

Business



UMA EMPRESA
ÚNICA NO
MERCADO
IMOBILIÁRIO

João Sousa, CEO e Fundador



ESPECIAL SAÚDE
ARQUITETURA
DIREITO
ESCOLHA DO CONSUMIDOR

Terracos de S. Francisco

A escolha perfeita para novos começos



Condições especiais de pagamento até 31 de março de 2021

www.terracosdesaofrancisco.com

A 5min. do Freeport e a 15 min. de Lisboa

MORADIAS EM ALCOCHETE, A PARTIR DE 360.000€

- ◆ Moradias com 3 ou 4 quartos;
- ◆ Piscina e Jardim privados;
- ◆ Rooftop com vista panorâmica;
- ◆ Construção Nova;
- ◆ Home Office, Ginásio ou Sala de Jogos;
- ◆ Vista para a Ponte Vasco da Gama e para o Estuário do Tejo.

NA JPS GROUP ANTECIPAMOS TENDÊNCIAS E OFERECEMOS A MELHOR QUALIDADE/PREÇO DOS NOSSOS PRODUTOS, DESENVOLVENDO, SEMPRE, PROJETOS ÚNICOS!



Desenvolvemos + de 300.000m² em projetos e mais de 1550 moradias e apartamentos.

secretariado@jpsgroup.pt | +351 218 371 025 | www.jpsgroup.pt
Av. Almirante Gago Coutinho, nº126, Lisboa



ÍNDICE

Fevereiro 2021



8
**ARQUITETURA,
DESIGN E
CONSTRUÇÃO**

11
**ESPECIAL
SAÚDE**

40
**LOGÍSTICA
E E-COMMERCE**

46
**ECO-MUNICÍPIOS
2021**

10
**LÍDERES
E EMPRESÁRIAS DE
SUCESSO**

39
**DIREITO
E ADVOCACIA**

44
TRANSITÁRIOS

48
**ESCOLHA DO
CONSUMIDOR**

EDITORIAL

Fim do ano de 2020, abraçamos 2021 com realismo, mas com esperança num novo ciclo de crescimento económico. Apesar do cenário que vivemos, temos vindo a demonstrar que estamos no caminho certo, que somos um país economicamente competitivo e, sobretudo, que temos empresas que souberam, e sabem, enfrentar os desafios que esta pandemia despoletou. Nunca é demais salientar a resiliência, a imediata capacidade de adaptação e inovação que as empresas portuguesas têm revelado, reinventando-se, criando novos processos, novos produtos e novos modelos de gestão, destacando-se também aqui a forte adesão à utilização dos canais e plataformas digitais. Nesta edição, fomos, mais uma vez, ao encontro de empresários que fizeram da criatividade, inovação, empreendedorismo, resiliência e dinamismo, visão e know-how, as suas bandeiras para impulsionar o país. Esperamos que as páginas seguintes espelhem a dinâmica do nosso tecido empresarial e revelem que é preciso continuar a apostar nos fatores que nos diferenciam e a mostrar ao mundo que Portugal é uma economia aberta e favorável aos negócios e a novos investimentos.

Boas leituras!

Revista Business Portugal



SkyCity - Serra de Carnaxide

JPS GROUP: UMA EMPRESA ÚNICA NO MERCADO IMOBILIÁRIO

João Sousa, CEO e Fundador da JPS Group, em entrevista à Revista Business Portugal, fala do percurso da empresa que assume conceitos diferenciadores, tornando-se única no sector imobiliário em Portugal. O empresário aborda ainda o crescimento da marca e revela um pouco mais sobre um dos mais recentes projetos: o empreendimento Terraços de São Francisco.

O conceito da JPS Group é único no sector imobiliário nacional. Como descreve o seu crescimento e contributo para o mercado?

A JPS Group é mais do que um promotor imobiliário, é uma marca única com projetos únicos! Antecipamos tendências e oferecemos sempre a melhor relação qualidade/ preço. Chegámos ao mercado numa fase em que só se construíam empreendimentos de luxo para estrangeiros ou para clientes que não representam a maioria dos compradores do mercado nacional. Nós viemos mudar o paradigma do mercado e começámos a fazer projetos de sonho, mas para clientes reais. Fomos pioneiros em fazer projetos de luxo acessíveis a uma grande parte das pessoas reais, cuja valorização é grande e ultrapassa qualquer oferta semelhante. Somos a empresa no mercado imobiliário que oferece a melhor relação custo/benefício.

Quando muitos estavam céticos, em relação à qualidade dos nossos produtos, devido aos preços que praticávamos, nós viemos provar ao mercado que é possível vender a preços justos, sem descuidar a excelente qualidade, e a prova está nas casas que já entregámos com uma semelhança impressionante entre as imagens virtuais e a realidade. Conseguimos trazer ao mercado imobiliário mais-valias que não existiam, viemos acrescentar e transformar. Esse foi o nosso maior contributo.

Presente no mercado imobiliário, a JPS Group faz a ligação entre todos os sectores do mercado, numa perspetiva 360°. Tem sido este o vosso *core business* desde o início?

Assumimo-nos como uma empresa única no mercado imobiliário, porque acreditamos que, pelo que conhecemos, somos a única empresa a assumir verdadeiramente essa perspetiva 360°. Uma coisa é dizer, outra muito diferente, é fazer. A maioria das empresas do setor, contratam fora uma grande parte dos serviços, e o preço que cobram ao cliente final tem, naturalmente, que refletir todos esses

custos, sejam eles de projetos de arquitetura, de elaboração de imagens 3D, custos de comercialização, de construção, entre outros.

A questão é que fazemos “dentro de casa”, literalmente, tudo que esteja relacionado com um projeto imobiliário. Temos todas as equipas a trabalhar a tempo inteiro, nomeadamente, a equipa comercial, de *marketing*, de investimentos, de produção, de arquitetura e de engenharia, de recursos humanos, análise de crédito, pós-venda, jurídico, financeiro, produção e, também, uma construtora própria, que com muito orgulho digo que foi considerada PME líder em 2020. Essa perspetiva 360° tem sido o nosso *core business*, desde o início do projeto mas, naturalmente, que com o tempo crescemos e tivemos que nos adaptar às necessidades de mercado. Tivemos, por exemplo, a necessidade de criar um *showroom* na própria empresa, para que os nossos clientes pudessem ver, no local, o tipo de materiais que utilizamos e fazer também as modificações que pretendessem. Também abrimos um departamento de análise de crédito e uma empresa de trabalho temporário que é igualmente responsável por suprir as nossas próprias necessidades de recrutamento. Desta forma, conseguimos realizar o projeto de vida das pessoas ao preço que estas podem pagar, sem ter que sacrificar a qualidade, muito pelo contrário.

Ter essa perspetiva 360° tem sido muito gratificante e inovador e isso veio a traduzir-se numa inquestionável mais-valia para os nossos clientes.

Quais os empreendimentos mais emblemáticos do vosso portfólio?

O mais emblemático é, sem dúvida, o *SkyCity*, na Serra de Carnaxide, sobretudo pela sua dimensão, pois é quase “uma cidade dentro da cidade”. São 400 frações entre apartamentos, moradias em banda, geminadas e isoladas. Contudo, temos outros projetos

emblemáticos, cada um à sua maneira e por motivos diferentes. Temos o nosso primeiro projeto, o *LuxResidence*, no centro de Lisboa, e também outros muito diferentes entre si, o *Sea View*, o *Green Valley Oeiras Residence*, os Terraços de São Francisco e o *Village*. No total, cerca de 850 frações todas elas 100 por cento JPS Group. Para além disso, temos em parceria o *DreamLiving*, o *Lapa River* e o *Royal Evolutive Villas & Apartments* e, neste caso, estamos a falar de mais 700 unidades. No total, entre o que está em construção e o que temos previsto iniciar, estamos a falar de mais de 1550 imóveis e mais de 300 mil metros quadrados de construção. Hoje, somos, sem dúvida, uma das maiores empresas do setor.

Um dos vossos mais recentes projetos refere-se ao empreendimento “Terraços de S. Francisco, a escolha perfeita para novos começos”. Como o descreve e a quem se destina?

O empreendimento Terraços de São Francisco foi desenvolvido para quem procura a exclusividade, tranquilidade e conforto, com vistas para o Tejo, longe da confusão e do trânsito, mas muito próximo da capital. Estamos a falar de um empreendimento que se situa a 15/20 minutos do centro de Lisboa, em São Francisco, uma zona calma de Alcochete. Com preços, diria eu, quase imbatíveis, face à qualidade e beleza do empreendimento que está rodeado de todas as comodidades. É composto por 109 moradias e 52 apartamentos de arquitetura contemporânea, todos com piscina privativa e *home office* e onde os espaços exteriores e as amplas áreas proporcionam uma qualidade de vida única para toda a família.

Na JPS Group realizamos o objetivo das pessoas em ter uma casa de sonho, a um preço justo e com condições únicas de aquisição e, os terraços de São Francisco comprovam isso mesmo!

João Sousa,
CEO e Fundador





Terraços de São Francisco - Alcochete

Em plena pandemia o grupo criou a mediadora imobiliária *Real Estate by JPS Group*. O que o levou a abraçar este projeto?

A aposta na mediação imobiliária não nasceu propriamente nessa fase, contudo, com a forte procura que registámos mesmo na altura de pandemia, reforçámos a nossa mediadora, criámos uma nova imagem e decidimos lançar um novo site, com um design apelativo, dentro das linhas da JPS Group, para dar resposta à grande procura que tivemos e, continuamos a ter, por parte dos nossos clientes. A intenção foi dar também resposta aos clientes que pretendem trocar de casa, mas para tal necessitam primeiro vender as casas atuais. Foi também esta, felizmente, uma aposta ganha, pois ultrapassámos o nosso próprio *record* ao fazermos a mediação de uma casa no valor de 8 milhões de euros em plena época de pandemia. Durante 2020, tivemos cerca de 10 mil contactos de novos clientes para comprar ou vender casa. Chegámos a ter mais de 200 pedidos de contacto por dia, o que julgo serem números impressionantes.

Com a *Real Estate*, a JPS Group pretende tornar-se uma referência na mediação imobiliária e “não ser mais uma mediadora”. Que mais-valias assumem trazer ao mercado?

Uma das grandes vantagens da *Real Estate by Jps Group*, é termos uma base de dados gigante de compradores reais, o que faz com que consigamos fazer transações rápidas, que é o que a maior parte dos vendedores deseja. Por outro lado, temos uma equipa comercial interna, estável, com muitos anos de experiência, e que consegue identificar rapidamente as necessidades dos vendedores e compradores. A somar a isto, temos todos os departamentos disponíveis para apoiar qualquer transação mediada por nós, quer seja em acompanhamento jurídico, fiscal, de crédito ou mesmo alguma necessidade técnica por parte da arquitetura ou engenharia, sem custos acrescidos. Mediar as transações de forma rápida e sem complicações para os clientes, com o suporte de vários departamentos, sem custos adicionais, é a nossa grande mais-valia.



SkyCity - Serra de Carnaxide



SkyCity - Serra de Carnaxide

2020 foi para o grupo um ano de mudança: criação da *Real Estate* by JPS Group, um novo site com uma nova imagem. Esta mudança surgiu com que objetivos?

A mudança e inovação fazem parte do nosso ADN. Não nos contentamos com o que já está bom, procuramos sempre a excelência em todos os projetos que abraçamos. Estamos atentos ao que nos diz o mercado e olhamos para as boas práticas do mercado imobiliário no mundo inteiro. Como em muitas áreas, o que hoje é fantástico, amanhã já está desatualizado. Por essa razão, somos muito exigentes connosco próprios e estamos em constante aperfeiçoamento. No *site* da marca fizemos algumas mudanças que consideramos importantes como, por exemplo, mostrar quem somos. Consideramos fundamental identificar cada colaborador, não só através do seu rosto, como da identificação da função que cada um tem na empresa. Na JPS Group, não somos números, somos pessoas, e é essa a mensagem que queremos transmitir a todos os que recorrerem aos nossos serviços. Uma política de aproximação, de pessoas reais para pessoas reais.

A JPS Group está a encarar os tempos de incerteza “com otimismo” e encontra-se em fase de recrutamento. Esta é a prova de que fases delicadas podem ser ao mesmo tempo uma mais-valia para as empresas que sabem reinventar-se?

Temos que nos reinventar todos os dias, mesmo em tempos de incerteza. Os projetos que desenvolvemos são contemporâneos, minimalistas, com muita luz, com espaços exteriores, piscina e todo o conforto necessário para que qualquer pessoa os deseje e os considere verdadeiramente de sonho. Os nossos preços são os mais competitivos do mercado, porque produzimos em grande escala, e daí que consigamos preços imbatíveis. Além disso, temos uma política de “partilha de lucro” com os nossos clientes, ou seja, vendemos os imóveis a um preço muito competitivo para quem está a investir numa fase muito precoce, para que exista margem de

compra e revende, ou mesmo para quem quer apenas aumentar o seu património. Temos clientes que compraram moradias isoladas em planta, a pouco mais de 500 mil euros e que as revenderam já em construção, por valores superiores a 1 milhão de euros, e julgo que este é o melhor exemplo que posso dar sobre a qualidade única dos nossos produtos e do excelente preço a que os vendemos. Esse histórico da nossa empresa e dos nossos clientes, associado à enorme procura dos nossos imóveis, deixa-nos, naturalmente, otimistas em relação ao nosso futuro, mesmo em fases mais delicadas.

Como vê o mercado imobiliário em 2021? Qual o grande desafio da JPS Group neste novo ano?

