

Qi
qualidade & inovação

Suplemento comercial propriedade da "ilustre narrativa"

HELENA FREITAS

Diretora Geral Sanofi Pasteur Portugal

A vacinação é o principal meio para a prevenção primária



CENFIM

CENTRO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL DA INDÚSTRIA METALÚRGICA E METALOMECÂNICA

Cofinanciado por:



PO ISE
PROGRAMA OPERACIONAL
INCLUSÃO SOCIAL
E EMPREGO



CENFIM.PT



Cursos Profissionais 2021/22 Formação para:

NÚCLEOS em:

- Amarante ■ Arcos de Valdevez
- Caldas da Rainha ■ Ermesinde
- Lisboa ■ Marinha Grande
- Oliveira de Azeméis
- Peniche ■ Porto
- Santarém ■ Sines
- Torres Vedras
- Trofa

Agora também com recurso a Formação a Distância

EMPRESAS e ADULTOS

FM - Formação Modular Certificada

Ações curta duração | Ciclos de formação

EFA - Cursos de Educação e Formação de Adultos

RVCC - Profissional e Dupla Certificação

FME - Formação à Medida para Empresas

JOVENS e ADULTOS (com apoios sociais)

Nível 5

CET - Cursos de Especialização Tecnológica

Protocolos com diversos Estabelecimentos do Ensino Superior com a atribuição de créditos (ECTS)

Nível 4

APZ - Cursos de APRENDIZAGEM

Confere o 12º Ano + Qualificação Profissional

Nível 2

CEF - Educação e Formação de Jovens

Confere o 9º Ano + Qualificação Profissional



Possibilidade de ESTÁGIOS NA EUROPA



CENTRO QUALIFICA

SEDE : Rua do Açúcar, 88 . 1950-010 LISBOA



21 861 01 50



dir@cenfim.pt

ZONA NORTE: Rua Conde da Covilhã,

Nº1400 . 4100-187 PORTO

Apartado 8006 . 4109-601 PORTO



22 618 21 64/77



dir@cenfim.pt



Conteúdos



Sanofi p.6

Sanofi | 4

Prevenir através da imunização

HeartGenetics | 7

HeartGenetics aposta na medicina personalizada e preventiva

Procure Health | 8

Queremos oferecer mais qualidade de vida às mulheres

Minisom | 10

Cuidar da saúde auditiva

Purina | 11

Saúde, bem-estar e felicidade dos animais

Themis | 12

Soluções desenvolvidas a pensar em cada cliente

Zome | 14

Não queremos ser a maior rede de mediação imobiliária, mas sim a melhor

Multiverso | 16

Na vanguarda da inovação digital



Cenfim p.22

VLeilões | 18

Transparência e lealdade

Águas do Algarve | 20

Água, um bem precioso

Cenfim | 22

Crescimento sustentável aliado à inovação imobiliária

Autónoma Academy | 24

Crescimento sustentável aliado à inovação imobiliária

Certiserv | 26

Queremos garantir a segurança dos nossos clientes e parceiros

Approach | 28

Uma nova Approach aos benefícios fiscais

UStay | 29

Sustentável, Inteligente e Social

Valores I Pessoas | 30

Equipa como fator de sucesso

Editorial

A Revista Qualidade & Inovação apresenta mais uma edição em que as empresas portuguesas são sempre a maior referência para os nossos leitores. Destacamos as mais diversas áreas que primam, diariamente, pelo profissionalismo e dedicação.

Num presente marcado pela esperança e otimismo face à pandemia, os nossos empresários procuram agora fortalecer e rejuvenescer os negócios com novas ideias, novos investimentos e novas parcerias. Não é novidade que a pandemia veio lançar novos desafios à economia.

Se por um lado a Covid-19 trouxe com ela uma crise global profunda, por outro lado fortaleceu a aposta no digital e permitiu que essas novas competências digitais tivessem um efeito positivo para a economia.

Este mês de outubro devolveu-nos o sonho de voltar à “normalidade” com a chegada da terceira fase de desconfinamento. Será um sinal de que estamos a traçar o caminho certo? O maior contributo foi a crença na vacinação que se tornou no símbolo de esperança, principalmente para retomar a economia que não pode parar. E nesse sentido, temos de parabenizar as empresas, nos mais diferentes setores de atividade, pela modernização e competitividade, mesmo com todas as dificuldades vividas.

Ao folhear as próximas páginas desta edição, irá certamente encontrar verdadeiros exemplos de empresas que fazem a diferença no nosso país. Desejamos uma boa leitura!

Raquel Gonçalves



Prevenir através da imunização

Sanofi Pasteur

Enquanto líder mundial na indústria farmacêutica, a Sanofi continua empenhada no desenvolvimento de vacinas que previnam doenças infecciosas. Helena Freitas, Diretora-Geral da Sanofi Pasteur Portugal, conversou connosco sobre os valores e a missão de uma empresa que se destaca na área da saúde, aliando a inovação com a redução da pegada ecológica.



Helena Freitas, diretora geral Sanofi Pasteur Portugal

Como surge a oportunidade de abraçar o universo Sanofi Pasteur?

O desafio de abraçar o universo Sanofi Pasteur surge em plena pandemia Covid-19. No momento em que todos estávamos em confinamento

deparei-me com esta fantástica oportunidade de abraçar um novo desafio profissional.

Até julho de 2020 fui responsável pela área de Acesso ao Mercado e Relações Institucionais da Sanofi em Portugal, onde já trabalhava de forma direta com as vacinas. Ao assumir a liderança do negócio da Sanofi

Pasteur assumi sobretudo a missão de garantir a disponibilidade atempada às vacinas do Programa Nacional de Vacinação (PNV) para todos os bebés que delas necessitam, assim como das vacinas de reforço para adultos, como por exemplo a vacina contra o tétano ou a vacina contra a gripe, funda-

mental para os grupos de risco identificados pela Direção-Geral da Saúde (DGS). Tem sido um enorme privilégio trabalhar como agente de saúde pública, em parceria constante com as autoridades e os profissionais de saúde. Confio e trabalho todos os dias para que possamos viver num mundo onde ninguém morrerá de uma doença que seja prevenível por uma vacina.

Que trabalho têm vindo a desenvolver no que diz respeito à Covid-19?

Desde o início da pandemia que a Sanofi mantém o seu compromisso com a investigação de uma vacina para a Covid-19, com esforços que têm por base os doentes, sistemas de saúde e profissionais de saúde. E, com um legado reconhecido na investigação e produção de vacinas, trabalhamos desde logo em cooperação com companhias que se juntaram a nós para, num esforço conjunto, aliarmos as melhores tecnologias de cada uma e desenvolvermos vacinas candidatas inovadoras para tratar este vírus.

Nesta fase, a Sanofi tem uma vacina candidata na luta contra a Covid-19, de tecnologia de DNA recombinante, a ser desenvolvida em parceria com a GSK. Arrancámos em maio com o recrutamento para o ensaio clínico de Fase 3 com o objetivo de avaliar a sua segurança, eficácia e imunogenicidade.

A Sanofi também tem o compromisso de apoiar o fabrico

de outros produtores de vacinas. Anunciamos que iríamos fabricar até 200 milhões de doses da vacina da COVID-19 da Moderna para os EUA, a partir de setembro de 2021. No início deste ano, tivemos o anúncio de apoio à BioNTech na produção de 125 milhões de doses para a União Europeia. E, em fevereiro, informamos o nosso apoio à Johnson & Johnson na produção da sua vacina da COVID-19 a um ritmo de aproximadamente 12 milhões de doses por mês. Além disso, somos a única empresa a alavancar a sua capacidade de produção e experiência para três outras vacinas contra a COVID-19 diferentes, no sentido de dar resposta ao abastecimento global de vacinas e ajudar no combate à pandemia.

Apesar de haver muita informação sobre a importância da vacinação, porque é que continua a ser um desafio de saúde pública constante?

A vacinação é o principal meio para a prevenção primária de doenças e uma das medidas de saúde pública mais custo-efetivas, uma das ferramentas com maior eficácia na prevenção de doenças infecciosas graves, para as quais não existem soluções terapêuticas alternativas. E, apesar da vacinação continuar a ser um desafio de saúde pública a nível mundial, a realidade é que Portugal, ao contrário de alguns países europeus, é um dos que mais confia na vacinação enquanto



método preventivo de doenças infecciosas, considerando-as seguras, efetivas e importantes, segundo as conclusões do “State of vaccine confidence in the EU 2018” da Comissão Europeia.

A nível nacional, o Serviço Nacional de Saúde e a indústria farmacêutica têm feito um trabalho de educação contínuo e extraordinário para atingirmos as metas desejadas. A fórmula ideal é contrariar a ideia de que o benefício da imunização não compensa o potencial risco da toma da vacina, como vemos em muitos países onde existe hesitação em vacinar. Afinal, desde o surgimento da vacinação, a esperança média de vida aumentou entre 15 a 25 anos. Doenças como a varíola foram erradicadas e na poliomielite verificou-se uma redução de 99% dos casos.

Além disso, um exemplo claro do impacto da vacinação é refletido no mais recente relatório de Monitorização das linhas vermelhas para a COVID-19, do Instituto Nacional de Saúde Doutor Ricardo Jorge (INSA), referindo que o risco de morte, medido através da letalidade por estado vacinal, diminuiu três a sete vezes após vacinação completa quando comparado com pessoas não vacinadas, para o mês de julho de 2021.

De que forma as vacinas, nas mais diversas áreas de saúde, podem prevenir doenças?

Prevenir através da imunização, é esta a mensagem que gostaria

de passar como Sanofi Pasteur. Para tal, trabalhamos há mais de um século para que nenhuma pessoa sofra ou morra devido a uma doença que pode ser prevenida pela vacinação. E, com cinco das 11 vacinas incluídas no Programa Nacional de Vacinação (PNV), fornecemos quase metade das vacinas do PNV. Este trabalho permite-nos cobrir mais de dez doenças que afetam bebés, crianças, adultos e idosos, com vacinas contra influenza, tosse convulsa, meningite, hepatite A e B, Poliomielite, tétano, doenças endémicas e dos viajantes.

Com o arranque da época gripal de 2021/2022 a Sanofi gostaria de reforçar o papel da vacinação contra a gripe, principalmente num ano em que o nosso sistema imunitário poderá estar mais fragilizado devido à quase nula circulação do vírus na época anterior. E, mais do que nunca, é fundamental o contributo da sociedade civil, sociedades médicas e associações de doentes para a sensibilização em aumentar a cobertura vacinal de doenças como a gripe, em especial nas pessoas com mais de 65 anos de idade, com comorbilidades e que, consequentemente, podem estar em maior risco de saúde numa situação de infeção por gripe. Além disso, falamos ainda das crianças que, para além de serem impactadas com a doença, são também o grande foco de contágio de gripe, podendo transmitir facilmente o vírus aos que as rodeiam.

Para além da Covid-19, há inovação?

A Sanofi Pasteur acredita que ainda é possível chegar mais longe e, por isso, tem 12 vacinas em pipeline, nas diversas fases de investigação, para responder a necessidades médicas não satisfeitas e às necessidades específicas de segmentos diversos da população. E, dentro deste leque de vacinas, podemos incluir a área da gripe, Vírus Sincicial Respiratório (VSR), e a vacina contra o meningococo dos serogrupos A, C, W, Y.

É importante referir que temos trabalhado em força para encontrar mecanismos de prevenção para os vírus respiratórios que contribuem para o declínio imunitário na população portuguesa. Afinal, reconhecemos o impacto da situação de pandemia de COVID-19 e acreditamos que esta crise é uma ocasião para reafirmar o valor da vacinação em geral e da vacinação contra os vírus respiratórios.

Além das vacinas que estamos a desenvolver, na Sanofi temos aumentado a capacidade de produção de vacinas para podermos entregar rapidamente grandes quantidades e responder à necessidade global, nomeadamente através do investimento de 610 milhões de euros que foi feito para criar um novo local de produção e um centro de investigação em França, ambos dedicados a vacinas.

Diminuir o impacto ambiental é um dever de todos nós.

Enquanto empresa, que medidas têm promovido para minimizar a pegada ecológica?

A Sanofi está empenhada na construção e implementação de medidas para minimizar a pegada ecológica e, alinhado com o terceiro pilar de desenvolvimento corporativo sustentável e com o Objetivo de Desenvolvimento 13 – Ação Climática. Trabalhamos com programas para reduzir o impacto ambiental da sua atividade, cujas prioridades centrais são produtos sem plástico e energias renováveis.

Ao longo dos últimos tempos, a Sanofi tem implementado um programa global de proteção ambiental, o Planet Mobilization. E, para reduzir as emissões de gases de efeito estufa em 55% até 2030 e contribuir para uma melhor conservação de recursos, a Sanofi planeia remover todas as embalagens de plástico preformadas (blisters) das suas vacinas até 2027. A empresa também tem um compromisso ao nível do eco design de todos os seus novos produtos até 2025. Em termos de gestão de energia, todas as unidades da Sanofi utilizarão 100% de eletricidade renovável e a empresa estabeleceu uma meta de uma frota automóvel neutra em carbono, ambos até 2030.

A realidade é que todo o trabalho que temos desenvolvido permitiu que a Sanofi Portugal esteja certificada em Gestão do Ambiente detendo ainda a certificação ISO 14001 para o Meio

Ambiente.

A Sanofi Pasteur vai criar um Centro de Excelência dedicado às vacinas de mRNA. O que esperam alcançar com a criação deste Centro?

A Sanofi criou um Centro de Excelência dedicado às vacinas de mRNA com a missão de intensificar o desenvolvimento e a disponibilização de uma nova geração de vacinas. E, com um investimento de 400 milhões de euros por ano, contamos com cerca de 400 colaboradores especializados que integram todas as capacidades necessárias para o desenvolvimento e produção de vacinas de mRNA com equipas dedicadas às áreas de I&D, digital e QFC (química, fabrico e controlo).

Este investimento tem por base o potencial que as tecnologias de mRNA têm demonstrado, principalmente durante a pandemia da COVID-19, para produzir vacinas a velocidades sem precedentes. Além disso, permitirá acelerar o portefólio de vacinas de mRNA, desenvolvido através da colaboração com a Translate Bio, estabelecida em 2018 e alargada em 2020. Uma decisão que adiciona um pilar que visa desbloquear o potencial das vacinas de mRNA de próxima geração e outras áreas estratégicas, como imunologia, oncologia e doenças raras.

