de conversão (McKinsey, 2023).

No B2B, a Salesforce mostra o poder da IA integrada ao CRM. Sua ferramenta Einstein prevê comportamentos de clientes e ajuda equipes comerciais a priorizar leads, elevando a produtividade em 25% (Salesforce Research, 2024). Esses exemplos evidenciam como a tecnologia está redefinindo o que é possível em marketing e vendas, indo além de tendências e entregando resultados concretos.

Soluções práticas: porque a inovação precisa funcionar no mundo real

Antes de qualquer inovação brilhar, é preciso organizar os dados da empresa. Plataformas como DataRobot ou Google Colab ajudam negócios a estruturar e experimentar soluções sem altos custos iniciais, tornando a implementação mais acessível.

Capacitar equipes é outro ponto crítico. A Unilever, por exemplo, criou hubs de inovação para treinar seus colaboradores em IA e análise de dados, resultando em campanhas digitais 20% mais eficientes. Aqui na Skymail, estamos implementando um SDR (Sales Development Representative) baseado em IA. Essa tecnologia promete transformar a abordagem inicial com clientes, otimizando interações e acelerando a qualificação de leads. Assim que tivermos dados concretos dessa implementação,

compartilharemos insights para inspirar outras organizações.

A revolução nos atendimentos digitais

Assistentes digitais baseados em IA também estão redesenhando o atendimento ao cliente. Um exemplo é a Sephora, que usa um chatbot avançado para recomendar produtos com base nas preferências do consumidor. Isso aumentou o ticket médio dos pedidos em 11% e garantiu uma experiência personalizada para cada cliente. Esses avanços refletem tendências maiores: de acordo com a PwC (2024), 82% dos consumidores preferem interagir com marcas que utilizam IA para oferecer atendimento rápido e eficiente.

Barreiras e como enfrentá-las: porque para funcionar, tem que suar

Apesar do entusiasmo, adotar tecnologias emergentes vem com seus desafios. Custos iniciais elevados e retorno incerto são obstáculos comuns, mas projetos piloto – como automação de email marketing – podem ajudar a mitigar riscos.

A privacidade é outra preocupação crescente. Com a LGPD e o GDPR em vigor, transparência no uso de dados não é apenas ética, mas essencial para preservar a confiança dos consumidores. A Microsoft, por exemplo, lidera nesse quesito, com auditorias regulares para garantir conformidade e minimizar riscos éticos.

Um futuro promissor com equilíbrio

Com 70% das empresas globais planejando ou já utilizando IA generativa até 2024 (Gartner), é evidente que a tecnologia está moldando o futuro do marketing e das vendas. No entanto, o sucesso vai além da adoção de ferramentas: requer estratégia, equilíbrio entre inovação e valores corporativos, e um olhar atento para conectar tecnologia e humanidade.

As empresas que alcançarem esse equilíbrio estarão prontas para enfrentar os desafios do mercado e aproveitar as oportunidades do amanhã, criando experiências que não apenas impressionam, mas também geram valor real para clientes e negócios.

Utilizando IA para personalizar recomendações, muitos consumidores da Amazon já não sabem se precisam de um produto ou se a sugestão foi simplesmente irresistível. Resultado? Um aumento de até 35% nas taxas de conversão.





Imagem: amgun, Shutterstock

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA GESTÃO DATA-DRIVEN

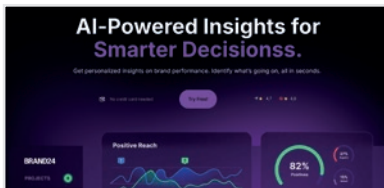
SELECIONAMOS OITO FERRAMENTAS DE IA
PARA VOCÊ POTENCIALIZAR SUA TOMADA
DE DECISÃO ORIENTADA POR DADOS

De modo geral, a prática de análise de dados engloba um conjunto de estratégias com foco em coleta, armazenamento, organização e interpretação de informações relevantes para a empresa, transformando-as em conhecimento e visões de negócio. Essa é a base da chamada cultura data-drive, na qual os achismos não têm vez e todas as decisões são orientadas por dados.

O conceito não está relacionado a uma atividade isolada, mas sim a uma verdadeira mudança organizacional – na qual a investigação dos dados é feita de maneira sistemática e rigorosa. Para isso, no entanto, é necessário empoderar os funcionários não apenas com as competências, mas também as tecnologias essenciais para interpretar informações e agir com rapidez.

Cada dia mais essa cultura se conecta ao poder da inteligência artificial. Integrar a tecnologia à gestão data-driven torna a tomada de decisão ainda mais eficiente, pois amplifica a capacidade analítica, automatiza processos e identifica padrões. Aqui você vai conhecer oito ferramentas que vão auxiliar a sua empresa nessa jornada.

► BRAND24



Os IA Insights são relatórios semanais focados no crescimento de marca em plataformas sociais. Compostos por gráficos, métricas e análises, os documentos oferecem recomendações prontas para usar, destacam preferências emergentes dos clientes e facilitam a identificação de tendências. A IA generativa da Brand24 traduz dados em estratégias adaptadas ao negócio, abrindo um caminho para aumentar engajamento e fortalecer reputação.

