

Qi

qualidade & inovação

Suplemento comercial propriedade da "Ilustre Narrativa"

SOMA FUTURE

Novo empreendimento residencial chega a Miraflores com elevados padrões de qualidade

Tendências de Consumo e Satisfação do Consumidor



PRÉMIO CINCO ESTRELAS



As verdadeiras estrelas deste prémio são os nossos clientes.

Pelo segundo ano consecutivo, a **Aegon Santander** foi eleita seguradora bancária com o **Prémio cinco estrelas**. Um prémio que nos enche de orgulho, demonstra o trabalho e dedicação da nossa equipa e nos incentiva ainda mais a conseguir proteger os nossos clientes, a sua saúde, as suas famílias e os seus bens.
A todos eles, o nosso obrigado.

Saiba mais em aegon-santander.pt ou informe-se num balcão Santander.



Não dispensa a consulta da informação pré-contratual e contratual legalmente exigida. A Aegon Santander Portugal Vida – Companhia de Seguros de Vida, S.Á. encontra-se registada junto da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões (ASF), sob o n.º 1191. A Aegon Santander Portugal Não Vida – Companhia de Seguros, S.A. encontra-se registada junto da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões (ASF), sob o n.º 1192. Prémio ganho na Categoria de Seguros Bancários. O “Prémio Cinco Estrelas” é atribuído com base num processo próprio da entidade responsável pela atribuição e considerando as votações, por categoria, de uma amostra de consumidores. Para saber mais sobre o referido Prémio e a metodologia utilizada nesse âmbito pela entidade responsável por favor consulte: <https://p.cinco-estrelas.pt/metodologia/#>.

Conteúdos



Banco CTT p.10



Fidelidade p.22

Soma Future | 4

Exército EME'S | 6

MARCAS CINCO ESTRELAS 2022

Aegon Santander | 8

Banco CTT | 10

Alberto Oculista | 12

Tena | 14

Quilaban | 16

Tartaruguita | 17



Fábrica de Papel Ponte Redonda | 18 Hidroreport | 30

MARCAS ESCOLHA DO CONSUMIDOR

AEG | 20

Betano | 21

Fidelidade | 22

Templum | 24

Altyra | 25

IMPIC | 26

Daimana | 28

PlanUS | 29



Editorial

Nos últimos dois anos vivemos tempos que limitaram e alteraram os hábitos dos portugueses. Foi uma fase que marcou uma grande mudança na escolha dos consumidores, o que provocou uma nova visão por partes dos empresários. Isto fez com que alguns mercados, que anteriormente não estavam tão bem potencializados, evoluíssem.

Atualmente, falar sobre as tendências de consumo é estar atento às necessidades dos consumidores. Nos próximos meses, as tendências estarão relacionadas com o “regresso à normalidade”, procura por produtos mais sustentáveis e e-commerce.

A avaliação da satisfação do consumidor é dos aspetos mais relevantes para a valorização de uma marca, pois permite o melhoramento contínuo e a aposta assertiva por parte dos consumidores na hora de escolher um produto/serviço.

Nesta edição de março destacamos algumas das marcas/empresas que foram galardoadas com o prémio Escolha do Consumidor e prémio Cinco Estrelas nas mais diversas categorias.

Juntem-se a nós para mais uma leitura!

Raquel Gonçalves



FICHA TÉCNICA **Propriedade:** Ilustre Narrativa, Lda, com a colaboração da Entrevista Especial Lda. **Diretor:** Paulo Padilha, Fátima Vieira, Manuel Alberto Cardoso, **Direção Editorial:** Raquel Gonçalves **Direção Gráfica/Design:** Miguel Ribeiro **Corpo Redatorial:** Pedro Lopes, Frederica Jardim, Mariana Serrano (redacao@revistaqualidadeinovacao.pt) **Fotógrafo:** Marco Rosado, **Redação e Publicidade:** +351 935 870 796, +351 962 554 060 / geral@revistaqualidadeinovacao.pt **Distribuição:** Distribuição gratuita com o jornal i /Dec. regulamentar 8-99/9-6 artigo 12 N.ID **Periodicidade:** Mensal, março 2022.

O CITTI Miraflores veio elevar o padrão

Fundada em 2014, em Oeiras, a Soma Future Investments é uma filial do grupo Hong Kong Internacional que desde cedo deu cartas no mercado imobiliário português.

Wenpeng Zhang e Tito Guilherme integram o departamento comercial e conversaram connosco sobre o projeto que veio revolucionar o mercado: o empreendimento CITTI Miraflores, uma aposta na qualidade de vida.



Como nasceu a ideia de criar a Soma Future Investments em Portugal?

A Soma Future é uma empresa com acionistas de Hong Kong e Macau que iniciou o seu percurso em 2014, mas com um background de experiência no setor de mais de 20 anos.

Começamos com uma equipa pequena, mas hoje somos cerca de 50 colaboradores, incluindo um gabinete de arquitetura que conta com 15 arquitetos; engenharia; departamento jurídico e marketing.

O primeiro negócio foi uma loja ao lado do Casino de Estoril, até porque numa fase inicial fizemos investimentos mais pequenos para conhecermos o mercado. Acreditamos que foi uma boa altura para entrar no mercado.

Em 2018 já tínhamos o conhecimento suficiente do mercado e a partir daí fizemos investimentos de maior dimensão. Compramos o terreno, desenvolvemos o projeto e a construção.

Na Europa, o primeiro país que começamos foi Portugal, mas a ideia futura é expandir para outros países, sendo que a base será em Portugal.

Que estratégias definiram desde a fundação da Soma Future?

Quando chegamos a Portugal, nomeadamente a Lisboa, já sabíamos que a



cidade tinha potencial mas ainda estava a ser descoberta. Desde 2014 que a estratégia e a visão já estavam lá. No início tínhamos de ter a confirmação de que o mercado iria subir e ia transformar-se naquilo que é hoje. Por isso é que os primeiros investimentos

foram mais seguros e só depois começamos a olhar para projetos de maior escala. Era essencial escolher bem face às várias propostas que tínhamos. A nossa filosofia é ter tudo “in-house” o mais possível. Então há um investimento

muito forte em que conseguimos controlar todas as fases do projeto. Estamos capacitados desde a aquisição em termos de projeto até chave na mão. Assim, conseguimos controlar todas as fases do projeto e chamar o projeto “nosso”.



O CITTI Miraflores foi concebido para dar conforto, comodidade e qualidade de vida a todos os residentes. Falem-nos sobre este projeto único.

Localizado em Miraflores, este projeto foi todo desenvolvido internamente. Já tínhamos a ideia de oferecer algo mais do que apenas habitação nova, pois queríamos elevar o nível. Tivemos muito cuidado a estudar para tentar chegar a uma solução que fosse de encontro às expectativas do cliente que é cada vez mais exigente. Com a chegada da pandemia percebemos que os espaços exteriores e a luz natural eram cada vez mais essenciais numa casa. A partir daí apostamos ainda mais em varandas amplas e em espaços com muita luz natural. Esta foi uma particularidade que a pandemia trouxe em termos de desenvolvimento do projeto.

O edifício CITTI Miraflores integra 187 apartamentos, com várias tipologias, seis lojas e um lote de comércio e serviços. Apresentamos ao cliente um produto muito clean, com otimização das áreas, com muita luz e com a utilização de bons materiais que resistem ao tempo. O resto poderá ser ajustado consoante os gostos de cada cliente.

Acreditamos que a localização, os bons acessos, a zona ribeirinha e os parques verdes são um enorme potencial para presentear os futuros residentes com uma excelente qualidade de vida.

Este é o nosso projeto de bandeira. Está na melhor localização da linha de Cascais. A ideia por trás deste projeto é elevar o padrão.

O CITTI Miraflores tem sido alvo de muito interesse por parte dos (futuros) clientes. O que tem este projeto de diferente?

Sempre quisemos desenvolver um projeto inovador, gostamos de trazer coisas novas para o mercado e juntar o que fazíamos com o nosso grupo e trazer para cá.

No CITTI Miraflores apostamos em apartamentos muito simples, muito simétricos, e com uma transição do interior para o exterior fluída e quisemos aproveitar bem todas as áreas.

Para além disso, queremos acreditar que o valor da relação preço/qualidade está equilibrado e os resultados mostram isso. No entanto, queremos sobretudo ter um produto que corresponda às expectativas.

Uma das inovações que temos é uma app que permite saber onde estão, por exemplo, as canalizações em 3D para que o cliente possa fazer futuras obras ou ter um acesso mais eficiente para a manutenção do apartamento. Assim, conseguem ver o esqueleto do edifício de uma forma muito intuitiva.

Para além de estarmos concentrados no CITTI Miraflores, temos também em pipeline outros projetos muito bem localizados, aos quais aplicaremos a mesma filosofia do CITTI.

Atualmente o nosso foco concentra-se em investimentos de grande escala e assim continuarmos a crescer de forma sustentada.



SOMA FUTURE INVESTMENTS

Morada: Av. Dom João I, nº 16, 2 esq. 2780-065 Oeiras

E-mail: geral@somafuture.com

Telefone: +351 211 372 830

Qualidade em Marcha: O ensino no Colégio Militar e no Instituto dos Pupilos do Exército

A Direção de Educação do Exército é responsável pela direção, coordenação, e supervisão do funcionamento dos Estabelecimentos Militares de Ensino (EME), a fim de garantir a qualidade do ensino neles ministrado, cabendo-lhe, em especial, definir, coordenar e harmonizar as linhas orientadoras dos projetos pedagógicos dos EME, na prossecução dos princípios fundamentais do Sistema Educativo Português e da formação de matriz militar. Enquanto Diretor de Educação, o Major-General Aguiar Santos, explica como a Certificação da Qualidade, alcançada na sua plenitude em 2022, tem sido o mote para a melhoria do trabalho realizado diariamente por estas duas instituições centenárias.

Conte-nos a história dos Estabelecimentos Militares de Ensino (EME).

O Colégio Militar (CM) foi fundado em 1803, contando com mais de duzentos anos de história e ministra o Ensino Básico e Secundário. O Instituto dos Pupilos do Exército (IPE), por sua vez, foi fundado com a implementação da República em 1911 e, ministra o Ensino Básico (2.º e 3.º ciclos) e o Ensino Secundário Profissional.

Os Estabelecimentos Militares de ensino não superior do Exército (EME), Colégio Militar e Instituto Pupilos do Exército, são estabelecimentos de ensino da rede pública escolar, inseridos na estrutura orgânica do Exército e sob a tutela política do Ministério da Defesa Nacional, aos quais incumbe a missão de assegurar uma sólida formação de matriz militar, intelectual, técnica, física, moral e cívica, inspirada nas qualidades e virtudes da vida militar, e na prossecução dos princípios fundamentais definidos no Sistema Educativo Português, bem como relevar o papel da defesa nacional e das Forças Armadas na sociedade. O padrão e qualidade do ensino é um ponto em comum nestes dois estabelecimentos, com um grande acumular de experiência e tradição.

Como aliam os EME o Sistema Educativo Português à Formação de Matriz Militar?

O percurso dos EME foi traçado pela evolução do país e das forças armadas, e do necessário alinhamento com o Sistema Educativo Português e no respeito pela especificidade própria da formação de matriz militar, a qual tem por base princípios e valores que norteiam a vida castrense: uma sólida educação moral, intelectual e física, com plena consciência dos deveres e direitos de cidadãos, respeitadores da pessoa humana e do meio ambiente, defensores do património cultural e histórico da sua Pátria, intervenientes e participativos no que respeita às responsabilidades sociais e cívicas.

Um dos pilares é a formação comportamental, onde os valores da lealdade, camaradagem, espírito de corpo e solidariedade são inculcados diariamente nos alunos, através do enquadramento militar, que além de ministrar a formação de matriz militar, inculca nos alunos os mais elementares princípios e valores militares. Ainda que esta formação decorra em ambiente militar, o objetivo não é formar militares, mas sim cidadãos conhecedores da importância, para o país, da relação entre as Forças Armadas e a sociedade civil.





Qual é a oferta educativa dos EME?

Do Ensino Básico ao Secundário, os EME complementam-se. A sua diferenciação das demais escolas faz-se pelos respetivos projetos educativos de referência. Ambas as escolas implementam projetos educativos que promovem um sistema de ensino misto, de convivência integrada de género na vida escolar, e optativo entre os regimes de frequência de externato e de internato, exclusivamente em regime de externato para o 1.º Ciclo.

No que toca ao Ensino Secundário, o CM oferece todas as opções do ensino regular: Ciências e Tecnologias, Ciências Socioeconómicas, Línguas e Humanidades e Artes. Já o IPE, foca-se no Ensino Profissional e disponibiliza quatro cursos profissionais: Técnico de Manutenção Industrial (mecatrónica e eletrónica); Técnico de Gestão; Técnico de Gestão e Programação de Sistemas



Informáticos; e Técnico de Eletrónica, Automação e Comando.

Para além do currículo obrigatório, no âmbito do apoio educativo os EME disponibilizam, estudos (específicos ou gerais), uma panóplia de atividades de complemento curricular para todos os níveis de ensino, que vão das culturais -Música, Inglês (Cambridge Plus), Clube de Francês (Delf), Clube de Matemática (Math 2.0), Design Multimédia, Programação e Robótica, Museologia, Guitarra, Cordofones e o Teatro - às Físicas - Esgima, Equitação, Ginástica de Formação, Trampolins, Atletismo, Corrida e Orientação, Voleibol, Dança, Judo, Rugby, Futsal, Basquetebol, Remo e Natação. A oferta de atividades, permite que os alunos tenham um dia completo de ocupação, sem que necessitem de se deslocar devido à concentração de atividades numa única escola.