Vírus Sincicial Respiratório (VSR)

A causa mais importante de infeções respiratórias graves nas crianças com idade inferior a 2 anos.



Teresa Bandeira, pediatra na Unidade de Pneumologia Pediátrica, Serviço de Pediatria Médica, HSM, CHULN

Que impacto pode ter, quais os sintomas e em que altura é mais prevalente?

O Vírus Sincicial Respiratório (VSR) é o causador mais importante de infeções respiratórias graves nas crianças com idades inferiores a 2 anos, mas sobretudo nos primeiros meses de vida. O nome sincicial vem da palavra sincício, que significa célula com muitos núcleos resultante da fusão de várias células

mais pequenas. Ou seja, o vírus vai ligar-se a células do epitélio respiratório, provocando a obstrução das vias aéreas.

Pode causar otites, pneumonias e bronquiolite, estas 2 associadas potencialmente a doença com maior gravidade, incluindo o risco de internamento hospitalar. Os primeiros sintomas do VSR são idênticos aos de uma constipação: corrimento nasal, tosse e, por vezes, febre. Entre o 3º e o 5º dia os sintomas podem agravar-se e evoluir para falta de ar e intolerância alimentar.

Ao longo dos anos temos tido oportunidade de ver o impacto que este vírus tem nos bebés e nas suas famílias. A maioria das crianças infetadas são previamente saudáveis. A infeção é transmitida por outra criança ou adulto, uma vez que os humanos são o único reservatório para o VSR. Em regra, as crianças mais velhas e os adultos que transmitem a doença apresentam sintomas ligeiros, como rinite ou constipação comum.

O VSR é sazonal, circulando nos meses de outono/inverno nos países temperados. O início de circulação inicia-se habitualmente em setembro/outubro e tem um pico depois do Natal, em janeiro.

O VSR é contagioso? O que pode ser feito em termos de prevenção?

O VSR é altamente contagioso. A transmissão faz-se através das secreções respiratórias no ar, quer diretamente, quer através das superfícies, uma vez que o VSR pode persistir durante horas nos brinquedos e outros objetos. Basta que alguém contaminado leve a mão à boca e, em seguida, toque no bebé para que o vírus seja transmitido.

Lavar as mãos e outras boas práticas comuns de higiene ajudam a prevenir a propagação do VSR. Neste sentido, se quisermos, prevenir a transmissão exige as regras dos cuidados para evitar qualquer infeção respiratória:

- Lavar as mãos antes de tra-

tar do recém-nascido e pequeno lactente;

- Lavar as mãos dos outros filhos, quando chegam do infan-tário ou da escola, antes de irem brincar com o irmão;

- Evitar o contacto do recém-nascido e lactentes pequenos com familiares e amigos constipados;

- Evitar lugares com grande concentração de pessoas, como transportes públicos; supermercados, centros comerciais, salas de espera de consultórios ou hospitais;

- Evitar a frequência de locais poluídos com fumo e de locais fechados.

Recentemente foi criada a rede de vigilância nacional VigiRSV: Quais os benefícios para a saúde pública da criação desta rede?

As redes de vigilância das infeções são estruturas fundamentais para aumentar o conhecimento sobre os vírus. O VSR é um vírus que muitos não conhecem. No entanto causa um grande impacto nos bebés, nas famílias e nos Serviços de Saúde, porque tal como a gripe, é um vírus sazonal e por isso os casos de doença ocorrem todos ao mesmo tempo, durante um período muito limitado de tempo (3 a 4 meses).

A recentemente criada rede de vigilância do VSR, em Portugal, promovida pela Sociedade Portuguesa de Pediatria e pelo Instituto Nacional de Saúde Doutor Ricardo Jorge, contou

inicialmente com 4 Centros Hospitalares (S. João, Porto; Pediátrico, Coimbra; Lisboa Norte e Funchal) estando na fase de alargamento a outros Hospitais. A rede de vigilância do VSR permite o alerta precoce para permitir que as autoridades de saúde direcionem os conselhos e implementem medidas de saúde pública.

Que avanços podemos esperar em termos de prevenção do VSR?

Existem grandes desafios ao desenvolvimento de vacinas e antivirais para o VSR. Na realidade o VSR é conhecido há cerca de 50 anos e a evolução na profilaxia e tratamento têm sido escassos, mas altamente desejados.

Uma das dificuldades é a variabilidade de expressão das doenças associadas ao VSR com sintomas que variam entre muito ligeiros até dificuldade respiratória moderada a grave. É possível termos disponíveis, nos próximos anos, mais do que uma vacina e um antiviral.

É claro que desejamos que a vacina ou outra forma de prevenção sejam perfeitamente seguras, para que possamos aplicá-las a todas as crianças integradas em programas. Talvez a experiência instalada e os avanços científicos decorrentes da pandemia SARS-CoV-2 possam vir a ter reflexos positivos no desenvolvimento de prevenção ativa e farmacológica para mais infeções respiratórias.

HeartGenetics aposta na medicina personalizada e preventiva

A HeartGenetics tem-se posicionado como uma “empresa altamente tecnológica” e com o objetivo de criar novos produtos para diversos mercados. Em entrevista à Revista Qualidade & Inovação, a CEO da HeartGenetics, Ana Teresa Freitas, mostra as vantagens únicas e inovadoras de um teste genético que promete ser transformacional para uma medicina cada vez mais personalizada.



Com que objetivo foi criada a HeartGenetics e qual é a principal missão?

A HeartGenetics é uma spin-off do Instituto Superior Técnico, criada em 2013, com o grande objetivo de desenvolver tecnologias computacionais e de biotecnologia, que permitissem a democratização da utilização dos dados da genética, para a criação de estratégias de prevenção da doença e para a manutenção do estado de saúde de cada pessoa de forma individual. A visão e missão da empresa têm sido muito consis-

tentes ao longo dos anos, tendo sido definido para 2021:

Visão: Ser um líder no mercado global na interpretação de dados genéticos humanos, tornando a genética mais acessível e utilizável para todos.

Missão: Desenvolver soluções inovadoras, software e testes genéticos, que revelem o conhecimento codificado no genoma e melhorem a saúde e o bem-estar de cada indivíduo.

Quais são as vantagens do teste genético MyPharmaGenes® PGx?

O teste MyPharmaGenes® PGx é um teste genético realizado a

partir de uma amostra de saliva ou sangue e que permite saber como cada pessoa vai reagir a mais de 100 medicamentos. É uma ferramenta de apoio aos médicos e profissionais de saúde no momento da prescrição da terapêutica, mas também de apoio a cada pessoa quando utiliza diferentes medicamentos.

O novo teste genético MyPharmaGenes® PGx é uma solução única em Portugal e no mundo, totalmente desenvolvida em Portugal. Este painel genético avalia 88 variantes genéticas em 32 genes, os CNVs do gene CYP2D6, bem como estruturas híbridas.

Este teste, designado de teste genético de farmacogenética, permite uma avaliação correta do perfil genético dos pacientes trazendo os seguintes benefícios para as pessoas e para os profissionais de saúde:

Permite prever a resposta do paciente ao tratamento;

Permite diminuir o risco de reações adversas aos medica-

mentos;

Permite selecionar fármacos alternativos, se necessário;

Permite a prescrição de doses mais adequadas de medicamentos;

Permite o desenvolvimento de uma medicina preventiva e personalizada para benefício da saúde de todos e para a redução de custos do SNS com os medicamentos e internamentos desnecessários.

O teste MyPharmaGenes® PGx é suportado por uma app interativa que ajuda o médico e o paciente a gerir os medicamentos prescritos, bem como a registar medicamentos que provocaram efeitos secundários de forma personalizada.

Acesso à app, por exemplo, aqui: <https://bit.ly/3g6kk0n>

Em que locais podemos encontrar estes testes?

A HeartGenetics trabalha com vários parceiros, laboratórios, médicos e hospitais, estando este teste disponível em todo o país. Os parceiros da HeartGenetics podem ser consultados no nosso website <https://www.heartgenetics.com/>.

Para quem quiser obter informação sobre o teste, pode entrar em contacto connosco através do email: customer_support@heartgenetics.com.

O facto de atuarem em diferentes áreas terapêuticas, faz com que tenham uma equipa multidisciplinar. Acredita que isso possa ser um motivo de maior segurança para os pacientes?

O teste MyPharmaGenes® PGx foi projetado para ser uma ferramenta fundamental para cinco áreas terapêuticas: Psiquiatria, Gestão da dor, Oncologia, Diabetes, Cardiovascular.

Apesar de cada médico prescrever terapêutica na sua área de especialidade, este teste foi desenhado a pensar nas pessoas. Ao longo da vida é normal visitarmos várias especialidades médicas e como tal é determinante

que o doente já tenha esta informação consigo quando chega ao médico por forma a garantir que vai tomar sempre a melhor medicação possível desde o primeiro momento.

Apoiamos os médicos na prescrição da terapêutica, mas o teste é uma ferramenta de apoio ao doente ao longo de toda a sua vida. Com o aumento da esperança de vida cada vez temos mais pessoas que utilizam vários medicamentos prescritos por médicos de diferentes especialidades. Com o teste estamos a proteger o doente.

O que pretendem alcançar para o futuro da HeartGenetics? A inovação é uma presença constante?

A HeartGenetics é uma empresa que atua na área da saúde digital e da genética, apostando fortemente no desenvolvimento de ferramentas inovadoras que permitam o desenvolvimento de uma medicina cada vez mais personalizada e preventiva.

A empresa foi premiada no ano 2020 com o prémio “Startup Innovation” da empresa Portuguesa Glintt e foi premiada este ano, 2021, com o “Digital Health Company of the Year – Portugal” pela plataforma internacional Global Health & Pharma Magazine (GHP).

Nos próximos anos vamos continuar a desenvolver novas ferramentas para a área da farmacogenética em Oncologia, trazendo novas soluções baseadas em biópicos líquidas para a definição da melhor terapêutica para os doentes com cancro do pulmão, cólon e melanoma.

Na área da genética preventiva, vamos desenvolver novos testes genéticos para a área da oftalmologia.

A HeartGenetics é uma empresa altamente tecnológica, tendo investido todos os anos centenas de milhares de euros em inovação e desenvolvimento, com vista a criar novos produtos para o mercado nacional e internacional.



Queremos oferecer mais qualidade de vida às mulheres

Em entrevista, Miguel Coelho, Country Manager da Procure Health, fala do papel de uma das marcas que mais impacto tem causado no mercado. A saúde feminina é a grande área de investigação, que tem como principal missão o bem-estar da mulher e o desenvolvimento de produtos altamente inovadores.



A Procure Health está presente no mercado desde 2012 com o nítido objetivo de proporcionar a todas as mulheres saúde e bem-estar com produtos de origem natural. Quais são as principais áreas de investigação?

Este projeto teve início em 2012, na primeira fase, numa abordagem exclusivamente estratégica e de investigação. Enquanto

especialistas na Saúde da Mulher e com uma perspetiva de mercados própria da Procter & Gamble, os seus fundadores empenharam-se em desenvolver soluções terapêuticas para preencher lacunas terapêuticas ou para melhorar as soluções existentes.

Tudo foi um jogo de sedução e uma enorme paixão pela inovação. Seduzia o facto de poder fazer-se algo que desse resposta a necessidades identificadas na saúde feminina e paixão por fa-

zer parte de um grupo de pessoas que vivencia um objetivo comum de construir e desenvolver uma organização feita por pessoas, para pessoas. A segunda fase teve início em 2016, quando colocámos o primeiro produto no primeiro mercado. Nesta perspetiva, somos ainda uma startup no mundo, já com presença em mais de 50 países.

Em termos de áreas de investigação, poderia detalhar todas as especialidades que trabalhamos e estudamos intensamente, como por exemplo a área do Vírus Papiloma Humano e a forma como conseguimos controlar o percurso que este efetua no organismo da mulher, com consequências tão graves como o cancro do colo do útero; poderia enumerar a menopausa, que aparece numa fase em que a Mulher de Hoje se encontra na plenitude da sua vida pessoal, profissional, social, etc; lançámos muito recentemente uma solução altamente eficaz para a subfertilidade ou natalidade tardia, dando às mulheres com algumas dificuldades de conceção ou mais velhas a possibilidade de construir ou alargar a família. Optarei por responder que a nossa área de investigação é a Saúde Feminina, em todos os aspetos em que esta possa ser afetada.

A Procure Health procura

“respostas para a mulher de hoje”. Como definem a mulher de hoje? Ao longo dos últimos anos as necessidades foram mudando?

Esse claim existe na nossa empresa a nível global, em todas as línguas que falamos na Procure Health. Diversas vezes sou questionado sobre o que é, ou melhor, quem é a Mulher de Hoje. Na Procure Health, a nível global, 54% dos colaboradores são mulheres, na equipa de Gestão, 50% são mulheres, o peso salarial pende para o lado das mulheres, em Portugal 60% do headcount são mulheres. Assim, as mulheres fazem parte ativa da vida da nossa organização. Estes números clarificam a indifferenciação, de modo natural, de género.

Perguntar-me-á se já tudo foi feito para garantir a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres e eu terei que dizer que existe um caminho a percorrer. A Mulher de Hoje conhece esse caminho! A Mulher de Hoje sabe conjugar tudo o que a rodeia com a sua condição de mulher. E este conceito abrange família, trabalho, sociedade, núcleo de amigos, desporto, enfim, todo este mundo em que vivemos.

Acresce o facto de que a mulher com 50 anos tem, no atual contexto, um mundo de oportunidades pela frente, de

desafios, de tarefas às quais pode e quer dar resposta sem ter de abdicar da sua feminidade. A menopausa não é o fim de algo, mas um ponto de viragem que na Procure Health estudamos continuamente para assegurar que a mulher passa esta fase sem danos, traumas, receios ou sentimentos de perda.

Atentos às fragilidades que existem nesta área vão lançar novos produtos. Que tipo de inovações estarão presentes nesses mesmos produtos? Quais serão as mais-valias para a saúde da mulher?