▪ <https://brand24.com>

► KNIME



Sem códigos e com a dinâmica de arrastar e soltar, esta ferramenta de análise e ciência de dados permite criar fluxos de trabalho com informações de qualquer complexidade. O assistente K-AI dá suporte para toda a jornada, respondendo perguntas e ajudando o usuário a aprimorar suas habilidades. Além disso, o Knime é compatível com os Large Language Models (LLMs) mais recentes, permitindo enriquecer os fluxos de trabalho com IA generativa.

▪ www.knime.com

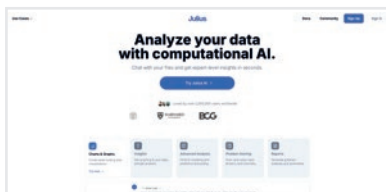
► TABLEAU AI



Focados em democratizar a análise de dados e simplificar as informações de consumo em escala, os recursos de IA se propõem a reduzir as tarefas repetitivas na rotina dos analistas de dados. Para isso, capacita os usuários corporativos com informações inteligentes, personalizadas e contextualizadas no fluxo de trabalho. Um diferencial é o foco em experiências confiáveis e éticas em IA, visando segurança e privacidade.

▪ www.tableau.com

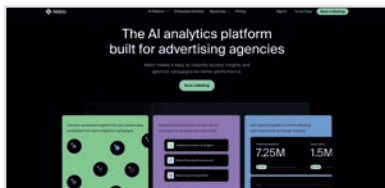
► JULIUS AI



A partir do upload de dados, a ferramenta permite gerar resumos e visualizações, identificar tendências e anomalias, prever desempenhos futuros, entre outras possibilidades. Todas as funcionalidades estão disponíveis em uma interface de conversação. Esse modelo torna a utilização mais acessível, tanto para especialistas quanto para usuários de negócio, facilitando que diferentes setores obtenham insights valiosos em segundos.

▪ <https://julius.ai>

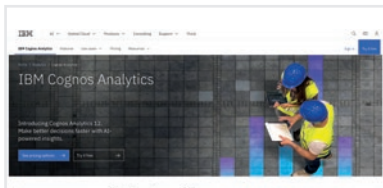
▶ AKKIO



Usa algoritmos avançados de machine learning e processamento de linguagem natural para analisar grandes volumes de dados e extrair insights. Com o Chat Explore, os usuários "se comunicam com os dados", criam relatórios personalizados e preveem tendências com modelos preditivos – por intermédio de uma rede neural criada em cima da variável desejada. A ferramenta é voltada para análise preditiva, com destaque em marketing e vendas.

▪ www.akkio.com

▶ IBM COGNOS ANALYTICS



Trabalhando em conjunto com a inteligência artificial IBM Watson, a ferramenta é uma suite integrada por relatórios, modelagem de dados, análises, painéis de controle e históricos – linha completa de recursos de Business Intelligence em uma arquitetura orientada a serviço. A proposta é embasar a tomada de decisão por meio de monitoramento da evolução dos negócios, análise de tendências e medição de resultados.

▪ ibm.com/products/cognos-analytics

▶ QLIK SENSE



Otimiza a análise visual de dados com painéis interativos e relatórios personalizados com atualização em tempo real. O recurso de insights acionáveis com IA generativa e aprendizado de máquina oportuniza a criação de alertas e gatilhos de ação em condições predeterminadas. A interação é realizada em linguagem natural. As respostas são ágeis e permitem realizar análises com outros usuários em diversos idiomas com a assistente de IA.

▪ www.qlik.com

▶ POWER BI



A ferramenta de Business Intelligence da Microsoft é voltada para coleta, análise e visualização de dados de várias fontes. Conta com recursos de criação de painéis interativos, relatórios personalizados e estudo avançado de informações com atualizações próximas ao tempo real. Todos os processos são amparados e otimizados pela inteligência artificial integrada – além de serem facilmente compartilhados por outras soluções da empresa.

▪ www.microsoft.com



RICARDO MACHINI
Sócio-fundador e
Diretor de Operações
de TI da Skymail

NAS FRONTEIRAS DA COLABORAÇÃO

COMO A TECNOLOGIA ESTÁ REDEFININDO O TRABALHO EM EQUIPE E O EQUILÍBRIO PROFISSIONAL

A colaboração nunca foi tão dinâmica e desafiadora. A cada dia, novas ferramentas prometem revolucionar a forma como trabalhamos, tornando a comunicação mais ágil e eficiente. No entanto, essa avalanche tecnológica também traz riscos: excesso de informações, fadiga digital, desafios de integração e a necessidade de garantir segurança e acessibilidade para todos os colaboradores.

O caminho até aqui: da comunicação tradicional ao trabalho híbrido

Historicamente, a colaboração no ambiente corporativo era simples: reuniões presenciais, telefonemas e e-mails resolviam quase tudo.