Como é medida a qualidade?

Os indicadores estratégicos para a gestão de qualidade do ensino e formação no Ensino Básico, estão ligados à aprovação no final de cada ciclo, às médias das classificações das provas finais do nono ano: português e matemática. Já no ensino secundário, o foco está sobretudo nas médias de classificação dos exames nacionais (11º e 12º ano) e no acesso ao ensino superior. A avaliação do fator formação de matriz militar tem uma importância acrescida por ser a área de diferenciação face às restantes escolas. A formação de matriz militar pretende ser um processo cumulativo, em que os alunos vão “assimilando” a formação à medida que avançam no percurso escolar, e que se completa no final do ensino secundário.

Todos os membros das comunidades educativas, das quais fazem parte 190 professores; 1095 alunos e respetivos Pais e Encarregados de Educação; os mais de 260 militares e civis que servem nos EME e os 11 elementos da Direção de Educação, se empenham diariamente na promoção da qualidade do ensino e formação ministrados. Importa referir que o processo de implementação do sistema de gestão da qualidade foi em si próprio uma aprendizagem, que possibilitou aferir processos internos e concretizar uma autorregulação, através da tomada de consciência das rotinas diárias e da importância de cada “peça do puzzle”.



Qual era o objetivo da implementação e certificação de um Sistema de Gestão da Qualidade na Direção de Educação?

A criação de um sistema que seja mais do que a soma das partes, respeitando a diferença e a identidade de cada um dos estabelecimentos de ensino, dando assim um contributo decisivo para o designado Sistema de Ensino Não Superior de Matriz Militar. A certificação não é um objetivo per si, o foco está na melhoria da gestão dos recursos e procedimentos e na recolha de informação, que possibilite a melhoria contínua. Ao implementar o sistema de gestão da qualidade a preocupação está em identificar os indicadores estratégicos do sucesso escolar, que permitem aferir o modelo e gerir a qualidade do ensino e formação.

A certificação do sistema de gestão da qualidade do IPE conta já com vários anos, fruto da natureza do Ensino Profissional que ministra. O CM, desafiado a adotar um modelo idêntico, alcançou a certificação em 2021. Numa terceira fase, o objetivo passou por garantir a implementação e certificação de um sistema de gestão da qualidade na Direção de Educação, garantindo, perante a tutela e os pais e encarregados de educação, o alinhamento das três entidades que constituem o sistema de ensino não superior de matriz militar.

Para o Diretor de Educação, o sistema de ensino não superior de matriz militar apoiado por um sistema de gestão da qualidade devidamente certificado, é uma oportunidade de, em permanência, avaliar e melhorar a qualidade do ensino e formação ministrados nos EME.





“O nosso propósito diário é proteger as pessoas”

A Aegon Santander está presente no mercado desde 2014, fruto de uma aliança entre dois Grupos. Atualmente, oferecem uma gama diversificada de seguros onde o bem-estar do cliente é o fator mais importante para a empresa. Para o futuro, apresentam estratégias bem delineadas, mas sempre atentos às necessidades de cada cliente.

Especializada em seguros de vida e não vida, presente-nos o mundo da Aegon Santander.

A operar no mercado português desde 2015, a Aegon Santander resulta da aliança entre os Grupos Aegon e Santander. Temos uma oferta que abrange seguros dos ramos Vida e Não Vida e acreditamos que esteja ajustada ao atual estilo de vida do consumidor, quer pelos riscos cobertos, quer pela forma como as garantias podem ser acionadas e se materializam em serviços relevantes e com utilidade para os nossos clientes. Por isso, para nós, é realmente importante escutar o cliente, perceber o que valoriza. Definimos como nossa missão proteger as pessoas, cuidar daquilo que lhes é mais precioso - saúde, família e bens. Fazemos disso o nosso propósito diário.

Para quem não conhece, quais são os seguros que disponibilizam não só para particulares mas também para empresas?

A nossa oferta atual está muito orientada para pessoas, quer a dirigida a particulares, quer a das empresas. O portfólio inclui a proteção de pessoas, nas vertentes da saúde, incluindo a componente de doenças graves; vida, em associação ao crédito bancário ou em regime facultativo, orientado para a proteção pessoal e familiar; desemprego; acidentes pessoais; acidentes de trabalho para

serviços domésticos e ainda seguros multiriscos para o lar.

O portfólio foi inicialmente desenhado tendo em conta as especificidades de uma seguradora de bancassurance e tem vindo a ser alargado, dando uma resposta cada vez mais abrangente.

Como é feito o acompanhamento aos clientes, de forma a garantir a sua satisfação?

O foco no cliente, sendo um dos nossos valores, acompanha transversalmente a atividade que diariamente desenvolvemos. Assim, queremos ser proativos na apresentação das melhores soluções e estar presentes nos momentos importantes da vida dos nossos clientes. Isso reflete-se nas mais diversas formas: no desenvolvimento de ferramentas com o intuito de servir bem, desde a subscrição à gestão da apólice e dos sinistros, privilegiando canais de proximidade; no apoio dado à rede comercial do Banco Santander, contribuindo para o reforço da relação entre cliente e gestor; até à situação mais simples que pode implicar ligar a um cliente para clarificar alguma questão relativa a um pedido que nos seja feito e que suscite dúvidas. Queremos continuar a ter essa capacidade de ver a pessoa e as suas necessidades.

A pensar no mundo digital e na praticidade do dia a dia, o que oferece o serviço myAegonSantander e a app?

O myAegonSantander é um serviço de homeinsurance através do qual o cliente poderá consultar os seus contratos, nomeadamente informação relevante que permita acompanhar e gerir as coberturas e capitais, valores a pagar, beneficiários, submeter pedidos de reembolso de despesas de saúde ou pedir autorizações para acionar alguma cobertura que assim o exija. Para além disso, através deste serviço, os clientes poderão igualmente efetuar algumas alterações, nomeadamente dados de contacto ou interagir de forma mais imediata com a Aegon Santander. O objetivo é facilitar a jornada do cliente no pós-venda, na gestão, ativação das garantias e contacto com a Seguradora.

Já a app SafeCare Saúde disponibiliza serviços na área da saúde, permitindo o cliente aceder a uma consulta médica no seu smartphone, sempre que precisar, esteja onde estiver. Para além da consulta médica, que pode ser realizada por vídeo-consulta ou uma simples chamada telefónica, o cliente pode ainda enviar resultados de exames ou dados clínicos para avaliação pelo médico e receber a prescrição por SMS ou e-mail.

De que forma o fator humano tem um papel preponderante nos resultados da empresa?

Se de uma forma geral, o fator humano é importante para qualquer empresa, na área dos serviços e em particular nos seguros, as pessoas têm um papel determinante. Nos seguros a confiança é um ativo essencial, os clientes pagam e têm a expectativa que a Seguradora estará lá, cumprindo o seu papel, se a situação de risco vier a ocorrer.

Apenas com uma equipa motivada é possível assegurar a qualidade do serviço que procuramos entregar aos nossos clientes, excedendo as suas expectativas sempre que possível e, dessa forma, atingir os resultados que temos vindo a alcançar. Temos plena noção de que só o conseguimos porque as pessoas se envolvem, se comprometem com o que fazem, sentem-se parte de um todo. A equipa é por isso, o núcleo da nossa atividade.

Conquistaram o Prémio Cinco Estrelas 2022 na categoria de seguros bancários. Que significado tem a atribuição deste prémio?

A conquista do Prémio Cinco Estrelas enche-nos de orgulho e o facto de o termos ganho pelo segundo ano consecutivo, faz-nos pensar que estamos no caminho certo, a fazer aquilo que os nossos clientes esperam de nós ou até, a conseguir surpreendê-los pela positiva. Estes últimos dois anos foram de grandes desafios, um verdadeiro teste à nossa resiliência, à capacidade de nos reinventarmos. As expectativas e exigências dos clientes são hoje, naturalmente, diferentes. O que valorizam também terá mudado e o facto de termos conquistado



este prémio neste contexto particular, tem um valor ainda maior para nós. Traduz a superação das equipas, ultrapassando dificuldades e criando alternativas, ajustando o serviço àquilo que, no momento, o cliente precisa ou valoriza. Exemplo disso, foi a rápida resposta que tivemos no início da pandemia, integrando serviços

de apoio na área da saúde e alargando a prestação dos mesmos a todos os clientes, independentemente de terem seguro de saúde ou não, ou a preferência pelos meios digitais na regularização de sinistros e a maior agilidade para os regularizar, com recurso a meios à distância.

Quais são as expectativas para o futuro da Aegon Santander?

Continuar a crescer, fazendo mais e melhor. Temos consciência que os fatores críticos de sucesso são dinâmicos. E por isso, é tão importante conhecer bem o consumidor, tentar antecipar tendências e ser ágil na implementação das medidas que melhor concretizem essas tendências, privilegiando um serviço de proximidade com os clientes.

Temos identificadas as áreas onde queremos reforçar a nossa oferta, quer no portfólio, quer nos serviços associados. Queremos continuar a melhorar na eficiência da operativa, recorrendo à tecnologia e queremos continuar igualmente a ser uma referência enquanto empregador. Desde 2016 temos sido distinguidos como uma das melhores empresas para trabalhar e em 2021 voltámos a ser premiados com o Índice de Excelência. Se conseguirmos continuar a desenvolver, gerir e reter talento, acreditamos que os objetivos continuarão a ser alcançados, com uma qualidade do serviço de excelência. Afinal, assumimo-nos como uma empresa que tem as pessoas no centro do mundo.



Um banco próximo de si

Solidez, confiança e proximidade são alguns dos valores que fazem parte do Banco CTT e que o tornam numa instituição presente em todas as fases da vida do cliente. Numa entrevista concedida à Revista Qualidade & Inovação, conhecemos os objetivos pautados pelo sucesso, a importância do Prémio Cinco Estrelas e os desafios para um futuro focado no crescimento.

Quais são os objetivos que implementaram desde a criação do Banco CTT?

O Banco CTT abriu com o objetivo de disponibilizar aos portugueses um Banco simples, transparente, acessível e próximo. Com este propósito, e apoiado na confiança da marca CTT e na sua presença física, o Banco tem conseguido captar mais de 100 mil clientes por ano, acima do que eram as nossas perspetivas e objetivos iniciais.

Esta capacidade de atrair clientes ao Banco só poderia ser suportada se fôssemos capazes de oferecer e manter um nível de serviço acima do esperado. E esta é também uma das metas que temos conseguido alcançar, com cerca de 85% dos nossos clientes a indicarem-nos que estão muito satisfeitos com o Banco CTT. Na verdade, um dos fatores de sucesso para a adesão de tantos clientes tem sido o “passa a palavra”, já que mais de metade dos nossos clientes abriu conta por recomendação de amigos ou familiares.

Como caracteriza os clientes que escolhem o Banco CTT? Qual a faixa etária?

O Banco CTT tem atraído clientes de todas as faixas etárias e

perfis, mas com uma preponderância por clientes mais jovens. Em particular, a faixa etária dos 25 a 45 anos é a que mais tem procurado as soluções do Banco, e que representa mais de 40% do total de clientes. Outra característica relevante é a apetência dos nossos clientes por soluções digitais. Atualmente, já mais de metade dos nossos clientes utilizam os nossos canais digitais, em particular a app mobile, como forma preferencial de se relacionarem com o Banco.

Conquistaram milhares de clientes num curto espaço de tempo. De que forma descreve esta evolução?

Quase a completar seis anos desde que o Banco CTT abriu, o balanço é bastante positivo e os números comprovam a confiança depositada em nós: em média, mais de 5.000 portugueses escolhem todos os meses a nossa marca.

O nosso posicionamento assente na disponibilização de produtos financeiros simples e num serviço de qualidade faz com que sejamos a escolha para muitos portugueses, lideramos a intenção de mudança de banco (Fonte: Basef Banca - Marktest. Janeiro 2022) e estamos no top três do banco mais recomendado no mercado (Fonte: Net Promoter Score - Basef Banca - Marktest. Janeiro 2022).





Qual a importância da atribuição do Prémio Cinco Estrelas 2022? É mais um sinal de confiança por parte dos clientes?

Este foi o 2º ano consecutivo que o Atendimento ao Cliente do Banco CTT, na categoria Banca, foi considerado pelos consumidores como Cinco Estrelas (1). O Banco CTT obteve uma classificação global de 74,4%, entre os 5 bancos avaliados pelo U-Scoot, Lda., tendo-se destacado nos critérios Satisfação, Recomendação, Confiança na Marca e Inovação. Não só recebemos novamente o prémio, como melhoramos a pontuação nos critérios que avaliam a satisfação, o que nos deixa duplamente orgulhosos. Este prémio é um reconhecimento do empenho e dedicação que pomos no nosso trabalho para servir cada vez melhor os nossos clientes.

(1) Prémio atribuído em 2022 na categoria Banca - Atendimento ao Cliente pelo U-Scoot Lda. Este prémio é da exclusiva responsabilidade da entidade que o atribuiu.

A pensar no futuro, quais são as metas de crescimento delineadas para o Banco CTT?