Como referi anteriormente, lançámos muito recentemente uma solução altamente inovadora na área da Fertilidade. Estima-se que existem no mundo cerca de 70 milhões de casais com dificuldades na conceção de uma criança. Por outro lado, a idade em que tem o primeiro filho tem vindo a aumentar, ultrapassando em Portugal os 30 anos. O impacto causado pela subfertilidade em quem reuniu finalmente as condições para constituir ou alargar a família é altamente frustrante. Existem diversos tratamentos para a subfertilidade e alternativas para a infertilidade. A nossa Investigação & Desenvolvimento percebeu que poderíamos aportar valor. Assim, estudámos exaustivamente uma formulação com

Seduzia o facto de poder fazer-se algo que desse resposta a necessidades identificadas na saúde feminina e paixão por fazer parte de um grupo de pessoas que vivencia um objetivo comum de construir e desenvolver uma organização feita por pessoas, para pessoas



compostos e dosagens que dessem resposta a este problema. O resultado foi uma terapêutica inovadora, já devidamente estudada, com dados de eficácia e segurança publicados. A recetividade por parte da comunidade médica tem sido excelente, que, depois de tomarem conhecimento do pensamento científico que suportou a criação deste produto, ficam entusiasmados por dispor de uma terapêutica considerada “state of the art”, de nova geração.

Receberam o prémio “Laboratório Mais Comprometido Com a Saúde da Mulher”. O que significa para a equipa

a atribuição deste prémio? Os prémios e condecorações dão-nos a grata satisfação de receber da Sociedade o feedback de que o que fazemos é relevante. Recebemo-los e exibimo-los com enorme orgulho, mas com uma profunda gratidão.

Mas, sem querer ser demasiado modesto, direi que a melhor recompensa é saber que um médico tratou com sucesso uma doente, que evitámos mais um cancro cervical, que melhorámos a vida de um casal, ou que mais uma criança nasceu saudável. O nosso maior orgulho é constatar que, ao terminar mais um estudo clínico, reforçámos a evidência clínica da eficácia e

segurança dos nossos produtos. Essas são as grandes apostas, e é aqui que encontramos as nossas vitórias.

Focados no desenvolvimento de estudos clínicos, o que está reservado para o futuro da farmacêutica?

A Investigação Clínica é a prova inequívoca da validade científica de uma terapêutica. A Procure Health tem um programa de desenvolvimento clínico ambicioso, para o qual reservamos uma parte considerável do nosso turnover. É aqui que encontramos a matéria-prima com que os profissionais de saúde trabalham para constatar que estão a

dar às suas doentes as melhores opções terapêuticas. É por esse motivo que desenhamos estudos cujos resultados são publicados nas mais prestigiadas revistas da Especialidade e do Universo Científico e apresentados nos congressos mundiais. Continuaremos a estudar e a envolver mais centros de investigação por forma a termos cada vez mais e melhor evidência. A nossa presença é cada vez mais global e sabermos tratar uma mulher com um vírus de alto risco em qualquer dos continentes deste mundo global é para nós uma grata satisfação e o enorme orgulho de fazer parte deste projeto.

Acompanhando a mulher em todas as fases da sua vida.



Respostas PARA A
mulher de hoje

www.procurehealth.com.pt

Procure
Health
Naturally woman

PCHP – WOMEN CARE UNIPessoal, LDA
Lagoas Park, Edifício 7, Piso 1 Sul
2740-244 Porto Salvo
NIF: 514 512 377

Cuidar da saúde auditiva

minisom
uma marca **amplifon**

A Minisom, uma marca Amplifon, oferece soluções auditivas para melhorar a qualidade de vida das pessoas. Pedro Alvarez, General Manager da Minisom, esteve à conversa connosco para desvendar as novidades que estão no mercado, bem como a importância da utilização de tecnologia de ponta para o bem-estar dos clientes.



A Minisom é “Marca de Confiança 2021” pelo sexto ano consecutivo. O que significa para vocês esta distinção?

A Minisom assinalou no ano passado o seu 20º Aniversário. É uma data importante para uma marca portuguesa que tem mantido a sua missão ao longo dos anos, de ajudar os portugueses a redescobrir todas as emoções do som, melhorando a sua qualidade de vida. Foi este trabalho diário que fez com que os portugueses nos reconhecessem como Marca de Confiança seis anos consecutivos. É neste eixo que continuaremos a trabalhar e a comunicar no futuro, com a responsabilidade acrescida de

manter a confiança de quem nos escolhe para cuidar da sua saúde auditiva.

Quais são as soluções auditivas que disponibilizam aos clientes?

Hoje em dia existem diversos aparelhos auditivos com tecnologia avançada e praticamente invisíveis, que tornam o dia-a-dia dos nossos clientes mais fácil. Para nós, a inovação e a tecnologia estão ao serviço das suas necessidades: é por isso que conseguimos propor soluções tecnológicas diferentes de acordo com o seu estilo de vida e hábitos.

Procuramos ter sempre ao seu dispor a última tecnologia, como os aparelhos sem pilhas, que funcionam com uma bateria

integrada, tal como um telemóvel, aos modelos que podem ser ligados à TV, aparelhagem e mesmo ao telemóvel, através do qual é possível controlar o som.



Que tipo de tecnologias inovadoras utilizam no desenvolvimento dos aparelhos auditivos?

O Grupo Amplifon, do qual a Minisom faz parte, é orientado por dados: possui um algoritmo patenteado capaz de apoiar o envolvimento dos clientes através da análise das suas necessidades com a utilização de big data (grandes volumes de dados) para aumentar os serviços personalizados disponibilizados.

A utilização de tecnologia de ponta possibilitou a criação de ferramentas que têm um impacto positivo nas pessoas. Exemplo disso é o ecossistema digital da Amplifon, o primeiro do género no setor dos cuidados auditivos, o que possibilita a criação de novos pontos de contacto (tais como a aplicação Amplifon) e a melhoria da experiência de marca.

Também o nosso protocolo de consulta tem sido ajustado,

indo ao encontro das necessidades de cada cliente, e continuamente afinado com os conselhos da comunidade médica. Por outro lado, dispomos de centros auditivos inovadores, dotados da última tecnologia em equipamento para realização de exames auditivos e reabilitação, com consultórios totalmente insonorizados.

Nesta fase que atravessamos, qual a estratégia para conseguirem alcançar mais pessoas?

O ouvido, como qualquer outra parte do corpo, precisa de ser estimulado e exercitado para se manter ativo. Se o estímulo desaparece, a perda auditiva aumenta, e a compreensão da fala também começa a deteriorar-se gradualmente. Os aparelhos auditivos mantêm estes estímulos ativos e melhoram a qualidade de vida dos seus utilizadores, que conseguem ouvir novamente os sons que tinham perdido.

É por isso que na Minisom oferecemos a consulta e os exames auditivos. Quando detetada perda auditiva, damos a possibilidade de efetuar uma experiência com aparelhos auditivos reais, personalizados, comodamente em casa, no seu ambiente habitual, para que seja possível confirmar a diferença.

Além disso, acreditamos que é necessário trazer a consciência da importância da audição para as normais preocupações de saúde. Por essa razão, temos também trabalhado com a co-

munidade médica no sentido de normalizar a perda auditiva, realizando campanhas centradas na prevenção e na realização do exame auditivo como o primeiro passo.

A Minisom é uma marca prestigiada a nível nacional e conta com várias lojas espalhadas pelo país. Qual o próximo passo? Que estratégias futuras estão planificadas?

O compromisso da Minisom é o de continuar a apostar na investigação e desenvolvimento de novos e melhores produtos e serviços. Para apoiar a personalização do seu serviço, a Minisom lança em Julho a gama de produtos Amplifon que suporta a nossa estratégia “centrada no cliente”, tirando partido dos nossos ativos-chave: a marca, a forte relação com os clientes, o conhecimento que temos dos clientes e uma abordagem impulsionada pela inovação.

Os dois pilares desta nova gama são a nova linha de produtos Amplifon, exclusiva dos nossos centros auditivos, que utiliza tecnologia desenvolvida pelos melhores fabricantes de aparelhos auditivos e uma aplicação que permitirá toda uma nova experiência de utilização. Graças a esta inovação, traremos uma revolução tecnológica e experiencial a todos os que necessitam de uma solução auditiva e de redescobrir toda a emoção dos sons.



Saúde, bem-estar e felicidade dos animais

Destacada como uma das Marcas de Confiança 2021, FRISKIES continua a proporcionar aos animais e respetivos tutores qualidade nos produtos produzidos. Aliado à nutrição está também o impacto ambiental para que todos os produtos sejam recicláveis e reutilizáveis. Nesta entrevista, João Castanheira - Managing Director - deu-nos a conhecer os valores e objetivos da Purina (FRISKIES).

FRISKIES é uma das marcas de confiança 2021 - Marcas de Preferência dos Consumidores. Que benefícios têm as rações FRISKIES para que a marca seja um sucesso junto dos consumidores?

É com muito orgulho que vemos o reconhecimento dos consumidores Portugueses, que confiam em FRISKIES e que nos atribuem esta distinção há já 19 anos.

Acreditamos que esta confiança surge em virtude da enorme entrega, consistência e compromisso de FRISKIES para com os cães e gatos e os seus tutores ao longo de várias décadas. Com uma oferta completa de receitas saborosas e alimentos de qualidade, FRISKIES disponibiliza receitas adaptadas às diferentes idades e necessidades especiais dos animais, numa gama completa que inclui alimentos secos, húmidos e snacks.

Com o objetivo de continuar a reforçar essa confiança

e a melhorar a qualidade dos nossos produtos, iremos durante o verão de 2021 proceder a uma renovação em toda a marca FRISKIES, focalizando em cinco promessas-chave:

NUTRIÇÃO 100% completa e equilibrada à base de proteína animal ou vegetal; **QUALIDADE** comprovada em testes realizados diariamente a todos os ingredientes e nutrientes; o **CONHECIMENTO dos nutricionistas e veterinários PURINA** no desenvolvimento de produto; a **TRACEABILIDADE** dos ingredientes cuidadosamente selecionados através de parcerias com produtores e origens de maior confiança, bem como o **COMPROMISSO de embalagens 100% recicláveis ou reutilizáveis em 2025**.



Escolher alimentos cada vez mais naturais é um caminho a seguir pela Purina (FRISKIES)? De que forma o pretendem fazer?

Sim, sem dúvida. A PURINA é uma empresa de portfólio que pretende democratizar o acesso

à alimentação completa e equilibrada ao maior número possível de animais de companhia. Nesse sentido, e tendo em conta que existem diversos tipos de consumidores com necessidades e desejos específicos, tentamos adequar a nossa oferta aos diversos públicos alvo.

No caso de marcas com posicionamento Natural, dispomos de algumas específicas como PURINA Beyond, Country Farms e mais recentemente Lily's Kitchen que estamos a comercializar desde Junho deste ano.

Lily's Kitchen é uma marca de alimentação autêntica, preparada como os animais merecem e apaixonada pela sua saúde e felicidade. Distingue-se pela sua gama completa e diferenciadora de produtos - alimentos secos, húmidos e snacks - com receitas naturais e deliciosas e ingredientes de alta qualidade, saudáveis e nutritivos.

Saúde e bem-estar são indispensáveis para os nossos animais. Como é que a Purina (FRISKIES) pode aliar estes dois compromissos com a sustentabilidade social e ambiental?

O lançamento de novos produtos está sempre suportado por um forte investimento em investigação e desenvolvimento, para ir ao encontro de uma nutrição cada vez melhor para os animais de companhia, desenvolvendo produtos que têm por base benefícios diferenciadores e que contribuam para a saúde, bem-estar e longevidade dos animais

e para a felicidade dos seus tutores. Por outro lado, e não menos importante, é o investimento que fazemos relativamente às políticas de sustentabilidade, escolha de ingredientes e transparência das marcas. A PURINA (onde se inclui a marca FRISKIES) assume compromissos claros nesta área, comprometendo-se a melhorar o impacto ambiental das suas embalagens (promovendo a sua reciclagem e/ou reutilização), a utilizar fontes de abastecimento responsáveis, a escolher ingredientes com um propósito e a comunicar de forma transparente com todos os consumidores.

Sabemos que o papel do pet é cada vez mais valorizado na sociedade, existindo um reforço da ligação emocional com os animais de companhia (para mais de 80% dos donos, o pet é visto como um membro da família ou um amigo) e consequentemente, há um aumento da preocupação com a alimentação, saúde e conforto. Exemplo disso é uma maior procura e preocupação por alimentos com proteínas de elevada qualidade assim como por marcas que vivam os compromissos da sustentabilidade e neutralidade carbónica como parte do seu DNA.

A pandemia veio trazer um crescente foco no bem-estar e saúde dos animais de companhia pela sociedade em geral. Esta tendência de crescimento passa pela oferta de alimentos cada vez mais personalizados e adequados às características do



animal, assim como uma maior preocupação com a transparência dos ingredientes. Verificou-se, por isso, uma opção consciente por marcas que oferecem qualidade, segurança e confiança, como é o caso de FRISKIES.

Que pequenos passos querem dar para proporcionar aos animais e respetivos donos um futuro melhor?

A nutrição está no centro do que fazemos, mas não é tudo o que fazemos. Estamos comprometidos a fazer mais pelos animais de companhia, pelas famílias e pelo planeta que partilhámos, de forma a provocarmos um impacto positivo real na sociedade. O cuidado com o planeta é um dos compromissos da PURINA e para o qual trabalhamos todos os dias. Pretendemos atingir antes de 2050 a neutralidade carbónica e estamos já a trabalhar em diferentes iniciativas ao nível da seleção de ingredientes, parcerias com fornecedores e iniciativas ao nível de transporte e embalagem. Até 2025, todas as embalagens dos nossos produtos serão recicláveis ou reutilizáveis.

PURINA Friskies

MARCA Nº 1
EM ALIMENTAÇÃO PARA CÃO E GATO*

NOTADO PELOS LEITORES
MARCA DE CONFIANÇA
2021
Seleções do Reader's Digest

*DADOS NIELSEN MARKET TRACK: VENDAS EM VALOR CANAL RETALHO ANO MÓVEL 2021 SEMANA 20

PURINA Your Pet, Our Passion.

Soluções desenvolvidas a pensar em cada cliente

Themis

Especialista em softwares à medida do cliente, a Themis conta com uma vasta experiência em soluções pautadas pela diferenciação. Rui Vieira, sócio-gerente, conversou connosco sobre a importância das tecnologias digitais e os produtos da empresa.