Mas a digitalização acelerada transformou esse cenário. Durante a pandemia, aproximadamente 57,5% das empresas brasileiras adotaram o home office de forma parcial ou total. Esse número caiu para 32,7% em outubro de 2022, mas o modelo híbrido seguiu ganhando força. Em 2024, um levantamento da consultoria JLL apontou que 86% das empresas no Brasil adotaram o trabalho híbrido, combinando dias no escritório e trabalho remoto (Monitor Mercantil).

Com essa nova realidade, a escolha de ferramentas de comunicação tornou-se crítica. Empresas precisam equilibrar segurança, estabilidade, integração e acessibilidade para garantir que suas equipes consigam colaborar sem frustrações tecnológicas.

Desafios na nova era colaborativa

A modernização da colaboração vem acompanhada de obstáculos importantes. A seguir listei algumas dessas barreiras.

• **Sobrecarga de informações:** a introdução constante de novas ferramentas pode levar à chamada "fadiga digital". Muitos profissionais se sentem sobrecarregados com notificações constantes e reuniões intermináveis. Segundo uma pesquisa da Gallup, 60% dos colaboradores afirmaram estar emocionalmente desligados do trabalho, e 19% declararam-se infelizes.

• **Escolha das ferramentas certas:** diante de tantas opções – Microsoft Teams, Google Workspace, Slack, Zoom, entre outras – a seleção da plataforma ideal exige mais do que apenas avaliar funcionalidades. Empresas precisam garantir tecnologia segura, estável, integrada e acessível, minimizando riscos de falhas e vulnerabilidades cibernéticas.

• **Adaptação e resistência às inovações:** enquanto alguns colaboradores adotam novas tecnologias rapidamente, outros enfrentam dificuldades para acompanhar o ritmo das mudanças. A falta de treinamento adequado pode ampliar essas diferenças e prejudicar a colaboração dentro da empresa.

Oportunidades na colaboração tecnológica

Apesar dos desafios, a tecnologia pode ser um grande diferencial competitivo quando bem utilizada.

• **Aumento da produtividade:** empresas que priorizam ferramentas de comunicação eficazes e promovem uma cultura de colaboração bem estruturada podem observar um aumento de até 25% na produtividade (Psico-Smart).

• **Flexibilidade e bem-estar:** o trabalho remoto e híbrido oferecem mais autonomia para os colaboradores, reduzindo deslocamentos e melhorando a qualidade de vida. Pesquisas apontam que funcionários que conseguem equilibrar vida profissional e pessoal são mais engajados e motivados.

Riscos à vista: atenção ao bem-estar digital e à segurança da informação
Com a digitalização da colaboração, também surgem preocupações.

• **Esgotamento mental e isolamento social:** o excesso de reuniões virtuais e mensagens instantâneas pode levar à exaustão, além

de enfraquecer o senso de pertencimento à equipe.

• **Cibersegurança:** a dependência de ferramentas digitais aumenta os riscos de ataques cibernéticos e vazamento de dados. Empresas precisam investir em soluções seguras, autenticação multifator e boas práticas de proteção digital para minimizar vulnerabilidades.

Equilíbrio entre tecnologia e colaboração humana
Como bem disse Satya Nadella, CEO da Microsoft: "A tecnologia sozinha não é suficiente. Precisamos de inovação que aprimore a colaboração humana."

Enquanto a tecnologia continua transformando a maneira como trabalhamos, as empresas precisam manter o foco na experiência do colaborador, garantindo que as ferramentas adotadas realmente facilitem o dia a dia, sem comprometer a segurança e o bem-estar. Afinal, o objetivo da colaboração digital não é apenas conectar pessoas, mas permitir que trabalhem de forma mais inteligente e produtiva.

Durante a pandemia, 57,5% das empresas brasileiras adotaram o home office de forma parcial ou total. Esse número caiu para 32,7% em 2022, mas o modelo híbrido seguiu ganhando força. Em 2024, 86% das empresas no Brasil adotaram o trabalho híbrido.





Imagem: HAKINMHAN, Shutterstock

DESCUBRA AS APOSTAS E OS
DESAFIOS DE CIBERSEGURANÇA
QUE AS EMPRESAS DEVEM
ENFRENTAR EM 2025

TENDÊNCIAS EM SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

A cibersegurança é uma das pautas mais relevantes e urgentes da atualidade. O avanço das tecnologias, a computação em nuvem e o volume de dispositivos conectados aumentam, ano após ano, a necessidade de as empresas protegerem seus ativos digitais.

O conhecimento e a inovação continuam a ser os principais aliados nessa jornada. Manter o olhar apurado para as tendências do setor, bem como para as ameaças em evidência, é a melhor maneira de construir uma postura proativa de proteção.

Contar com soluções robustas de defesa para os dados sensíveis garante não apenas a preservação de sua integridade, mas também a continuidade do negócio. Violações e vazamentos de dados podem ter consequências irreversíveis. O ditado “prevenir é melhor do que remediar” parece clichê, mas resume muito bem qual é o norte para as estratégias de segurança da informação (SI).