Nos próximos anos, o Banco CTT continuará focado em crescer, mantendo um forte ritmo de crescimento no número de clientes, aprofundando a relação com os atuais clientes, através de uma oferta competitiva e abrangente para o quotidiano, de soluções de poupança e investimento, e também soluções de crédito habitação e crédito pessoal, e por outro lado continuar a apostar numa plataforma digital cada vez mais completa, com capacidade para serviço, mas também de comercialização dos produtos de crédito e poupança, de forma simples e conveniente.

Deste modo, pretendemos mantermo-nos como um banco que assegura elevados níveis de serviço e satisfação e que está no topo da preferência dos portugueses para abertura de conta.



Prémio atribuído em 2022 na categoria Banca - Atendimento ao Cliente pelo U-Scoot Lda. Este prémio é da exclusiva responsabilidade da entidade que o atribuiu. Banco CTT, S.A.

Óculos para todos os gostos



Distinguida como uma escolha de confiança por parte dos consumidores, a Alberto Oculista prima por apresentar um serviço de qualidade em cada uma das suas lojas. Nesta entrevista, ficamos a conhecer os serviços da marca, os cuidados a ter com a saúde ocular e ainda foram desvendadas as tendências para este ano, no que diz respeito a óculos de sol.

Quais são os principais cuidados a ter com a saúde ocular?

Os principais cuidados passam por manter uma alimentação saudável, pela utilização de óculos de sol com proteção adequada e pela realização de um exame de optometria todos os anos.

O que simboliza para a Alberto Oculista a distinção “Prémio Cinco Estrelas”?

A distinção significa que estamos, essencialmente, num bom caminho. É o reconhecimento coletivo do trabalho que tem sido realizado ao longo destes anos, fortalecendo a aposta que a Alberto Oculista tem feito no serviço e no bem servir os seus clientes. A aposta em novas tecnologias permitem um produto diferenciado e único, potenciando o verdadeiro serviço 100% à medida do cliente, pois cada cliente é único e agora os óculos também. Orgulha-nos imenso este prestigiado prémio e responsabiliza-nos também a procurar fazer sempre mais e melhor.

No que diz respeito aos óculos de sol, quais são as principais tendências para este ano?

Assim como as roupas e o calçado, os óculos adaptam-se à estação, acompanhando sempre as últimas tendências. Estas são as principais tendências e destaques para este Inverno 2020: cores tendencialmente mais quentes e escuras, padrões com toques distintos, formatos que vão dos mais clássicos aos mais irreverentes e

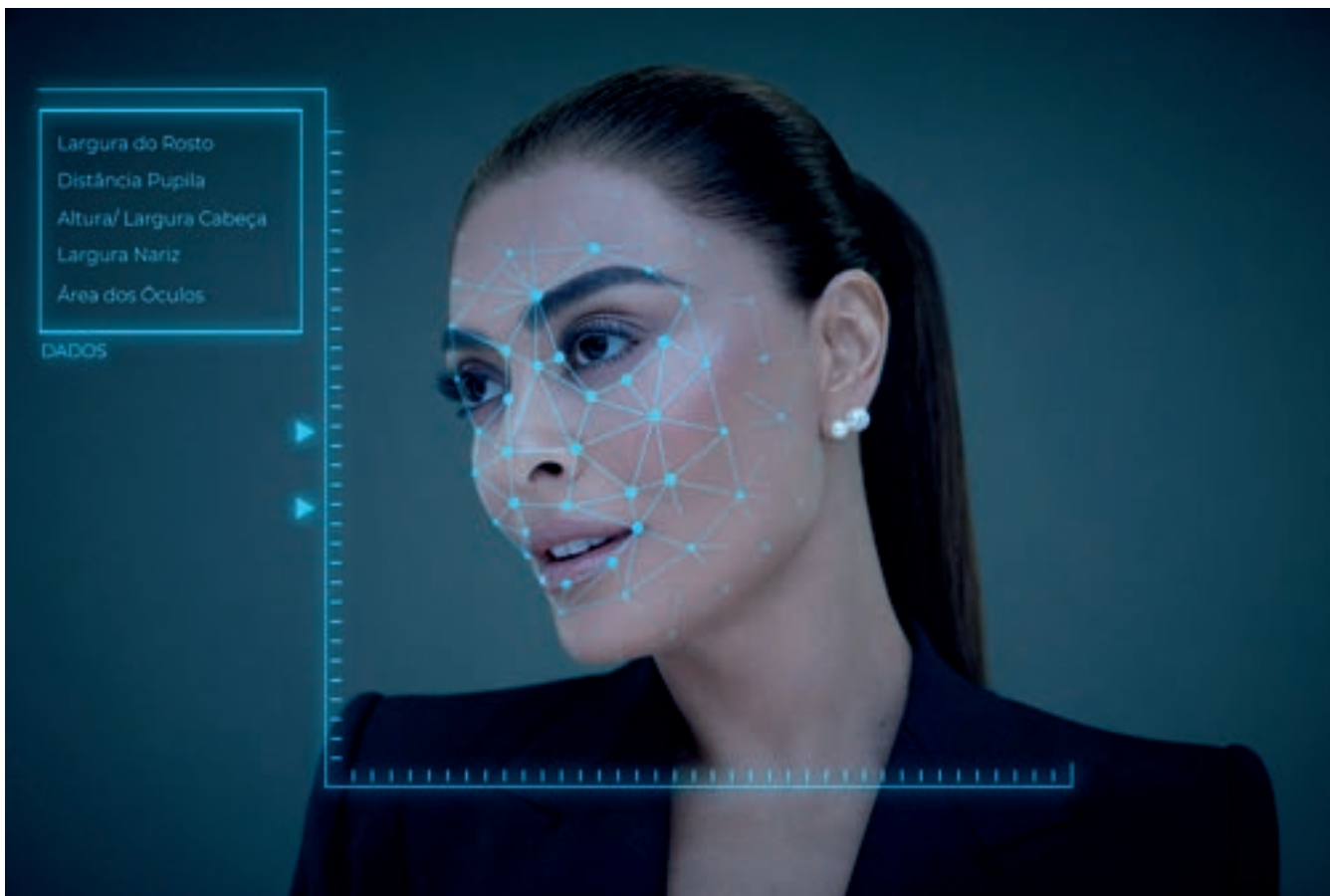
materiais para todos os gostos e estilos. As principais tendências para a primavera/verão passam pelos modelos octogonais, óculos de sol redondos que voltam a ganhar destaque na nova coleção, assim como o clássico modelo “Cat Eye”, considerado um ícone da moda. Já as lentes coloridas (amarelas, azuis, verdes e rosa) são um must-have para este verão.

É de salientar que no inverno também devemos utilizar óculos de sol, pois garantem a proteção dos olhos contra os raios ultravioleta, reduzem o brilho excessivo causado pelo sol no inverno, protegem contra a neve e vento e ainda reduzem a fadiga ocular.

Contam com mais de 60 lojas. Estão pensadas mais aberturas para o futuro da Alberto Oculista?

O Grupo Alberto Oculista, com a aquisição da marca Opticenter, passou a contar com mais de 100 lojas no seu portfólio no sector da Óptica, consolidando-se como referência no mercado, até porque foi a maior transação realizada até ao momento, em Portugal. Quanto à marca Alberto Oculista, irá continuar a traçar o seu caminho, sempre de forma sustentada e ponderada, aproveitando sempre as oportunidades que surjam para consolidar a sua presença junto dos consumidores, levando o seu serviço de excelência e o mote de melhoria da qualidade de vida através da saúde ocular, a novos mercados e clientes.





VEA – Virtual Eyewear Assistant óculos criados 100% à medida:

Um serviço único, exclusivo, completamente inovador e personalizado! Permitimos a aquisição de uma peça única e adaptada à fisionomia do rosto, fabricada exclusivamente de acordo com as medições biométricas e características escolhidas. São milhares de medições e registos que tornam cada rosto único no mundo, permitindo, assim, criar peças moldadas a cada um de nós. Através da digitalização do rosto, o consumidor escolhe o modelo de óculo mais adequado para si em termos de forma e tamanho, com uma proposta de cores muito ampla (mais de 500 versões de cor) e, finalmente, cria o modelo que mais lhe agrada, na medida biometricamente perfeita e com a mistura de cores preferida.

REALIZAÇÃO DE EXAMES DE OPTOMETRIA E CONTACTOLOGIA

permitindo avaliar as necessidades visuais do paciente.

Estes exames englobam:

TONOMETRIA

Medição da pressão intra ocular;

RETINOGRAFIA

Avaliação do fundo do olho permitindo acompanhar a evolução das suas estruturas (retina, nervo óptico e os vasos sanguíneos);

TOPOGRAFIA CORNEAL

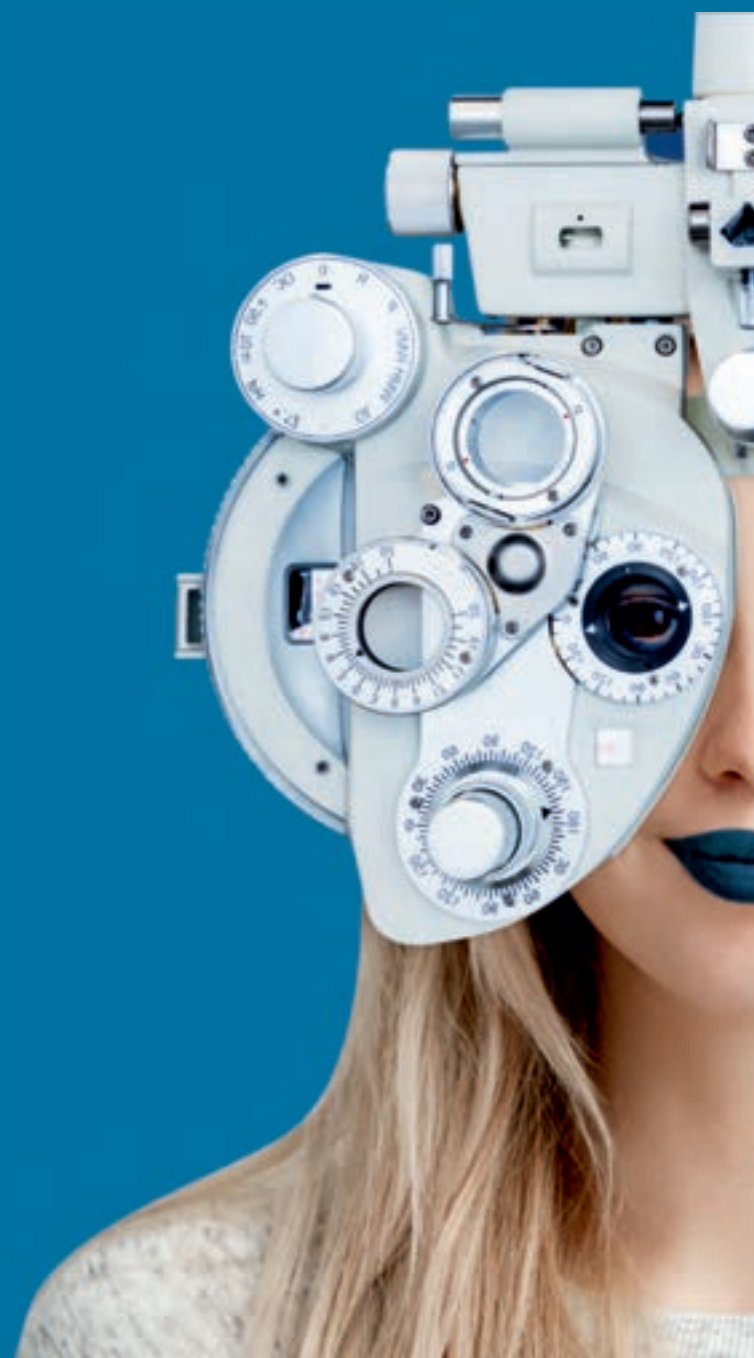
Avaliação da superfície da córnea.

ÓCULOS PROGRESSIVOS EM APENAS 3H

RASTREIOS VISUAIS:

A nossa equipa, constituída por optometristas licenciados, desloca-se a qualquer parte do país prestando este serviço que é fundamental em qualquer idade.

Permite identificar o estado da saúde visual despistando eventuais problemas visuais.





Líder mundial em higiene e saúde



A TENA, uma marca Essity, oferece uma ampla gama de produtos de higiene, nomeadamente produtos inovadores para a incontinência. Em conversa com a Revista Qualidade & Inovação ficamos a conhecer melhor a TENA enquanto marca que prima pela implementação de soluções sustentáveis.

Como surgiu a marca TENA e quais os produtos que têm para oferecer?

A marca TENA remonta ao início da década de 1960, quando nós (como empresa sueca) desenvolvemos as primeiras fraldas e resguardos descartáveis para pacientes incontinentes. Fomos os primeiros a anunciar e a quebrar o tabu na sociedade, aumentando a consciência e a aceitação desta condição comum.

A marca TENA foi registada em 1983 e, tal como os nossos produtos, tem evoluído gradualmente com o tempo. A nossa nova identidade de marca é o último capítulo desta emocionante história. Ao longo dos anos, ouvimos, inovámos e fomos pioneiros em novos produtos

e estamos agora estabelecidos como a marca líder mundial de incontinência, na qual milhões de pessoas em todo o mundo confiam. Continuamos a investir na investigação e inovação, aumentando a nossa perícia e aproveitando novas tecnologias para melhorar os nossos produtos. Temos uma vasta gama de produtos para mulheres e homens, desde pensos ou proteções para incontinência muito ligeira, até fraldas para pessoas acamadas, passando por produtos de higiene que limpam, cuidam e protegem a pele nos cuidados de incontinência.