Fundada há mais de seis anos, com que objetivo foi criada a Themis?

A Themis conta com seis anos de atividade, mas conta com pessoas com mais de 20 anos de experiência na área. Foi criada não só pelo desafio profissional que é, mas também pela ambição de conseguirmos ser parte integrante no dia-a-dia dos nossos clientes e parceiros, através das

soluções que desenvolvemos.

Somos especialistas na área de controlo de acessos, RFID, acesso a parques de estacionamento com e sem reconhecimento de matrícula. Como desenvolvemos o nosso próprio software, podemos incluir adaptações específicas à medida das necessidades do cliente, o que não é possível com muitos dos softwares que são comercializados pelos nossos concorrentes.

Também desenvolvemos

softwares multiplataforma de acordo com o que o cliente final pretender, desde web, smartphones, dispositivos para Internet Of Things (IoT), etc.

Quais são os softwares que promovem a vossa diferenciação no mercado? E qual o produto estrela?

Embora tenhamos softwares standard e modulares, diferenciamos-nos muito no desenvolvimento à medida e na

customização e adaptação às necessidades de cada cliente final.

O nosso produto estrela é o T.Lock - Gestão centralizada de acessos, é um software para a gestão de acessos de pessoas e bens, garantindo a sua segurança. É uma solução bastante completa, com suporte para equipamentos de vários fabricantes e várias tecnologias, como impressão digital, de registo facial, QR Code e outras, além de que o software de base permite ainda registo de visitas, visualização de câmaras, tem um sistema de alertas parametrizável por local e tipo de evento e ainda possibilidade de controlo de documentos dos prestadores de serviços do cliente final através da validação de datas de vigência desses documentos.

É um software pelo qual já somos procurados, ou por pesquisa ou por referência de outros clientes ou parceiros.

Além do software de acessos, temos um software de registo automático de consumos energéticos, que é o T.Nrgy, e ainda um software operacional orien-

tado para o controlo de custos, tempos e registos da qualidade, que é o T.Flow.

Finalmente, temos produzido vários softwares específicos, que são muito orientados às necessidades que os clientes têm e para as quais não encontram solução no mercado.

As tecnologias digitais vieram





sugerindo algo diferente se assim o considerarmos necessário, baseando-nos na experiência de outras implementações.

Procuramos ativamente novas formas de melhorar os nossos produtos, estando atentos ao que o mercado também nos pode oferecer, com novos equipamentos e como os podemos integrar nos nossos projetos e, claro, como estes possam ser uma mais valia para o cliente final.

Uma solução para cada cliente é uma das vossas ambições. Em que consiste o Custom Project?

Como referido atrás, diferenciamos-nos muito nos desenvolvimentos à medida, porque nos permite duas coisas fundamentais: oferecer soluções de software, muitas vezes, ao custo de um software standard, e a mais importante que é desenvolver uma solução que o cliente realmente precisa, sem ter de “impingir” soluções standard que muitas vezes acabam por ser excessivas para o cliente ou demasiado curtas.

Responsabilizamo-nos a nós, mas também ao cliente, através da elaboração de um caderno

de encargos para a definição de todos os requisitos necessários ao projeto, bem como de um conjunto de testes de aceitação da solução. Aqui o cliente torna-se muito mais que um cliente, torna-se um parceiro e parte integrante do “seu” projeto. Daí também denominarmos este conceito de “Um projeto só para si”.

Acredita que a aposta no digital poderá transformar e revolucionar as indústrias?

Se sim, como?

Sem dúvida que pode ajudar a revolucionar. Há ainda muitos processos que são manuais e que podem ser automatizados, os equipamentos de Internet Of Things (IoT) permitem transformar muitos destes processos. A dependência do papel e de ter tudo impresso é outra área que tentamos transformar, proporcionando formas de registar e analisar dados “desmaterializados”, portanto, digitais.

Nós acreditamos que muitos processos são mantidos porque sempre se fez assim, mas a partir do momento em que podemos automatizar e desmaterializar, os processos podem ser mais fluídos e mais eficientes. Por vezes

não é ter os dados, mas ter os dados certos, quando estes são necessários. Ter boa informação, com dados de qualidade é um grande desafio que também abraçamos.

A inovação é um dos valores que está implementado na vossa empresa. Quais são os próximos desafios?

O nosso principal desafio é mantermos a capacidade de incorporar novas tecnologias, novos dispositivos e, claro, novas ideias que estão constantemente a surgir. Não nos preocupa muito as modas, mas sim, o que pode realmente trazer mais valia. Por exemplo, na área do desenvolvimento de software, há quase todos os meses novas ideias e novas ferramentas, saber o que pode ter interesse para nós e para os nossos clientes e parceiros neste mar de tecnologia, que parece infinito, é o nosso grande desafio, para que também possamos estar na linha da frente em termos tecnológicos e de soluções para os problemas reais do dia-a-dia.

para ficar. De que forma a Themis está a implementar estas tecnologias junto dos clientes e parceiros?

Basicamente tudo o que implementamos no cliente ou par-

ceiros são tecnologias digitais, a forma como o fazemos é que damos a abertura necessária para que estas sejam implementadas da forma que o cliente necessita, sempre dando a nossa visão e

THEMIS
experience together

THEMIS.PT

**SOLUÇÕES
INFORMÁTICAS**

- TNRGY**
- TFLOW**
- TLOCK**
- TDRIVE**

Não queremos ser a maior rede de mediação imobiliária, mas sim a melhor

Com uma enorme evolução no mercado, a Zome destaca-se pela forma como trabalha o setor imobiliário. O Diretor de Expansão Zome, Miguel Aguiar, conversou com a Revista Qualidade & Inovação sobre o papel primordial da neurociência para a Zome, as mudanças sentidas com a pandemia e ainda a forma como proporcionam a melhor experiência imobiliária a todos os clientes.



Qual a importância da aplicação de técnicas de neurociência no universo Zome?

A neurociência tem uma importância determinante no universo Zome. Na nossa atividade, sempre tivemos em mente que a mediação imobiliária tem no seu cerne as relações humanas e as pessoas e, para isso, é importante conhecer bem o seu comportamento e processos de tomada de decisão. E, na Zome, sempre quisemos garantir que os nossos clientes têm a melhor experiência imobiliária. Sabemos que todos têm necessidades distintas e valorizam aspetos diferentes e que, sobretudo o último ano, trouxe ainda mais alterações à sua forma de sentir e pensar. E acreditamos que é aqui que a neurociência pode e deve ter um papel essencial. Queremos que os nossos profissionais se preocupem em conhecer profundamente o funcionamento do cérebro e o comportamento humano, no sentido de prestarem o melhor acompanhamento. Através da neurociência, poderemos entender melhor o que está na base da tomada de decisões e o papel fundamental que a parte inconsciente do nosso cérebro tem nesse processo, com o intuito de prestar um serviço mais direto, personalizado, eficaz e eficiente e, dessa forma, maior simplicidade de processos e mais felicidade.

Além disso, a aplicação da neurociência na atividade das empresas pode e deve também ser canalizada para a atenção aos colaboradores, no sentido de lhes proporcionar produtos, serviços, espaços, ferramentas de trabalho e formação que sirva de forma adequada os seus interesses, necessidades e propósito.

De que forma procuram proporcionar a melhor experiência imobiliária ao cliente?

A Zome nasceu para proporcionar a melhor experiência imobiliária do mundo e, dessa forma, ajudar a mudar vidas. Procuramos fazê-lo proporcionando aos clientes um acompanhamento personalizado, eficaz e eficiente, bem como simplici-

dade de processos. Como referido antes. Para isso, contamos com a neurociência e aplicação do conhecimento que ela nos garante nos diversos processos.

A Zome tem uma forma de ser e de estar diferente no setor imobiliário. Não queremos ser a maior rede de mediação imobiliária, mas sim a melhor. Colocamos em prática uma filosofia de acompanhamento permanente aos nossos colaboradores porque acreditamos que é isso que contribui para o seu desenvolvimento pessoal e também para o desenvolvimento deste setor que é determinante para a economia portuguesa. Além disso, apostamos permanentemente na inovação e na tecnologia para enfrentar os desafios que nos surgem. Estamos focados em melhorar continuamente os nossos níveis de serviço e em garantir que as necessidades dos clientes são atendidas. Foi por isso que, no ano passado, lançamos o Zome Now. Esta era uma plataforma que já estávamos a preparar, mas que acabámos por lançar em abril do ano passado. E esta é uma ferramenta extremamente relevante não só para a Zome, mas para todo o setor. E demonstra como é possível realizar uma transação imobiliária de forma 100% digital.

O que mudou na Zome com a nova realidade que vivemos? Exigiu mais criatividade?

A realidade que vivemos desde março do ano passado relacionada com a pandemia da Covid-19 trouxe mudanças para todos, a vários níveis, e a uma escala mundial. Na Zome, felizmente, temos uma cultura de flexibilidade e resiliência que nos permitiu reagir rapidamente ao contexto e dar a volta aos períodos mais complicados. Mais do que nunca a capacidade de gerir pessoas esteve em foco e foi uma competência amplamente necessária. Permitiu, no nosso caso, manter o espírito da equipa que passou de estar concentrada num escritório para estar espalhada por dezenas ou centenas de escritórios. E, por isso, neste ano, acabámos por estar mais próximos do que nunca. Quisemos mostrar a todos os nossos colaboradores

que estamos com eles, seja qual for o contexto e a situação que enfrentam, que valorizamos o compromisso profissional que mantemos com eles e que nos preocupamos com o seu bem-estar.

Foi por isso que, entre outros aspetos, continuámos a apostar na formação, ainda que em modos distintos daqueles a que assistíamos antes da pandemia. Preparámos vários momentos de formação ao longo dos últimos meses para os nossos colaboradores. Organizámos, por exemplo, formação em neurociência aplicada, com base na metodologia do Neuromap™, da Salesbrain, com o objetivo de aumentar o conhecimento em torno do funcionamento do

Now?

Este foi também um marco importante da nossa atividade no ano passado. A Zome Now já estava a ser preparada antes da pandemia da Covid-19, mas acabou por ser lançada em abril do ano passado, pouco tempo depois de entrarmos em confinamento. E acabou por ser a grande iniciativa do setor, neste período. Isto porque já estavam disponíveis muitas ferramentas, como as visitas virtuais, que não tinham muita adesão, mas acabaram por ser a alternativa que se impunha no contexto de distanciamento social. Mas esta plataforma da Zome acabou por permitir que, por exemplo, seja possível comprar a casa dos nossos sonhos sentados no sofá,

que os negócios não parassem. Foi isso que fizemos com o Zome Now e esta plataforma passou a permitir que, em Portugal, existisse uma experiência imobiliária 100% digital. E, mesmo nos períodos de maiores restrições, permitiu que a atividade imobiliária não parasse completamente.

Este avanço que faz com que Portugal assuma uma posição pioneira a nível mundial, ao proporcionar condições 100% digitais para a concretização de negócios imobiliários. E esta inovação tem conseguido uma boa receptividade no mercado.

Quais são os planos traçados a curto/médio prazo?

A Zome é uma empresa 100%

face ao mesmo período do ano passado. Neste período, foram concretizadas 2.615 transações, que originaram uma faturação de 10,5 milhões de euros, fruto de um aumento de quase 50% da produtividade individual dos consultores, o que demonstra o esforço coletivo da equipa que constitui a Zome.

Estamos totalmente focados em continuar a crescer, em aumentar a nossa presença em Portugal e também no mercado espanhol, atraindo novos franqueados. A nossa ambição não tem limites, queremos chegar longe e a cada vez mais pessoas. Sabemos que temos uma posição diferenciadora no mercado e isso reflete-se não só nos indicadores de negócio, mas também



cérebro humano, que como falámos antes, é um tema central na nossa atividade.

Além disso, e ainda ao nível de iniciativas de valorização profissional, lançámos um modelo único de evolução de carreira, um modelo exclusivo da Zome – o T4 – que foi construído para reforçar as competências dos consultores da empresa e fazer com que todos possam vir a desenvolver competências de gestão e liderança.

Que mais valias trouxe a criação da plataforma Zome

executando todo o processo de compra ou venda do imóvel através do computador ou do smartphone. Ou seja, uma transação imobiliária passou a poder ser totalmente digital, de uma ponta à outra, desde a colocação do imóvel no mercado, às reuniões, à assinatura digital do contrato de mediação imobiliária e à reserva do imóvel.

Fechados em casa, com grande parte da atividade económica condicionada, no ano passado, percebemos como era fundamental para as empresas encetar todos os esforços para

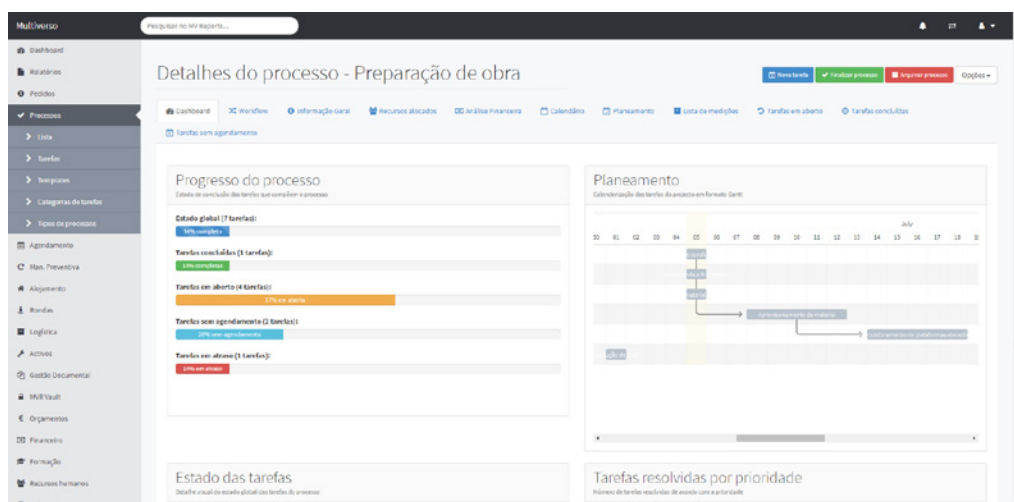
portuguesa que nasceu em 2019, mas tem vindo a registar um enorme crescimento e reconhecimento. O último ano sobretudo, apesar de atípico, permitiu um reforço na confiança da marca e isso traduziu-se em crescimento nos indicadores de negócio.