Cenário substancial

Uma das boas práticas dentro do objetivo de transformar prevenção em cultura organizacional é contar com um parceiro

Uma pesquisa da Sophos revelou que, das 75 companhias atacadas por ransomwares no Brasil em 2023, 83% delas efetuaram o pagamento exigido para reaver as informações roubadas. O valor médio pago nos resgates foi de US\$ 1,22 milhão (R\$ 6,2 milhões).

especialista no assunto. A Skysec, divisão de cibersegurança da Skymail, tem um amplo portfólio de soluções e serviços para manter empresas sempre um passo à frente das ameaças. Para isso, usa como base o apoio dos maiores fabricantes do mercado e a atuação de um time de especialistas altamente qualificado.

Segundo Diego Fernandes, CEO da Skysec, divisão de cibersegurança da Skymail, houve dois grandes divisores de água em segurança da informação nos últimos anos. O primeiro aconteceu em 2017, com o lançamento do ransomware ‘Wanna Cry’. Na época, mais de 200 mil empresas foram atacadas em 24 horas.

“Isso acendeu um alerta global a respeito da importância da segurança da informação dentro das corporações. O ocorrido foi um grande incentivador para que as altas lideranças percebessem, de uma vez por todas, o quão estratégico o segmento é”, destaca.

O segundo episódio se deu com a pandemia de Covid, em 2020, e a necessidade imediata de implementar o home office.

Para seguir em atividade, as empresas precisaram liberar conexões remotas e mudar formatos de acesso, controles de colaboradores e credenciais. Tudo isso sem comprometer a proteção de dados sensíveis. Especialmente no Brasil, onde a cultura do trabalho remoto não era muito difundida, o período foi determinante para o crescimento do setor.

Uma pesquisa encomendada pela Sophos, fornecedora de softwares e hardwares de segurança, revelou que, das 75 companhias atacadas por ransomwares no Brasil em 2023, 83% delas efetuaram o pagamento exigido para reaver as informações roubadas. O valor médio pago nos resgates foi de US\$ 1,22 milhão (cerca de R\$ 6,2 milhões).

Hoje, o Brasil é o país da América Latina mais visado por cibercriminosos. De acordo com o estudo X-Force Threat Intelligence Index 2024, da IBM, 68% dos incidentes cibernéticos registrados na região continental aconteceram no país.

Em contrapartida, o Brasil é o segundo país da América Latina mais comprometido com a Agenda Global de

Segurança Cibernética da União Internacional de Telecomunicações (UIT). Os esforços envolvem desenvolvimento de capacidades relacionadas às medidas legais, técnicas e procedimentais, governança, capacitação, conscientização e cooperação internacional.

Para ter no radar

As particularidades relacionadas ao mercado brasileiro reforçam ainda mais a necessidade de se manter consciente e atualizado. A implementação de práticas proativas e protetivas relacionadas às novas dinâmicas da atualidade é essencial para reduzir vulnerabilidades dentro de qualquer negócio.

A utilização massiva de dispositivos móveis, computadores e servidores, por exemplo, criou novos pontos suscetíveis a ataques cibernéticos. Os sistemas de detecção e resposta de ponto de extremidade (EDR) e detecção de resposta estendida (XDR) são tendências para auxiliar equipes de SI a trabalhar com maior eficiência. Por meio de recursos adaptativos de descoberta de perigos, eles conseguem reconhecer e responder automaticamente às ameaças antes que elas prejudiquem a rede.

A inteligência artificial generativa foi uma das principais tendências em cibersegurança no ano passado e continua em evidência em 2025. A tecnologia permitiu melhorar o desempenho de soluções

de segurança devido a sua grande precisão na detecção de ameaças cibernéticas.

O modelo Zero Trust também continua em alta como proteção robusta para ambientes complexos e dinâmicos. A chamada arquitetura de confiança zero assume que nenhum usuário, dispositivo ou tráfego é totalmente confiável. Por isso, se baseia em verificação contínua e controle de acessos a recursos e dados sensíveis, garantindo que todas as interações dentro da rede sejam seguras e autorizadas.

“Além destas questões, temos o fator humano. É indispensável que as organizações invistam em capacitação, treinamentos e testes direcionados à evolução da maturidade e do comportamento correto dos colaboradores junto a soluções, tecnologias e tratamento de dados”, afirma o CEO da Skysec.

O cenário ideal é transformar esforços de prevenção em cultura organizacional. As empresas devem criar um ambiente em que todos os colaboradores entendam como trabalhar de forma mais segura. É importante que a primeira linha de defesa contra as ciberameaças sejam as

pessoas. Para isso, no entanto, elas precisam estar munidas do conhecimento necessário para assumir essa responsabilidade.

