

# Edigma nomeia Jon Castor como chairman

A tecnológica bracarense apostou com um gestor americano experiente e habituado a trabalhar com as grandes multinacionais fabricantes de televisões. Do seu currículo constam mais de 2 mil milhões de dólares de fusões e aquisições bem-sucedidas

Carlos Marçalo | juarezco@revistas.cofina.pt

A portuguesa **Edigma** passou a contar com a experiência do empreendedor norte-americano **Jon Castor**, que assumiu a função de *chairman* da empresa. Do seu currículo fazem parte mais de 2 mil milhões de dólares em fusões e aquisições bem-sucedidas, experiência com investidores na indústria tecnológica, no sector da energia e nos *digital media*.

Um dos projectos nos quais alcançou melhores resultados foi a **Omneon**, onde exerceu o lugar de presidente do conselho de administração, uma empresa pioneira suportada pela **Sony**, **Mitsubishi** e **Samsung**. A tecnológica sediada em Braga apresentou no final de Outubro o seu novo produto, o **Skin Ultra**. Na prática, trata-se de uma película que é colada por trás do vidro da televisão e que permite que essa superfície passe a ser *touch*, permitindo a interacção em ecrãs de grandes superfícies, com a mesma experiência de toque e velocidade de um *tablet*.

O **Skin Ultra** permite que se conjuguem numa mesma superfície até 100 toques em simultâneo, a uma velocidade de 5 milissegundos. Numa fase inicial de comercialização, o **Skin Ultra** vai estar disponível em



Miguel Fonseca, CEO da Edigma

monitores de 40, 42, 47, 50 e 55 polegadas. A grande diferença deste produto, em relação à tecnologia *touchscreen* que já existe nos grandes ecrãs, está na resolução que é três vezes superior; no tipo de material condutor; na arquitectura electrónica e na componente de *software*, isto é, nos algoritmos que estão por trás de todo o processo.

Diversos fabricantes de televisões como a Samsung, a LG, a NEC ou a Panasonic já mostraram interesse em incorporar a tecnologia da Edigma nos seus produtos.

A tecnologia vai estar em demonstração a partir de 5 de Janeiro de 2015, na **Consumer Electronics Shows (CES)**, em Las Vegas, a maior feira de tecnologia do mundo.

**Miguel Fonseca**, CEO da Edigma, refere que os novos projectos da Edigma, nomeadamente o lançamento no passado mês de Outubro da tecnologia **Skin Ultra**, «tornaram fundamental a contratação de um activo humano com uma visão global do negócio da electrónica do consumo e com muitos conhecimentos no meio».

O CEO sublinha que o novo *chairman* conhece as pessoas certas no meio *high tech* e está habituado a lidar com as grandes marcas como a Samsung, a Sony, a **Panasonic** ou a Mitsubishi, pelo que o facto de terem Jon Castor como presidente do conselho de administração «vai fazer com que sejam atalhados anos de trabalho na área.»

Com um MBA tirado na **Stanford's Graduate School of Business**, o novo reforço da Edigma tem uma carreira de mais de 25 anos a liderar, co-liderar e a ajudar a construir vários novos negócios, incluindo tanto *startups* em Silicon Valley como novas divisões para empresas pertencentes ao *ranking* Fortune 500.

A tecnológica portuguesa finalizou 2013 com um volume de negócios de 3,6 milhões de euros, dos quais, 2,1 milhões de euros são referentes a vendas realizadas no estrangeiro. ▀

## OnePlusOne de mãos dadas com a DataLab

A qualidade e a gestão de dados são o principal elo que une a **DataLab** e a **OnePlusOne Consulting** numa ligação de parceria que arranca com os olhos postos nas áreas relacionadas com a saúde pública, mas com a ambição de chegar a outros negócios, a médio prazo. Tecnologicamente a *joint venture* com a OnePlusOne compreende a área de qualidade de dados, nomeadamente as soluções para verificação e limpeza de moradas, colocação das coordenadas geográficas, identificação de duplicados existentes e enriquecimento dos dados, visão 360º do cliente, entre outras, bem como as áreas de MDM e *data masking & subsetting*.

De acordo com **Carlos Guerreiro**, COO da DataLab, esta parceria justifica-se não só pelas provas dadas por esta empresa nacional na sua área de actuação, mas também pela «enorme experiência dos seus recursos, que lhe tem valido um elevado reconhecimento, principalmente no sector da saúde».

Representando em Portugal, a alemã **Uniserv**, especializada em qualidade de dados, a francesa **Orchestra Networks**, que actua na área de MDM/RDM, e a canadiana **Camouflage**, especializada na área de *data*

*masking & subsetting*, a DataLab conta aproveitar o *know-how* que a OnePlusOne possui nas áreas em que actua, nomeadamente na qualidade de dados, por virtude não só dos projectos em que tem participado, mas também pelos problemas que tem encontrado nos seus clientes. Por seu lado, **Hugo Castelo Branco**, *manager* da OnePlusOne, considera que a aposta nesta parceria vem reforçar a estratégia da sua empresa na «criação de soluções tecnológicas 100% integradas e customizáveis, em que a qualidade da informação desempenha um papel fulcral».

Questionado sobre os moldes em que funcionará esta nova parceria, Carlos Guerreiro esclarece que, «será a oferta tecnológica constante do portefólio da DataLab que irá ajudar a OnePlusOne a responder a novos desafios, com a certeza de apoio contínuo da nossa parte».

Embora admitam um conhecimento mútuo com já largos anos, ambas as empresas admitem que ainda não tinha sido possível materializar esta parceria entre a OnePlusOne e a DataLab. De acordo com Carlos Guerreiro, entre os projectos a abordar contam-se os que enderecem os problemas que podem afectar algumas decisões de



Carlos Guerreiro, COO da DataLab

topo nas organizações, insistindo na área da saúde. «Se os números conhecidos, por exemplo, de utentes de uma determinada área geográfica, não for o correcto podem ser tomadas decisões menos correctas e mais onerosas para o Estado», exemplifica o responsável enquanto justifica o porquê deste ser o foco inicial de atenção desta

*joint venture*. «Sendo o foco da DataLab a venda de *software* em áreas muito concretas, são necessários parceiros como a OnePlusOne Consulting que estando presentes nos clientes, conhecem melhor as suas dores, e podem agora, com esta parceria ter acesso a um conjunto de curas», acrescenta Carlos Guerreiro. ▀