Em 2020, a Zome mediou 4.500 transações, gerando um volume de negócios superior a 18 milhões de euros. E, nos primeiros seis meses deste ano, a empresa mediou um volume de negócios de 308,1 milhões de euros. Um valor que representa um aumento de 29%

na dimensão da nossa equipa: a empresa tem atualmente mais de 1.200 colaboradores, repartidos em 25 hubs ibéricos. Destes, 23 hubs estavam em funcionamento em Portugal, o que compara com os 15 de igual período do ano passado, e a empresa está a preparar a abertura de mais três hubs nos próximos meses.

Estamos no bom caminho para atingir os objetivos definidos de 27 milhões de euros de faturação, 52 hubs a nível ibérico e cerca de 1.500 colaboradores, no final deste ano.

Na vanguarda da inovação digital **Multiverso**



mesmo que muitas vezes sejam coisas nas quais nunca tínhamos pensado. No fim do dia, o mais importante é sermos capazes de fornecer as melhores soluções para os problemas dos nossos clientes.

está preocupado em resolver os seus problemas, explicar o que aconteceu e ser capaz de o ouvir.

A tecnologia está em constante evolução e os negócios precisam de ferramentas digitais. Que vantagens pode o digital trazer para as empresas manterem a competitividade?

Um dos nossos grandes objectivos é aumentar a produtividade das empresas. Alguns dos nossos clientes, por terem começado a usar o MV Reports e passado a fazer uma gestão digital de operações e relatórios, conseguiram recuperar cerca de 20% da facturação anual da empresa, resultado do maior controlo operacional e de terem deixado de se perder relatórios - anteriormente feitos em papel e esquecidos em mesas e carrinhas ou mal arquivados - e sem os quais não é possível emitir a factura.

Apesar de ser um exemplo simples das possibilidades do MV Reports, demonstra que a utilização deste software aumentou de forma drástica não só a produtividade mas também a rentabilidade das empresas. Acreditamos, por isso, que a transição para o digital não é só uma necessidade das empresas, é uma vantagem competitiva, essencial para que possam vingar nos dias de hoje. Sabemos que a Multiverso já faz parte desta transformação e trabalhamos diariamente para continuar na vanguarda da inovação digital.

A Multiverso é palco de diversas distinções em que foi premiada pelo excelente trabalho que desempenha. Assim, o que vos distingue neste setor da tecnologia?

O que nos distingue é sobretudo a capacidade de adaptação e a flexibilidade para irmos ao encontro das necessidades dos clientes. Por termos a experiência que advém do desenvolvimento de software à medida, as nossas soluções são desenhadas para que se consigam transformar por completo para cada caso. A maioria dos nossos concorrentes desenvolve plataformas estanques e os clientes é que têm de se adaptar ao software. Esta não é a visão da Multiverso. O software tem de ser flexível e adaptar-se às necessidades de cada empresa. É uma ferramenta de produtividade e não mais um obstáculo que nos prejudica a performance. No fundo, porquê usar um sapato que não nos serve quando temos à disposição um que é do nosso tamanho, mais confortável e que se adequa melhor à situação?

Por outro lado, sabemos que outra das nossas maiores valências é o suporte que damos aos clientes. É essencial que o cliente saiba que alguém

Com uma vasta experiência no mercado, a Multiverso desenvolve soluções tecnológicas a pensar na satisfação de cada cliente. Compreender o cliente e desenvolver projetos diferentes e flexíveis para cada um deles é o desafio diário de uma empresa que está numa contínua inovação.

Como descreve a Multiverso e quais são as áreas de atuação?

A Multiverso começou como uma empresa de desenvolvimento de software à medida para terceiros. Hoje em dia, actuamos em várias áreas do mercado de software, sendo responsáveis pelo desenvolvimento de algumas soluções que são reconhecidas pela sua qualidade e solidez.

O nosso principal mercado é o do facility management com uma solução para gestão de manutenção e operações, através da plataforma MV Reports

(<https://www.multiverso.pt/reports>). Trata-se de um SaaS (Software-as-a-Service) que permite fazer a gestão de manutenção (correctiva, preventiva e preditiva) e de activos, bem como a gestão de operações da empresa, desde agendamentos até à gestão de projectos, passando pela gestão de recursos humanos, orçamentação e gestão de produção. O MV Reports destaca-se sobretudo pela flexibilidade e capacidade de adaptação às necessidades do cliente. A plataforma foi construída tendo em vista as possibilidades de personalização do software, o que faz com que se adapte perfeitamente a empresas de áreas de actuação completamente distintas. Contamos com clientes nas áreas de AVAC, segurança, mobilidade, formação, combustíveis, entre outros.

Contam com uma vasta lista de projetos. Quais foram os mais desafiantes?

Construir uma plataforma em constante evolução como a

MV Reports, em que tudo tem de ser desenhado para ser tão flexível quanto possível, mantendo a estabilidade e qualidade de implementação, é um desafio que nos obriga a antecipar em vários anos o impacto de cada decisão. Contudo, esta adaptação ao cliente dá-nos uma vantagem competitiva: a capacidade de aprender com os clientes. Quando o cliente é parte integrante do processo de desenvolvimento e ele próprio sugere melhorias ou novas funcionalidades, o software vai-se tornar mais próximo das necessidades do cliente, mais funcional e, como consequência, mais útil para as empresas que confiam em nós.


O desafio de qualquer projecto passa por realizar uma boa análise de requisitos e, sobretudo, por compreender o cliente e as suas necessidades. Acredito que temos sido bem sucedidos nesse aspecto, fruto da nossa dedicação ao cliente, da análise e implementação cuidada do que nos é solicitado,




M V R E P O R T S

multiverso.pt/reports
info@multiverso.pt

A plataforma mais completa para gestão de



Manutenção



Operações



Rondas



Produção



PELA VIDA DE TODOS, O MELHOR DE NÓS.

Acreditamos num mundo onde nenhuma
pessoa sofra ou perca a vida por
doenças preveníveis pela vacinação.

www.sanofi.pt



SANOFI PASTEUR

MAT-PT-2100367 – 1.0 – 04/2021

SANOFI - Produtos Farmacêuticos, Lda. Empreendimento Lagoas Park, Edifício 7 - 3º Piso 2740-244 Porto Salvo - Portugal. C.R.C. Cascais Tel.: +351 21 358 94 00
Fax: + 351 21 358 94 09 - Pessoa Colectiva nº 500 134 960 Capital Social €26.815.015,00

Transparência e lealdade VLeilões

Com escritórios em Lisboa e Porto, a VLeilões tem como principal foco os leilões eletrónicos. O fundador, Luís Bento Cavaco, conversou connosco sobre a história da empresa, o que o motivou a abraçar este projeto e o investimento estrangeiro em Portugal.



Luís Bento Cavaco, fundador

Como surgiu a VLeilões? Já tinha experiência na área?

Sou licenciado em Engenharia Mecatrónica, uma área que não se ouvia falar muito nos anos 90, mas sempre fiz uma carreira ligada à área comercial, nunca na área da engenharia. Fui para diretor comercial de uma marca de automóveis, num concessionário no norte, onde estive três anos. Posteriormente, fui convidado para uma leiloeira de automóveis como diretor comercial e aí é que entro no mundo dos leilões. Fui abrir o centro de Ma-

drid e depois regresso a Lisboa, mas sempre na área comercial dos leilões de automóveis.

Em 2007, estava na altura de dar um salto e abro uma empresa, com um sócio, em que fazíamos leilões de tudo. Não com o nome VLeilões, mas sim com a marca VLeilões.

Passado três/quatro anos, quis dar novamente o salto e então decidi avançar com a empresa sozinho, precisamente numa época em que apareceu mais uma forma de vendas judicial: o leilão eletrónico. A partir daí, constituí a VLeilões como empresa Lda.

Qual é o core business da VLeilões e quais são os parceiros que trabalham convosco?

O nosso core business são as vendas judiciais e o nosso foco é o leilão eletrónico. Aconselho sempre a que todas as vendas judiciais passem pelo leilão eletrónico, visto que e na minha opinião, a carta fechada está em desuso.

Estamos num área muito específica dentro do imobiliário e trabalhamos com vários administradores de insolvência e agentes de execução

Ao nível das parcerias temos duas: uma em Lisboa, com a

empresa Quants, na avaliação de imóveis, registada na CMVM e outra no Porto, com a empresa de advogados “Soares Moreira & Associados”, que dá o apoio jurídico à VLeilões.

Qual a mais-valia que o investidor tem em recorrer à VLeilões? O que vos diferencia?

Quem abre um processo nosso consegue perceber o que lá está, ou seja, é tudo claro e transparente. Fazemos o anúncio/catálogo e juntamos em anexo as cadernetas, certidões, relacionados com o imóvel que está em venda.

Temos uma equipa comercial no norte, centro e sul que abraçou o projeto e que faz toda a diferença. Somos uma equipa pequena, mas tenho plena confiança no trabalho que desenvolvem. Têm experiência na área comercial, o que faz com que tenhamos comercializado processos nesta fase em que vivemos uma pandemia.

Há investidores estrangeiros a verem oportunidade de negócio no nosso país?

Não há dúvidas que Portugal está na moda. Temos neve e praia a 250 km de distância e temos uma gastronomia única

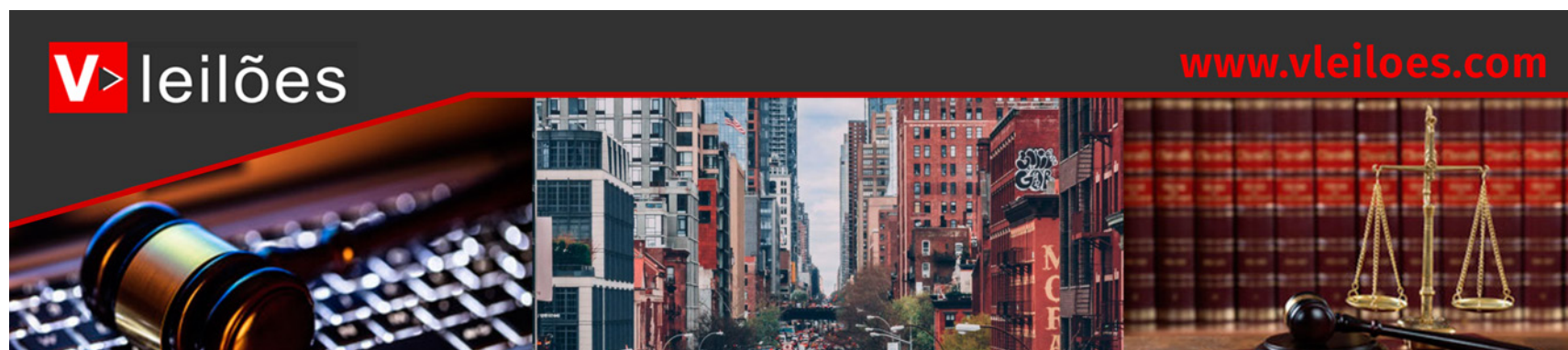
no mundo.

Na minha opinião, os grandes investidores estão a descobrir Portugal, porque de facto é um grande paraíso.

Lisboa e Porto têm valores muito altos e pararam. Assim, poderá haver um decréscimo nas grandes cidades e num raio de 70 km, os preços estão a subir, porque há mais procura. Neste momento existe mais facilidade de arrendar e por isso o investidor compra para arrendamento, a procura é superior á oferta. Automaticamente, os preços vão subir.

O que está planeado para um futuro breve?

Em relação ao futuro, estamos a concluir mais parcerias o que nos faz ter mais produtos para venda. As vendas judiciais são algo específicas e a nossa experiência nessa área proporciona alguma confiança aos nos clientes que são maioritariamente investidores. Apesar disso e com os pilares da VLeilões: transparência, lealdade e forma de vender, estamos aqui para continuar a prestar um bom serviço aos nossos clientes.





reduza o desperdício

de
água

**DESPERDIÇAR HOJE
É FALTAR AMANHÃ**

O desperdício de água é um dos maiores problemas do mundo atual. Em Portugal, cerca de 3 100 milhões de m³ de água são desperdiçados por ano, o que corresponde a 41% da procura total deste bem essencial.

O problema tem-se agravado nas últimas décadas e, nomeadamente no Algarve, regista-se já um risco concreto de escassez de água, fruto das alterações climáticas e da escassez de chuva na região, mas também do estilo de vida e dos hábitos de consumo da população que potenciam elevadas taxas de desperdício.

Para que a água não falte nas nossas torneiras num futuro mais próximo do que imaginamos, é urgente proceder a uma profunda alteração das nossas rotinas e a uma significativa redução dos consumos.

A região algarvia poderá enfrentar uma grave situação de stress hídrico já nos próximos anos e só uma real mudança nos nossos hábitos enquanto consumidores pode travar esta realidade.

Para um futuro com água: Seja responsável, reduza o desperdício e **USE APENAS A ÁGUA NECESSÁRIA**.

Água, um bem precioso

Águas do Algarve

Denominada como um recurso natural essencial à vida humana, a água deve ser preservada e utilizada de forma consciente. Em entrevista à Revista Qualidade & Inovação, António Eusébio - Presidente do Conselho de Administração das Águas do Algarve - fala da importância da educação ambiental e descreve alguns projetos que irão decorrer no âmbito do Plano de Eficiência Hídrica.



António Eusébio, Presidente



Barragem de Odelouca

A presente-nos as Águas do Algarve e a missão que levam a cabo.

A Águas do Algarve celebra este ano 21 anos de atividade, sendo motivo de muito orgulho para todos. A Empresa iniciou a sua atividade, no ano 2000, sendo concessionária, por um período de 30 anos dos Sistemas Multimunicipais de Abastecimento de Água e de Saneamento do Algarve, abrangendo todos os 16 concelhos da região, servindo cerca de 450 mil habitantes em época baixa e perto de um milhão e meio em época alta, nas áreas de tratamento e distribuição de água, bem como no tratamento dos efluentes domésticos.