De que forma unem a inovação e a sustentabilidade no desenvolvimento de novos produtos?

Desde 2008, estamos a tomar medidas para tornar todos os produtos TENA mais sustentáveis. Passaremos para eletricidade 100% renovável em todas as nossas fábricas e com o nosso programa TENA Protects, queremos reduzir a pegada de carbono dos nossos produtos e serviços em 50% até 2030. Sabemos que excelentes produtos não são o suficiente e por isso, sempre que lançamos novos produtos, queremos atuar numa ou mais destas áreas: bem-estar, mais com menos e circularidade. Estamos numa missão de reduzir o impacto ambiental dos nossos produtos e serviços, melhorando ao mesmo tempo a qualidade de vida de milhões de pessoas em todo o mundo. Com cada nova iniciativa estamos a inovar com designs mais inteligentes, a encontrar materiais superiores, a desenvolver novas soluções para reduzir o desperdício e a tornar a nossa utilização de energia mais limpa e mais eficiente. Sem dúvida que o lançamento desta roupa interior absorvente lavável TENA Silhouette é um dos exemplos de um lançamento que se preocupa não só com as pessoas, mas também com o planeta.



Receberam o Prémio Cinco Estrelas que mede o grau de satisfação junto dos consumidores. Qual a importância deste prémio para a equipa TENA?

Este prémio é muito importante para a TENA, pois mais uma vez é o reconhecimento dos consumidores na qualidade dos nossos produtos e de que estes melhoram o seu bem-estar, para que possam viver uma vida normal e sem restrições, apesar da incontinência. O TENA Silhouette Washable Absorbent Underwear traz sobretudo a “normalidade”, a feminilidade, a discrição que a mulher quer usufruir quando utiliza proteções para incontinência. Esta é uma verdadeira roupa interior com uma proteção absorvente incorporada. É bonita e elegante, o que faz com que a mulher sinta que não está a utilizar qualquer proteção absorvente. Além disso, pode ser lavada até 50 vezes a 40°C, trazendo aqui um conceito muito forte a nível de sustentabilidade. cremos que todos estes elementos fizeram merecer a atribuição deste prémio que para nós é tão importante.

Que soluções sustentáveis estão a desenvolver para apresentar aos consumidores nos próximos anos?

A marca TENA tem um departamento muito forte a nível de Investigação e Desenvolvimento. Estamos sempre a inovar e a buscar novas soluções que sejam mais eficazes, cuidando não só dos consumidores, mas que, através do nosso programa TENA Protects, cuidem também do planeta. Em 2022, isso não será exceção. Iremos lançar algumas novidades que irão contribuir para o bem-estar das pessoas e do planeta. Estejam atentos!!



NOVA TENA SILHOUETTE ROUPA INTERIOR LAVÁVEL



Quando a roupa interior é a sua proteção, que poderia ser mais discreto?

NOVA roupa interior lavável
TENA SILHOUETTE.

Com Tripla Proteção contra perdas,
odores e humidade.

Lavável até 50 vezes a 40°C.

Protege como TENA.



Saiba mais em tena.pt

Produtos sustentáveis para um mundo melhor

A Quilaban e a Abena tornaram-se parceiras pelos valores que têm em comum. A preocupação com a sustentabilidade e a qualidade mereceram pelo 2º ano consecutivo a distinção do Prémio Cinco Estrelas, na categoria de fraldas para bebé e fraldas de incontinência. Os objetivos para o futuro estão bem delineados, tal como revela Catarina Duarte, Gestora de Produto, nesta entrevista.



Catarina Duarte
Gestora de produto

Como nasceu a relação entre a Quilaban e a Abena?

A relação entre a Quilaban e a Abena resulta de uma parceria que não podia ser mais natural, porque partilhamos a mesma Visão e Valores. E quando o horizonte para onde caminhamos é o mesmo, a viagem é mais harmoniosa e, acima de tudo, com mais sentido. Dois exemplos do que nos une são a Sustentabilidade e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Queremos deixar, para as gerações futuras, um Mundo melhor e os produtos da Abena e da Bambo Nature garantem-nos isso mesmo.

De que modo se diferenciam os produtos da Abena e Bambo Nature?

A Abena está no mercado há mais de 40 anos com uma especialização no segmento das fraldas, o que lhe confere elevados níveis de confiança. Mas é na qualidade dos seus

produtos que a marca se distingue, o que também é um orgulho enorme para a Quilaban. As fraldas que comercializamos possuem características que as distinguem dos restantes produtos que estão no mercado. Falamos de fraldas certificadas por organismos credenciados e com um reduzido impacto ambiental. Além disso, oferecemos produtos amigos da pele, sem perfumes nem parabenos, ideais para os nossos bebés.

Distinguidos com várias certificações e prémios, o que simboliza serem reconhecidos com o Prémio Cinco Estrelas 2022?

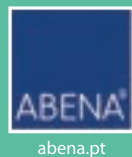
Qualquer reconhecimento é sinal de orgulho, mas quando essa distinção chega pela mão dos nossos consumidores, há um enorme sentimento de respeito. É o segundo ano consecutivo que somos distinguidos com o Prémio Cinco Estrelas que resulta de uma avaliação dos consumidores, em

que nos destacamos pela satisfação na experimentação, intenção de recomendação e relação preço/qualidade. Estes prémios mostram-nos que o caminho que estamos a seguir está alinhado com os valores dos consumidores. É por eles e para eles que aqui estamos.

Para além da responsabilidade social, que princípios fazem parte do desenvolvimento sustentável das marcas?

Os nossos objetivos estão bem definidos e sabemos o que queremos para as gerações futuras. Por exemplo, até 2030 a fábrica da Abena pretende reduzir as emissões de CO2 em 70% e, hoje em dia, a energia elétrica utilizada nas instalações vem toda de fontes renováveis. Daqui a oito anos, o objetivo é que os produtos biodegradáveis e reciclados representem 70% da produção. São objetivos ambiciosos, mas que estamos preparados para alcançar de modo a deixar um planeta melhor para os que virão.

BAMBO®
Nature



Quilaban
uma fórmula de vida

2 MARCAS 5 ESTRELAS. ANOS CONSECUTIVOS.



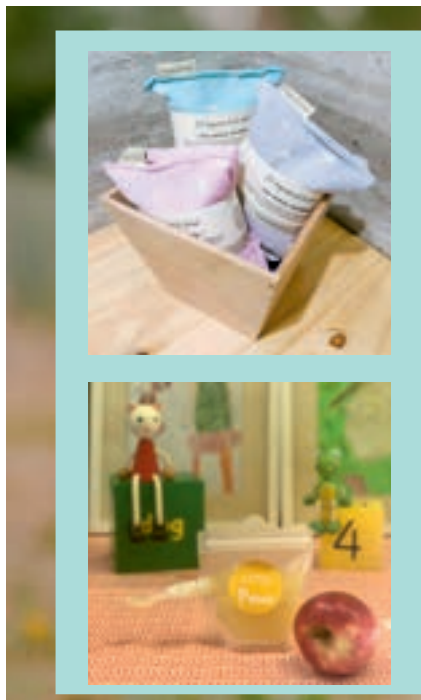
2º ANO CONSECUTIVO



As fraldas são dispositivos médicos. Para qualquer informação adicional, leia cuidadosamente as informações disponíveis na embalagem.

“Esforço, rigor e dedicação diários”

A Tartaruguita é uma loja online com diversos produtos a pensar no desenvolvimento infantil. A Revista Qualidade & Inovação entrevistou Susana Costa, Co-fundadora e Diretora geral da Tartaruguita, para conhecer o que está por trás desta marca e falar sobre o prémio “Cinco Estrelas” 2022 na categoria “Loja online de Puericultura”.



Sendo a Tartaruguita uma marca direcionada para bebés e crianças, qual o vosso ponto diferenciador?

O nosso foco é o cliente, as suas opiniões e críticas são muito valorizadas. Temos uma preocupação constante em proporcionar uma excelente experiência de compra, seja pela qualidade dos produtos, pela constante atualização e melhoria do site, rapidez de processamento e envio das encomendas, apresentação e embalamento da encomenda, oferta de brindes, atendimento personalizado e sempre disponível (seja para dúvidas antes da compra ou no pós venda).

Procuramos ainda ter produtos de elevada qualidade, diferenciados e recomendados por especialistas em desenvolvimento infantil com os quais temos parceria.

Que tipo de produtos podemos encontrar na loja online?

Na loja online da Tartaruguita temos produtos facilitadores da introdução alimentar do bebé (em especial pela abordagem Baby-Led Weaning / Baby-Led Introduction to Solids), porta-bebés ergonómicos (babywearing), brinquedos, produtos para amamentação, higiene, fraldas reutilizáveis, entre outros.

Procuramos ter sobretudo produtos promotores da independência e autonomia dos mais pequenos, produtos que lhes tragam mais valias no desenvolvimento, saúde e bem-estar, produtos ecológicos e/ou que sejam facilitadores do dia-a-dia dos pais.

Qual a mais-valia em terem especialistas em desenvolvimento infantil como principais parceiros?

De facto, damos sempre privilégio às recomendações dos profissionais de saúde, especialistas em desenvolvimento infantil, desde logo, terapeutas da fala, fisioterapeutas, enfermeiros, nutricionistas... Para nós é muito importante que os produtos que comercializamos façam a diferença pela positiva no desenvolvimento dos mais pequenos, que sejam efetivamente facilitadores.

Privilegiamos, por isso, quem sabe! Parceiros com base científica e com experiência no acompanhamento de bebés e crianças, na avaliação do desenvolvimento infantil e no acompanhamento dos respetivos pais.

Os primeiros meses, os primeiros anos de vida de uma criança compreendem etapas de desenvolvimento muito importantes e os



efeitos (esperamos que positivos) podem ter impacto para a vida toda.

O que significa para a Tartaruguita ser distinguida com o Prémio Cinco Estrelas 2022?

Esta distinção representa para nós o reconhecimento do nosso esforço, rigor e dedicação diários, da nossa procura de melhoria constante e é o reconhecimento da credibilidade da nossa marca.

Estamos muito felizes e orgulhosos e agradecemos a todos os que têm confiado

em nós e que nos têm acompanhado neste percurso!

O que esperam conquistar com a marca este ano?

Esperamos, acima de tudo, continuar a merecer a confiança dos nossos clientes e manter o seu grau de satisfação elevado. Esperamos reforçar a nossa presença no mercado, a credibilidade e notoriedade da nossa marca mas, sobretudo, continuar a prestar um serviço de qualidade.





Ao serviço da embalagem de papel

Conciliando a qualidade dos produtos com um serviço de excelência, a Fábrica de Papel de Ponte Redonda conta com uma forte presença no mercado desde 1848. Inovação, sustentabilidade e tecnologia foram alguns dos temas abordados nesta edição.

Há mais de 170 anos no mercado, contemos a história da Fábrica de Papel Ponte Redonda.

A Fábrica de Papel Ponte Redonda está situada a três quilómetros de Espinho no lugar de Ponte Redonda – Gulhe, freguesia de Silvalde. Foi fundada em 1848 por José de Almeida de Moreira Pinto. Com a evolução dos tempos, a produção passou do fabrico folha a folha, por um processo manual, a um processo contínuo, com uma máquina de forma redonda e, mais tarde, também com uma de forma plana.

É tradição da empresa a produção de sacos de papel, inicialmente manual, que remonta a 1940, e que ainda hoje é a principal quota de produção da empresa, agora com maquinaria moderna e diversificada na produção de papel e de sacos de papel multifolhas para usos industriais.

Apesar de ser uma empresa familiar, o dinamismo que lhe é inculcido pela Administração, permite-lhe ser um dos maiores importadores nacionais de papel kraft-sacos e o segundo maior produtor nacional de sacos de papel multifolhas.

Sempre com os olhos postos no futuro, a Fábrica de Papel Ponte Redonda é uma empresa em constante evolução, procurando sempre uma melhoria tecnológica. A ampliação das instalações teve em vista permitir, de ano para ano, aumentar em diversidade e em qualidade os

níveis da produção, com a preocupação constante de preservar o meio ambiente e tendo sempre em atenção o bem-estar e a segurança dos seus colaboradores.

Que tipo de produtos têm para oferecer aos clientes?

Nós produzimos sacos de papel multifolhas para utilização industrial e papéis de embalagem, quer em bobinas quer em formatos.

Para além do mercado nacional, em que países podemos encontrar os produtos com selo Fábrica de Papel Ponte Redonda?

Temos clientes em Espanha, França, Suíça, Bélgica,

Alemanha, Turquia e Marrocos.

Quais são os valores que fazem parte da política de qualidade da vossa empresa?

A melhoria da qualidade dos nossos produtos e serviços com a otimização de processos, eliminação de excessos e de desperdícios, minimizando o impacto ambiental de forma a dar resposta às expectativas e satisfação dos clientes contribuindo para a sustentabilidade do negócio.

Sensibilizar, motivar e empenhar os nossos colaboradores para os princípios estabelecidos e respeitar os acordos, os requisitos legais e normativos estabelecidos com os seus clientes e fornecedores.



De que forma procuram implementar a utilização de materiais 100% reciclados? Neste aspeto, em que se diferenciam?