Desafios atuais

Desde o “Wanna Cry”, em 2017, os sequestro de dados e sistemas evoluíram muito. A grandeza e o impacto dos ransomware atingiram níveis nunca vistos antes, bem como os custos de resgate e recuperação de informações. Outro ponto de alerta é que esses ataques têm atingido desde pequenas empresas até companhias de infraestrutura e governos – podendo paralisar por completo operações essenciais e vitais à sociedade.

O chamado phishing também se mantém em evidência. “A técnica de engenharia social explora brechas no comportamento humano para induzir os colaboradores a executar arquivos com cargas maliciosas e softwares espíões, ou até mesmo a vazarem dados sensíveis da empresa”, explica Fernandes.

Apesar de ter se posicionado como recurso poderoso para o setor de cibersegurança, a inteligência artificial também fornece novos recursos para o

Acesse o QR code e avalie o nível de maturidade da segurança digital da sua organização.



cibercrime. Por meio dela, os invasores conseguem criar ataques automatizados e malwares adaptativos que se ajustam às defesas desenvolvidas pelas empresas.

Somado a isso, há uma série de outras abordagens perigosas. O deepfake, por exemplo, é uma técnica baseada na criação de vídeos, imagens e áudios falsos com características altamente realistas. O conteúdo digital usa IA para simular e modificar rostos e vozes.

Ponto vital

“Os dados são o coração de qualquer operação. Imagine sofrer um ataque de ransomware e ficar fora do ar por dias, sem saber a quem cobrar ou pagar e impedido de acessar bases de dados e sistemas. Quanto isso pode custar para uma empresa? Qual seria o impacto dessa situação perante o mercado?”, provoca Fernandes.

Ser vítima de um sequestro de dados envolve diversos outros prejuízos além do pagamento do resgate. A conta aumenta com as análises forenses necessárias e os custos jurídicos, além dos prejuízos de marca e da perda de clientes.

“Sendo os dados um dos pilares mais críticos e

Em 2025, uma tendência que ganha espaço é a inclusão de especialistas de segurança cibernética nos conselhos de administração das grandes companhias. Isso é cada vez mais importante para que as ameaças não sejam subestimadas.

estratégicos para qualquer negócio, o backup é um dos procedimentos mais importantes em segurança da informação. Busque seguir todas as melhores práticas do setor, utilize soluções robustas e efetivas, eleve o nível de maturidade do seu time e nunca, em nenhuma circunstância, abra mão de ter um backup”, recomenda o CEO da Skysec.

Plano de ação

A cibersegurança não é mais um assunto restrito à área de TI. Em 2025, uma tendência que ganha espaço é a inclusão de especialistas de segurança cibernética nos conselhos de administração das grandes companhias. Isso é cada vez mais importante para que as ameaças não sejam subestimadas e o time responsável tenha recursos para manter a operação à frente dos criminosos.

Segundo relatório da Fortinet, quase 90% das organizações no Brasil sofreram pelo menos uma violação de segurança que pode ser atribuída à falta de habilidades cibernéticas. Enquanto isso, 70% das empresas atribuem o aumento dos riscos em SI à lacuna de competências no mercado.

O raciocínio faz sentido, já que a estimativa é de que sejam necessários 750 mil profissionais para preencher a crescente escassez de talentos em tecnologia. Acredita-se que a procura por profissionais qualificados em cibersegurança seja, pelo

CONHEÇA AS SOLUÇÕES SKYSEC

A Skysec tem um amplo portfólio de soluções e serviços para proteger empresas de ciberameaças. Para isso, conta com o apoio dos maiores fabricantes do mercado. A divisão de cibersegurança da Skymail também é parceira Platinum da Sophos, líder mundial em gestão de segurança digital.

“Nosso time técnico é composto por analistas e administradores seniores que estão prontos para reagir desde as situações de pequeno impacto até as de larga escala. São profissionais comprometidos em construir uma jornada lado a lado com nossos parceiros”, conta o CEO da Skysec. Conheça abaixo algumas das soluções.

- **Proteção para Mobilidade da Equipe e Estações (Endpoints):** por meio do serviço de gerenciamento de detecção de resposta (MDR), assegura dispositivos e cargas de trabalho (desktops, notebooks, smartphones e servidores) contra malware, ransomware e ataques direcionados.
- **Segurança de Rede:** firewall, switch, Zero Trust Network Access, pontos de acesso wireless e Remote Ethernet Device (RED) protegem conexões internas e externas de ataques sofisticados e violações de dados.
- **Cloud Security:** defesa robusta para ambientes e cargas de trabalho na nuvem nas plataformas Amazon Web Services (AWS), Microsoft Azure e Google Cloud Platform.
- **E-mail Security:** gateway de e-mail baseado em nuvem defende a comunicação e a colaboração da equipe de ameaças que possam comprometer dados e sistemas corporativos.



menos, o dobro da oferta.

Este fato passa a ser condicionante no momento de estabelecer uma estratégia de cibersegurança. “Em paralelo, é indispensável

que as companhias contem com parceiros estratégicos comprometidos e que caminhem lado a lado com as operações, construindo um trabalho a quatro mãos”, comenta Fernandes.