Vejo o mercado imobiliário em 2021 com muito otimismo e considero que, após ter ultrapassado o embate provocado pelo surgimento da pandemia, transversal praticamente a toda a economia, o setor saiu mais fortalecido do que nunca. Perante um cenário de absoluto caos, verificaram-se subidas nas vendas, inesperadas por quase todos. Desta forma, esperamos que 2021 seja um excelente ano para este mercado e que a esperança que nos dá termos já uma vacina a ser administrada globalmente, contribua para o fortalecimento da economia em geral e do sector imobiliário em particular. Relativamente ao nosso grande desafio deste ano, além da continuação do nosso sucesso de vendas, é conseguir entregar as mais de 500 casas que temos em conclusão de obra e esperamos que as medidas governativas relacionadas com a pandemia, que compreendemos, tenham em atenção a economia do país. Temos, neste momento, mais de 500 colaboradores diretos e indiretos, e compromissos que temos sempre conseguido cumprir atempadamente. A nossa responsabilidade perante as pessoas que trabalham connosco e respetivas famílias é gigante, assim como o compromisso perante os nossos clientes, que precisam das casas para viver. Pelo que um dos maiores desafios de 2021 é conseguirmos continuar o caminho que temos feito, rumo a um sucesso, cada vez maior.



www.jpsgroup.pt

Telefone: +351 218 371 025
 Email: secretariado@jpsgroup.pt
 Av. Almirante Gago Coutinho,
 N° 126, Lisboa.



Vasco Pereira Coutinho, General Manager da Lince

“A LINCE PROCURA VENDER O QUE PORTUGAL TEM DE MELHOR”

Em entrevista à Revista Business Portugal, Vasco Pereira Coutinho, General Manager da Lince Real Estate, salienta a contribuição da empresa para a inovação do mercado português.

A forte presença nas plataformas digitais é fundamental para responder a um público atual que vive do on-line?

A Lince Real Estate nasceu em 2015 como agência de investimento, mas acabou por evoluir nos últimos anos para a mediação imobiliária pura. Neste momento, trabalhamos na maioria das vezes com o cliente final, sendo uma grande parte dos nossos negócios realizados com clientes estrangeiros.

A presença nas plataformas digitais é muito importante, não só porque é uma tendência atual em todos os sectores, como principalmente porque uma grande fatia do nosso mercado alvo está distante.

É, por isso, fundamental a disponibilidade de ferramentas digitais que facilitem a interação com os clientes à distância e também com os parceiros estratégicos internacionais com quem trabalhamos. Todo o público atual,

nacional e internacional, vive do *on-line* e a Lince acompanha esta tendência diariamente, tendo a situação mundial atual acelerado e acentuado este processo de digitalização.

Mantém uma proximidade com os clientes e garantem um serviço de alta qualidade. O acompanhamento das novas tendências é essencial para garantir soluções exclusivas?

Acreditamos que o respeito pelo espaço do cliente é muito importante. Trabalhamos com enorme foco no cliente e nas suas necessidades, sendo para nós uma prioridade a proximidade e diálogo constantes com os nossos clientes. Defendemos que é preciso ter a arte de saber comunicar sem ser evasivo, fazer perceber quais as vantagens e desvantagens de cada imóvel que apresentamos, tendo em conta as necessidades e respeitando sempre o espaço de cada cliente. E isso mantém-se com as novas tendências digitais.

Estar informado sobre o que os clientes mais procuram e quais são as tendências atuais e futuras é de extrema importância para a fase de conceptualização dos projetos, garantindo assim um maior sucesso nas vendas e assegurando a apresentação de soluções exclusivas. Num mercado muito concorrido como é a mediação imobiliária, com muitos *players* nacionais e internacionais a atuar, procuramos distinguir-nos pelo constante conhecimento e adaptação às tendências do mercado, e pelo profissionalismo, assente num forte trabalho de equipa, mantendo relações de proximidade e confiança com todos os clientes e parceiros.

Paisagens deslumbrantes, proximidade ao mar, qualidade de vida e abertura cultural, são, neste momento, decisivos para Portugal ser um investimento seguro?

A Lince procura vender o que Portugal tem de melhor. Na venda de um imóvel, existe sempre um aspeto de extrema importância: a localização. Quando se fala em localização fala-se em tudo o que envolve a situação geográfica do imóvel num determi-

nado espaço. Toda a envolvente, as vistas, as infraestruturas, os acessos. Nesse sentido, o nosso foco constante é a angariação de muito bons imóveis, sendo a localização uma das nossas grandes preocupações. Quanto mais reconhecida for a localização, melhor será a aquisição do cliente em termos de valorização futura do imóvel. Trabalhamos essencialmente nas melhores zonas da cidade de Lisboa e em alguns pontos estratégicos do país com produtos únicos que acreditamos serem muito atraentes para investimentos seguros em Portugal.

De que forma a Lince Real Estate contribui para a inovação do mercado português?

A Lince está constantemente à procura de novas formas de inovar num sector que é tipicamente tradicional e adverso à mudança. Fomos os primeiros a lançar o levantamento em *Matterport*, visitas virtuais aos imóveis que permitem “navegar” dentro de cada casa, fazendo a aquisição de uma máquina e disponibilizando esta ferramenta a todos os proprietários que tenham interesse em promover a sua casa de forma mais eficaz, e assim chegar a um maior número de potenciais compradores. Estamos muito atentos às tendências internacionais e queremos ser os primeiros a apresentar novos conceitos. Desta forma, vamos obrigar a que haja um acordar para as novas tendências de todos os *players* do mercado.

Neste sector em particular a presença internacional tem sido um fator importante para o vosso sucesso?

É claramente um *driver* para nós o acesso ao mercado internacional. Arriscava mesmo a dizer que é um *driver* para todos os *players* de mercado. O mercado internacional é muito importante para o mercado português, não só por ser uma fonte muito relevante de clientes, mas também de novas tendências. Gostamos de estar atentos a estes pequenos aspetos, nunca esquecendo que aquilo que se torna sucesso no estrangeiro acaba sempre por vir parar a Portugal.



LINCE
REAL ESTATE

AO ENCONTRO DO SEU ESPAÇO

WWW.LINCEREALSTATE.COM



A ARQUITETURA QUE TOMA CONTA DO NOSSO BEM-ESTAR

A arquitetura assume-se como um veículo de transformação e evolução, que está intimamente ligada às pessoas e ao seu bem-estar, como nos explica Afonso Almeida Fernandes, Sócio e Arquiteto do Atelier Almeida Fernandes, em entrevista à Revista Business Portugal.



A arquitetura é um meio de transformação e evolução que contribui para a qualidade de vida das pessoas. Apostar na qualidade, criatividade e inovação são os pilares da Almeida Fernandes?

Acreditamos que a arquitetura está intimamente ligada às pessoas, sendo um veículo de transformação e de evolução. A qualidade é a base transversal, seja na inclusão do cliente no projeto, na escolha de parceiros, no trabalho em equipa ou na escolha e utilização de materiais. Este último ponto é muito importante, porque temos também uma consciência sustentável, que queremos aplicar pela importância ambiental e para criar uma harmonia real com o local onde se constrói. A inovação e a criatividade são também transversais, com a equipa dedicada para que cada projeto seja um reflexo destes valores, mas também de quem irá viver cada projeto. A requalificação do Mercado do Peixe nas Caldas da Rainha é um bom exemplo, onde transpusemos todo o contexto para a concretização, mantendo-o como símbolo da cidade, mas também um local de educação, ensinando os utentes sobre o mar e a sua preservação.

Todos os vossos projetos exigem um equilíbrio entre contexto, funcionalidade, conforto, as necessidades de cada cliente sempre aliados às novas tendências do mercado. Ter uma equipa jovem é importante na construção de um projeto inovador e criativo?

O essencial é ter uma equipa inconformada, que goste de sair da área de conforto,

de aprender novas técnicas, de estudar e conhecer novos materiais e estar sempre a acompanhar as mais recentes tendências e técnicas. Cada projeto é único, não só pelo contexto onde se insere, mas pelas funcionalidades que irá desempenhar. A capacidade de adaptabilidade é essencial e é algo que a nossa equipa entrega todos os dias.

A Almeida Fernandes tem um portfólio muito diferente, que vai desde casas singulares a projetos de maior envergadura. Em que segmento de mercado estão mais focados?

Temos uma experiência multidisciplinar e em apenas quatro anos de atelier, o nosso portfólio demonstra muita versatilidade. Trabalhar com um cliente para a sua casa é algo muito desafiante e enriquecedor, que nos permite criar e desenvolver um ambiente que será vivido de uma forma muito especial. Por outro lado, projetos maiores, como condomínios, hotéis e outros espaços públicos permitem-nos ter um envolvimento maior. Em muitos casos, fazemos toda a gestão do projeto que nos permite liderar o processo e desenvolver uma relação de grande proximidade e confiança com o cliente.



Temos um papel agregador envolvendo técnicos e artistas, trazendo para a mesa novas ideias, promovendo a discussão através de diferentes olhares sobre o projeto. O resultado final pode custar mais, mas torna-se mais rico. Isto foi verdade com o Mercado do Peixe, projetado em colaboração com o ilustrador Mantraste, a ceramista Maria Ana Vasco Costa e o designer Filipe Guimarães.

Orgulham-se de apresentar trabalhos de destaque, como a Vista do Paço, a Casa da Comporta, ou Casa de Santo Amaro. O futuro é continuar a inovar com inspiração no contexto histórico, sociológico e material?

O caminho que temos vindo a fazer é o de elaborar projetos que são inspirados no contexto em que se inserem, espelhando o ambiente natural e cultural. Este posicionamento tem-nos permitido fazer projetos habitacionais à medida e projetos de maior envergadura, como condomínios ou espaços públicos. A Casa da Comporta é um bom exemplo, inspirado na arquitetura tradicional da zona, no Cais Palafítico da Carrasqueira. A casa é implantada sobre areia, elevada sobre o solo através de estacaria de madeira e vivida num diálogo fluido entre construção e vazio, interior e exterior, luz e sombra. Por outro lado, a Vista do Paço é um condomínio composto por dez moradias de luxo com jardim, piscina e vistas mar. Aqui o desafio foi o de colmatar uma malha urbana inacabada, integrando o empreendimento no contexto urbano envolvente, modular um terreno muito acidentado e colocar cuidadosamente cada moradia, de forma a garantir vistas para o mar de todos os lugares.



A JUSTIÇA NÃO É UMA QUESTÃO DE GÉNERO

A PJM Advogados disponibiliza serviços jurídicos em várias áreas do Direito, valorizando sempre um serviço de excelência, como nos confidencia Patrícia de Jesus Monteiro, Advogada, em entrevista à Revista Business Portugal.

A PJM Advogados apresenta-se como uma equipa que tem na sua essência o exercício rigoroso, ético e profissional da advocacia. Quais têm sido os principais desafios e mudanças, nomeadamente para a mulher empresária?

Verifica-se cada vez mais uma mudança na área jurídica e na prática da advocacia em nome individual. Atualmente, salvo melhor opinião, é muito difícil prestar um serviço de excelência sozinha. Necessitamos cada vez mais do apoio de uma área de comunicação/ secretariado dos jovens juristas e dos colegas mais experientes. Os clientes estão cada vez mais exigentes e quase exigem de nós uma resposta “na hora”! Por esse motivo é muito importante saber trabalhar em parceria com outros técnicos e profissionais essenciais à boa prática forense como sejam por exemplo quando se trate de:

- matéria das obrigações no âmbito, por exemplo, dos contratos na área das Conservatórias/ Notários/ Municípios/ Serviços de Finanças;
- matéria fiscal, comercial, insolvências na área da contabilidade, TOCs/ROCs;
- matéria de urbanismo: Arquitectos/ Engenheiros/ Topógrafos;
- matéria do direito da família e menores, na área da terapia pedopsiquiatras/ psicólogos / assistentes sociais;
- matéria da saúde, na área de perícias médicas.

Os principais desafios têm sido ajustar competências e não competir com outros colegas ou profissionais. No escritório somos, maioritariamente, mulheres. Não faz diferença se o assunto é tratado hoje por um profissional homem ou mulher, penso que o cliente destes novos tempos necessita ser “ouvido” para poder ser esclarecido independentemente do género do advogado que o recebe!

Recorrendo aos vossos serviços jurídicos, em várias áreas do direito, o cliente encontra soluções personalizadas. Sendo o direito uma área que atua em vários campos, que serviços podemos encontrar na PJM Advogados?

Para nós é importante tentar solucionar o processo que traz o cliente até ao nosso escritório tentando proporcionar-lhe um bom acolhimento, enquadrando-o juridicamente nas diversas áreas do direito, como sejam, desde a prática de atos notariais, ao direito



*Patrícia de Jesus Monteiro,
Advogada*

administrativo, ao direito comercial/ laboral / insolvência, ao direito contraordenacional/ penal, ao direito dos estrangeiros, ao direito da família/ sucessões, ao direito das obrigações/ contratos, aos direitos reais e ao direito do urbanismo.

A PJM Advogados prima pela diferença e otimização dos serviços, com um atendimento mais próximo, respondendo às necessidades da sociedade atual. Atualmente, como mulher é mais difícil exercer a profissão?

Existem muitas clientes nossas, mulheres, que nos procuraram especificamente porque, na sua visão, ter advogadas mulheres sentem-se com mais empatia e compreensão para lutar pelos seus direitos. No entanto, não valorizo a questão do género na advocacia. Vejo sim profissionais que exercem uma boa prática, e como em todas as áreas, existem melhores e piores atuações. E, tal como em todas as profissões, os advogados são seres humanos que, eventualmente, independentemente do género poderão estar a passar uma boa ou má fase da vida o que não os caracteriza como maus profissionais.

2020 foi um ano desafiante, mas que veio sublinhar as características diferenciadoras da mulher em cargos de liderança, que as empresas mais procuram atualmente. 2021 será uma oportunidade para a consolidação da mulher em cargos de liderança?

2020 foi o ano que nos colocou, a todos, à prova especialmente por não sabermos se amanhã seremos nós ou não “os infetados” e que tudo pára na vida que estamos habituados a ter. Perante o medo de acontecer um simples descuido, nunca foi tão necessário o recurso ao advogado para: esclarecer uma simples dúvida, resolver assuntos no serviço de finanças (como fazer, não consigo marcar, não sei como ter acesso) até aos famosos processos de despedimento coletivo! Maioritariamente, o nosso escritório não estava preparado para este novo cenário, mais digital, nem com recursos suficientes. Também não se esperava o encerramento das atividades comerciais de forma abrupta e por tempo indeterminado e os consequentes apoios do Estado. Ora perante tanta informação e consequente incerteza, só os profissionais atentos, focados, determinados, com agilidade e organização conseguem destacar-se e fazer a diferença, na altura de dar uma resposta ao cliente. É a dedicação, o acompanhamento e o empenho que consideramos ser uma mais-valia a quem nos procura!