Utilizando cada vez mais papéis fabricados por nós na produção dos nossos sacos, desenvolvendo soluções que evitam a incorporação de papéis complexos, de plásticos e de materiais não recicláveis.

Tendo em conta a inovação, sustentabilidade e tecnologia, que objetivos têm para o futuro?

Na produção de papel temos projetos para a reinstalação da linha de preparação de massa de papel, que apresentará um layout mais adequado, mais fácil de controlar e automatizar; instalação de novos equipamentos mais eficientes, permitindo uma poupança significativa de recursos.

Na transformação de papel estamos a modernizar e renovar equipamentos para que possamos responder a novas solicitações de mercado.

Relativamente à fabricação de sacos, estamos a instalar novos equipamentos de impressão e de acabamentos, para aumentar a qualidade, a produtividade e a capacidade de resposta aos clientes.



MAIS DE 170 ANOS AO SERVIÇO DA EMBALAGEM DE PAPEL

FABRICANTES DE PRODUTOS 100% RECICLÁVEIS E BIODEGRADÁVEIS.



Tendo iniciado a sua actividade na primeira metade do Século XIX, a Fábrica de Papel de PONTE REDONDA, conseguiu com trabalho árduo, perseverança e profissionalismo uma evolução sustentada que lhe granjeou consideração e respeito no sector papeleiro onde está inserida, tanto ao nível de fornecedores como de clientes.

Desde a fabricação de papéis de embalagem, até à sua transformação em Sacos Multi-Folhas e Cartão Canelado, temos procurado sempre apresentar qualidade, mas nunca desligada de um bom Serviço.

- ✓ SACOS E SAQUETAS DE PAPEL
- ✓ PAPEIS DE EMBALAGEM
- ✓ PAPEIS CREPADOS
- ✓ SEPARADORES PARA PALETES
- ✓ CARTÃO CANELADO





Novas funcionalidades para uma melhor experiência

Com uma vasta gama de eletrodomésticos, a AEG foi eleita Escolha do Consumidor, na categoria de fornos, pelo sétimo ano consecutivo. Ângela Pereira, Marketing Manager, concedeu-nos esta entrevista para nos contar os desafios que têm junto dos consumidores, bem como a evolução dos produtos AEG como reflexo da inovação.

Já lá vão 134 anos desde a fundação da AEG. Qual o balanço do percurso da marca?

Passados quase 135 anos, que comemoraremos este ano, a AEG continua focada em oferecer produtos que, mais do que corresponder às necessidades do consumidor, desafiam as suas expectativas. O consumidor é cada vez mais exigente, não se conforma com o razoável, razão pela qual a nossa aposta na inovação faz a diferença, pois endereça as reais necessidades do consumidor, para que obtenha sempre uma experiência superior ao utilizar os nossos produtos.

Quais são os produtos mais inovadores que criaram e que vos distinguem da concorrência?

A AEG tem sido pioneira no lançamento de produtos inovadores ao longo dos anos, com destaque para a primeira máquina de secar com bomba de calor, no final da década de 90, que veio revolucionar esta categoria de produto devido ao seu consumo energético reduzido, permitindo até secar lãs e sedas. Mais recentemente, em 2016, lançou a máquina de lavar roupa mais económica do mercado, a série 9000. Com a tecnologia SoftWater, esta máquina faz um pré-tratamento da água, assegurando os melhores resultados de lavagem a temperaturas mais baixas, o que garante o menor desgaste das fibras da roupa. Mas

também na área da cozinha, a AEG tem vindo a inovar, nomeadamente na categoria de fornos, oferecendo ao consumidor a possibilidade de cozinhar a vapor em casa. A sonda térmica é outra das inovações recentes que, mais que um gadget interessante, traz um real benefício ao consumidor na hora de utilizar o seu eletrodoméstico. Porque preocupar-se com graus para obter o ponto de cozedura perfeito ao utilizar o seu forno ou placa quando estes o podem fazer por si, garantindo um resultado perfeito ao seu gosto.

Foram eleitos Escolha do Consumidor 2022. O que significa o reconhecimento deste prémio?

Na edição de 2022 da Escolha do Consumidor, os fornos AEG obtiveram mais uma vez a melhor classificação em todos os parâmetros, o que é sem dúvida motivo de grande orgulho e motivação. Mas receber este prémio pelo sétimo ano consecutivo é acima de tudo prova da qualidade dos fornos AEG e de que as suas características respondem às necessidades do consumidor nesta categoria de produto.

Tendo por base a inovação tecnológica, que objetivos têm preparados para o futuro?

Porque desde sempre acreditamos que a inovação tem como objetivo permitir que o consumidor tenha uma experiência de

utilização sem precedentes, o nosso departamento de Pesquisa & Desenvolvimento trabalha diariamente para apresentar ao mercado produtos com inovações pertinentes para o consumidor. Para que redefina o que espera dos seus eletrodomésticos e não se conforme com o razoável quando pode ter melhor.

Num futuro próximo essas inovações poderão passar pela automatização e conectividade, que vêm permitir um nível superior de interação com os produtos. A possibilidade de controlar o seu cozinhado

remotamente ou simplesmente solucionar problemas sem ter de recorrer à assistência técnica poderá tornar-se uma realidade mais acessível. No entanto, acreditamos que o que faz e continuará a fazer a diferença é a capacidade de integrar estas novas funcionalidades ao serviço de uma cada vez melhor experiência. É este objetivo que continuará a guiar a AEG.



O jogo começa agora



A Betano é uma casa de apostas desportivas e casino online que chegou a Portugal em 2019. Ricardo Branquinho da Fonseca, Country Manager da Betano Portugal, concedeu-nos esta entrevista que retrata a satisfação dos clientes, o privilégio de ser Escolha do Consumidor e as novidades que estão planeadas para breve.

Como surgiu a Betano em Portugal?

A Betano começou a operar em Portugal há cerca de três anos e tem, desde essa altura, vindo progressivamente a afirmar a presença da marca no mercado.

Para além do futebol, em que outro tipo de desportos pode o consumidor apostar?

Há uma grande variedade de desportos disponíveis para apostar na Betano. Para

além do futebol, temos o ténis, o basquetebol, futsal, Fórmula 1, Moto GP, dardos, para além de muitos outros. Temos dezenas de desportos disponíveis para oferecer aos nossos utilizadores.

Que ferramentas disponibilizam aos “novos” apostadores para que se sintam confortáveis na

utilização da plataforma?

O nosso principal foco é a satisfação dos nossos clientes, todos os clientes, sejam eles novos ou antigos. Para garantir que assim seja, a Betano investiu numa plataforma que recorre a tecnologia própria, que nos permite permanentemente melhorar a experiência de utilizador dos nossos clientes. Temos ainda uma aplicação premiada internacionalmente. Depois, dizer que levamos o jogo responsável muito a sério e em todos os pontos de contacto que disponibilizámos aos nossos clientes, colocamos à disposição um conjunto de ferramentas que garantem a sua segurança e promovem o jogo responsável, como por exemplo limites de jogo (diários, semanais ou mensais) ou a auto-exclusão (que pode variar de um dia até à auto-exclusão permanente).

Já receberam diversos prémios e, mais recentemente, conquistaram o prémio Escolha do Consumidor

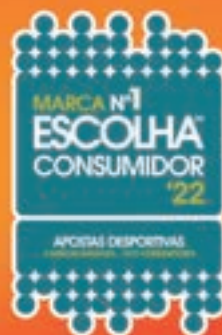
2022 na categoria de Apostas Desportivas. O que simboliza a conquista deste prémio?

Foi com grande satisfação que recebemos o prémio Escolha do Consumidor, sobretudo porque representa o reconhecimento daqueles para quem trabalhamos, e desenvolvemos todos os nossos esforços, ou seja, os utilizadores. É, por isso, uma prova de que estamos no caminho certo, mas esse caminho não está concluído. Queremos fazer sempre mais e melhor e é com esse objetivo que vamos continuar a trabalhar todos os dias.

O que podemos esperar para o futuro da Betano?

O nosso objetivo é continuar a oferecer aos utilizadores o melhor produto e uma experiência de jogo diferenciadora. Temos, por isso, diversas novidades, que prometemos anunciar em breve.

BETANO É ESCOLHA DO CONSUMIDOR
EM APOSTAS DESPORTIVAS



Com mais de 200 anos de história, a Fidelidade é a maior seguradora em Portugal e a mais antiga da Europa. Criada em 1808, foi reeleita em 2022 a escolha do consumidor. Em conversa com a Revista Qualidade e Inovação, Sérgio Carvalho, Diretor de Marketing e Clientes da Fidelidade, fala sobre a importância da confiança no setor segurador.

Fidelidade:

“novas soluções para responder aos desafios”

Quais são os principais valores da Fidelidade?

O princípio base é a humanidade. A família alargada da Fidelidade é feita de pessoas: mais de 3000 colaboradores, quase 500 pontos de distribuição e milhares de mediadores que todos os dias dão o seu melhor por outras pessoas. Tendo sempre presente a inovação, como outro dos seus valores basilares, a Fidelidade tem vindo, em paralelo, a responder ao desafio da omnicanalidade, para que o contact center, o mediador e app 'MyFidelidade' estejam sempre em conformidade, consciente de que as próximas gerações vão continuar a colocar cada vez mais desafios neste território da tecnologia e da inovação. Juntam-se assim dois universos: o processo de digitalização e o atendimento e o serviço presenciais.

A proximidade no terreno e a relação são fatores que nos distinguem desde sempre e os quais prezamos por serem essenciais para a confiança dos clientes na nossa marca, nos nossos produtos e serviços. Na verdade, a confiança só é verdadeiramente testada, na hora de usar o seguro e se estivermos presentes, demonstrando a nossa capacidade de gerir expectativas. Por isso mesmo, nem sempre é fácil manter uma ligação com a seguradora, porque sinistros e acidentes não ocorrem todos os dias, nem são algo que desejemos ter. Mesmo assim, acreditamos que ainda que os clientes possam, muitas vezes, preferir o contacto remoto ou digital, haverá momentos em que o presencial fará diferença. E continuamos a desenvolver a nossa proposta de valor à volta dessa realidade.

Que áreas são abrangidas pelo grupo?

A Fidelidade é um grupo que enquadra várias áreas para poder acompanhar os clientes naquilo que é mais importante. A nível individual: na saúde humana e dos animais de companhia, na assistência automóvel, na proteção de património, nos acidentes pessoais, no seguro de vida risco - usado também para a concessão de crédito

habitação -, no acompanhamento financeiro para gerir e acompanhar as poupanças.... Já para as empresas (grandes, médias ou pequenas) salvaguardam-se: acidentes de trabalho, responsabilidade civil, bens das entidades, perdas de produção, riscos cibernéticos. Portanto, sejam riscos tradicionais, alguns até obrigatórios, sejam novos riscos, a Fidelidade tem ofertas em todas as linhas de negócio do mercado, o que resulta da nossa dimensão, solidez, mas também da experiência de uma seguradora com mais de 210 anos.

A pandemia foi um desafio?

Para nós, foi um desafio e uma oportunidade. Um desafio porque obrigou-nos a encontrar respostas e reação; uma oportunidade porque, quando a saúde e o bem-estar da sociedade foram postos em causa, foi evidenciado o nosso papel na sociedade e, como setor estratégico, tivemos de acelerar os processos, nomeadamente o da digitalização, para conseguirmos continuar, mesmo à distância, a apoiar e a cuidar dos clientes. Isto promoveu o desenvolvimento de inúmeros serviços de assistência, sobretudo ao nível da saúde, com a disponibilização da plataforma da Medicina online, por exemplo.

Creio que houve dois movimentos: alguns setores da atividade cresceram, outros diminuíram por razões óbvias. Mas, de uma forma geral, aumentou a consciência dos clientes sobre alguns riscos e a necessidade de garantir que, no futuro, se houver situações como estas que são muito imprevisíveis, este é o papel das seguradoras.

Como se prepara a Fidelidade para o imprevisível?

A sensibilização para os novos riscos é dos temas mais importantes, a pandemia mostrou isso. O setor segurador vive tipicamente da ciência atuarial que mede durante muitos anos determinados eventos para depois determinar o risco com cálculos precisos e rigorosos. O que aconteceu nos últimos anos, desde alterações climáticas (com fenómenos como os incêndios, o furacão Leslie), a

COVID, os ataques cibernéticos, mostrou que as seguradoras têm de se preparar para riscos que não são iguais. Significa que temos de ser mais rápidos a agir em dias e semana e não meses ou anos. Ou seja, temos de estar prontos para lançar novas soluções e responder aos desafios.

Estão preparados para a proteção digital?

Muitos dos serviços já existem há mais de dois anos, até porque já era uma situação impactante noutros países. A pandemia digitalizou os nossos hábitos e os nossos comportamentos, mas, ao mesmo tempo, aumentou os nossos riscos. Fazemos mais compras e trabalhamos online. A oferta até já existia, a consciência dos potenciais clientes do risco é que era baixa. O papel aqui, já com o produto, é consciencializar e ajudar. Para que, quer os clientes individuais, quer as empresas estejam devidamente protegidas.

Como implementam um desenvolvimento sustentável no grupo?

Preocupa-nos o impacto ambiental, mas também a promoção de uma vida saudável, para uma maior longevidade com qualidade de vida e acreditamos que podemos fazer a diferença, desde logo pela consciencialização da população. Numa altura em que assistimos a alterações demográficas exponenciais que indicam um aumento da esperança média de vida, sem igual, é essencial a promoção da adoção de hábitos de vida saudáveis, antes de mesmo de assegurar proteção na doença. Queremos certamente viver mais, mas bem. O nosso paradigma de atuação na área da saúde poderá e deverá fazer a diferença.