Em 2019, foi assinado um novo Contrato de Concessão para o período 2019-2048. Este Sistema substitui os dois sistemas multimunicipais extintos, nomeadamente o sistema multimunicipal de abastecimento de água do Algarve e o sistema multimunicipal de saneamento do Algarve.

O Sistema abrange geograficamente os 16 municípios da região do Algarve, nomeadamente: Albufeira, Alcoutim, Aljezur, Castro Marim, Faro, Lagoa, Lagos, Loulé, Olhão, Monchique, Portimão, São Brás de Alportel, Silves, Tavira, Vila do Bispo e Vila Real de Santo António.

Somos responsáveis pelo tratamento e abastecimento de água, isto é, colocamos a água

tratada para consumo humano nos reservatórios das Câmaras Municipais e tratamos toda a água residual dos 16 municípios. Quando esta chega aos nossos interceptores, estações elevatórias e posteriormente ETARS. Depois de tratada, parte desta água já é consumida internamente, reutilizando-a nas nossas instalações e em alguns campos de golfe, como por exemplo: Al-mancil, Salgados e Quinta do Lago.

A nossa missão visa essencialmente garantir o abastecimento de água para consumo humano e o tratamento de águas residuais de acordo com os mais elevados padrões de qualidade e fiabilidade, num quadro de sustentabilidade económica, social e ambiental em toda a região algarvia.

A gestão e o abastecimento de água têm sido um desafio para a região algarvia?

No que respeita ao consumo humano, temos as barragens de Odelouca, Odeleite e Beliche. Nestas barragens, este ano, estamos relativamente tranquilos no que se refere às disponibilidades hídricas. Temos atualmente armazenados cerca de 156 hectómetros cúbicos de água. Sendo que consumimos, por ano, entre os 70 e os 75 hectómetros, podemos dizer que temos água para dois anos aproximadamente. Ainda existem outras barragens disponíveis, como é o caso da Barragem do Funcho que se destina à agricultura, gerida pelos

regantes e que tem cerca de 35 hectómetros de água. Em relação ao ano passado o Algarve está “mais folgado” neste recurso, o que não quer dizer que não tenhamos de ser eficientes e trabalhar afincadamente para garantir os próximos anos. Temos consciência que tudo vai depender das frequências das chuvas e dos próximos invernos.

A água é um elemento essencial para a vida humana. Que investimentos tecnológicos são feitos para garantir a qualidade da mesma?

Trabalhamos para que não existam perdas nos nossos sistemas. Naturalmente, existem sempre algumas devido às lavagens dos filtros das nossas ETAs mas são perdas muito residuais.

Existe tecnologia para evitar o desperdício. Através da medição dos caudais, conseguimos saber a montante e a jusante o que é que está a acontecer e no momento de abastecimento de água conseguimos detetar, acompanhar e monitorizar todo o sistema.

Quais são os principais investimentos realizados pelas Águas do Algarve?

Por um lado, temos o contrato de concessão que tem de ser gerido ao longo do tempo. Recentemente, acabámos uma empreitada muito importante para o Barlavento que é o reforço da ETA (Estação de Tratamento de Água) de Alcantarilha, onde temos uma nova flotação com



duas linhas que vieram reforçar o sistema de filtração e tratamento da água para consumo humano. Permite-nos acrescentar 1200 litros por segundo ao que já tínhamos, isto para dar mais robustez e mais eficiência ao sistema. Com este sistema gastamos menos energia, produzem-se menos lamas e, por outro lado, conseguimos fornecer e ter maior capacidade de abastecimento de água. Esta obra é o exemplo do investimento e inovação que a Águas do Algarve promove na Região, garantindo sempre a qualidade das instalações, o seu bom estado, a sua melhoria, para que não hajam problemas com estes sistemas. Este é um setor que tem de estar sempre em funcionamento e onde não se pode falhar.

Para além destas obras, no presente ano estão a decorrer a Nova Reserva de Abastecimento ao Barlavento, um novo reservatório, que vai estar terminado no final deste ano, lançamos o concurso para uma secagem solar de lamas, localizada em Vila Real de Santo António, e em breve iniciará a obra de melhoria do sistema de saneamento de Aljezur, o qual prevê a eliminação da ETAR do Rogil e do Carrascalinho.

Para além da monitorização e investimentos contínuos no Sistema Multimunicipal de Abastecimento de água e de Saneamento, a Águas do Algarve efetua um acompanhamento muito próximo com todos os 16 municípios da região, na iden-

tificação daqueles que poderão ser os investimentos necessários nesta área.

Em que consiste o Plano de Resiliência e Recuperação? E que outros projetos estão pensados?

O Plano de Resiliência e Recuperação complementa o Plano de Eficiência Hídrica que vem contemplar medidas para o Algarve (no que respeita à responsabilidade da Águas do Algarve) para que consigamos ter, até 2026, um sistema mais robusto, que garanta o fornecimento de água contínuo em quantidade e qualidade, considerando os reflexos das alterações climáticas que cada vez se sentem com maior intensidade, onde os períodos de seca são mais constantes.

Este plano de eficiência traz-nos ainda projetos de menor dimensão, como é o caso da captação do volume morto da Barragem de Odeleite, em que podemos ir buscar entre 15 a 20 milhões de metros cúbicos (hectómetros) de água. São volumes que não escorrem pela barragem, estão em bolsas e que podemos aproveitá-los para a nossa barragem de Beliche e integrá-la no sistema de abastecimento.

Outro projeto é o reforço da interligação Barlavento e Sotavento. O Algarve tem uma conduta que abastece desde Vila Real de Santo António até Lagos/Aljezur. Esta conduta consegue transportar 400 litros por segundo. O que se pretende com esta obra é reforçar para

600 litros, garantindo assim um reforço no abastecimento.

Depois temos duas grandes obras: o projeto de dessalinização prevê que consigamos ir buscar água ao mar e fornecer oito milhões de metros cúbicos por ano e outro projeto para ir buscar água ao Pomarão, no rio Guadiana, transportando essa água para a barragem de Odeleite e a partir daí entrar no nosso sistema de tratamento e distribuição.

O último projeto são as ApRs - Água para Reutilização - que consiste em tratar a água das ETARs para utilizá-la em diversos fins, seja em campos de golfe, na agricultura ou na lavagem de ruas. Já temos uma obra lançada, em Vila Real de Santo António, para fornecermos dois campos de golfe em Castro Marim.

Estes cinco projetos são os que estão previstos no Plano de Eficiência Hídrica e que através do Plano de Resiliência estamos a preparar os procedimentos para se lançar numa primeira fase os projetos e noutra os concursos de execução.

Entrevista Teresa Fernandes, responsável Comunicação e Educação Ambiental da Águas do Algarve:

De forma a sensibilizar os mais jovens, que iniciativas estão a ser desenvolvidas no âmbito da educação ambiental?

O Algarve é muito mais do que apenas sol, praia, bom tempo e férias de verão.

Desde sempre que as questões ambientais estão presentes na estratégia de desenvolvimento

da Águas do Algarve. Cada vez mais, e tendo-se presente os recentes dados mundiais relativos às previsões e respetivas consequências resultantes das Alterações Climáticas, todas as ações que possam ser promovidas junto da população no desenvolvimento da necessária consciência ecológica, proteção e valorização do ambiente são muito bem-vindas. Alertar a população, através de realização de diferentes ações, para a hipótese de escassez muito antes da água faltar nas torneiras é essencial. A Águas do Algarve, associada à sua principal atividade (abastecimento de água para consumo humano e tratamento das águas residuais urbanas) assume um forte compromisso com o Desenvolvimento Sustentável. A preservação do ambiente está incorporado em todas as atividades e ações que a empresa opera na região, havendo, inclusivamente, um contínuo investimento no desenvolvimento de projetos inovadores, em parceria com entidades várias. Destacam-se a própria Holding Águas de Portugal, a Universidade do Algarve, o LNEC, Agência Portuguesa do Ambiente, várias ONGS nacionais e regionais, a ABAE, Escola Azul, Zoomarine, municípios da região, entre outros, que nos permitem manter uma atividade educativa mais alargada e dirigidas aos vários públicos de diferentes faixas etárias, e diferentes formações.

Importa reforçar o esforço contínuo que é efetuado na vertente da comunicação e sensibilização dos consumidores para as questões associadas ao desenvolvimento sustentável e con-

sequente consciência ecológica, bem como para a importância da contribuição quer da empresa quer de todos para a conservação dos ecossistemas e da biodiversidade na nossa região. Temos de ser exigentes em termos de sustentabilidade dos Recursos, **consumindo menos do que aquilo que produzimos**, como é o caso da água, que está com o modelo revertido, i.e consumimos mais do que aquela que conseguimos produzir.

Gostaria de destacar as campanhas de sensibilização para o uso eficiente da água que a empresa promove ao longo de todo o ano, adaptando-as às circunstâncias e diferentes públicos-alvo. É o caso da campanha que estamos a iniciar neste preciso momento na região sob o mote “Desperdiçar hoje, é faltar amanhã”. O Consumidor tem de aprender a ser mais inteligente nas escolhas que faz, em prol da saúde da saúde humana e da sustentabilidade dos recursos naturais.

Os oceanos são outra questão de elevada importância. Com a iniciativa da ONU que identifica a década dos oceanos com a urgência na proteção do maior bioma do planeta, não nos deixa, evidentemente indiferentes, estando a área de educação ambiental também para aqui direcionada e em desenvolvimento de projetos. Recentemente, através das redes sociais Facebook (<https://www.facebook.com/aguasdoalgarve>) e Instagram (<https://www.instagram.com/aguasdoalgarve/>), e no nosso sítio web (www.aguasdoalgarve.pt) foi desenvolvida uma ação intitulada #30days #30sketches, em foram criadas mensagens e comunicações através de ilustrações efetuadas a aguarela, em que durante 30 dias, diariamente, foram levantadas e introduzidas questões associadas aos oceanos, permitindo aos nossos públicos uma maior aprendizagem sobre esta temática, promovendo o necessário sentido crítico, para uma sociedade que se pretende mais justa e equilibrada. **Temos de aprender a ser mais exigentes connosco, com as escolhas que fazemos, com o consumo e com o ambiente.**



Teresa Fernandes, Diretora de Comunicação e Educação Ambiental

Para cada empresa, uma estratégia única

Cenfim

O CENFIM - Centro de Formação Profissional da Indústria Metalúrgica e Metalomecânica - prima pela aposta incessante numa formação profissional à medida. Manuel Grilo, diretor nacional do CENFIM, fala sobre a missão, os prémios, assim como a vontade de continuar a evoluir num mundo cada vez mais digital e tecnológico.



Manuel Grilo, diretor nacional

Conte-nos a história do CENFIM. O CENFIM foi criado a 15 de janeiro de 1985 criado por protocolo com base num decreto-lei de 1984. Esse decreto era intitulado de Formação em Cooperação, e visava dotar o país com instrumentos que pudessem corresponder, nomeadamente para a boa utilização das ajudas de pré-adesão à Comunidade Europeia.

Surgiu a oportunidade de criar os Centros Protocolares em que todos têm uma área em comum: terem na sua gestão parceiros sociais e o Estado. Nos primeiros anos foram construídos cerca de 25 centros e o CENFIM foi um deles. Trabalhamos para a área da Metalomecânica e para responder às necessidades de qualificação dos profissionais do setor da Metalurgia e Metalomecânica.

Que estratégias definiram desde o início?

Desde a sua criação, definimos estratégias de atuação para o

futuro que estiveram ligadas ao nosso crescimento. Na altura, aquilo que definimos tornounos naquilo que somos: o maior centro de formação do país, seja setorial, seja a todos os níveis. A estratégia foi pôr a formação onde ela faz falta e, para isso, implementamos núcleos de formação ao longo dos anos nas áreas do país onde está a indústria de Metalúrgica e Metalomecânica, como é o caso de Lisboa, Porto, Marinha Grande, Santarém, Trofa. Fomos crescendo, mas sempre nas regiões onde está a indústria. Estamos implementados, praticamente, no Litoral.

Hoje em dia, contamos com 13 centros de formação, que vão desde Arcos de Valdevez, Trofa, Amarante, Porto, Ermesinde, Oliveira de Azeméis, Marinha Grande, Santarém, Torres Vedras, Lisboa, Caldas da Rainha, Peniche, Grândola e Sines.

Como descreve a evolução deste setor em Portugal?

A nível da economia, a indústria da Metalomecânica destaca-se por ser a principal indústria

transformadora, nomeadamente no ramo das exportações.

Antes da pandemia, houve um crescimento tão grande que atingimos os 20.000 milhões de euros.

Queremos valorizar este setor, pois são cerca de 20.000 empresas, a nível nacional, e mais de 200.000 trabalhadores.

Podemos afirmar que o setor cresceu muito nestes últimos anos e adaptou-se à realidade das novas tecnologias. Em primeiro lugar colocamos a formação junto das empresas e em segundo lugar fazemos aquilo que as empresas precisam, por isso acompanhamos a implementação das novas tecnologias para podermos estar um passo à frente daquilo que é a situação média da indústria.

Como caracteriza a formação implementada pelo CENFIM?

A formação é bastante prática e com o manuseamento em equipamentos, como por exemplo



a soldadura, a automação e a maquinação pois neste setor só poderia ser assim. Porém, há partes da formação que podem ser feitas à distância.

O CENFIM tem apostado na inovação tecnológica, mas também na inovação pedagógica. Por isso, participamos em projetos comunitários e desde o início apostamos em projetos de cooperação transnacional.

Participamos no WorldSkills, nos campeonatos nacionais, europeus e mundiais das profissões. Desde 1950, Portugal e Espanha foram os primeiros países a juntarem-se e a fazerem concursos de formação profissional. Hoje em dia já são mais de 80 países que promovem de dois em dois anos uma competição, o Campeonato Mundial das Profissões que cobre 50 profissões. A próxima será em 2022, em Xangai.

Incentivei a participação nestes campeonatos, porque permite medir a qualidade da nossa formação e permite-nos evoluir, uma vez que os nossos forma-

dores vão e têm sempre a aptidão para fazer mais e melhor. Tem sido uma grande aposta do CENFIM, tanto que mais tarde surgiu o EuroSkills - europeus, que este ano aconteceu em Graz, na Áustria e contou com a presença da seleção nacional portuguesa das profissões, representando 15 profissões em que competiram os campeões nacionais. Recebemos várias medalhas, com destaque para a medalha de ouro atribuída ao CENFIM, na profissão de CAD - Desenho Assistido por Computador - e ganhamos medalhas de excelência em diversas áreas.