Alameda da Guia, Edifício Oceano,
nr. 124-A. 2750-368 Cascais
Telefone: (+351) 214 604 283
Telemóvel: (+351) 915 276 878
geral@pjmadvogados.com

www.pjmadvogados.com



Fevereiro 2021

Revista Business Portugal

Business

Especial Saúde



*Vitor Papão,
General Manager*



DIA MUNDIAL DE LUTA CONTRA O CANCRO | 100 ANOS DE INSULINOTERAPIA | OLHO SECO
CONTACTOLOGIA | SAÚDE VISUAL DOS PORTUGUESES | DOR DE GARGANTA | FARMÁCIA EM CONTEXTO DE PANDEMIA

UMA BUSCA INCESSANTE PELA INOVAÇÃO CENTRADA EM CRIAR UM MUNDO MAIS SAUDÁVEL

Com mais de 25 anos de experiência na indústria farmacêutica, tendo passado os últimos 14 ao serviço da Gilead, o *General Manager* em Portugal, Vítor Papão, fala-nos do percurso desta biofarmacêutica norte-americana, especialmente neste ano tão atípico, e dá-nos a sua visão sobre os próximos tempos.

A Gilead está presente em Portugal há 20 anos, precisamente desde 2001. Especializou-se nas áreas terapêuticas do VIH/SIDA, das Hepatites Víricas e da Oncologia. De que forma e em que medida a investigação e a inovação têm dado o seu contributo para tratamentos de doenças graves?

Ao longo dos seus mais de 30 anos de história, a Gilead tem apostado na investigação. À nossa escala, temos contribuído para a melhoria da qualidade de vida de milhares de pessoas em Portugal e de milhões em todo o Mundo, fazendo disso mesmo a nossa missão.

Toda a dinâmica de inovação e investigação feita pela Gilead tem como objetivo satisfazer necessidades médicas, até agora não preenchidas, que se traduzirão na prevenção da doença, na sua cura ou num melhor tratamento, conseguido como resultado de um melhor equilíbrio entre eficácia e segurança. O valor desta inovação poderá medir-se em anos de vida ganhos com qualidade ou em qualidade de vida.

No entanto, na área da saúde serão sempre as necessidades dos doentes que padecem das doenças mais difíceis de tratar e que permanecem sem a melhor resposta possível, que definirão o rumo da inovação e investigação que é realizada no campo do medicamento. Prova disso mesmo, tem sido a colocação de todos os esforços por parte de um grande número de empresas farmacêuticas na investigação e inovação em torno da procura de uma resposta para o combate à pandemia por Sars-cov-2, incluindo a Gilead.

Ao longo dos anos, a Gilead tem dedicado muita da sua investigação às doenças virais, começando o seu trabalho com o VIH e com a hepatite B crónica. Para ambas as doenças, que ainda hoje não têm cura, desenvolvemos antivirais com o propósito de abrandar ou parar a sua progressão. Fomos bem sucedidos em ambas as doenças nesse propósito, mas o nosso trabalho não terminou aí. Quer para o VIH, quer para a hepatite B, temos procurado melhorar o desempenho dos medicamentos, de modo a reduzir o seu impacto na vida dos portadores das duas doenças e melhorar a sua qualidade de vida. Através desses esforços e do maior conhecimento dos profissionais de saúde na gestão do VIH e das hepatites virais, hoje a esperança de vida dos doentes com VIH e hepatite B pode ser idêntica à do resto da população.

Mais recentemente, fomos uma das empresas que conseguiu desenvolver medicamentos para curar a hepatite C, avanço esse que resultou numa mudança de paradigma no tratamento da doença, com benefícios para os doentes, para os serviços de saúde e para os Estados. No final dos anos 2000, perante o potencial aparecimento de pandemias, para o qual fomos 'alertados' por surtos como os de



Vítor Papão, General Manager

gripe asiática e gripe do médio oriente, desenvolvemos esforços para encontrar medicamentos antivirais de largo espectro a que pudéssemos recorrer no caso de novos surtos. Um desses medicamentos foi, mais tarde, investigado para tratar infeção por vírus ébola e, hoje, está autorizado pelas autoridades regulamentares europeias, americanas e muitas outras, para tratamento da Covid-19.

Finalmente, em oncologia, investigamos e procuramos desenvolver tratamentos que ofereçam aumentos significativos na esperança de vida dos doentes. Começámos com tumores hematológicos há alguns anos. Em Portugal conseguimos, em conjunto com as autoridades, proporcionar acesso a dois medicamentos para alguns tipos de linfomas. Agora também já estamos a trabalhar com tratamentos para tumores de órgãos sólidos.

O impacto da pandemia da Covid-19 a nível planetário levou a respostas também à escala global, como nunca antes se tinha visto. Como tem sido a ação da Gilead neste combate?

O forte instinto de colaboração da Gilead impulsionou uma rápida resposta ao surto provocado pela Covid-19. Trabalhámos em estreita parceria com governos, agências reguladoras e organizações de saúde para ajudar a enfrentar este importante desafio para a saúde global. Para isso a Gilead recorreu a décadas de experiência em antivíricos para responder rapidamente à pandemia.

A Comissão Europeia concedeu ao Veklury (Remdesivir) uma autorização condicional de comercialização em julho de 2020. O CHMP continua a recomendar o remdesivir para o tratamento da Covid-19 em adultos e adolescentes com pneumonia que necessitem de oxigénio suplementar (oxigénio de baixo ou alto fluxo ou outra ventilação não invasiva) no início do tratamento.

Esta atualização retrata o papel do remdesivir como parte do padrão de cuidados para o tratamento da Covid-19 em doentes adultos e adolescentes com pneumonia que necessitam de oxigénio suplementar (oxigénio de baixo ou alto fluxo ou outra ventilação não invasiva) no início do tratamento e reforça a importância de tratar doentes com remdesivir antes da necessidade de ventilação mecânica. Em mais de 50 países, o remdesivir é uma das ferramentas que proporciona benefícios clínicos aos doentes hospitalizados com Covid-19, tais como uma recuperação significativamente mais rápida, libertando recursos hospitalares.

Continuamos totalmente empenhados em utilizar os nossos recursos em investigação, para procurar perceber cada vez melhor quando e em quem utilizar a resposta terapêutica que desenvolvemos e está a ser utilizada para o vírus que causa a Covid-19. Por outro lado, continuamos determinados em servir os doentes através da investigação e inovação no VIH, hepatites virais e oncologia, as áreas terapêuticas em que já estávamos empenhados antes da Covid-19.

A Gilead rege-se por boas práticas de Desenvolvimento Sustentável e de Responsabilidade Social, onde se inserem importantes projetos apoiados pelo Programa Gilead GÉNESE. Que mais-valias resultam destas boas práticas com os doentes e com a comunidade em geral?

Os doentes e as comunidades, muitas vezes, enfrentam desafios no acesso aos melhores cuidados. Por isso, também estamos empenhados em ser uma parte importante da solução, sabendo que a Gilead sozinha não pode resolver estes desafios. Os programas corporativos da Gilead financiam, através de donativos, projetos que apoiam comunidades desfavorecidas que, sistematicamente enfrentam obstáculos sociais ou económicos na área da saúde. O nosso objetivo é estabelecer parcerias que sirvam os doentes e as comunidades, para construir soluções colaborativas que ajudem a alargar o acesso aos cuidados de saúde de forma tão ampla quanto possível. Através das nossas parcerias com as associações de doentes, organizações sem fins lucrativos, profissionais de saúde e Academia, trabalhamos para ajudar a melhorar o acesso aos cuidados, reduzir as desigualdades, melhorar a educação e apoiar as comunidades locais.

Em Portugal, a Gilead criou em 2013 o Programa Gilead GÉNESE com a ambição de incentivar a investigação, a produção e a partilha de conhecimento científico a nível nacional, e de viabilizar iniciativas que conduzam à implementação de boas práticas no acompanhamento dos doentes. O Programa Gilead GÉNESE tornou-se uma referência na área da Responsabilidade Social Corporativa, incentivando projetos de investigação científica e de intervenção na área da comunidade. Ao longo de seis edições, o montante global de financiamento atribuído aos 76 projetos apoiados pelo Programa Gilead GÉNESE ultrapassou um milhão e seiscentos mil euros, tornando este um dos maiores programas de responsabilidade social do setor farmacêutico em Portugal.



Em 2019 e em todo o Mundo, a Gilead doou 380 milhões de dólares num esforço para reduzir as desigualdades em saúde, eliminar as barreiras no acesso aos cuidados de saúde encontradas pelas populações carenciadas, promover a educação dos profissionais de saúde e apoiar as comunidades locais em que operamos.

Assumi o cargo de *General Manager* da Gilead Sciences em Portugal há cerca de seis anos. Como tem sido a jornada de liderança nesta biofarmacêutica multinacional e quais as prioridades da companhia para 2021?

É um privilégio liderar a filial da Gilead em Portugal. Sinto-me inspirado diariamente, quer pela nossa missão, quer pelo impacto que a Gilead tem tido e poderá continuar a ter na melhoria da esperança de vida e da qualidade de vida dos doentes que servimos. Vivo diariamente rodeado de ótimos exemplos de excelência, compromisso, entrega, resiliência e humanidade por parte dos profissionais de saúde e demais parceiros com quem trabalhamos. Exemplos estes que também me são dados pelos colegas que compõem a equipa Gilead Portugal. Em 2021 continuaremos a trabalhar para um mundo melhor e mais saudável. A Gilead concretizou avanços médicos que em tempos se julgavam impossíveis. A nossa busca incessante pela inovação está centrada no objetivo de criar um mundo mais saudável, através dos tratamentos que desenvolvemos e da forma como conduzimos a nossa atividade. Pretendemos fazer do impossível, possível.





Dr. Vítor Veloso
Presidente do Núcleo Regional do Norte da
Liga Portuguesa Contra o Cancro

A pandemia do Covid-19 tem vindo a transformar-se num dramático acontecimento que, além de atingir transversalmente toda a população mundial, não tem qualquer previsibilidade temporal para terminar. Com efeito, as situações epidemiológicas são múltiplas, as mutações do vírus aparecem, como habitualmente, e, as vacinas são armas cuja aplicação está a ser constantemente adiada, o que impedirá uma vacinação atempada (70% da população) no mais curto espaço de tempo. De realçar, igualmente, que ainda não há qualquer evidência clínica ou científica que sejam eficazes para as mutações.

Com humildade deveremos assumir que o Serviço Nacional de Saúde nunca esteve preparado para esta pandemia, tal como aconteceu na maioria dos países. É lamentável, no entanto, que nos períodos de acalmia não se tivesse promovido uma reorganização para ter uma capacidade de resposta adequada à segunda e terceira vaga. Compreendemos e assumimos que o seu combate é uma prioridade e que todas as potencialidades, bem como a organização e reestruturação de todas as instituições hospitalares e de cuidados primários de saúde procuraram, de maneiras diferentes, responder.

Fundamentalmente, a razão destas considerações remete-se para o esquecimento de várias patologias que estiveram acauteladas e que, neste momento, são sistematicamente secundarizadas e até esquecidas. Com efeito, há outras doenças que vão matar muito mais portugueses que a pandemia da Covid-19 – AVC, enfarte e cancro.

Nomeadamente, no cancro, o panorama é cada vez mais aterrador pois, para além de uma maior incidência, há uma enorme e constante dificuldade na acessibilidade em todos os campos – primeiras consultas, diagnóstico, tratamentos e *follow-up*.

É do domínio público que a situação dos doentes com cancro não está a ser de-

PANDEMIA COVID-19

QUEM DEFENDE OS DOENTES ONCOLÓGICOS?

vidamente acautelada. Descurar a luta e os pequenos sucessos que vínhamos a ter no campo da oncologia, de modo lento, mas progressivo, vai representar um retrocesso de vários anos.

As listas de espera, já assumidas há vários meses por hospitais que tratavam cancros, estão a aumentar de modo exponencial.

Os doentes com cancros iniciais, que atempadamente seriam curados ou aqueles que teriam uma longa sobrevivência com qualidade de vida, terão muito menos esperança que isso aconteça. Veremos no final do ano e nos anos seguintes, que estatisticamente as mortes por cancro e a diminuição da sobrevivência aumentarão exponencialmente. Anteriormente, todos estes cuidados de saúde e, sobretudo, a acessibilidade era razoável, mas presentemente assiste-se a uma completa deterioração, desorganização e esquecimento dos doentes com cancro. Temos esperança de que esta situação se resolva, o mais rapidamente possível, pois para além da Covid-19 há muita vida para viver e inúmeros doentes para tratar de modo adequado e em tempo útil! É por isso que no Núcleo Regional do Norte da Liga Portuguesa Contra o Cancro apresenta novos serviços de apoio ao doente oncológico e família, nomeadamente uma linha telefónica gratuita que assegura diversos serviços a todos os doentes oncológicos e cuidadores residentes na região norte, nomeadamente ao nível do apoio social e económico, entrega de refeições e medicamentos, apoio psicológico e jurídico. Ao longo de dez meses e após dezenas de milhar de chamadas e apoios concedidos a Linha de Apoio ao Doente Oncológico - LADO – chamada gratuita 800 919 232 -permaneceu sempre activa todos os dias de 2ª a 6ª feira das 8h30 às 17h30. Durante esse período, verificou-se um aumento significativo do número de pedidos de apoio e uma grande procura por

parte dos doentes e familiares. Com este novo confinamento sentiu-se a necessidade de reformular e acrescentar alguns novos serviços.