CALENDÁRIO DE EVENTOS

OS PRINCIPAIS EVENTOS DE TI QUE VÃO ACONTECER NO BRASIL E NO MUNDO NOS PRÓXIMOS MESES

Cybersecurity Forum

▶ 11 de março
São Paulo, SP
Em sua quarta edição, o Cybersecurity Forum discutirá de forma abrangente a segurança digital, incluindo investimentos em tecnologias avançadas, como IA Generativa, e a implementação de políticas robustas de segurança.
cybersecurityforum.com.br

ERP Summit

▶ 24 e 25 de março de 2025
São Paulo, SP
Maior evento da América Latina voltado para software e gestão empresarial, reúne especialistas, executivos e fornecedores de tecnologia. Aborda as principais tendências, desafios e inovações no mercado de sistemas de gestão (ERP).
www.erpsummit.com.br

Smart City Expo Curitiba

▶ 25 a 27 de março de 2025
Curitiba, PR
Considerado um dos maiores eventos de

idades inteligentes das Américas, reúne governos, empresas e organizações para discutir políticas de sustentabilidade, tecnologia, mobilidade e governança visando melhorar a vida nas cidades.
smartcityexpocuritiba.com

Web Summit Rio

▶ 27 a 30 de abril de 2025
Rio de Janeiro, RJ
Edição brasileira do renomado Web Summit, reunindo milhares de participantes para discutir o ecossistema de inovação brasileiro, com temas como inteligência artificial, fintechs, marketing digital e inovação.
www.rio.websummit.com

Business Leaders Club

▶ 27 de março de 2025
São Paulo, SP
O Business Leaders Club é um grupo fechado de CIOs e decisores de Tecnologia da informação e para alguns convidados VIP.
businessleaders.com.br

VTEX Day

▶ 2 e 3 de junho de 2025
São Paulo, SP
Um dos maiores eventos de comércio digital do mundo, o VTEX Day reúne os mais importantes nomes do varejo para discutir tendências e apresentar soluções inovadoras no setor.
www.vtexday.vtex.com

Agro Summit

▶ 3 de junho de 2025
Campinas, SP
Evento de referência para o setor do agronegócio, reunindo especialistas, empresas e líderes do mercado para discutir inovação, sustentabilidade e tecnologia no campo.
www.agrosummit.com.br

Gramado Summit

▶ 4 a 6 de junho de 2025
Gramado, RS
Evento de inovação e tecnologia, reunindo startups, investidores, empreendedores e grandes empresas em um ambiente



voltado para negócios, networking e troca de conhecimento.

www.gramadosummit.com

FEBRABAN Tech

► 10 a 12 de junho de 2025
São Paulo, SP

É o maior evento de tecnologia e inovação para o setor financeiro no Brasil. Reúne líderes do mercado, especialistas e empresas de tecnologia para discutir as tendências em transformação digital, open finance, cibersegurança, IA e inovação nos serviços financeiros.

www.febrabantech.com

SAB | CISO 2025

► 25 a 27 de junho de 2025
Local a definir

Evento voltado para líderes de segurança da informação, reunindo Chief Information Security Officers (CISOs) e especialistas do setor para debater os desafios e tendências da cibersegurança.

www.ebdcorp.com.br

Skymail Meeting

► Datas a confirmar
Porto Alegre (RS), Rio de Janeiro, (RJ), Fortaleza (CE) e Belo Horizonte (MG)

Evento de relacionamento e conteúdo do mercado nacional de TI promovido pela Skymail com participação de líderes e gestores de grandes empresas de todo o Brasil. Networking e palestras sobre cloud, TI, segurança e governança.

www.skymail.com.br

Super Bots Experience

► 21 a 22 de agosto de 2025
São Paulo, SP

Reunindo especialistas, desenvolvedores e empresas, o evento é focado em inteligência artificial, chatbots e automação de atendimento.

www.botsexperience.com.br

Fenabreve 2025

► 26 a 28 de agosto de 2025
São Paulo, SP

Maior evento do setor de distribuição de veículos da América Latina, reúne

concessionários, montadoras, fornecedores e especialistas para debater as principais tendências e desafios do mercado automotivo.

congresso-fenabreve.com.br

Innovation Forum

► 28 de agosto de 2025
São Paulo, SP

Evento voltado para a discussão das principais tendências em inovação, tecnologia e transformação digital. Reunindo líderes empresariais, especialistas e startups, o fórum promove painéis, palestras e debates sobre estratégias, tecnologias e modelos disruptivos.

www.forumtiinside.com.br

Gartner CIO & IT Executive

► 22 a 24 de setembro de 2025
São Paulo, SP

Evento voltado para CIOs e líderes de TI, com uma programação repleta de insights, palestras e estudos de caso.

www.gartner.com/pt-br/conferences/la/cio-brazil





MATHEUS FONTES
Sócio-fundador
da Skymail

PREPARE-SE PARA O FUTURO

TENDÊNCIAS EMERGENTES EM COMPUTAÇÃO EM NUVEM PARA 2025

À medida que nos aproximamos de 2025, a computação em nuvem continua a evoluir, introduzindo inovações que prometem transformar o cenário tecnológico empresarial. Para CIOs e diretores de tecnologia, compreender essas tendências é essencial para manter a competitividade e a eficiência operacional da empresa.