Podemos concluir que temos a maior representação e o maior número de medalhas, o que replete a formação de qualidade que desenvolvemos. Tem sido uma aposta muito grande e temos tido bons resultados.

Quais são os principais desafios que têm enfrentado na indústria da Metalúrgica e Metalomecânica?

No âmbito do conhecimento público, a notoriedade do setor não é aquela que ele merecia. As pessoas têm uma ideia errada do setor. Entramos numa oficina ou numa empresa de metalomecânica e percebemos que efetivamente houve uma evolução nas tecnologias. As tecnologias hoje não são as máquinas, mas sim o nível de conhecimento e a nossa missão é apoiar a própria indústria. Prova disso é que as empresas tecnológicas estão a instalar-se em Portugal pela competência das pessoas e vão ser um grande valor acrescentado.

Uma vez que em Portugal a mão de obra é escassa, temos como parceiros os PALOP para que seja possível recrutar mão de obra qualificada para a indústria nacional e apoiar as empresas portuguesas que se queiram instalar nesses países.

Tudo o que se faz numa organização ou é um projeto ou nasceu de um projeto

Autónoma Academy

Sediada em Lisboa, a Autónoma Academy apresenta-se como uma escola de MBA's, Pós-Graduações, bem como cursos de especialização. Em entrevista à Revista Qualidade & Inovação, Miguel Carvalho e Melo, coordenador do MBA em Gestão de Projetos, explicou o funcionamento do MBA e os desafios que os alunos têm pela frente.

Como nasceu o MBA em Gestão de Projetos?

Este curso nasceu, em 2004, na então Escola de Gestão

& Negócios da Universidade Autónoma de Lisboa, que mais tarde deu origem à Autónoma Academy. Na altura, era uma pós-graduação em Gestão de Projetos & Liderança, bastante mais curta. Este curso permitiu-me começar a ensaiar uma abordagem de formação diferente, experiencial, focada no desenvolvimento de competências. A primeira edição correu muito bem, de tal forma que a pós-graduação evoluiu, passou a

ter mais módulos e foi depois transformada em MBA Executivo. Tem sido uma constante evolução e é por isso que já vamos para a 12ª edição.

O MBA tem uma abordagem pedagógica onde os alunos enfrentam os desafios vividos no dia-a-dia da Gestão de um Projeto, num contexto empresarial. Que competências são desenvolvidas ao longo do curso?

Quando o curso começa, logo na primeira sessão, apresentamos aos alunos um contexto de um grupo empresarial com empresas de setores de atividade diferentes. De seguida, formamos equipas

(o mais heterogéneas possível) e cada equipa, dentro daquele contexto, tem de conceber um projeto. Somos dez professores a acompanhar e a apoiar continuamente.

O curso tem 23 módulos e todos eles são calendarizados para que o conteúdo de cada aula apareça no preciso momento em que os alunos precisam dele para o trabalho que estão a fazer. É por isso que afirmamos que a espinha dorsal do MBA é o projeto em que estão a trabalhar.

Durante o projeto existem quatro simulações, com os dez professores a assistir e desempenhando o papel de Administra-

ção do grupo empresarial. Os alunos vão simular uma reunião de apresentação de uma ideia de projeto, uma reunião de apresentação do plano do projeto, uma reunião de ponto de situação e uma reunião de fecho do projeto. Nós simulamos de tal forma o contexto em vida real que eles no fim do curso já não têm receio de aplicar aquilo na vida real, porque é como se já tivessem feito.

Quais são as certificações incluídas no curso?

Temos duas certificações internacionais: a da IPMA (International Project Management Association) - APOGEP (Asso-

ciação Portuguesa de Gestão de Projetos) e a da GPM (Green Project Management). A IPMA é uma confederação de associações de mais de 70 países, em Portugal representada pela APOGEP. A GPM é a organização responsável pela criação do standard que integra na Gestão de Projetos uma abordagem de sustentabilidade alinhada com as metas de desenvolvimento sustentável das Nações Unidas.

A técnicas e ferramentas da GPM permitem-nos fazer uma análise do impacto positivo ou negativo que o nosso projeto vai ter na sustentabilidade. Faz uma ligação aos objetivos de desenvolvimento sustentável de modo



Miguel Carvalho Melo, Coordenador do MBA em Gestão de Projetos da Autónoma

As organizações têm dificuldade em perceber que são elas que têm de se adaptar aos projetos e não o projeto que tem de se adaptar à sua estrutura

a podermos maximizar impactos positivos e minimizar impactos negativos.

O que é que este curso tem de completamente diferente? Não nos limitamos a transmitir conhecimentos. Pelo contrário, através de uma abordagem de formação experiencial e de project based learning, desenvolvemos competências e capacitamos os nossos alunos, minimizando ou até eliminando as tradicionais barreiras da passagem da teoria à prática em contexto profissional. Só assim é que a formação para adultos faz sentido.

A gestão de projetos não está ligada apenas à parte técnica (controlar riscos, fazer cronogramas...). Neste tipo de formação trabalhamos liderança, gestão de conflitos, negociação, comunicação, gestão da mudança, porque gestão de projetos é feita por pessoas e são sempre as pessoas que fazem a diferença num pro-

jeto de sucesso.

Este modelo de curso foi crescendo ao longo do tempo e culminou naquilo que o curso é hoje. Não há outro igual. Este é o mais completo.

O que permite que qualquer organização evolua?

A criação de um novo serviço, de um novo produto, de adaptação a um novo mercado, de crescimento, de integração de uma nova empresa, tudo isso é feito através de projetos. O projeto é o agente da mudança. Sem isso as organizações não evoluem. É essencial que as organizações tenham capacidade de conceber, planear e gerir projetos de uma forma eficiente e eficaz, pois caso contrário a sua evolução está condicionada ou condenada.

Qual o impacto da sustentabilidade na Gestão de Projetos?

A 10ª edição do MBA foi a

primeira a incorporar a componente de sustentabilidade na gestão de projetos. Aliás, este é o primeiro curso de Gestão de Projetos em Portugal, numa Universidade, a incorporar o tema da sustentabilidade. Este ano convidámos o Presidente do Green Project Management que fez uma masterclass.

Como já é do domínio comum, a Sustentabilidade não se limita à abordagem das preocupações ecológicas. O chamado Triple Bottom Line da Sustentabilidade são o People, Planet e Prosperity (ou Profit), ao qual a GPM juntou o Product e o Processes, num documento chamado P5 que é hoje considerado o standard da Gestão de Projetos Sustentáveis.

Qual é o maior desafio que têm entre mãos?

Ainda temos muitas organizações que não estão preparadas para acomodar a Gestão de Projetos. Até percebem que é

importante, dão formação às pessoas, certificam-nas, têm ferramentas de informática de suporte, têm tudo e ainda assim as coisas falham.

As organizações continuam estruturadas de uma forma muito funcional e um projeto por natureza é transversal. Cada área faz a sua parte do trabalho à espera que no fim se junte tudo. O projeto está lá, mas de uma forma desmembrada. Porém, começa a haver uma maior perceção da importância que a gestão de projetos tem.

As organizações têm dificuldade em perceber que são elas que têm de se adaptar aos projetos e não o projeto que tem de se adaptar à sua estrutura, porque o projeto é o agente da mudança, e sem mudança há estagnação, a qual conduz à irrelevância.

Formação de qualidade rumo à competitividade

CertiServ

Prestar serviços de consultoria técnica e formação profissional é a principal missão da CertiServ. Cristiana Prior, gerente da CertiServ, falou-nos sobre a sua formação profissional, áreas de formação em que atuam, assim como os objetivos estratégicos pensados para o futuro da empresa.

A presente-nos a CertiServ e fale-nos da sua formação.

A minha formação base é Gestão de Empresas, mas não foi a primeira área com que contactei no mercado de trabalho. Numa fase muito inicial comecei a trabalhar na área da formação com as áreas técnicas. Desde o início, vi essa parte como uma mais-valia, porque em termos práticos conseguimos ver que o conhecimento é passado para o colaborador para outras áreas e isso tem efeitos no trabalho. Não é dar formação por dar, vemos que realmente há uma aplicabilidade das competências. O colaborador está mais formado, mais preparado e competente.

Nas áreas técnicas, as empresas aplicam muito o seu tempo à área comercial, mas esquecem-se que o melhor comercial que têm é quem está, por exemplo, numa obra.

Dentro das áreas que trabalhamos, telecomunicações, segurança contra incêndios em edifícios e segurança eletrónica, os instaladores que andam no

terreno, que lidam diariamente com o cliente no decorrer da obra, são os melhores comerciais. Se esses colaboradores estiverem devidamente formados, vão elucidar melhor o cliente e arranjar mais trabalho para a empresa. Demonstra profissionalismo junto do cliente.

Constituímos a empresa no final de julho de 2018 e foi o fecho de um ciclo que era necessário. Depois de algumas semanas de indecisões, mas também de pedidos por parte dos clientes, surgiu a CertiServ. Para além da formação, damos o acompanhamento necessário ao cliente, sem custos. Os clientes sabem que nos podem contactar se tiverem alguma dúvida.

Quais são as formações que disponibilizam aos clientes?

Temos a vertente da consultoria e a vertente da formação.

Na parte de consultoria prestamos apoio à gestão e fazemos auditorias internas. Na equipa, temos colaboradores que prestam auditorias externas às empresas com quem trabalhamos e isso é uma mais-valia e traz mais know-how para a empresa.



Cristiana Prior, Gerente



Acredito que aquilo que nos diferencia são os formadores, o acompanhamento que damos aos nossos clientes durante a formação e pós formação

O nosso foco é termos tudo adaptado ao cliente. Não existem empresas iguais, nem clientes iguais. E a bagagem que eles trazem enquanto auditores externos é bastante importante para a implementação dos sistemas nas empresas. O sistema deve adaptar-se à empresa e explicar aos colaboradores o porquê de fazer de uma determinada forma.

No que diz respeito à vertente da formação profissional e como referi anteriormente, as principais formações são nas áreas de telecomunicações (ANACOM), segurança contra incêndios em edifícios, (Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil) e segurança eletrónica (tem de estar escritos na Direção Nacional da PSP). Já no âmbito da segurança no trabalho, temos várias formações,

incluindo a formação de empilhadores, pontes rolantes, plataformas elevatórias, etc. Aqui só trabalhamos com clientes que queiram uma formação rigorosa e com componente prática, face aos riscos que existem ao trabalhar com máquinas.

A equipa é fundamental para uma formação de excelência...

Temos uma equipa coesa que fazemos questão de a manter. Porém e ainda este ano, convidamos dois colaboradores que eram nossos clientes a fazerem parte da equipa. Têm muito conhecimento em áreas que tínhamos défice de formadores.

Temos pessoas na equipa que trabalham tanto na vertente de consultoria como na de formação, porque também fazemos implementação de sistemas de

gestão, qualidade, ambiente, segurança e energia. A maioria da nossa equipa está ligada a uma engenharia (civil, eletrotécnica, entre outras). Temos de ser todos multidisciplinares, uma vez que trabalhamos com várias áreas e setores.

O que vos diferencia enquanto empresa de consultoria e formação profissional?

Acredito que aquilo que nos diferencia são os formadores, o acompanhamento que damos aos nossos clientes durante a formação e pós formação. Sempre que há uma nova legislação que possa surgir, vamos partilhando ao longo da formação novos processos de registos para que se mantenham informados.

Considero que o mais importante é sermos honestos

com os nossos clientes. Temos de ser práticos com as pessoas e acima de tudo adaptarmo-nos aos que eles precisam.

O que perspetivam para o futuro?

Um dos nossos objetivos estratégicos tem haver com a adaptação ao mercado.

Neste momento e para o futuro, queremos continuar a apostar nas áreas técnicas que temos, desenvolver aquelas que conseguimos certificação recentemente e que vamos iniciar as ações de formação brevemente. São áreas que nos trazem bastante relevância e com as quais gostamos de trabalhar, e nas quais temos formadores muito competentes.



CertiServ[®]
CONSULTORIA & FORMAÇÃO



FORMAÇÃO
PROFISSIONAL



CONSULTORIA
TÉCNICA

A BASE DO NEGÓCIO É CONHECIMENTO

+351 244 233 194 geral@certiserv.pt
+351 910 601 091 www.certiserv.pt



Uma nova Approach aos benefícios fiscais Approach

Há dez anos no mercado, a Approach Consulting atua na área de consultoria financeira e procura dar um serviço personalizado aos clientes. Em conversa com a Revista Qualidade & Inovação, Fernando Marcelino, CEO da Approach Consulting, sublinha a importância de maximizar os benefícios fiscais, não esquecendo o foco na Investigação e Desenvolvimento.



Fernando Marcelino,
CEO

Fale-nos do seu percurso até chegar à Approach Consulting.

Sou formado em Engenharia, no âmbito da qualidade industrial, e desde 2007 que trabalho dentro da atividade que esta empresa desenvolve hoje. Entrei num projeto franco-espanhol que exercia atividade no âmbito dos benefícios fiscais em Espanha e em França. Efetivamente entramos no mercado dos benefícios fiscais que está relacionado com o sistema de incentivo fiscais à investigação e desenvolvimento “SIFIDE” que, no nosso país, era praticamente desconhecido. A empresa quis lançar-se em Portugal e com minha ajuda e dedicação conseguiu-se desenvolver um negócio de uma forma exponencial. Passado dois anos fiquei como diretor geral dessa empresa em Portugal até 2012, ano em que saí da empresa.

A Approach Consulting foi constituída no final de 2011 por vários sócios. Mais tarde, em 2015, fui convidado para integrar esta empresa enquanto sócio. Hoje somos três sócios com partes iguais.

Quais são os principais serviços que oferecem aos clientes?

Decidimos focalizar a empresa em duas áreas: incentivos financeiros para as empresas, ou seja, quadros comunitários de apoio, independentemente da tipologia do concurso e benefícios fiscais para as empresas, principalmente o SIFIDE. Acreditamos que é o que dá mais valor às empresas, pois trabalha em projetos de investigação e desenvolvimento e com esse projeto conseguem ir buscar uma boa parte do custo de desenvolvimento que é conversível em benefício fiscal. Queremos ajudar as empresas nesse âmbito.