Atualmente a Linha de Apoio (chamada gratuita 800 919 232) dispõe de:

Apoio social e económico

- Entrega e recolha de bens alimentares
- Oferta de cabaz alimentar
- Consulta de Psico-Oncologia
- Compra e Entrega de Medicamentos Hospitalares e Farmácia
- Apoio emocional (NOVO, conversa com voluntários NRN)
- Requisição de Ajudas Técnicas
- Visita de proximidade (NOVO - feito por voluntários)
- Informação sobre os direitos dos doentes e relacionados com o Covid-19
- Apoio Jurídico

Os números do apoio prestado através da Linha de Apoio ao Doente Oncológico - LADO foram até ao momento:

- 5540 Refeições distribuídas em casa dos doentes;
- 347 Medicamentos entregues em casa dos doentes;
- 1737 Apoios financeiros a doentes com carência económica;
- 96 Pedidos de Informação sobre a doença e o Covid-19;
- 4717 Consultas de Psico-Oncologia a doentes e familiares;
- 193 Pedidos de Informação sobre os Direitos dos Doentes no trabalho e na saúde respondidos;
- 101 consultas de apoio jurídico.

O Núcleo Regional do Norte da Liga Portuguesa Contra o Cancro continua sempre a cumprir a sua missão principal – apoiar em todos os aspectos o Doente oncológico e família!



LADO | LINHA DE APOIO AO DOENTE ONCOLÓGICO

800 919 232

CHAMADA GRATUITA
das 9h00 às 17h00, de 2ª a 6ª

LIGA PORTUGUESA
CONTRA O CANCRO
NÚCLEO REGIONAL DO NORTE

O SEU DONATIVO É IMPORTANTE.
Contribua através de MB Way.

MB WAY 910 195 555

Mais saúde para a sua família.

Seguro CA Saúde PARTICULARES

Um seguro de saúde com uma protecção reforçada contra o cancro.



CA SEGUROS • +351 213 806 000

Atendimento Personalizado de 2ª a 6ª feira, das 8h30 às 17h30

O Seguro CA Saúde é um produto comercializado em regime de co-seguro entre a

Crédito Agrícola Seguros, Companhia de Seguros de Ramos Reais, S.A.,

Rua de Campolide nº 372 - 3 Dtª, 1070-040 Lisboa

M.C.R.C. de Lisboa e Pessoa Colectiva nº 503 384 089 | Capital Social 18.000.000€ e a

Médis, Companhia Portuguesa de Seguros de Saúde, S.A.,

Av. Dr. Mário Soares (Tagus Park), Edifício 10, Piso 1, 2744-002 Porto Salvo,

M.C.R.C. de Lisboa e Pessoa Colectiva nº 503 496 944 | Capital Social 12.000.000€.

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

App CA SEGUROS creditoagricola.pt



Grupo Crédito Agrícola

— O MELANOMA CUTÂNEO —

O Melanoma é o tumor maligno com origem nos melanócitos, que são as células responsáveis pela produção de melanina que dá a pigmentação à pele. Por essa razão estas lesões apresentam uma cor “castanha escura a negra”. No entanto, raramente o melanoma pode ter um aspeto rosado ou branco (melanoma amelanótico).

É um tumor relativamente raro, representando cerca de 5 a 10 % dos cancros cutâneos, mas é responsável por cerca de 80% das mortes por este tipo de cancro.

Incidência e mortalidade

A incidência e mortalidade por melanoma têm vindo a aumentar em todo o mundo, sobretudo nas duas últimas décadas. De acordo com os últimos dados da OMS, referentes a 2018, a incidência de melanoma em Portugal é de cerca de 1.320 casos e de 356 de mortalidade. Trata-se de um problema maior de saúde pública que exige uma estratégia de intervenção eficaz.

Sintomas e sinais

Em geral, no início da doença não há sintomas. Apenas alterações morfológicas a nível dos sinais (nevus) suspeitos, com aumento das lesões, alteração da cor, assimetria (AB-CDE). Por vezes ulceram e sangram.

Só nos estádios avançados surgem as queixas.

Qualquer idade

O Melanoma pode atingir qualquer grupo etário e é relativamente frequente em adultos jovens (<35anos) e raro na infância. O risco de desenvolver melanoma é sobreponível nos dois sexos, com diferenças consoante os países. Aparece com mais frequência nos indivíduos de raça caucasiana, mas pode surgir na raça negra, sobretudo nas palmas das mãos e plantas dos pés.

A idade média de aparecimento anda um pouco acima dos 57 anos. Na mulher o melanoma localiza-se preferencialmente nos membros inferiores e no homem a localização habitual é o tronco.

As pessoas de pele clara, sardentas, ruivas ou louras, de olhos claros, nevus atípicos, com história de exposição solar intensa e intermitente “escaldões”, sobretudo na infância, têm um maior risco de desenvolver este tipo de cancro.

Tratamento

A cirurgia é o tratamento de eleição do melanoma em fase inicial. (Estádios I e II) com uma taxa de cura elevada que ronda os 90%. No entanto, os doentes com melanoma de alto risco em estágio III (IIA-B-C-D) ao diagnóstico e o melanoma metastazado (Estádio IV) têm uma abordagem terapêutica distinta e mais complexa que será abordada na página seguinte.

Cuidados Redobrados no Verão

Na época balnear, nunca é demais salientar os cuidados a ter em relação ao sol, devendo ser evitados os comportamentos de risco, como a exposição solar intensa e prolongada (escaldões), sem proteção e a ida aos solários. É importante usar óculos escuros, protetor solar com fator superior a 30, uma camisa de preferência escura, chapéu de pala com proteção das orelhas e evitar a exposição solar das 12-16h, hora em que há uma maior incidência da radiação ultravioleta.

Cuidado sobretudo com as crianças, pois são mais sensíveis à radiação solar!






Assimetria

Bordo irregular

Coloração castanha escura ou negra sobre um nevo atípico sugere a sua transformação em melanoma

Diâmetro > 6mm pode corresponder a malignidade, pelo que estas lesões devem ser excisadas e analisadas.

Evolução – o “sinal” suspeito aumenta de tamanho, altera a sua forma e muda de cor, ou aspeto, ou cresce numa área de pele, antes normal.

A		ASSIMETRIA	Uma metade não coincide com a outra
B		BORDO	Contorno irregular, com projeções ou espículas
C		COR	Coloração heterogénea, com 2 ou mais tonalidades
D		DIÂMETRO	Diâmetro > 6 mm
E		EVOLUÇÃO	Crescimento progressivo ou alteração da cor



*Maria José Passos,
Médica Oncológica*

O que torna o Melanoma um dos mais temidos câncros de pele?

O Melanoma é o tumor maligno que tem origem nas células produtoras de melanina: os melanócitos. É de todos os tumores da pele, o menos frequente, mas o mais agressivo, sendo responsável por cerca de 80% das mortes por cancro cutâneo. No decurso da doença, uma percentagem significativa destes doentes desenvolve doença localmente avançada inoperável e/ou metastizada (Estádio IV). Em 2-5% dos casos pode apresentar-se à data do diagnóstico já em estágio IV. Neste contexto, a probabilidade de cura é baixa e a sobrevivência global aos 5 anos é inferior a 10%.

No que diz respeito à investigação, Portugal tem vindo a apostar no desenvolvimento de tratamentos inovadores menos invasivos em Oncologia. No que diz respeito ao Melanoma, há várias opções terapêuticas, nomeadamente o tratamento adjuvante do melanoma. Como definir e caracterizar estes avanços terapêuticos?

A partir de 2011 começaram a surgir novos fármacos, com diferentes mecanismos de ação, que demonstraram pela 1ª vez um aumento da sobrevivência global, em doentes com melanoma avançado. Foi o caso das terapêuticas dirigidas para os doentes com mutação no gene BRAF e da imunoterapia (inibidores de checkpoint CTLA-4 e PD1.) Ao contrário da quimioterapia antineoplásica, a imunoterapia atua sobre o hospedeiro e não diretamente sobre o tumor, modulando as respostas imunológicas do organismo, de modo a que este consiga lutar de forma eficaz e duradoura contra o melanoma. O mecanismo de ação dos diferentes agentes imunológicos condiciona as respostas clínicas e os efeitos secundários que são de causa auto-imune. Estes são geralmente controláveis, quando reconhecidos e tratados precocemente com corticoides. Outra modalidade terapêutica importante no tratamento do melanoma avançado inclui os inibidores BRAF e MEK

Maria José Saramago Galvão Passos

- Licenciada em Medicina pela Faculdade de Ciências Médicas de Lisboa, 1978
- Especialista de Medicina Interna (1988)
- Especialista de Oncologia Médica (1997)
- Formadora creditada pelo Ministério do Trabalho desde 1998

Posição Atual:

- Assistente Hospitalar Graduada de Oncologia Médica, Instituto Português de Oncologia Francisco Gentil, (IPOFG) Lisboa desde 1997-2020, onde fez a maior parte da sua formação em oncologia. Nos últimos anos, sobretudo dedicada ao tratamento c. mama e cancro cutâneo, com destaque para o melanoma.
- Titulada no Concurso de Chefe de Serviço, Serviço de Oncologia Médica, IPOFG, 2003
- Coordenadora do grupo de Melanoma do IPOFG (2010-2018)
- Fundadora e Presidente do Intergrupo Português de Melanoma (IGPM), tendo organizado sete simpósios nacionais (2012-2019)
- Autora e Coordenadora do 1º livro técnico português sobre melanoma intitulado “Melanoma 2013”, lançado na Assembleia da República em 13 de Maio de 2014.
- A convite da EORTC, foi responsável pela organização de uma reunião internacional do Grupo de Melanoma da EORTC que decorreu pela 1ª vez em Lisboa em 27 e 28 de outubro de 2016.
- Desde 1998 até final de dezembro de 2020 participou na investigação clínica do IPOFG de Lisboa, sendo investigadora principal, em mais de 20 ensaios clínicos em cancro da mama e melanoma, vários no âmbito da EORTC.
- Apresentou comunicações orais em conferências nacionais e internacionais e tem vários artigos publicados em revistas médicas nacionais e internacionais.
- Desde Janeiro de 2020 que colabora, a título voluntário, com a Liga Portuguesa Contra o Cancro – Núcleo Regional do Sul na organização de ações em literacia em saúde. O objetivo destas ações é esclarecer dúvidas sobre várias temáticas no âmbito da oncologia, estimulando a melhoria da literacia em saúde e promovendo a discussão informal e participada sobre as dúvidas que surjam ao abordar os vários temas, relacionadas com o cancro.
- Mantém a sua atividade clínica de oncologista médica em regime privado na Sâvida e consultório.
- Membro Ativo da Sociedade Portuguesa de Oncologia
- Membro Ativo do Grupo Europeu de Melanoma da EORTC
- Membro Ativo da ASCO (Sociedade Americana de Oncologia).

nos doentes que têm mutações no gene BRAF. A Imunoterapia e as terapêuticas alvo no tratamento do melanoma avançado levaram a um aumento de sobrevivência global e a respostas duradouras, transformando muitas vezes uma doença agressiva em doença crónica com poucos sintomas. Atualmente em Portugal tratamos os nossos doentes com estes novos agentes (inibidores BRAF+ inibidores MEK e imunoterapia) e participamos em vários ensaios clínicos multicêntricos internacionais em melanoma avançado.

Os excelentes resultados atingidos com os tratamentos dirigidos e com a imunoterapia em melanoma avançado encorajaram à realização de novos ensaios clínicos, com os mesmos agentes, mas agora em contexto adjuvante após cirurgia nos melanomas de alto risco. Sabe-se que estes doentes em estágio III (IIIA-B-C-D) ao diagnóstico (doença loco-regional, com envolvimento dos gânglios linfáticos regionais) têm risco acrescido de recidiva local ou à distância após ressecção cirúrgica. A sobrevivência aos 10 anos para este grupo de doentes varia bastante, consoante o grau de atingimento ganglionar: se micrometástase é de 30-70%, mas para os doentes com metástases ganglionares clinicamente evidentes não ultrapassa os 20-40%. Por esse motivo têm sido testadas com êxito, novas estratégias terapêuticas, em contexto adjuvante à cirurgia, de forma a evitar o aparecimento de metástases a distância e a melhorar a sobrevivência e qualidade de vida destes doentes.

Na verdade, estes ensaios foram positivos e entraram rapidamente na prática clínica em quase todos os países. Em Portugal receberam recente aprovação do Infarmed e já estão a ser utilizados nos nossos hospitais, o que é uma excelente notícia para os doentes portugueses e representa um marco importante na terapêutica do melanoma.

O Presidente do Núcleo Regional do Norte da Liga Portuguesa Contra o Cancro, Vítor Veloso, alerta para o facto de que há doenças que estão e irão continuar a matar muitos portugueses, para além da pandemia da Covid-19, como são os casos dos AVCs, dos enfartes e dos cancros. Na sua ótica, qual o efeito da Covid-19 nos doentes com melanoma?

Concordo que a preocupação excessiva e o medo do Covid-19 podem levar os doentes com outras patologias a não procurarem o médico, o que é um erro, sobretudo nas doenças graves, como os acidentes vasculares cerebrais, doenças cardíacas e oncológicas, em que o diagnóstico e tratamento tardios podem ser fatais.

Quanto ao efeito da Covid-19 no melanoma parece ser idêntico ao de qualquer doença oncológica, embora este assunto mereça um estudo mais aprofundado e em larga escala. Muitos destes doentes são idosos, fumadores, obesos, imunodeprimidos e com várias comorbilidades, o que por si só são fatores de mau prognóstico que levam a um aumento da mortalidade.



Estima que, nos próximos tempos, o número de casos de melanoma irá aumentar. Tendo em conta a dificuldade ou receio na acessibilidade em todos os campos – primeiras consultas, diagnóstico, tratamentos e *follow-up* – o que deve ser feito para reverter esta situação?

Sim, sem dúvida. O efeito nefasto desta pandemia está a sentir-se na nossa prática clínica. O medo de consultar o médico, o atraso de exames e consultas, o adiamento consecutivo de consultas de seguimento e especialidade são uma realidade preocupante, seguramente muito prejudicial aos nossos doentes. Há que aprender a lidar com estes novos vírus e, com muita cautela, retomar progressivamente a nossa atividade normal, o que não será fácil, mas é essencial para recuperar o tempo perdido.