1 Inteligência artificial autônoma (Agentic AI)

A Gartner destaca o surgimento da "Agents AI", sistemas de IA capazes de planejar e executar ações de forma autônoma para atingir objetivos definidos pelos usuários. Essa evolução permitirá a criação de agentes virtuais que auxiliam, complementam e ampliam o trabalho humano, otimizando processos e aumentando a produtividade.

2 Governança de inteligência artificial

Com a crescente adoção de IA, surge a necessidade de plataformas que gerenciem aspectos legais, éticos e operacionais desses sistemas. Ferramentas de governança de IA ajudarão as organizações a criar, implementar e monitorar políticas que assegurem o uso responsável da tecnologia, promovendo transparência e confiança.

3 Computação espacial e metaverso industrial

A computação espacial, que integra tecnologias como realidade aumentada e virtual, está ganhando espaço no ambiente industrial. Empresas estão utilizando o metaverso industrial para desenvolver gêmeos digitais, simulações espaciais e espaços colaborativos digitais, resultando em operações mais seguras e eficientes.

4 **Computação híbrida**

A combinação de diferentes mecanismos de computação, armazenamento e rede está permitindo a criação de ambientes altamente eficientes e inovadores. Essa abordagem possibilita níveis elevados de automação e personalização em tempo real, além de expandir as capacidades humanas por meio de plataformas computacionais avançadas.

5 **Sustentabilidade e computação verde**

A pressão por práticas empresariais sustentáveis está impulsionando a adoção de soluções de computação em nuvem que priorizam a eficiência energética e a redução da pegada de carbono. Empresas estão investindo em arquiteturas e algoritmos mais eficientes, além de utilizar energia renovável para operar seus sistemas, atendendo às demandas legais, comerciais e sociais por sustentabilidade.

6 **Segurança e conformidade em ambientes multinuvem**

Com a crescente complexidade dos ambientes multinuvem, a segurança e a conformidade permanecem como desafios críticos. Organizações estão implementando estratégias robustas de governança e adotando ferramentas avançadas para gerenciar riscos e assegurar a conformidade com regulamentações,

garantindo a integridade e a proteção dos dados corporativos.

7 **Adoção de arquiteturas nativas da nuvem**

A transição para arquiteturas nativas da nuvem está permitindo que as empresas desenvolvam e implementem aplicações de forma mais ágil e escalável. Essa abordagem facilita a inovação contínua e a adaptação rápida às mudanças do mercado, proporcionando uma vantagem competitiva significativa.

8 **Automação e orquestração de processos**

A automação de processos de negócios e a orquestração de fluxos de trabalho estão se tornando essenciais para aumentar a eficiência operacional. Ferramentas avançadas de automação permitem a integração de diferentes sistemas e a execução de tarefas repetitivas, liberando recursos humanos para atividades estratégicas.

9 **Edge computing integrada à nuvem**

A integração da computação

de borda com a nuvem está permitindo o processamento de dados mais próximo da fonte, reduzindo a latência e melhorando a eficiência. Essa combinação é especialmente relevante para aplicações que exigem respostas em tempo real, como dispositivos IoT e veículos autônomos.

10 **Democratização da tecnologia e capacitação de talentos**

A acessibilidade crescente a tecnologias avançadas está democratizando a inovação, permitindo que empresas de diversos portes adotem soluções de ponta. Paralelamente, a capacitação contínua de talentos em novas tecnologias é crucial para maximizar o potencial dessas inovações e manter a competitividade no mercado.

Para CIOs e diretores de tecnologia, acompanhar e adotar essas tendências emergentes será fundamental para posicionar suas organizações na vanguarda da inovação e garantir a resiliência e o sucesso nos próximos anos.

Algumas inovações prometem transformar o cenário tecnológico empresarial nos próximos anos. Para CIOs e diretores de tecnologia, compreender essas tendências é essencial para manter a competitividade e a eficiência operacional da empresa.