Outra área essencial de atuação será a da literacia financeira, para ajudarmos os portugueses a pensar e preparar o seu futuro em termos de poupança. Temos aqui um grande caminho a percorrer, no sentido de disponibilizar soluções fáceis que possibilitem a poupança e o investimento, mas também de aumentar o conhecimento das pessoas sobre estes produtos para que a sua escolha possa ser feita de forma consciente e para que

percebam a necessidade de assegurarem o seu rendimento após a idade ativa.

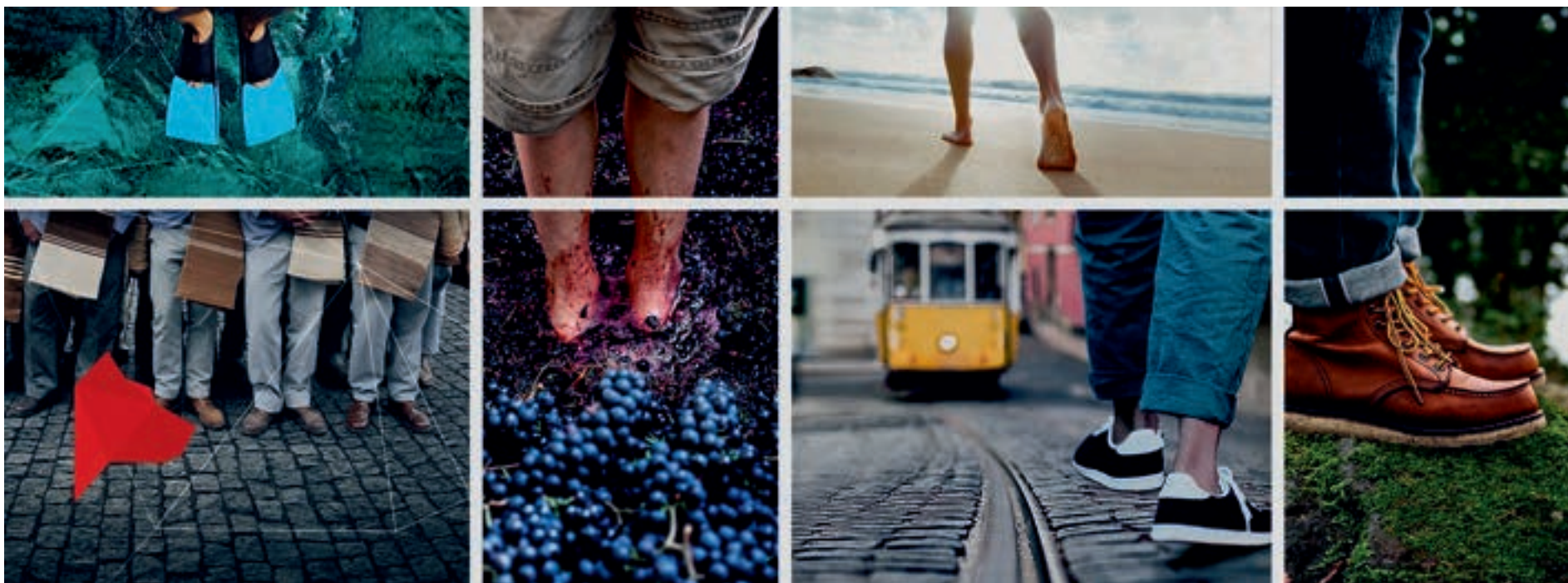
Em relação ao ambiente, embora a pegada ecológica de uma seguradora não seja das mais preocupantes, cumpre-nos um papel ativo no todo que leve à adoção de comportamentos ambientais mais sustentáveis por parte dos nossos clientes e parceiros de negócio. Isso passará pelo investimento em ativos sustentáveis, mas também pela criação de soluções paralelas ou complementares aos nossos produtos que induzam à redução da pegada ecológica pelos clientes e até mesmo à premiação dos que adotarem comportamentos mais sustentáveis.

O que significa para a Fidelidade vencer o prémio escolha do consumidor 2022?

A razão pela qual a Fidelidade se tem mantido líder do seu setor e conseguido crescer deve-se à continua aposta em melhorar, em inovar. Apesar de termos muitos anos, somos inovadores. Uma distinção que vem do feedback dos clientes é muito importante. Leva-nos a ter cada vez mais responsabilidade, mas, por outro lado, é um motivo de orgulho ver legitimada a nossa missão. Não é o objetivo do nosso trabalho, mas é muito agradável ver reconhecido o esforço de todos nós.

O que está reservado para o futuro do universo fidelidade?

A Fidelidade vai apostar na internacionalização - já chegou à Europa, África e América do Sul. Em Portugal, a Fidelidade vai continuar a apostar na inovação: olhar para segmentos como o da mobilidade, da longevidade, o ecossistema da casa e vamos querer também diversificar. Sabemos que nalguns casos podemos tornar a vida dos nossos clientes mais cómoda. Portanto são áreas que vamos continuar a desenvolver, abertos a parcerias com outras entidades, a um crescimento sustentável e à inovação, seja na frente internacional, seja na nacional. Sem nunca deixarmos de ser uma empresa humana. De e para pessoas.



Uma nova forma de fazer consultoria ISO

Com foco em fortalecer empresas, a Templum Portugal dedica-se à consultoria online e dispõe de um conceito diferenciador. Nesta entrevista, ficamos a conhecer as certificações ISO que cada cliente pode obter, a presença no mercado internacional e os projetos com base no acompanhamento permanente junto do cliente.

Conte-nos a história da Templum Portugal.

Existimos para fortalecer empresas e fazemos isso apoiando-nos em normas ISO e num método de consultoria disruptivo, simples, didático e 100% digital.

A TEMPLUM PORTUGAL resulta da associação, em 2016, da IQG - Consultoria Industrial, Qualidade e Gestão, que desenvolveu atividades de consultoria e formação em Portugal, França e PALOP, com a Templum Consultoria, empresa com origem no Brasil, onde atua no mercado há mais de 20 anos, no apoio à implementação de sistemas de gestão ISO.

No processo de internacionalização, Portugal foi escolhido por ser uma das economias mais crescentes e pela possibilidade de atender facilmente outros países da Europa e PALOP.

A Templum é pioneira no conceito de Consultoria Online, com um método passo a passo que permite contactos ilimitados com o consultor e garante no contrato a conquista da certificação ISO. Os clientes acedem uma plataforma online, disponível 24h / sete dias por semana, e têm uma maior liberdade para executar o projeto ao seu tempo.

Além disso, disponibilizámos uma base de conhecimentos que os apoiará durante o processo, os modelos de documentos necessários para a certificação e o apoio diário do consultor para adequação à realidade da empresa.

Por isso afirmamos que criámos um método de consultoria à prova de falhas e que já apoiou mais de 1500 empresas na conquista da certificação.

Que tipo de certificações oferecem aos clientes? E como funciona a adaptação das mesmas?

O nosso portefólio inclui os serviços de consultoria na implementação dos Sistema de Gestão ISO, como ISO 9001, ISO/IEC 27001, ISO 14001, ISO 45001, ISO 13485, ISO 17025, ISO/FSSC 22000 e de outras normas, como a NP 4552, NP 4457. Dispomos também de serviços de auditoria interna e do 8Quali - software com 12 módulos para automatizar a gestão da certificação.

As normas ISO possuem requisitos para serem aplicados a qualquer organização e a escolha por qual norma seguir



Fabiana Amigo
Diretora Comercial

depende de fatores relacionados à estratégia de cada negócio e, por isso, temos uma equipa comercial pronta para orientar os clientes.

As normas mais procuradas são a ISO 9001 - Qualidade, a ISO 14001 - Meio Ambiente e a ISO 45001 - Saúde e Segurança no Trabalho. Nos últimos tempos, devido ao RGPD e aos ciberataques, a ISO/IEC 27001 - Segurança da Informação também tem sido fortemente inserida nas estratégias de negócios.

Para nós, cada empresa é única e oferecemos um serviço de consultoria adequado à realidade de cada negócio.

Apoiamos a adequação dos processos internos para atender os requisitos da norma e fazemos isso para que estes reflitam o dia a dia e a cultura da organização. Os nossos clientes possuem acompanhamento a cada passo dado rumo à certificação, permitindo que os ajustes sejam feitos em tempo real.

No final do processo realizamos uma auditoria interna, independente, para avaliar se está tudo em conformidade e, só então, libertamos o cliente para avançar com a entidade certificadora.

Conquistada a certificação inicia-se um ciclo na empresa que requer um processo de manutenção e temos um plano de acompanhamento que permite o apoio necessário à

maturidade do sistema de gestão.

Em quantos países estão presentes e quais são os setores de atividade que mais vos procuram?

O nosso método de consultoria online permite estar presente onde o cliente está.

Atualmente, atendemos clientes em todas as zonas de Portugal e no exterior, por exemplo, na Suíça, no Reino Unido, em Angola e em Moçambique. Com o nosso método é possível até fazemos um trabalho envolvendo equipas em diversos países.

Os setores de atividade variam devido à amplitude de aplicação das normas e as questões económicas de cada país. Em Portugal, os nossos clientes são empresas que atuam com prestação de serviços às grandes empresas de telecomunicações/electricidade, com serviços ou produtos de TI e desenvolvimento de softwares, no setor de energia renováveis e no fabrico de produtos diversos

Que crenças e valores fazem da Templum uma empresa diferente no mercado?

O cliente é o nosso maior motivo, somos apaixonados pelo que fazemos e acreditamos no poder de transformação que as Certificações ISO trazem às organizações.

Quais são os projetos que esperam concretizar a curto/médio prazo?

A curto prazo estamos a trabalhar num modelo de negócio que permita aos clientes um acompanhamento contínuo do sistema de gestão. Pretendemos solidificar o nosso método eficaz de Consultoria Online, principalmente, no mercado de Portugal.

Queremos ampliar a inserção do software 8Quali no mercado, a apoiar às empresas na automatização das atividades relacionadas à gestão da certificação.

O nosso foco é o cliente, a nossa maior paixão, o que nos move e nos impulsiona a aprendermos cada vez mais e a trabalharmos em melhores soluções que proporcionem mais crescimento e transformação às empresas.

CRIAMOS A MANEIRA
MAIS SIMPLES DE
CERTIFICAR A SUA
EMPRESA NA ISO

Templum
Portugal

+351 925 654 875

www.templum.pt

“Let’s make IT done”

Sediada em Lisboa, a Altyra está há seis anos no mercado como especialista no desenvolvimento de software e consequente transformação digital das empresas. Pedro Alves, Chief Technology Officer, conversou com a revista Qualidade & Inovação sobre a paixão pelo mundo empresarial e pela área de IT, a equipa, os elementos diferenciadores, bem como os objetivos a médio/longo prazo.

O que o motivou a abraçar o mundo empresarial e a lançar o próprio negócio?

A minha área académica é Gestão de Empresas e quando terminei o curso tirei uma especialização em Software, porque sempre fui apaixonada pela área de IT e, por outro lado, sempre gostei do mundo empresarial. Quando acabei a especialização comecei a trabalhar na área ligada ao IT. Trabalhei como IT Manager e depois acabou por surgir a oportunidade de criar a minha empresa, há cerca de seis anos, dentro da experiência que eu tinha na área de desenvolvimento. Tinha pessoas que conheciam o meu trabalho ao longo dos anos e que confiavam nele. Como eu sabia que tinham determinadas necessidades tecnológicas, tudo começou com o preenchimento dessas necessidades. Fazemos sempre software taylor-made, ou seja, feito sempre à medida das necessidades do cliente. Percebendo essas necessidades e como estive sempre do lado do cliente, consegui ter essa perceção do alvo do cliente e foi fácil, para mim, entrar na pele dele.

Qual o vosso core business e quem são os principais clientes?

Nós fazemos o software taylor-made, ou seja, conseguimos identificar junto do cliente quais são as necessidades que esse cliente tem de se transformar digitalmente. Verificamos como é que através de ferramentas digitais conseguimos acabar com essa “dor” do cliente. Para cada problema há uma solução específica e funciona sempre através de um briefing. Existe uma relação que é criada com o cliente. Entramos dentro do processo

como se fôssemos o próprio cliente para sentir do lado dele quais são as necessidades e é aí que apresentamos essas ferramentas que vão ajudar a fazer a disrupção do que é tradicional para o tecnológico. Não temos uma ferramenta para todos, nem adaptamos. Criamos do zero toda a ferramenta em específico para cada um deles. Temos clientes como empresas públicas, temos associações, entidades não governamentais, empresas privadas, pequenas e médias empresas. Há um leque muito grande e independentemente da dimensão da empresa estamos presentes para cada um deles.