Que mensagem gostaria de deixar aos nossos leitores?

Queria deixar uma mensagem de esperança e otimismo a todos os portugueses e em especial aos nossos doentes com melanoma. O advento da imunoterapia com inibidores de “*checkpoint*” e as terapêuticas dirigidas anti- BRAF, mudaram radicalmente a história natural do melanoma, destronando definitivamente a quimioterapia antineoplásica e demonstrando uma eficácia incomparável, em contexto metastático e agora também adjuvante, nos estádios III.

Temos ainda pela frente enormes desafios, mas vamos no bom caminho e a revolução vai continuar...

Todos os doentes com melanoma avançado devem ser encorajados a participar em ensaios clínicos com novos fármacos!

2^{as}
de CONVERSA

SESSÕES DE ESCLARECIMENTO
ONLINE NA ÁREA DA ONCOLOGIA

Últimas 2^{as} feiras de cada mês - 15H

Plataforma Zoom

Participe e esclareça as suas dúvidas.

Informações e inscrições:

2deconversa@ligacontracancro.pt



LIGA PORTUGUESA
CONTRA O CANCRO
NÚCLEO REGIONAL DO SUL



Inspira-nos uma única visão:
Transformar a vida dos doentes
através da ciência



Visite-nos em [bms.com](https://www.bms.com) e comprove o toque humano
que está por trás de tudo o que fazemos.

PROCARE HEALTH: ELEMENTO ACTIVO NA PREVENÇÃO E TRATAMENTO DO CANCRO

O Dia Mundial de Luta Contra o Cancro presta homenagem a todos os homens, mulheres e crianças que foram tocados por esta doença, aos que por ela sucumbiram, aos que lhe resistiram e conseguiram vencer, mas que em todos, incluindo familiares, amigos, conhecidos, deixou uma marca que perdura para toda a vida.



Este dia presta também tributo a todos os que unem esforços e dedicam a sua vida, o seu conhecimento ao estudo e experimentação de novas formas de combater esta doença.

Quando se sabe que o número de doentes com cancro irá aumentar nos próximos anos, acompanhando o aumento da esperança média de vida, são assinaláveis os avanços alcançados, o que nos dá fortes indícios que o futuro é promissor e que o dia chegará em que ninguém morrerá com cancro. Este é o propósito último de quem investiga esta doença.

A Procure Health, enquanto empresa dedicada à Investigação e Desenvolvimento de soluções terapêuticas na área da Saúde da Mulher, dedicou-se desde a sua origem ao estudo do vírus Papiloma Humano (HPV), o agente responsável pela maioria dos cancros do colo do útero. Na verdade, mais de 90% das mulheres sexualmente activas terão contacto com este vírus. Felizmente, o seu sistema imunitário tem condições de eliminar o HPV na maioria desses casos. A questão que preocupou os investigadores da Procure Health foi o facto de existir um número indeterminado de mulheres em que o vírus é mais resistente, principalmente as estirpes de risco oncogénico elevado, e que acabavam por desenvolver lesões no colo do útero, um processo que pode evoluir e conduzir ao cancro cervical, cujos números são ainda extremamente elevados, incluindo aqueles que se pagam com a própria vida. Há já vários anos foi desenvolvida e melhorada a vacina que assegura a prevenção pri-

mária de HPV, mas considerando a prevalência e persistência do vírus, havia uma evidente lacuna, sem opções terapêuticas para as mulheres que tinham um HPV positivo. Na verdade, a abordagem clínica era esperar e acompanhar a doente. Caso se verificasse uma evolução das lesões no colo do útero, recorria-se a intervenções mais invasivas, que permitem extrair as células afectadas pelo HPV. No fundo, tratava-se de “esperar e rezar” para que o vírus não se expandisse e acabasse regredindo. Para a Procure Health, tornou-se imperativo fazer mais do que “esperar e rezar”, o que motivou o estudo de uma terapêutica para tratar as doentes com HPV positivo.

Deste modo surgiu o primeiro tratamento, composto por ingredientes naturais, para prevenir e tratar as lesões uterinas causadas pelo HPV e promover a sua mais rápida e efectiva eliminação e que posicionou a Procure Health como elemento activo na prevenção e tratamento do cancro. Este produto foi e é acompanhado por um ambicioso processo de Investigação clínica, que se iniciou em estudos in vitro e que acompanhou todas as fases de avaliação clínica de um fármaco. Os resultados obtidos nestes estudos são extremamente favoráveis, o que nos permite perseguir um dos objectivos da empresa, que é a sua presença global. Na verdade, desde o início da comercialização dos nossos produtos, em 2016, estamos presentes em mais de 50 países, nos diversos continentes, incluindo Portugal, que contará também com alguns centros de Investigação, envolvendo deste modo os nossos investigadores



Miguel Coelho,
Diretor-Geral

em projectos multinacionais. O compromisso da empresa com soluções “state of the art” não termina no desenvolvimento de produtos inovadores. Os processos de investigação são também uma área de desenvolvimento estratégico, para a qual a empresa aloca elevados recursos. Exemplo disso é o projecto “Cervix-on-a-chip”, uma parceria criada com as Universidades da Califórnia (UCLA), Harvard e Toronto, onde se desenvolveu uma tecnologia que permite mimetizar as células do endo e ecto-cérvix e zona de transformação. Deste modo, é possível estudar os efeitos de agentes patogénicos e/ou tratamentos fora do organismo, poupando deste modo a vida de animais utilizados em investigação. Para além de altamente disruptivo, trata-se de um projecto que nos permite reduzir a pegada ambiental e que mudará a forma de fazer investigação in vivo.

Mas não nos conformamos com os sucessos alcançados e aprendemos sempre com os insucessos. A essência da empresa reside nas pessoas que entregam diariamente o seu conhecimento, experiência e vontade de fazer mais para que a Procure Health seja hoje uma referência no campo da investigação biotecnológica, melhorando a Saúde da Mulher

Compromisso com a Saúde da Mulher

O reconhecimento de que o nosso trabalho constitui um contributo para melhorar a Saúde reveste-se de diversas formas. O projecto “Objectivo Bienestar” pretende distinguir as marcas e empresas comprometidas com uma vida mais saudável, mais consciente e mais sustentável. Na sua 5ª edição, o prémio que distinguiu o laboratório mais comprometido com a Saúde da Mulher foi atribuído à biofarmacêutica Procure Health. Foi com enorme orgulho que recebemos esta distinção, mais uma motivação para continuar fazendo diariamente o que fazemos e contribuir para que a Mulher de Hoje possa desempenhar o seu papel na sociedade, desfrutando na sua plenitude do facto de ser Mulher.

*Miguel Coelho não escreve segundo o Novo Acordo Ortográfico.



Procure
Health
Naturally woman

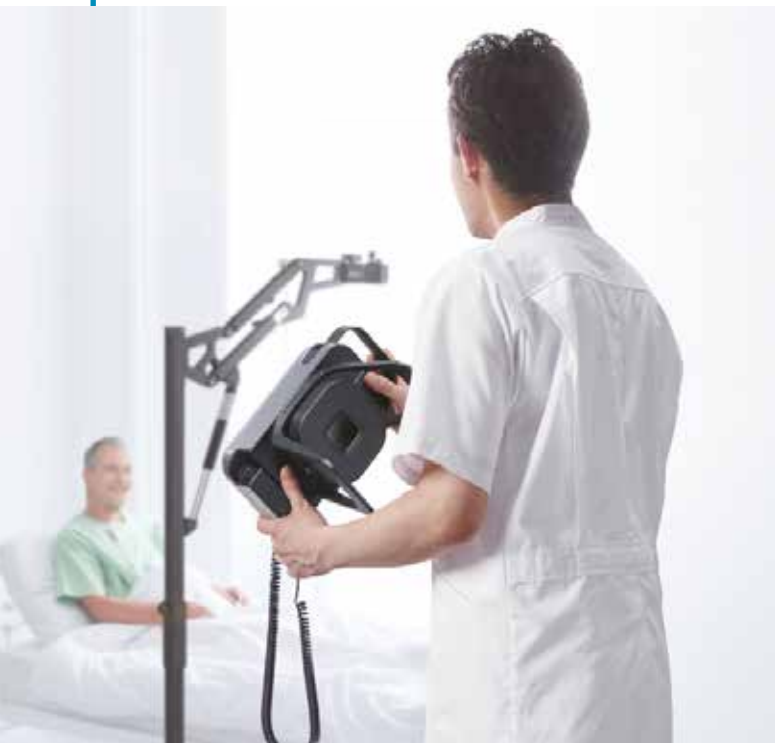
Respostas PARA A
mulher de hoje

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

www.procurehealth.com.pt

FUJIFILM

Value from Innovation



Nos dias que correm é impossível falar em saúde sem se falar da pandemia que estamos a atravessar. A humanidade está a ser desafiada como há muito não o era, mas pensamos que a grande diferença no combate a esta pandemia relativamente a outras no passado é a capacidade tecnológica, de desenvolvimento e de investigação que a indústria e as farmacêuticas de hoje apresentam.

A Fujifilm é atualmente uma empresa diversificada com foco no sector dos cuidados de saúde, afirmando o seu compromisso com o bem-estar da comunidade e a qualidade de vida humana a nível mundial.

Desde o início da pandemia, a Divisão de Sistemas Médicos tem estado ao serviço dos médicos e pacientes e quer continuar a contribuir para o aumento do número dos sobreviventes, minimizando o sofrimento de todos os que vivem diariamente este cenário. Conheça a nossa missão em <https://www.fujifilm.eu/pt/Covid-19>. É nosso dever prestar apoio contínuo e consistente aos profissionais de Saúde. Nesse sentido, foi introduzido na Europa um equipamento 100% portátil de Raios-X que permite chegar aos pacientes isolados em casa. Continuamos a acreditar que um dos principais desafios deste combate é proteger os grupos de risco. É nossa obrigação enquanto sociedade fazê-lo. Por outro lado, já tínhamos vindo a assistir a uma evolução crescente dos

internamentos domiciliários e, no contexto desta crise pandémica, estes cuidados têm que ser cada vez mais diferenciadores e especializados. Com o FDR Xair conseguimos alavancar e expandir esta resposta. Com este equipamento, as nossas equipas de profissionais de saúde têm ao seu dispor a possibilidade de realizar exames de Radiologia nos domicílios, sejam estes as casas dos utentes ou os lares.

É crucial agir!

Mas será que existe espaço para um equipamento desta natureza fora de um contexto de pandemia?

Vamos fazer uma radiografia ao equipamento para descobrir...

Com um *design* compacto, leve e portátil (pesa apenas 3,5kg) este dispositivo oferece uma relevante vantagem quando é necessário realizar um exame num local de difícil acesso. A sua portabilidade oferece um fluxo de trabalho de grande mobilidade, mesmo em cenários médicos improváveis, como é o caso da prestação de cuidados em situações de emergência, de catástrofe, em grandes eventos desportivos ou culturais. Por possuir uma montagem simples e uma utilização intuitiva permite o seu manuseio de forma rápida pelos profissionais que o operam. Prova disto mesmo foi a sua presença num dos maiores eventos desportivos que teve lugar em Portugal em 2020, onde além de assistirmos com orgulho ao triunfo do piloto português Miguel Oliveira no Moto GP, testámos e comprovámos que o FDR Xair é mesmo um todo o terreno, na área da Imagiologia.

Foi um privilégio estar presente neste evento desportivo, cuja missão foi prestar todo o apoio à equipa médica em caso de necessidade de aquisição de imagens radiográficas "in loco". Este dispositivo pela sua natureza mostrou-se a solução ideal para exames que facilitam um rápido diagnóstico em situações de emergência, bem como em espaços reduzidos ou de difícil acesso.

Em simultâneo, a compatibilidade com as cassetes 'FDR D--EVO II' da Fujifilm que permitem a aquisição de imagens de elevada qualidade com baixa dose de radiação permite-nos alcançar o objetivo de atenuar o peso colocado sobre as equipas clínicas que têm de transportar os dispositivos de raio-X para realizar exames, bem como reduzir a exposição dos pacientes e profissionais à radiação.

O FDR Xair já granjeou alguns prémios de *design*, incluindo 'reddot', 'IDEA', 'iF' e 'Index', pela sua estrutura. A singularidade do FDR Xair deve-se não só ao seu *design* externo, mas também à sua simplicidade e operacionalidade intuitiva para realizar exames de raios-X em ambientes médicos não convencionais.



FUJIFILM
Value from Innovation

Aprox. **3.5 kg**

Grande flexibilidade na área da Imagiologia



FDR Xair

100 ANOS DE INSULINOTERAPIA

A insulina foi descoberta em 1921 por Frederick Banting e Charles Best, no laboratório do professor de fisiologia John J. R. MacLeod, durante experiências que tinham como objetivo o isolamento da secreção interna pancreática. Esta descoberta foi uma das maiores revoluções na área da saúde e é considerada uma das mais importantes inovações científicas do século XX. A partir de janeiro de 1922, momento em que se inicia a administração de insulina em humanos, assiste-se a um aumento exponencial da qualidade de vida de milhões de pessoas em todo o mundo. A descoberta da insulina veio a ser merecidamente premiada com o Prémio Nobel da Fisiologia/Medicina em 1923, atribuído a Frederick Banting e John J. R. Macleod.

A diabetes é uma doença crónica que se caracteriza pelo aumento dos níveis de açúcar (glicose) no sangue e pela incapacidade do organismo em transformar toda a glicose proveniente dos alimentos. É uma doença em crescimento, que atinge cada vez mais pessoas em todo o mundo e em idades mais jovens. As pessoas com familiares diretos com diabetes, homens e mulheres obesos, com tensão arterial alta ou níveis elevados de colesterol, com problemas no pâncreas ou com doenças endócrinas, mulheres que contraíram a diabetes gestacional na gravidez e crianças com peso igual ou superior a quatro quilogramas à nascença devem ter particular atenção.