DESAFIO SKYMAIL

PALAVRAS CRUZADAS
COM TECNOLOGIAS E
TERMOS DA ÁREA DE TI



HORIZONTAL

3. Conjunto de componentes físicos e lógicos que formam a base para o funcionamento de serviços e sistemas de tecnologia da informação.
5. Programas que permitem a realização de diversas tarefas em um computador, como edição de texto, navegação na Internet e gerenciamento de dados.
6. Nova marca mãe do grupo do qual a Skymail faz parte, representando um conjunto de empresas que oferecem soluções de tecnologia e comunicação para empresas.
8. Conceito, mecanismos e recursos implementados para proteger as informações e dados contra acessos não autorizados, ameaças cibernéticas e perda de dados.
9. Empresa brasileira que oferece soluções de email corporativo e serviços de TI, com foco em segurança, confiabilidade e suporte técnico especializado. Seus serviços incluem hospedagem de e-mails, servidores cloud, segurança da informação e soluções personalizadas para empresas.
10. Software que detecta e remove códigos maliciosos e outras ameaças virtuais, geralmente em emails e documentos anexos, protegendo o sistema e os dados de possíveis danos.
11. Conjunto de conhecimentos, ferramentas e técnicas utilizados para criar, desenvolver e implementar soluções inovadoras para empresas e pessoas.
14. Relacionado ao uso profissional e comercial, transmitindo seriedade, confiabilidade e organização na comunicação.
15. Referente ao uso profissional em empresas e organizações, com funcionalidades e recursos específicos para atender às necessidades do ambiente de negócios.

VERTICAL

1. Rede mundial de computadores que conecta bilhões de dispositivos em todo o mundo, permitindo a comunicação, o acesso à informação e o compartilhamento de recursos.
2. Assistência técnica especializada para usuários e clientes, auxiliando na resolução de problemas e dúvidas relacionadas aos serviços e produtos.
4. Ferramentas e recursos que facilitam o trabalho em equipe, permitindo o compartilhamento de informações, calendários e tarefas.
6. Mensagens eletrônicas indesejadas, como propaganda e mensagens fraudulentas, que podem ser filtradas e bloqueadas.
7. Ferramenta tradicional essencial para comunicação eletrônica, permitindo o envio e recebimento de mensagens, documentos e arquivos.
9. Computadores que fornecem serviços e recursos a outros computadores em uma rede, como armazenamento de dados, processamento e hospedagem de sites.
12. Tecnologia que permite o armazenamento e acesso a dados e serviços através da internet, proporcionando flexibilidade e escalabilidade por meio de instâncias e servidores virtuais.
13. Cópia de segurança dos dados, garantindo a recuperação das informações em caso de falha, perda ou desastre.

1. INTERNET 2. SUPORTE 3. INFRAESTRUTURA 4. COLABORAÇÃO 5. SOFTWARE
6. SKYNOVA/SPAM/TEMAIL 8. SEGURANÇA 9. SKYMAIL/USERS/PROFESSOR 10. ANTI-MURUS
11. TECNOLOGIA 12. CLOUD 13. BACKUP 14. PROFISSIONAL 15. CORPORATIVO



Segurança Digital para seu Negócio

Proteja seu negócio contra ameaças cibernéticas com segurança digital completa

Proteção Completa

Garanta a segurança de todos os seus dispositivos e estações de trabalho contra ameaças cibernéticas.



Firewalls Avançados

Utilize firewalls de última geração para proteger sua rede de invasões e ataques.

Gerenciamento de Vulnerabilidades

Identifique e corrija pontos fracos em seu sistema antes que sejam explorados.



Conformidade com LGPD

Assegure que sua empresa está em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados, evitando penalidades e garantido a confiança dos seus clientes.

Soluções de segurança integradas para proteção abrangente

Soluções integradas de segurança, criptografia de dados, proteção para endpoints e servidores, segurança na nuvem e treinamento de conscientização sobre phishing.

Dê o primeiro passo para a segurança digital do seu negócio

SOPHOS



VAULT ONE

- Endpoint Security (Sophos)
- Segurança de Rede (Sophos)
- Sophos Managed Detection and Response (MDR) (Sophos)
- E-mail Security (Sophos)

- Infraestrutura de Rede (Sophos)
- Fraude e Vazamentos de Dados (RainForest)
- Segurança de Aplicações (RainForest)
- Serviços VaultOne (Vault One)



Escaneie o QR Code e saiba mais!





E-mail corporativo e colaboração

▶ **Segurança e eficiência para seu e-mail corporativo: aumente sua produtividade com Skymail**

Com o E-mail Corporativo e Colaboração da Skymail, você garante uma experiência completa, combinando segurança robusta, ferramentas de colaboração avançadas e um painel de controle intuitivo para gerenciar tudo em um só lugar.



Controle Total

Gerencie todas as suas contas de e-mail e colaboradores através de um painel de controle completo.



Backup Automático

Não se preocupe com a perda de dados, nossos backups diários garantem a segurança das suas informações.



Segurança Robusta

Proteja suas comunicações com autenticação em duas etapas e antivírus atualizado diariamente.



Colaboração Facilitada

Utilize a Skybox, nossa plataforma de colaboração em nuvem, para compartilhar arquivos e trabalhar em equipe de forma eficiente.

Experiência completa de e-mail corporativo com recursos avançados.

Assinaturas de e-mail dinâmicas, políticas de senhas customizáveis, sincronização com catálogo global via LDAP, auditoria de mensagens e comunicação SSL.

Transforme a comunicação da sua empresa e impulsione a produtividade da sua equipe!



Escaneie o QR Code e saiba mais!

www.skymail.com.br
contato@skymail.com.br
(11) 3777-8410