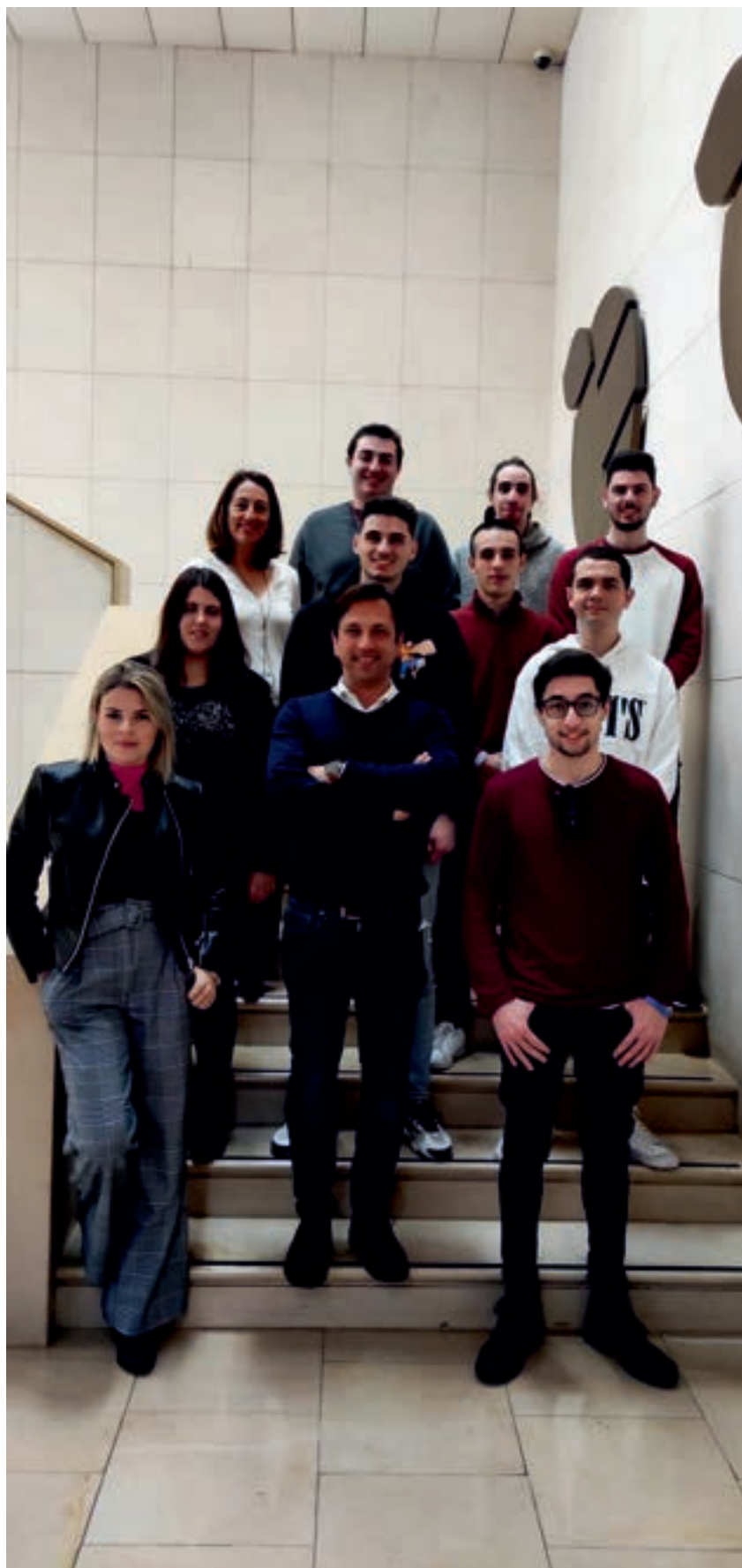
Como descreve a equipa que integra a Altyra?

Somos cerca de 15 pessoas e dominamos todos a mesma tecnologia. A maior parte são programadores, depois temos administrativas e designers. Cada vez mais sentimos que o cliente utiliza a ferramenta de forma intuitiva. Através dos designers conseguimos criar o software taylor-made. Queremos passar uma ferramenta agradável para o utilizador.

Também temos parceiros que estão na área de software e que nos ajudam a implementar a instalação dos circuitos de comunicação, ou seja, são especialistas naquela área.

O que vos torna diferentes junto dos restantes players do mercado?

O que nos torna diferenciadores é a ligação ao cliente. Nós vestimos a camisola desde o primeiro momento em que temos o contacto. Isto vem da minha experiência anterior e entramos no cliente como se




fôssemos mais um colaborador da empresa. Se falarmos com o cliente é isso que eles sentem, que foi de encontro ou acima da expectativa que eles tinham


De que forma pretendem posicionar-se no mercado a médio/longo prazo?

Queremos crescer para termos mais

capacidade de resposta e isso implica ter uma estrutura maior para dar mais apoio aos clientes. Outro dos objetivos que temos a médio longo/prazo é a internacionalização da Altyra, pois acreditamos que dessa forma abriremos um mundo de oportunidades.




Let's make IT done.



Software
(Desenvolvimento à medida)

Aplicações Mobile
(iOS e Android)

Outsourcing
(Recursos humanos especializados)

 www.altyra.com
 geral@altyra.com
 +351 217 217 471

IMPIC:

Um Barómetro da Economia na Vanguarda da Digitalização

O Instituto dos mercados Públicos e Imobiliários da Construção (IMPIC) é responsável por regular a contratação pública, a construção e a mediação imobiliária. Em entrevista à Revista Qualidade & Inovação, Fernando Batista, Presidente do Conselho Diretivo do IMPIC, explicou como a entidade se renova.

Qual é a Génese do IMPIC?

O organismo vai fazer 66 anos de existência, tendo na sua génese a Comissão de Inscrição e Classificação dos Empreiteiros de Obras Públicas (CICEOP), com atuação regulatória circunscrita à construção. Em 1999 surgiu o Instituto dos Mercados de Obras Públicas e Particulares e do Imobiliário (IMOPPI), alargando-se a atividade do Instituto à medição imobiliária, sendo a sua atuação reforçada em 2007 com a sua transformação no Instituto da Construção e da Mediação Imobiliária (InCI). Por fim, em 2015, através do Decreto-lei 232/2015, foi criado o atual IMPIC, I.P. passando este Instituto a regular, também, as matérias relacionadas com os contratos públicos e com a atividade das plataformas eletrónicas de contratação pública.

Quais as alterações no Código dos Contratos Públicos?

O Código dos Contratos Públicos (CCP) foi aprovado pelo Decreto-Lei 18/2008, tendo sofrido algumas alterações, a maior delas em 2017 e mais recentemente em 2021.

Com o Decreto-Lei n.º 111-B/2017, de 31 de agosto, foram transpostas as Diretivas Europeias de 2014, aproveitando-se igualmente a oportunidade para alterar o CCP criando-se medidas de simplificação, desburocratização e flexibilização, e bem assim de transparência e boa gestão pública. Importa referir que se pretendeu criar um novo ecossistema da contratação pública, no sentido de que um contrato público pode, e deve, ser utilizado estrategicamente, como um instrumento para a prossecução de outras políticas públicas, designadamente, a promoção da participação das PMEs, o aumento da inclusão social, o aumento da

sustentabilidade ambiental e económica e a indução da inovação através do “comprador público”.

Já a Lei 30/2021, de 21 de maio, veio alterar mais cirurgicamente o CCP, com especial enfoque nas modificações objetivas dos contratos, e veio introduzir um regime especial de contratação pública, com algumas medidas transitórias, que visam simplificar a tramitação procedimental para a celebração de determinados contratos tipificados nesse regime, seja, por exemplo, atendendo à origem da verba a alocar ao contrato (execução de projetos financiados ou cofinanciados por fundos europeus), seja para a execução do Programa de Estabilização Económica e Social (PEES) e do Plano de Recuperação e Resiliência (PRR), ou tendo em conta o objeto do contrato (v.g. tecnologias de informação e conhecimento).

Que mais inovações surgem em 2021?

Para além do novo enquadramento dado pela já referida Lei 30/2021, o IMPIC formalizou com a Agência Nacional de Inovação (ANI), em outubro de 2021, a criação do Centro de Competências em Contratação Pública de Inovação (CPI). Este Centro visa, sobretudo, prestar um conjunto de serviços, designadamente de apoio jurídico e de apoio a candidaturas a fundos europeus, e de divulgação de informação nesta matéria tão relevante como é a inovação através de um contrato público.

Também me apraz referir que foi implementado o Portal Nacional de Fornecedor do Estado (PNFE), o qual





permite que um operador económico que nele se encontre registado, deixe de entregar os documentos de habilitação, concretamente os registos criminais e os comprovativos da situação regularizada perante a Segurança Social e a Administração Fiscal, com a particularidade destes últimos documentos deixarem igualmente de ser exigíveis no momento da execução contratual para efeitos de pagamento de faturas, uma vez o PNFE contém essa informação. Este Portal insere-se numa medida Simplex e visa dar corpo ao “only once principle”.

Como se implementou a transparência?

Portugal continua a ser uma referência a nível internacional em termos de transparência na contratação pública, não só pela robustez da sua contratação pública eletrónica (ou seja, os processos tramitam através de plataformas eletrónicas de contratação pública, tendo sido o primeiro país europeu a entrar na era digital), mas sobretudo por ter o Portal Base”, gerido pelo IMPIC, que é em dúvida uma das ferramentas mais poderosas para o aumento transparência.

Este Portal foi criado em 2009, e nele são publicitados todos os contratos públicos realizados em Portugal, independentemente da natureza das entidades adjudicantes. Ainda que muitos dados estruturados se encontrem numa área reservada do portal, a sua área pública, de acesso sem restrições a qualquer cidadão, contém um volume considerável de informação que permite que a “accountability” na contratação pública seja efetiva.

Um aumento da transparência e da boa gestão pública foi proporcionada, igualmente, pela imposição legal de se fundamentar o preço base, o preço anormalmente baixo, a não divisão em lotes, e porque não dizê-lo, da obrigatoriedade de deixar materializado no processo administrativo toda a informação pertinente trocada numa fase pré-procedimental em sede de consulta preliminar ao mercado.

Como o desafio de financiamento europeu e acréscimo de Obras Públicas é visto pelo IMPIC?

Não é novidade que vamos assistir a um aumento exponencial das obras públicas, neste e nos próximos anos, em virtude das verbas oriundas do PRR, com um conseqüente dinamismo deste mercado tão importante. No IMPIC estamos preparados para um maior fluxo de pedidos de certificados e de alvarás de empreiteiro de obras públicas, pois estou crente que tal será a tendência lógica decorrente do aumento das verbas destinadas à construção.

A falta de oferta imobiliária e a escassez de recursos do cidadão podem tomar um novo rumo?

O IMPIC não tem qualquer poder para intervir no funcionamento normal do mercado. A nossa preocupação, e a nossa capacidade de atuação, prende-se com o combate ao exercício ilegal da atividade da mediação imobiliária com a adoção de instrumentos para garantir que todos os profissionais deste setor cumpram com as suas obrigações para com os seus clientes e para com o IMPIC.

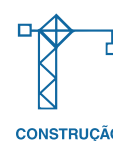
Quais são os projetos futuros do IMPIC?

Este conselho Diretivo do IMPIC estabeleceu as seguintes medidas estratégicas para os anos 2022 a 2026: A transformação dos Sistemas de Informação do IMPIC; a Revisão das Leis Regulatórias; as Compras Públicas de Inovação; a ampliação das funcionalidades do Portal Base; o Branqueamento de Capitais e Financiamento do Terrorismo - Sistema de prevenção no Setor Imobiliário; o Apoio à Internacionalização das Empresas do Sector da Construção e do Imobiliário; a Economia Circular e Sustentabilidade na Construção e Imobiliário e por fim, a Estratégia Nacional para Compras Públicas Ecológicas.

Por isso, estes são os oito projetos a curto e médio prazo do IMPIC.

Como contactar o IMPIC?

Para além dos meios tradicionais de contacto (email, telefone e portal do IMPIC), estamos presentes nas lojas do cidadão de Lisboa, Aveiro, Coimbra, Viseu, Porto, Braga e Faro (onde podem ser prestados serviços de apoio, e rececionados pedidos de licenças, alvarás e certificados), e temos delegações na área da inspeção na Madeira (Funchal) e nos Açores (Ponta Delgada).



www.impic.pt
dar forma ao futuro



As linhas que nos unem

Ângela, Marina e Rui Ferreira, gestores da empresa.

Fundada em 2021 e com escritórios em Lisboa e Linda-a-Velha, a Daimana atua na área da contabilidade e apoio à gestão. Ângela Ferreira, Marina Ferreira e Rui Ferreira são os rostos da empresa e conversaram connosco sobre os valores que os unem entre si e a todos os clientes: transparência, seriedade, compromisso, qualidade e inovação.

Como nasceu a Daimana? Já tinham experiência de mercado?

Cada um de nós tem uma larga experiência profissional na área da contabilidade e gestão de empresas. Os nossos escritórios fizeram parte durante mais de dez anos de uma rede de franchising nesta área de negócio. No início do ano passado, decidimos mudar de rumo e seguir os nossos valores, no sentido de termos em consideração os aspetos mais importantes para o desempenho desta atividade, culminando o processo com a criação da nova marca – a Daimana. Os nossos focos são a Inovação, a Qualidade, o Dinamismo e a Cultura. Queremos que a contabilidade seja encarada por todas as empresas como uma ferramenta de gestão.

A nossa área de atividade é muito exigente e o trabalho em rede é, para nós, uma enorme mais-valia. A responsabilidade que assumimos perante todas as entidades com que trabalhamos exige de nós atualizações constantes e a formação atempada de todos os recursos envolvidos.

Qual o principal objetivo da Daimana junto de todos os clientes? E os aspetos diferenciadores?