Nos adultos, a diabetes é, geralmente, do tipo 2 e manifesta-se através dos seguintes sintomas:

- Urinar em grande quantidade e muitas mais vezes (especialmente durante a noite);
- Sede e fome constante
- Fadiga;
- Comichão (prurido) no corpo (sobretudo nos órgãos genitais);
- Visão turva.

Nas crianças e jovens, a diabetes é quase sempre do tipo 1. Aparece de maneira súbita e os sintomas são, regra geral, muito nítidos:

- Urinar muito, podendo voltar a urinar na cama;
- Sede constante;
- Emagrecer rapidamente;
- Fadiga, com dores musculares intensas;
- Comer muito sem nada aproveitar;
- Dores de cabeça, náuseas e vómitos.

Na presença de alguns ou vários destes sintomas deve consultar o médico, a fim de realizar análises ao sangue e à urina. Se tiver uma glicemia ocasional de 200 miligramas por decilitro ou superior com sintomas ou se tiver uma glicemia em jejum (oito horas) de 126 miligramas por decilitro ou superior em duas ocasiões separadas de curto espaço de tempo pode ser diabético. A diabetes Tipo 2 (Diabetes Não Insulinodependente) é a mais frequente (90 por cento dos casos). Neste tipo de diabetes, o pâncreas produz insulina, mas as células do organismo oferecem resistência à sua acção. Desta forma, o pâncreas é

obrigado a trabalhar cada vez mais, até que a insulina produzida se torna insuficiente e o organismo tem dificuldade em absorver o açúcar proveniente dos alimentos. Este tipo de diabetes aparece normalmente na idade adulta e o seu tratamento, na maioria dos casos, consiste na adopção duma dieta alimentar, de forma a normalizar os níveis de açúcar no sangue. Recomenda-se também a atividade física regular.

Em alguns casos é necessária a medicação ou mesmo a insulina.

A diabetes Tipo 1 (Diabetes Insulinodependente) é mais rara. Aqui, o pâncreas produz insulina em quantidade insuficiente ou em qualidade deficiente (ou ambas as situações). As células do organismo não têm capacidade para absorver, do sangue, o açúcar necessário, ainda que o seu nível se mantenha elevado e seja expelido para a urina. Os doentes podem ter uma vida saudável, sem grandes limitações, bastando que façam o tratamento prescrito pelo médico corretamente. Deve ser acompanhado por um médico e visa, essencialmente, a adopção de uma dieta alimentar adequada, a prática regular de exercício físico e o uso da insulina. Contrariamente à diabetes tipo 2, esta aparece com maior frequência nas crianças e nos jovens, podendo também aparecer em adultos e até em idosos. Não está diretamente relacionada, como no caso da diabetes tipo 2, com hábitos de vida ou de alimentação errados, mas sim com a manifesta falta de insulina. Os doentes necessitam de uma terapêutica com insulina para toda a vida, porque o pâncreas deixa de a produzir.

Existe ainda a diabetes gestacional, que surge durante a gravidez e desaparece, habitualmente, quando concluído o período de gestação. Mesmo sendo passageira, é fundamental que se tomem medidas de precaução para evitar que a diabetes do tipo 2 se instale mais tarde no seu organismo. A diabetes gestacional requer muita atenção, sendo fundamental que, depois de detetada a hiperglicemia, seja corrigida com a adopção duma dieta apropriada. Quando esta não é suficiente, é preciso recorrer ao uso da insulina. Uma em cada 20 grávidas pode sofrer desta forma de diabetes.

Existem alguns cuidados para prevenir a diabetes:

- Controlo rigoroso da glicemia, da tensão arterial e dos lípidos;
- Vigilância dos órgãos mais sensíveis, como a retina, rim, coração, nervos periféricos, entre outros;
- Bons hábitos alimentares;
- Prática de exercício físico;
- Não fumar ;
- Cuidar da higiene e vigilância dos pés.





SÃO AS COISAS SIMPLES QUE IMPORTAM

O **Accu-Chek® Guide Me** foi desenhado e pensado nos seus pacientes com mais dificuldade ou resistência em gerir diariamente a diabetes, simplificando a auto-monitorização da glicemia.

O **Accu-Chek® Guide Me** torna ainda mais simples o processo de medição da glicemia:

- **Teste em apenas um passo: basta colocar a tira**
- **Melhor visualização dos resultados**
- **Garantia da exatidão Accu-Chek®¹**

É **simples**. Accu-Chek® Guide Me é um sistema fácil com a confiança que necessita para fazer a gestão diária da diabetes.

1. Brazg RL, Klaff LJ, Sussman AM. New Generation Blood Glucose Monitoring System Exceeds International Accuracy Standards. J Diabetes Sci Technol. 2016;10(6):1414-1415. Published 2016 Nov 1. doi:10.1177/1932296816652902

Accu-Chek® Guide Me é um dispositivo médico para o diagnóstico in vitro. Aconselhamos a ler cuidadosamente a rotulagem e as instruções de utilização antes de utilizar o dispositivo médico. Informação destinada a profissionais de saúde.

CONTROLO DOS NÍVEIS DE AÇÚCAR NO SANGUE

REFORÇO DO SISTEMA IMUNITÁRIO

A COVID-19 representa um risco acrescido para quem possui o sistema imunitário comprometido e doenças crónicas associadas, como diabetes e doenças cardiovasculares.

A diabetes é uma doença metabólica caracterizada pelo **excesso de açúcar na corrente sanguínea**, causada pela insuficiência ou deficiência em insulina.

A prevalência estimada da diabetes na população portuguesa com idades compreendidas entre os **20 e os 79 anos** é de **13,3%**, ou seja, **mais de um milhão de portugueses**. A este número somam-se mais de **dois milhões de pessoas com pré-diabetes**.

No caso particular da *diabetes mellitus*, o **excesso de açúcar no sangue** e o **processo de inflamação** mais acentuado, acarreta maior vulnerabilidade aos diabéticos, pois **sobrecarrega e compromete a resposta do sistema imunitário**.

Por conseguinte, o **controlo da glicémia** constitui a medida mais eficaz para **proteger os diabéticos de infeções**.

O **crómio**, em conjunto com a insulina, ajuda a transportar a glicose da corrente sanguínea para as células, onde esta constitui uma importante fonte de energia. Na falta de **crómio**, este processo não ocorre tão eficazmente, **aumentando os níveis de glicose no sangue**.

Várias investigações atestam que **"o crómio contribui para a manutenção de níveis normais de glicose no sangue"** (Autoridade Europeia para a Segurança Alimentar (EFSA)).

Um **estilo de vida saudável** e **suplementação com vitaminas, minerais e nutrientes** são essenciais para o **reforço das defesas do organismo** e para a **manutenção da saúde da população**.

O consumo de **vitamina D** possui inúmeros benefícios para a saúde. É **essencial no metabolismo e mineralização óssea**, sendo um dos principais responsáveis pelo **controlo dos níveis de cálcio e fósforo**. Tem também um papel importante no **funcionamento dos músculos** e no **reforço do sistema imunitário**.

A **vitamina D** é produzida pela pele quando exposta ao sol, podendo também ser obtida através da dieta ou da suplementação.

Apesar de Portugal ser um dos países mais ensolarados da Europa, estudos recentes comprovam que cerca de **65% da população portuguesa apresenta baixos níveis de vitamina D no organismo**.

A carência em **vitamina D** poderá agravar-se como consequência do recolhimento domiciliário e isolamento social aconselhados devido à COVID-19.

Vários estudos indicam que a **vitamina D** pode assumir um papel importante na **prevenção da COVID-19, reduzindo o risco de infeção, assim como da agressividade dos sintomas**.

Para além da **vitamina D**, a suplementação com vitaminas como a vitamina C, B12, B6, A, e minerais tais como o zinco, ácido fólico, ferro e selénio contribuem para a **saúde do sistema imunitário**.

Win-Fit[®] crómio

Suplemento minerovitamínico com **200 µg de crómio**, sob a forma de levedura de crómio, e **20 µg de vitamina D**, adequado a diabéticos, que **reforça o sistema imunitário**.



CONTROLO DOS NÍVEIS DE AÇÚCAR

SAÚDE DO SISTEMA IMUNITÁRIO

Win-Fit[®] crómio é um **suplemento minero vitamínico** com **crómio** e **vitamina D**, adequado a diabéticos, que **Reforça o Sistema Imunitário**.



30
comprimidos

1 comp / dia

- Reforço do Sistema Imunitário
- Adjuvante para o controlo da glicémia



COMPOSIÇÃO / COMP.	%VRN*	COMPOSIÇÃO / COMP.	%VRN*	COMPOSIÇÃO / COMP.	%VRN*
Vitamina D3	20 µg 400	Vitamina B1	5 mg 455	Ácido pantoténico	12 mg 200
Crómio	200 µg 500	Vitamina B2	5 mg 357	Ferro	10 mg 71
Ácido alfa lipóico	50 mg **	Niacina	20 mg 125	Zinco	15 mg 150
L-carnitina	75 mg **	Vitamina B6	10 mg 714	Selénio	100 µg 182
Vitamina A	700 µg 88	Ácido fólico	200 µg 100	Cobre	1000 µg 100
Vitamina E	20 mg 167	Vitamina B12	9 µg 360		
Vitamina C	80 mg 100	Biotina	200 µg 400		

*%VRN de Referência do Instituto
**NÃO usar Win-Fit Crómio

No reforço
do sistema imunitário

Como complemento da
medicação para diabetes

No controlo dos níveis
normais de açúcar

Disponível em **Farmácias e Espaços de Saúde**

CNP 6063834

Suplemento alimentar. Os suplementos alimentares não devem ser utilizados como substitutos de um regime alimentar variado e de um modo de vida saudável.

www.winfitecromio.pt

ampliphar@ampliphar.com

www.ampliphar.com



Acreditamos em Self Care

NOVAS PERSPETIVAS SOBRE OLHO SECO

O Olho Seco é uma das doenças mais prevalentes em Oftalmologia, afetando milhões de pessoas em Portugal e em todo o mundo. Nos casos moderados leva a um desconforto limitado, mas persistente. Mas também pode causar dores debilitantes e perturbar a visão ao ponto de impedir atividades essenciais como ler ou conduzir. No entanto, inversamente à sua importância crescente, o Olho Seco continua quase sempre a ser sub-diagnosticado e sub-tratado. Durante muito tempo, a Síndrome de Olho Seco foi abordada apenas como resultado de poucas lágrimas na superfície do olho, um simples compromisso mecânico de lubrificação. O passado recente da Oftalmologia mostra que insistir nesta visão simplista é um mau serviço prestado à ciência e aos doentes.

A superfície do olho precisa de se manter protegida por uma fina camada de diversas substâncias a que damos o nome de filme lacrimal. Este filme lacrimal proporciona não só lubrificação, mas também um microambiente que mantém o oxigénio, pH, nutrientes e fatores de crescimento nos níveis ótimos para a saúde do olho. Ajuda a diluir e eliminar agentes agressores, servindo de barreira anti-bacteriana para o olho. E, não menos importante, é também essencial para o funcionamento ótico do olho, garantindo uma visão nítida e constante.

Tal como as suas muitas funções – lubrificação, transparência, nutrição, proteção – também a sua composição é variada, uma estrutura dinâmica e complexa que engloba lípidos, água, mucina e outras proteínas. Este microambiente existe num equilíbrio vivo, mas frágil, que facilmente é enfraquecido por agressões ambientais ou hábitos errados. Assim surge o Olho Seco, quase sempre resultado de muitas causas, sobrepostas e interagindo entre si.

Em 2020, emergiu um novo agente em cena: a pandemia por Covid-19. Com os confinamentos a vida diária fechou-se no interior, tornando a circulação restrita de ar e a baixa humidade causas importantes de evaporação do filme lacrimal. Para além do recolhimento em casa, disseminou-se o ensino à distância e o trabalho remoto, realidades unidas por um elemento comum: mais dependência do digital e mais tempo ao ecrã. Em condições normais, o filme lacrimal dispõe-se de forma homogénea e estável, proporcionando proteção e qualidade de visão ótimas. Concentrados num ecrã, o nosso pestanejar



João Quadrado Gil

Médico Oftalmologista no Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra e na Unidade de Oftalmologia de Coimbra;

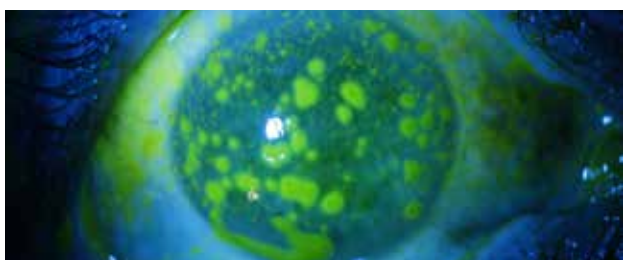
Investigador na Association for Innovation and Biomedical Research on Light and Image (AIBILI), Coimbra;

Doutorando na Faculdade de Medicina da Universidade de Coimbra.

diminui drasticamente - de 18 vezes para 3-4 vezes por minuto. O pestanejo torna-se menos frequente, mais breve e menos eficaz, expondo o olho e tornando o filme lacrimal instável. Desta instabilidade resulta a sensação de ardor e degradação da visão que muitas pessoas associam ao uso do computador. A utilização de máscara é o outro desafio que a Covid-19 trouxe: o posicionamento incorreto da máscara vai simultaneamente perturbar o movimento palpebral e circular o ar expirado em direção aos olhos, evaporando ainda mais as lágrimas.

A interação entre todas estas novas realidades é responsável – não sabemos em que proporção – pelo notório aumento de doentes com queixas de Olho Seco desde o início da pandemia. Felizmente, não são só as condicionantes que se multiplicam. O nosso conhecimento avançou espantosamente e os nossos recursos de diagnóstico e tratamento explodiram. Somos agora capazes de distinguir diferentes subtipos da doença e de identificar as características e os fatores de risco que interagem em cada caso. Passámos de lágrimas artificiais simples para sofisticadas nanoemulsões que simulam a estrutura aquosa e lipídica da lágrima humana. E temos uma diversidade de terapêuticas – de imuno-moduladores até tratamentos de luz pulsada – que nos permite melhorar a qualidade de vida de quase todos os doentes.