Apesar de na indústria existir uma maior possibilidade de encontrar projetos desse âmbito, hoje em dia o que está a sobressair no mercado é a área de serviços e tudo o que esteja ligado à informática pelo elevado crescimento que têm.

O SIFIDE destina-se a todas as atividades, desde que tenha desenvolvimento de produtos, de equipamentos, de novos processos e que tenha algo de inovador para o mercado. Permite que as empresas tenham uma dedução fiscal das despesas com I&D durante o ano.

Que aspetos fazem a diferença na vossa empresa?

Defendemos que com a nossa experiência de mais de 15 anos, o nosso apoio é fundamental em todos os setores de uma empresa e foi essa a mais-valia para a Approach e para o crescimento da mesma. Quando eu fazia um diagnóstico nas empresas,

eu passava por todos os setores para tentar otimizar o valor apurado. Há muito poucos que a fazem, mas faz toda a diferença.

Outro aspeto diferenciador é que tratamos os nossos clientes por parceiros e quando somos parceiros de uma entidade temos de ser parceiros de forma a credibilizar ambas as empresas. Temos de ser uma mais-valia para a empresa.

Por fim, fazemos sempre um estudo inicial do projeto, seja o que for, e vamos analisar para ver se tem potencial. Se tiver vamos apostar com a empresa, dando-lhe a garantia que não vamos cobrar nada até que a candidatura seja aprovada. Quando a candidatura é aprovada cobra-

mos uma percentagem do incentivo que a empresa recebe, ou seja, o risco fica todo do nosso lado até à aprovação.

O que espera alcançar para o futuro da Approach?

Queremos continuar a fazer uma forte aposta em tudo o que seja SIFIDE. Acreditamos que ainda há muito mercado por reter. No nosso site temos um simulador do SIFIDE onde as empresas podem fazer uma pequena simulação. Assim, receberemos a informação do perfil e podemos ter uma conversa diferente e personalizada com eles.

approach consulting 10 ANOS

Sustentável, Inteligente e Social

“U STAY” é um novo projeto que combina a tecnologia de ponta na área da gestão inteligente de edifícios com as mais avançadas práticas da construção sustentável, resultado de uma parceria entre as empresas LRPE e B11. Estivemos a conversar com os responsáveis do projeto, Luís Reis e José Bouça, para ficar a saber um pouco mais sobre os desafios envolvidos neste projeto que promete revolucionar o mercado da habitação.

Como nasceu o projeto “U STAY” e qual o conceito associado?

José Bouça: O Luís tem uma longa história na construção e gestão, durante a qual tem procurado integrar novas formas e métodos de construção com a mais avançada tecnologia de construção civil disponível no mercado. Já a minha área é a tecnologia de sistemas de informação e automação.

Em conversa descobrimos que tínhamos uma visão muito alinhada sobre a forma de endereçar o desafio da sustentabilidade, e que o “casamento” das nossas competências poderia

permitir fazer algo muito interessante na área da eficiência e sustentabilidade no processo de construção e vivência de um espaço habitacional.

Assim, acabamos por convergir para aquilo a que chamamos de “Vilas Sustentáveis Inteligentes”. São urbanizações autocontidas, com um foco social assente nos três S’s: Sustentável, Smart e Social. Em particular, queremos desenvolver o conceito da Sustentabilidade na construção, dos materiais à utilização de energia, e operação pelo uso de tecnologias inteligentes na poupança de recursos por parte dos residentes. Mas também procuramos dar resposta a um conjunto de questões sociais e urbanísticas pela ativação de espaços que

precisam de apoio social. Exemplo disso é a dicotomia entre o desenvolvimento imobiliário selvagem nos grandes centros e as aldeias e as vilas votadas ao esquecimento. Existe muito capital intelectual e muita vontade de ter uma forma diferente de viver dentro de espaços e comunidades, que estão subaproveitados pela falta de um projeto e visão agregadores. Nós queremos ser esse projeto e essa visão.

O objetivo final será, mais do que construir uma vila, proporcionar uma experiência vivencial, gerida através de uma plataforma digital que possa servir tanto para turistas como para nómadas digitais e que possam integrar aquilo a que chamamos de Social Tech.



Luís Reis e José Bouça

Como incorporam a componente tecnológica?

José Bouça: O nosso foco foi permitir uma utilização de recursos ótima, como água e energia, por parte da Vila e dos seus habitantes, não só com um esforço mínimo por parte destes, mas através da criação de um modo de vida em que esta consideração ecológica está integrada em todos os aspetos da vivência do espaço.

Por exemplo, as zonas de dormitório serão controladas através de sensores e de componentes IoT que controlam de forma automática não só o uso de água e energia, mas também a interação com o espaço. Através da plataforma “U STAY app”, um residente poderá reservar um quarto numa Vila, obter a chave digital para abrir o quarto e, quando entrar neste, ter a temperatura ambiente, luz e outras preferências aplicadas no seu quarto. Estas funcionalidades estão a ser geridas de forma automática para proporcionarem uma experiência ao menor custo de recursos possível.

Luís Reis: Para além da experiência adquirida com projetos passados, estamos a desenvolver um projeto para apresentar aos

investidores e a todos os entusiastas destes temas. Trata-se de um “laboratório vivo” com o objetivo de mostrar em contexto real as soluções tecnológicas desenvolvidas aliadas à vivência do utilizador e ao monitoramento da eficiência energética dos espaços interiores.

Quais são os projetos que estão pensados para o futuro?

Luís Reis: O nosso objetivo será criar Vilas “U STAY” em várias cidades do país, em particular naquelas em que o contexto social possa beneficiar mais da sua presença. Pretendemos que estas se tornem num modelo de vivência que, pelo exemplo, demonstre às comunidades locais que é possível fazer, face aos desafios locais, como a mobilidade dos estudantes pela falta de dormitórios, enquanto se endereça os desafios globais da sustentabilidade.

Ambicionamos que o nosso projeto, para além dos problemas que resolve, venha a servir de inspiração à construção civil para a implementação das aprendizagens que fizemos e vamos continuar a fazer na construção das Smart Cities do futuro. Mais saudáveis, felizes e sustentáveis.



Equipa como fator de sucesso

Valores I Pessoas

Há mais de uma década no mercado, a Valor I Pessoas apresenta uma panóplia de serviços que se destacam pela qualidade. Armando Gama Ribeiro e António Sampaio são os rostos por trás deste projeto que tivemos a oportunidade de conhecer nesta edição.



António Sampaio e Armando Ribeiro, Gestores

mentação de Sistemas de Gestão da Qualidade, Estudos de Viabilidade Económico/Financeiro e Candidaturas a Incentivos Comunitários, entre outros.

A diferenciação dos nossos serviços assenta no facto de empresa possuir quadros técnicos altamente qualificados e detentores de vasta experiência profissional e conhecimento no mercado, permitindo oferecer um amplo leque de serviços com valor acrescentado e o facto de prestamos serviços personalizados às necessidades concretas e específicas de cada cliente. Consideramos que criamos um parceiro em cada novo cliente!

Dentro da vossa oferta formativa, quais são as áreas com maior destaque?

As áreas com mais destaque são as formações relacionadas com liderança e gestão de Equipas, Comunicação e Gestão de Conflitos, Higiene e Segurança no Trabalho, Primeiros Socorros, Línguas (vertente técnica), Sensibilização para a qualidade, Auditorias da Qualidade, Técnicas de Animação, Ética e Deontologia Profissionais, entre inúmeras outras.

Tendo como principais clien-

tes as empresas e IPSS, como poderão estes beneficiar do PRR? E que apoio é dado pela VIP?

As empresas, IPSS e outras organizações poderão beneficiar de apoios financeiros para a aquisição de investimentos que pretendem realizar. Os incentivos devem ser entendidos como uma fonte de financiamento alheio que poderá permitir, uma realização mais rápida dos investimentos perspetivados pelas organizações e/ou permitir reduzir a necessidade de capitais próprios.

A VIP - Valor I Pessoas propõe-se a recolher as intenções de investimento do investidor e efetuar o enquadramento destas nos diversos programas do PRR. A nossa equipa orientará o cliente e facilitará o mesmo na tomada de decisão sobre os investimentos e sobre a apresentação de uma candidatura.

De que modo é que a equipa se tornou num elemento essencial para o sucesso da VIP?

Efetivamente a nossa Equipa é um fator de sucesso da VIP. O elevado profissionalismo, vastos conhecimentos técnicos, permanente atualização do saber, prontidão no aconselhamento,

e proximidade com os clientes, são algumas das virtudes que contribuem para que a Equipa VIP seja muito bem classificada pelos nossos estimados clientes e parceiros.

O que projetam para o futuro da empresa?

Os sócios em sintonia com a sua prezada equipa de colaboradores e consultores mantém a sua capacidade de sonhar e projetar o futuro da empresa. Assim, os principais projetos são:

- 1) Criar as condições para que a intervenção da VIP na elaboração e acompanhamento de projetos no âmbito do PRR, seja deveras relevante para a nossa empresa e para os nossos clientes;
- 2) Fazer crescer a nossa carteira de clientes no nicho das médias empresas;
- 3) Incrementar o número de colaboradores, nomeadamente os consultores externos altamente especializados;
- 4) Continuar a investir em avançadas tecnologias de informação, de comunicação e de divulgação;
- 5) Fazer aumentar a notoriedade da Marca VIP no norte de Portugal.

“Rigor nos compromissos, excelência nos processos” é o lema da VIP. Como surge a iniciativa de criar a vossa empresa?

Os sócios da Valor I Pessoas - Consultoria Empresarial, Lda. (VIP), Armando Gama Ribeiro e António Sampaio, ambos com vasta experiência no aconselhamento estratégico e técnico às empresas, às IPSS e outras entidades e estruturas do Estado, durante mais de 30 anos, decidiram criar a empresa em maio de 2004, na cidade de Braga.

O sonho tornado realidade continua vivo e dinâmico após

17 anos de existência, de Serviços de Consultoria prestados ao mercado, cada vez mais exigente.

A nossa fidelidade ao lema é com certeza um dos fatores de sucesso da VIP.

Que tipo de serviços oferecem aos clientes e em que aspetos fazem a diferença?

A VIP desenvolve serviços especializados nas seguintes grandes áreas de atuação; Consultoria para os negócios e a gestão (Estratégica, Investimentos, Marketing e Internacionalização); Formação Profissional; Serviços de Recursos Humanos; Imple-

VALOR I PESSOAS
CONSULTORIA EMPRESARIAL

geral@vipce.pt | www.vipce.pt | 253 220 511
Av. da Liberdade, nº 432 - Piso 5 - sala 34
(Granjinhos), 4710-249 Braga

- Temos:** Equipa de consultores Seniores.
Somos: Eficazes na deteção de Causas e na Resolução de Problemas
Pretendemos: Focos acentuados na criação de valor para a sua organização
Prestamos:
- Formação Profissional (Entidade Certificada pela DGERT)
 - Elaboração de Candidaturas a Incentivos Comunitários
 - Serviços de Consultoria Organizacional e de Gestão
 - Implementação de Sistema de Gestão da Qualidade
 - Estudos de Viabilidade Económico-Financeiros
 - Marketing e Internacionalização dos negócios
 - Serviços de Recrutamento e Seleção

O Plano de Recuperação e Resiliência visa apoiar a retoma e o crescimento económico de Portugal!

A VALOR I PESSOAS consegue apoiar-vos nos Investimentos e nas Candidaturas aos Incentivos!

A sua Empresa, IPSS, outra Organização, deseja beneficiar destes Incentivos?

AUTÓNOMA ACADEMY

ESCOLA DE PÓS-GRADUAÇÕES DA UNIVERSIDADE AUTÓNOMA DE LISBOA

MBA'S

LISBOA ATLÂNTICO
GESTÃO DE PROJETOS
GESTÃO DE BAR

PÓS-GRADUAÇÕES

DIREITO DO DESPORTO
DIREITO DAS MIGRAÇÕES
ASSESSORIA POLÍTICA E COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA
DIREITO SOCIETÁRIO
DIREITO E PRÁTICA NOTARIAL
ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DIREITO ADMINISTRATIVO
MARKETING DIGITAL
TRADUÇÃO

JORNALISMO TELEVISIVO E MULTIPLATAFORMA
GESTÃO SINDICAL E RELAÇÕES LABORAIS
PREVENÇÃO E DETEÇÃO DE FRAUDE EMPRESARIAL
AÇÃO HUMANITÁRIA, DESENVOLVIMENTO E GEOPOLÍTICA
PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS, PRIVACIDADE E
CIBERSEGURANÇA NA UE
ILUSTRAÇÃO
MUSEOLOGIA

FORMAÇÕES EM REGIME PÓS-LABORAL
CURSOS EM REGIME MISTO (ONLINE E/OU PRESENCIAL)
CORPO DOCENTE COM SÓLIDA FORMAÇÃO E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL RELEVANTE
NAS SUAS ÁREAS DE INTERVENÇÃO
DESENVOLVIMENTO DE CURSOS TAILOR MADE
PARCERIAS COM INÚMERAS INSTITUIÇÕES DO SETOR PÚBLICO E PRIVADO

MAIS INFORMAÇÕES:

[ACADEMY.AUTONOMA.PT](https://academy.autonoma.pt)

+351 215 800 952

[ACADEMY@AUTONOMA.PT](mailto:academy@autonoma.pt)

CANDIDATURAS
2021
2022
ABERTAS





zome

Faça Scan ao
Código QR e
candidate-se já!



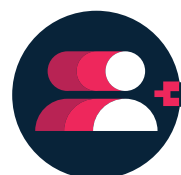
INVISTA NUM FRANCHISING SÓLIDO!

JUNTE-SE À MAIS INOVADORA
REDE IMOBILIÁRIA NACIONAL

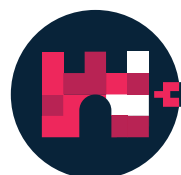
Condidade-se em: expansao.zome.pt

zome
REAL ESTATE

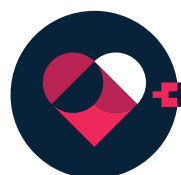
ABRA UM NEGÓCIO EM
FRANCHISING COM:



+ Acompanhamento



+ Sólido



+ Seu