Ao longo dos últimos 20 anos de atividade na prestação de serviços de apoio à gestão das empresas, temos contribuído para desenvolver a cultura de que a contabilidade é a principal ferramenta de gestão de um negócio, dado que constatamos que esta ainda é uma grande lacuna na nossa sociedade. No fundo queremos ajudar as empresas a perceber o estado em que se encontram, e utilizamos a contabilidade como um meio para as ajudar a ultrapassar as principais dificuldades de gestão.

O nosso objetivo é disponibilizar às empresas um conjunto de escritórios ao longo do país que partilhem dos nossos valores – Transparência, Seriedade, Compromisso - e que consigam trabalhar de uma forma clara, próxima e acessível a todos os empresários.

Um dos aspetos diferenciadores é a possibilidade de trabalharmos, a partir da região da grande Lisboa, com empresas de todo o país, recorrendo às inovações tecnológicas que nos permitem o tratamento de toda a documentação em formato digital. As empresas recebem informação de

gestão com base em fechos mensais e relatórios fidedignos, o que lhes permite inteirarem-se da sua situação praticamente em tempo real e poderem tomar decisões com toda a segurança.

Que investimento tecnológico fizeram com vista ao melhoramento do vosso trabalho?

Escolhemos um novo parceiro tecnológico que desenvolve um software específico para empresas de contabilidade. Para além de ser um software muito vocacionado para o nosso trabalho, a empresa que o desenvolve é muito dinâmica e inovadora, o que nos permite melhorar permanentemente os nossos processos e a qualidade do serviço que prestamos ao cliente. Consideramos o dinamismo, um aspeto importante a ter em conta na sociedade atual, atendendo à rapidez com que a realidade se altera.

Quais as ferramentas de gestão que disponibilizam às empresas?

Disponibilizámos às empresas uma área de cliente que lhes permite o envio direto de documentos em formato digital para o escritório com que trabalham.

Apoiamos e incentivamos a elaboração de um orçamento anual, o que permite à empresa projetar a sua atividade pelo menos para o período de um ano.

Entregamos mensalmente relatórios pormenorizados com os dados da atividade da empresa, o que permite a correção em tempo útil de desvios que possam ocorrer no desenvolvimento da atividade.

O que têm reservado para 2022?

Esta rede conta atualmente com dois escritórios, mas com uma visão de expansão pretendemos abrir ainda este ano, novos escritórios no Porto e em Albufeira. Queremos divulgar pelo país a possibilidade de qualquer empresa trabalhar com contabilidade digital, podendo recorrer a qualquer empresa de contabilidade que preste o serviço desta forma, independentemente do local onde se encontre. O nosso foco é expandir a nossa marca e criar cada vez mais linhas que nos unam aos empresários e empresas, reforçando o foco nos nossos valores – Transparência, Seriedade, Compromisso.

Improve and optimize

Localizada em Fafe, a PlanUs é uma empresa de Consultoria dedicada aos processos de melhoria e otimização das empresas. Numa entrevista concedida à Revista Qualidade & Inovação, o CEO Jorge Carvalho falou connosco sobre o percurso da empresa, as áreas de intervenção e ainda revelou que a excelência estará sempre presente em cada projeto.

Como surge a iniciativa de criar a vossa empresa?

Durante o percurso académico, em Engenharia e Gestão da Qualidade, constatei a importância das ferramentas da Qualidade para as empresas, as quais permitem a redução de custos, associados aos desperdícios existentes no processo produtivo, a otimização de processos e a obtenção de uma vantagem competitiva relevante em relação à concorrência. Assim, surge a Planus com o intuito de ser um parceiro importante para as empresas, pronta para construir “juntos” esse caminho, sempre presente, agregando valor. Está também comprometida com os resultados e, essencialmente, permite que o conhecimento, bem como o trabalho colaborativo desenvolvido se tornem uma prática corrente nos seus processos produtivos, intrínseco a cada uma das atividades.

O que nos move é fazer mais com menos e, todos os dias, trabalhamos e aprendemos a aplicar este princípio cada vez mais e melhor.

Que tipo de serviços oferecem às indústrias e em que aspetos fazem a diferença?

A Planus é uma empresa de Consultoria e Engenharia Industrial, especializada em

processos de melhoria e otimização nas empresas. O nosso core business é a Consultoria Operacional, Engenharia Industrial “pura”. Desenvolvemos, com os nossos clientes, um trabalho de parceria que visa o aumento de produtividade dos processos, redução de desperdícios, redução de custos e tempos, redução de stock e programas de melhoria da qualidade. Analisamos todo o processo produtivo, mensuramos os dados obtidos e, em conjunto com a gestão, estruturamos uma intervenção nos processos mais deficitários.

Conjugando o know-how em consultoria operacional e programadores de referência, surge a Planus Digital, responsável pelo desenvolvimento de software industrial e soluções customizadas. Implementamos soluções integradas que se ajustam às necessidades específicas dos nossos Clientes, com articulação aos recursos existentes. O nosso software industrial permite efetuar o planeamento gráfico da produção, sincronização dos processos, controlo de tempos produtivos, otimização dos prazos de entrega, rastreabilidade dos produtos e obter a nossa performance através da análise de indicadores de desempenho.

Dentro dos vossos serviços de consultoria especializada na



Valdemar Sousa e Jorge Carvalho

implementação de processos de melhoria e otimização nas empresas, quais são as áreas de intervenção e como decorre o trabalho em chão de fábrica?

A nossa intervenção assenta em quatro momentos distintos: Diagnóstico, Implementação, Institucionalização e Formação. Numa primeira fase é realizado um diagnóstico em todo o processo produtivo. Através de mecanismos de análise direta, procedemos à recolha de dados que são complementados com informações dos colaboradores das empresas, através de um processo de entrevista. Construímos o mapeamento da cadeia de valor, de forma a identificar as etapas que agregam valor, eliminar desperdícios, reduzir tempos de ciclos e tempos de execuções associados (lead time).

É realizado um relatório, onde é explanado a realidade da organização, identificadas as suas debilidades e traçado um plano para cada situação específica, metodologias e ferramentas Lean a aplicar na fase dois, “Implementação”, onde são monitorizadas as alterações efetuadas e resultados obtidos. A fase três, “Institucionalização”, é das mais importantes na nossa intervenção, pois sabemos que o fator humano é o mais resistente à mudança de rotinas, daí um acompanhamento próximo com os

colaboradores na aplicação de novas metodologias, complementadas sessões de Brainstorming, eventos Kaizen e Formação, quarta e última etapa.

As nossas áreas de intervenção são, Lean, Six Sigma, Certificação ISO, Gestão de Projetos e Software Industrial.

O que projetam para o futuro da empresa?

O futuro da Qualidade não pode ser pensada de forma isolada, mas sim integrada com processos de inovação, transformação digital das empresas, no chamado modelo de Indústria 4.0. A lógica da economia circular obriga à digitalização industrial, processos cada vez mais eficientes, monitorização constante do processo produtivo e tratamento de dados. Os dados obtidos são um fator determinante na sobrevivência e posicionamento das empresas nos mercados, pois relacionando esses dados geramos informação e com esta a gestão vai tomar decisões atempadas, acertadas e essencialmente superar as expectativas dos seus clientes.

É aqui que nós, Planus, nos queremos posicionar, trabalhar para a excelência dos resultados, respeitando os princípios dos nossos clientes. a diferença e crescer neste mercado.

Implementação de melhorias de produtividade, redução de custos e desperdícios.

mais com menos.

plan **us**
Consultoria
improve and optimize

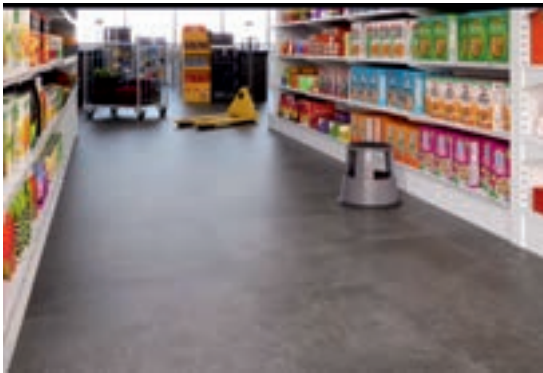
Quality Score
9.38

www.plan-us.pt

Tel - 918126952

Especialistas em pavimentos modulares

Fundada em 2007, a Hidroreport desde cedo trilhou o seu caminho como uma empresa que oferece soluções para satisfazer as necessidades de cada cliente, tornando-os únicos. A Revista Qualidade & Inovação entrevistou Pedro Vieira, CEO da Hidroreport, que se destaca por ser líder de pavimentos modulares e apresentar uma vasta gama de serviços.



Como surge a iniciativa de criar a vossa parceira com a R-Tek Manufacturing?

Tínhamos como objetivo encontrar um pavimento, com qualidade premium (pois esse era o ponto fundamental), que fosse de fácil e rápida instalação. Encontrámos na R-Tek Manufacturing a solução para tudo o que procurávamos. Começa desde o design ao fabrico, a embalagem de forma perfeita, com prazos certos e com o apoio a todos os níveis.

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

Os nossos pavimentos são escolhidos mediante o core business de cada cliente. Nesse sentido solicitamos que nos forneça o máximo de informação possível até à deslocação da nossa equipa orçamentista ao local, levando já uma solução pré definida de acordo com as necessidades do cliente.

O estado da base; cargas, tipo de tráfego e equipamentos mecânicos utilizados; qual o tipo de trabalho que vai ser feito em cima do piso e os materiais utilizados, tais como a utilização de produtos, químicos, húmidos, molhados, gorduras, temperaturas altas ou muito baixas, entre outras. Todos estes fatores são essenciais para a escolha correta do pavimento e a sua instalação de forma rápida e bem sucedida. Temos uma vasta gama de texturas, cores, tipos de encaixe, fazemos ladrilhos com os logótipos personalizados escolhidos pelo cliente, possibilitando fazer um layout único e ainda fazemos pavimentos à medida do cliente (mediante quantidades mínimas), o que torna o nosso produto diferente de tudo o que existe no mercado.

Com a R-Tek temos mais de 25 máquinas de pavimento de injeção em molde a operar 24h nos sete dias da semana para podermos dar uma resposta rápida e eficaz a todos os pedidos que recebemos. Assim, criámos um pavimento quente, confortável e com redução acústica, o que melhora a qualidade do ar.

Dentro dos vossos serviços de colocação de Pavimentos Modulares, quais são as áreas de intervenção e como decorre o trabalho em Chão de Fábrica?

Como na maioria dos casos, os nossos clientes não podem parar. Para isso organizamos equipas de instalação por todo o país, em período noturno, fins de semana e feriados, não pondo em causa a paragem dos espaços.

Já fizemos desde fábricas de calçado, metalomecânica, fábricas têxteis, fábrica de moldes, armazéns de alto tráfego, escolas, creches/infantários, hotéis, restaurantes pastelarias, entre outros.

Neste momento, estamos a promover os nossos pavimentos para supermercados, hipermercados e grandes superfícies

sem paragem de loja.

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

A nossa equipa trabalha de forma organizada em que cada um sabe exatamente qual o seu papel em cada projeto, com o objetivo final que é o sucesso do mesmo. Contamos sempre com o forte apoio da R-Tek, o que permite que não existam projetos sem capacidade de resposta e satisfação do cliente final.

O que projetam para o futuro da empresa?

Somos já uma referência como o maior fornecedor de pavimentos modulares em Portugal e na Europa. Certamente a maior gama de pavimentos, mais de 60 modelos diferentes. Isto é sinal do forte investimento da marca, nomeadamente nas matérias renováveis e amigas do ambiente, inovando diariamente em novas soluções.

A visão da Hidroreport é aceitar parcerias com empresas que queiram trabalhar connosco e com o mesmo profissionalismo adotado por nós, nomeadamente empresas de renovação de espaços e arquitetos. Só desta forma é possível fazer crescer o nosso negócio com a mesma qualidade e rapidez de resposta de sempre.



Hidroreport Pavimentos Modulares Lda

Urbanização moinhos do mar lote 135
2655 478 Ericeira

geral@hidroreport.pt

<https://pt.r-tileretailflooring.com/>

FIDELIDADE

SEGUROS DESDE 1808

SIM!







HÁ UM SEGURO QUE PROTEGE A SAÚDE DOS ANIMAIS.



**SEGURO
DE SAÚDE
ANIMAL**

FIDELIDADE PETS

-  CHECK-UP GRATUITO*
-  SEM IDADE LIMITE
DE PERMANÊNCIA**
-  ASSISTÊNCIA
TELEPET 24H/7
-  ESTERILIZAÇÃO
E VACINAS INCLUÍDAS
(COBERTURA OPCIONAL)

* Nas condições em cada momento em vigor.
** Se subscrito até aos 8 anos (planos de saúde).

fidelidade.pt    

Esta informação não dispensa a consulta da informação pré-contratual e contratual legalmente exigida.

Fidelidade - Companhia de Seguros, S.A. · NIPC e Matrícula 500 918 880, na CRC Lisboa · Sede: Largo do Calhariz, 30,
1249-001 Lisboa - Portugal · Capital Social: EUR 509.263.524 · www.fidelidade.pt
Apoio ao Cliente: Dias úteis das 9h às 20h. · T. 217 94 87 01 Chamada para a rede fixa nacional · E. apoiocliente@fidelidade.pt

SAIBA MAIS

217 94 87 01



O FUTURO PASSA POR AQUI

Candidata-te



colégio militar.pt



pupilos.eu