O diagnóstico de Olho Seco parte sempre do reconhecimento das queixas subjetivas de desconforto ocular. A educação para a doença e a adoção de hábitos corretos podem ser o primeiro passo essencial para a sua melhoria. Mas o papel do Oftalmologista – o contributo combinado do seu conhecimento, *know-how* e experiência – permanece a chave para um tratamento eficaz.



TEM OLHO SECO?

Já experimentou outras lágrimas artificiais e continua a sentir desconforto?

Cationorm®

POSITIVE ATTRACTION



SEM CONSERVANTES
COMPATÍVEL COM
LENTE DE CONTATO¹



EXISTE UMA SOLUÇÃO
MAIS INTELIGENTE
PARA MANTER
A HIDRATAÇÃO

Cationorm® é diferente das outras lágrimas artificiais:



Atua de forma mais rápida e consegue maior alívio de sintomas (sensação de areia, ardor, picada) do que com colírios de ácido hialurónico*



Tecnologia catiónica única (com carga positiva) que se une à superfície ocular (que tem carga negativa) para manter a hidratação durante mais tempo



Única lágrima catiónica em nanogotas que atua nas 3 camadas do filme lacrimal e que pode ser utilizada em todos os tipos de olho seco

Encontre Cationorm na sua Farmácia!

Para obter mais informações, pode contactar a Santen Pharmaceutical Spain. S.L. - medinfo@santen.pt - www.santen.pt
Cationorm é um dispositivo médico. Aconselhamos a ler as instruções de utilização e a rotulagem antes da sua utilização.

* Estudo comparativo com solução de hialuronato de sódio a 0,18%.

1. Instruções de Utilização de Cationorm®.

CONTACTOLOGIA



Luís Torrão – Médico Oftalmologista do Hospital de São João

Perante a limitação funcional da visão provocada por um erro refrativo é geralmente possível optar por uma de três abordagens: a utilização de óculos de correção, a utilização de lentes de contacto ou a cirurgia refrativa, amplamente difundida, seja praticada por técnicas de laser, seja por colocação de lentes intraoculares. Apesar das técnicas de cirurgia refrativa serem cada vez mais abrangentes e seguras, a utilização de lentes de contacto continua a ser uma excelente forma de correção.

As lentes de contacto são, muitas vezes, usadas como alternativa aos óculos, permitindo obter a mesma acuidade visual, com melhoria da qualidade de vida, com a vantagem não limitarem a visão lateral, permitindo, maior liberdade na prática de atividades desportivas e recreativas. Também pode ser usada para fins cosméticos, modificando a cor dos olhos, com a utilização de lentes “gelatinosas” coloridas.

Em alguns casos, as lentes de contacto proporcionam melhor visão do que os óculos, em pessoas portadoras de queratocone (doença que leva a deformação da córnea), anisometropia (graus muito diferentes entre os dois olhos) e astigmatismo irregular (deformidade da córnea).

Existem essencialmente três tipos principais de lentes de contacto: as lentes hidrófilas, as lentes rígidas permeáveis aos gases e as lentes híbridas.

As lentes hidrófilas são muitas vezes conhecidas pelo nome de lentes “gelatinosas”, devido ao material que foi mais popular no seu fabrico, os polímeros de hidrogel. Atualmente, as lentes “gelatinosas” de silicone-hidrogel permitem manter os mesmos níveis de conforto com aumento da permeabilidade ao oxigénio. Hoje, é possível corrigir uma grande variedade de erros refrativos, miopia, hipermetropia, astigmatismo regular e presbiópia (perda de acuidade visual para perto). As lentes hidrófilas podem ser de longa duração, sendo mais conhecidas as lentes “anuais”, ou “descartáveis”. As lentes “descartáveis” podem ser trimestrais, mensais, quinzenais ou diárias. As lentes “descartáveis” diárias tornaram-se muito populares pela sua segurança diminuindo o risco de infeções e reações alérgicas na superfície ocular.



As lentes “rígidas” são mais resistentes, mais fáceis de limpar, corrigem quase todos os tipos de ametropia, e podem ser usadas simultaneamente com a maioria dos colírios. Entretanto, podem ser desconfortáveis durante o período de adaptação e são mais fáceis de se deslocarem. As lentes “gelatinosas” são confortáveis desde o primeiro dia de utilização e raramente se deslocam, porém proporcionam menor nitidez em certos astigmatismos.

As lentes “híbridas” são uma composição de uma lente de contacto rígida central com uma lente hidrófila periférica. Procuram aliar as vantagens dos dois tipos de lentes de contacto; a boa capacidade de correção de irregularidades da córnea das lentes “rígidas” e o conforto das lentes hidrófilas. Este tipo de lentes utiliza-se essencialmente na correção visual de pacientes com algumas doenças da córnea, das quais a mais conhecida é o queratocone. Atualmente este tipo de lentes é frequentemente substituído por lentes rígidas permeáveis ao gás de grande diâmetro vulgarmente conhecidas por “lentes esclerais” pelo seu apoio na esclera.

As principais complicações provocadas pela utilização de lentes de contacto resultam de utilização abusiva ou de má manipulação da lente de contacto. Devido ao contacto com os olhos, a utilização de lentes necessita de acompanhamento pelo médico oftalmologista. Embora sejam seguras em pacientes bem-adaptados e controlados, podem ocorrer algumas complicações oculares, sendo a infeção a mais temida.

O atual contexto de pandemia levantou muitas dúvidas acerca da possibilidade de aumento de risco de infeção por SarsCov2 em portadores de lentes de contacto. Na verdade, a utilização de lentes de contacto não aumenta o risco de infeção. A implementação de cuidados de higiene mais rigorosos, particularmente a higienização das mãos ao colocar e retirar as lentes de contacto deve fazer parte das nossas novas rotinas de prevenção. O contacto das mãos com os olhos é a maior fonte de contágio pelo que deve ser evitada.

A utilização de lente de contacto é uma prática que requer cuidados bem estruturados que pode melhorar muito a qualidade de vida dos pacientes, mas que não deve ser menosprezada.

BAUSCH + LOMB

ULTRA® contact lenses

with MoistureSeal® technology

NÃO PERCA
NENHUM
DETALHE

.....

EXPERIMENTE JÁ



**PEÇA PARA EXPERIMENTAR
GRATUITAMENTE NA SUA ÓPTICA**



www.bausch.com.pt

© 2021, Bausch & Lomb Inc. ®/™ indicam marcas comerciais da Bausch & Lomb Inc. ou suas filiais. Dispositivos Médicos.
Para mais informações sobre os produtos, leia atentamente a rotulagem e instruções de utilização ou contacte-nos. AUS-PT210112 Data de preparação: janeiro 2021

BAUSCH + LOMB
Ver melhor. Viver melhor.

SAÚDE VISUAL DOS PORTUGUESES AGRAVADA COM A PANDEMIA

- Pandemia e confinamento com impacto na visão;
- Quase metade da população portuguesa (44,2%) refere perda na acuidade visual no último ano;
- Aumento do número de horas de exposição a equipamentos digitais agrava desenvolvimento de miopia.

Quase metade da população portuguesa diz sentir pioras na sua visão ao perto no último ano, período que engloba os meses de pandemia e de confinamento, durante o qual o recurso ao teletrabalho foi generalizado assim como uso intensivo de dispositivos digitais, fatores que aumentam o risco de deterioração da saúde visual.

A conclusão resulta do inquérito “Ver-se Bem”, conduzido pela Direção de Saúde Visual da Essilor Portugal, que pretende identificar o atual estado da saúde visual dos portugueses. O estudo incide em diferentes campos, dos impactos do confinamento e da pandemia, à miopia e ao conhecimento sobre os sintomas e correção da presbiopia, ou “vista cansada”. O inquérito “Ver-se Bem” foi conduzido entre setembro e novembro de 2020, envolvendo 833 voluntários que responderam a um questionário sobre a sua saúde visual. O Prof. Salgado-Borges, médico oftalmologista, colaborou na conceptualização, implementação e análise crítica dos dados recolhidos, juntamente com a Equipa de Saúde Visual.

Teletrabalho, ecrãs e miopia

No que respeita aos impactos do confinamento na saúde visual dos portugueses, 29 por cento dos inquiridos refere que a sua visão no geral piorou desde o início do período de confinamento, um período marcado pelo incremento do teletrabalho e pelo uso crescente e até intensivo de dispositivos digitais – computadores, telemóveis e todo o tipo de ecrãs. Com o recurso generalizado do teletrabalho metade dos inquiridos declarou utilizar equipamentos digitais, como o *smartphone*, computador e televisão mais de 5 horas por dia. De sublinhar que um terço dos participantes diz ter estado frente a ecrãs mais de 8 horas por dia, e 9 em cada 10 um mínimo 3 horas por dia. Este aumento do número de horas de exposição tem efeitos diretos na saúde visual, nomeadamente no desenvolvimento e agravamento de miopia e de outros problemas oculares.

Ainda sobre os efeitos do confinamento, 44,8 por cento dos inquiridos refere a visão mais desfocada. Neste período 59 por cento afirma que se sentiu afetado pela claridade do dia ao sair à rua, pelo menos uma vez e 40 por cento relata irritação ocular. O inquérito revela também que 76 por cento das pessoas que usam óculos sentiu o incómodo gerado com o embaciamento das lentes associado ao uso de máscara.

Metade dos inquiridos não sabe se tem presbiopia ou “vista cansada”

O inquérito da Direção de Saúde Visual da Essilor Portugal permitiu também saber se os portugueses estão atentos aos sinais da chamada “vista cansada” ao perto, ou presbiopia, e se sabem como corrigir esta perturbação visual que afeta sobretudo a população acima dos 45 anos de idade. De salientar que 9 em cada 10 pessoas

inquiridas revelam que sentiram os primeiros sinais de presbiopia aos 40 anos. Neste campo, as respostas revelam que quase metade (47%) dos inquiridos desconhece o que é a presbiopia. No entanto, as descrições dos sintomas demonstram que metade (50%) dos que têm mais de 35-40 anos já revela dificuldade em ler as letras mais pequenas, 35 por cento sente dificuldade em focar ao perto e 27 por cento afirma a necessidade de recorrer a óculos de ver ao perto para conseguir ler.

Apesar destas dificuldades, entre os inquiridos que revelam não usar óculos para corrigir a presbiopia, um terço não usa correção porque receia a capacidade de adaptação e 11,3 por cento porque isso implica uma consulta de avaliação.

Boa visão dos filhos é a principal preocupação de saúde dos pais

O inquérito revela também que ter uma boa visão é a principal preocupação dos pais portugueses (79,5%), à frente de uma alimentação saudável (77,2%) e da boa higiene oral (78,2%).

No entanto, apesar desta preocupação, e de 90 por cento dos pais declarar saber que os ecrãs são um fator de risco para o desenvolvimento da miopia nas crianças, apenas pouco mais de metade dos encarregados de educação (55%) admite a possibilidade de limitar o uso destes dispositivos.

Frequência na avaliação da saúde visual

Quase dois terços dos inquiridos (65%) avaliam a sua saúde visual pelo menos de dois em dois anos e apenas 16 por cento só o faz quando deteta algum problema.



Alberto Silva, Diretor de Saúde Visual, Essilor Portugal:

«A pandemia veio sublinhar a importância da saúde nas nossas vidas e a saúde visual não é exceção. No novo confinamento é importante que as pessoas se informem com um profissional sobre como melhor proteger a sua saúde visual.»

«O crescente aumento de crianças com miopia cada vez mais precoce preocupa os profissionais do sector da saúde visual e não podemos fechar os olhos a esta possível pandemia num futuro próximo.»



José Salgado-Borges, Médico Oftalmologista:

«Com o confinamento, maior uso de dispositivos digitais e uso de máscara, os problemas oftalmológicos agravaram-se. É fundamental ter mais atenção e fazer o exame oftalmológico que identifique precocemente possíveis doenças oculares, de modo a evitar que estas evoluam para estados irreversíveis. Os seus olhos são a sua melhor ferramenta, cuide deles.»



CUIDE DA SUA VISÃO SEMPRE.

Os novos tempos alteraram os nossos hábitos de vida. Cuidar da visão todos os dias é fundamental e, agora, mais do que nunca. Proteja os seus olhos, cuide da sua saúde visual.



essilor

VÊ MELHOR.
VIVE MELHOR.

DOR DE GARGANTA: CAUSAS E SINTOMAS

A dor de garganta é muito frequente, podendo ser o sintoma inicial de diversas doenças, como constipação, faringite e amigdalite. Também pode estar presente em situações mais graves, como é o caso de infeções de origem viral (mais frequentes), bacteriana e fúngica. Outras causas de origem não infecciosa podem igualmente agravar ou despoletar a dor de garganta, como fatores físico-químicos (fumar, ressonar, intubação traqueal, medicamentos, refluxo gastroesofágico) e ambientais (poluição exterior, temperatura, humidade, irritantes ocupacionais).

A dor de garganta refere-se à dor, comichão ou irritação presente na garganta. No entanto, outros sintomas podem ocorrer: dificuldade em engolir alimentos e saliva, garganta seca, gânglios inchados no pescoço, manchas brancas nas amígdalas ou rouquidão. Pode afetar pessoas de todas as idades, mas o risco é superior em algumas pessoas, por exemplo, crianças, fumadores, pessoas com alergias, pessoas com compromisso do sistema imunitário, entre outros. Partilhar um espaço fechado também aumenta o risco de infeções respiratórias superiores que, inicialmente, pode apresentar-se como dor de garganta.

Em média, durante um ano, um adulto poderá ter dois a três episódios de dores de garganta, enquanto as crianças, devido à fragilidade do seu sistema imunitário, têm por norma episódios mais frequentes. As dores de garganta têm um elevado impacto nas atividades normais diárias dos doentes, incluindo engolir, falar, comer, dormir e concentrar.

Duração média dos sintomas:

A maioria dos sintomas pode durar entre três a sete dias (e um máximo de duas semanas), habitualmente o tratamento é sintomático, não havendo necessidade de recorrer a tratamento anti-infeccioso.

Tratamento Farmacológico

A maioria dos casos de dor de garganta pode ser tratada pelo doente, desde que não apresente sinais de complicações, como febre e dificuldade em respirar. O tratamento baseia-se no alívio dos sintomas (por exemplo, dor local, inflamação) e da remoção das causas de origem não infecciosa (por exemplo, fumar).



Para alívio dos sintomas, poderão ser tomados medicamentos de venda livre pertencentes ao grupo dos analgésicos, anestésicos locais, antissépticos e anti-inflamatórios. Os antibióticos apenas são indicados em situação de dor de garganta com origem bacteriana, pelo que deverão ser tomados apenas mediante prescrição médica.

Os medicamentos com ação local, como as pastilhas, cuja ação é direta na mucosa da boca e garganta, apresentam a vantagem de proporcionarem um alívio mais rápido dos sintomas. As pastilhas têm uma ação prolongada, pois dissolvem-se lentamente na mucosa bucal irritada até à garganta. Pela sua ação local, apresentam ainda a vantagem de não interferirem, na sua maioria, com outros tratamentos por via oral.

Quando Devo Consultar o Médico?

Deverá contactar o médico nas seguintes situações:

- Se tiver febre superior a 38,5° C;
- Se sentir dificuldade em respirar;
- Se sentir muita dificuldade em engolir e que impeça de beber água ou outros líquidos;
- Se a dor é muito intensa e não alivia com os medicamentos analgésicos;
- Se a rouquidão for superior a um mês.

Viva cada momento

Mebocaína®,
cuida da sua garganta



TRATAMENTO
SINTOMÁTICO DA
DOR DE GARGANTA



ANALGÉSICO



ANTI-SÉPTICO



ANTI-INFLAMATÓRIO

Mebocaína, para que a **dor de garganta** nunca o pare.

“HOJE É MAIS FÁCIL TER ACESSO AOS SERVIÇOS DE SAÚDE SEM SAIR DE CASA”

Inserida nas paisagens açorianas, a Farmácia Garcia Parque Atlântico, tem vindo a apostar numa comunicação mais digital. Em entrevista à Revista Business Portugal, Augusto Castro, responsável pela Farmácia Garcia Parque Atlântico, garante que o principal objetivo é levar práticas de saúde para fora da farmácia, de forma simples e perceptível para todos.

A Farmácia Garcia Parque Atlântico integra a plataforma de farmácias portuguesas. A comunicação mais orientada para o digital é algo que já fazia parte do vosso trabalho antes da pandemia?

Já há alguns anos que trabalhamos a nossa presença no digital, mas mais focados nas redes sociais como *facebook* e *instagram*. O evento da Covid-19 foi um acelerador de projetos que tínhamos planeado numa fase posterior, e que tivemos de antecipar e colocá-los em prática no imediato, para dar resposta imediata às exigências do momento. A capacidade de adaptação foi notável e possível devido à estrutura que já tínhamos implementado e ao *mindset* que há muito temos vindo a desenvolver para a transformação digital. Na verdade, está no ADN da nossa estrutura tentar antecipar as tendências de mercado e os respetivos avanços tecnológicos, e fazer um esforço para acompanhá-los. O ato farmacêutico pressupõe um contacto de proximidade com o cliente, de modo a garantir uma toma segura e eficaz dos produtos que adquirem na farmácia, cabe-nos agora reinventar esta proximidade no digital e oferecer esta garantida de qualidade e segurança.

No vosso *site* encontramos serviços bastante completos, desde encomendas *on-line*, entregas ao domicílio, serviços de enfermagem e serviços de acompanhamento de Nutrição. Hoje em dia é fácil ter acesso aos serviços de saúde sem sair de casa?

Claramente é uma resposta para a qual trabalhámos todos os dias e queremos acreditar que sim, é mais fácil ter acesso aos serviços de saúde sem sair de casa.

Nas nossas farmácias, o nosso objetivo é que os nossos clientes tenham acesso a diferentes profissionais de saúde. Fazem parte da nossa equipa: farmacêuticos, técnicos de farmácias, duas enfermeiras, uma nutricionista, todos eles altamente qualificados, para garantir uma resposta e acesso a serviços e produtos com elevada qualidade e segurança. Pretendemos que os nossos clientes tenham acesso, da forma que lhes for mais conveniente, por isso procuramos respostas o mais abrangente possíveis. Para este efeito, trabalhamos numa base de horários muito alargados, todos os dias da semana e fins de semana. A partir do evento da Covid-19, desenvolvemos múltiplas respostas para que as pessoas, sem sair de casa, possam ter acesso à farmácia: loja *on-line*, comunicação



Miguel Garcia; Rita Garcia e Augusto Castro (da esquerda para a direita)

no *whatsapp*, *messenger*, telefone e *email*. No caso da aquisição de produtos, criamos um *call-center*, com uma farmacêutica em permanência, para garantir sempre um contacto telefónico, para aconselhamento e esclarecimento de dúvidas, antes da entrega dos mesmos - na modalidade de *click&collect* ou entrega ao domicílio. Para a prestação de serviços de enfermagem existe a possibilidade de deslocação ao domicílio, o qual é amplamente usado. Outro ponto muito importante prende-se com os pagamentos à distância. Foi claramente uma área onde investimos muito, para oferecer maior conforto e segurança.

A farmácias fazem parte da rede de cuidados de saúde primários com maior proximidade à população e, por isso, assumem um papel importante na comunidade. No vosso caso e em contexto de pandemia essa responsabilidade é ainda mais acrescida?

Em contexto de pandemia, vimos esta responsabilidade expandida. Somos, efetivamente, o primeiro e mais próximo ponto de contacto ao nível dos cuidados de saúde primários e, neste contexto, ganhou grande relevância, dadas as restrições de acesso aos outros locais da rede. Para nós, foi um objetivo que traçámos, desde que ativámos o nosso plano de contingência, o da segurança dos nossos colaboradores, para que possamos manter a porta aberta todos os dias, e garantir o acesso dos clientes aos cuidados de saúde que necessitem e estejam ao nosso alcance. Para além do desenvolvimento de respostas nos restantes canais, conforme já referi.

O sector farmacêutico é talvez aquele que sofreu mais mudanças na sua forma de trabalho. Tendo em conta a região onde estão localizados, a população foi recetiva aos serviços digitais?

A receção ao digital tem duas velocidades: no que à comunicação diz respeito, observamos uma elevada recetividade e adesão.



Em termos de serviços digitais à distância, como a loja *on-line* a recetividade tem sido progressiva e cada vez mais interessante, mas claramente é a área com potencial para crescer.

Outra área interessante de se observar, foram os eventos de aconselhamento, em áreas como a dermocosmética e beleza, os quais nesta fase migraram na íntegra para o digital, com uma adesão muito boa por parte das consumidoras.

É nossa intenção que a experiência no digital seja complementar à da loja física, proporcionando aos nossos clientes, o acesso a tudo o que a farmácia tem para oferecer em ambas as plataformas – desde o sortido de produtos, serviços, profissionais de saúde e aconselhamento - sendo que caberá ao cliente a escolha do canal a utilizar, consoante a sua conveniência e necessidades.

A Farmácia Garcia Parque Atlântico apresenta-se também como um promotor de saúde e, neste sentido, criaram o projeto ENSINA. O futuro passa pela aposta na informação e prevenção?

Queremos acreditar que sim. O projeto ENSINA, tem sido uma forma muito interessante de levar práticas de saúde e bem-estar para fora do espaço da farmácia. Hoje e no futuro as pessoas querem mais informação, mas existe muita desinformação. Pretendemos levar informação de qualidade, através de profissionais de saúde qualificados, de forma simples e perceptível para o maior número possível de pessoas. Nós temos uma equipa composta por uma enfermeira, uma nutricionista e uma farmacêutica que se dirigem às escolas, para fazerem pequenas palestras, e, atualmente, já chegamos a mais de 5000 crianças. Aliás, penso que uma das grandes alterações que o evento da Covid-19 vai trazer para o quotidiano será a prática de hábitos e estilos de vida saudáveis. E claramente a prevenção vai ser a parte mais importante da equação. Veja-se o impacto das práticas de higiene associadas à Covid-19 na circulação da gripe, rinovírus, diarreias e outras patologias, que reduziram drasticamente neste período.



Dr.ª Sofia Soares (responsável pelo desenvolvimento do novo serviço de atendimento ao cliente)





Creating Possible

Há mais de 30 anos que a Gilead procura inovar, **transformar e simplificar tratamentos para doenças potencialmente fatais**. Esta procura incessante pela inovação tem permitido que alcancemos avanços científicos e clínicos que se julgavam impossíveis. A Gilead é uma empresa biofarmacêutica, com um portefólio pioneiro e um *pipeline* de tecnologias de saúde em constante expansão.

O nosso compromisso vai para além da ciência. Inovamos com o objetivo de eliminar barreiras e dar acesso aos cuidados de saúde às pessoas que mais necessitam.

Estamos comprometidos com um mundo melhor e mais saudável para todos.



GILEAD

Creating Possible

UM ESCRITÓRIO *FULL-SERVICE* ASSENTE NA ÉTICA E RIGOR

A Manuela Silva Marques exerce a advocacia desde 1996 e tem, desde então, adquirido várias experiências. A paixão e a vasta experiência na advocacia culminaram na criação da Manuela Silva Marques – Advogados. Em entrevista à Revista Business, a empresária e advogada, salienta que, hoje, o grande desafio é compreender a essência da Democracia.



Manuela Silva Marques
Advogada Fiscalista

Ser advogada já era uma certeza na sua vida? Fazia parte dos seus objetivos de vida?

O exercício da advocacia sempre foi uma certeza; a busca de uma sociedade mais justa e equitativa o propósito. Foi, todavia, uma visão muito clara do presente e do futuro, associada à consolidação de um relacionamento de confiança com Clientes e Parceiros, o culminar da constituição de um novo escritório com melhores dimensões operacionais, boas práticas e alcance de elevados padrões de eficiência.

O mundo evoluiu e a estrutura dos escritórios de advogados tem necessariamente de se adaptar. A par das grandes sociedades de advogados, o mercado precisa de escritórios que fujam a formas arcaicas e tradicionais de atuação.

Este é o nosso desafio, mesmo com as contrariedades da pandemia e dos confinamentos, reforçando a resiliência e em resposta a uma crise global que veio alterar a ordem socioeconómica, com nefastas e transversais repercussões ao nível da saúde pública, do emprego, da gestão das empresas, da educação, da sustentabilidade do meio ambiente, entre muitas outras contemporaneidades.

Tendo o foco na economia e nas empresas, a questão fiscal é crucial: existirão sempre impostos futuros a pagar. Com base numa assessoria jurídico-fiscal especializada, numa estratégia sustentável para o cliente e direcionada, somos um escritório *full-service*, com um padrão de atuação corporalizado pela exigência, ética e rigor, que se centra numa linha de resposta imediata e próxima do Cliente, tendo em conta o perfil deste.

Assistimos, atualmente, a uma normalização da mulher na ocupação de cargos de chefia ou outros de destaque. De uma forma geral, qual a sua opinião?

A igualdade, o equilíbrio e a inclusão estão entre as temáticas incluídas no documento “Estratégia Portugal 2030”. O diagnóstico profílico do Governo é claro neste domínio: continuam ainda hoje a registar-se, no mercado de trabalho e na sociedade em geral, fenómenos de discriminação (que se traduzem, entre outros, em níveis diferenciados de rendimento, participação, oportunidades e qualidade de vida) não compagináveis com uma sociedade moderna e digna. Em suma, a promoção da igualdade substantiva entre mulheres e homens é uma condição de desenvolvimento e de realização da Justiça, tendo o combate às desigualdades e à

discriminação como elemento nuclear a questão da Dignidade: o feminino ao ser dignificado pela igualdade e o masculino ao dignificar torna-se digno (sic scripsit).

Qual a sua perspetiva para 2021 enquanto mulher e empresária e advogada? Quais serão os maiores desafios?

Assistimos ao expirar de uma realidade, de um dia para o outro tudo parece novo. A condição humana passou a ter novos termos e condições: de emergência, de profilaxia, de isolamento, de risco sanitário, económico e democrático. Um cenário que era para todos inconcebível.

Este atual contexto de verdadeira exceção, incerteza e restrição de liberdades, tal quadro de pesadelo, não pode deixar de, na sua subjacência, se traduzir numa global recessão democrática.

Hoje, enquanto mulher e empresária e advogada, o grande desafio é compreender a essência da Democracia; evidenciar os conceitos da dignidade da pessoa humana, da igualdade, do civismo, do sentimento da liberdade e propósito comum.

Cumprir a pergunta: qual a vacina para um colapso metafísico-democrático? Esta não é, nem poderá ser, uma pergunta de “gabinete de crise”. No meio de um combate, seja ele qual for, em momentos de crise e retrocessos, como os que se atravessam, não obstante ser necessário definir paradigmas e modelos fundamentais que devem presidir aos universos de intervenção do Estado-Autoridade, a Democracia é sem dúvida uma instituição necessária e a fortalecer.

Facilmente compreendemos a importância da Democracia e respeito pelas normas fundamentais: tal importância, tal como sucede com o oxigénio, revela-se pela sua ausência!



Av. Eng. Duarte Pacheco, Torre 2 Amoreiras, 10.º – 11,
1070-101 Lisboa
T +351 215 891 181 | F +351 210 970 869
geral@msmadvogados.pt | www.msmadvogados.pt

A BOLSA DE CARGAS LÍDER NA PENÍNSULA IBÉRICA

Verónica Rodríguez,
Brand & Communications Manager



A Wtransnet converteu-se na bolsa de cargas líder na Península Ibérica, resultado de uma inovação tecnológica constante. Em entrevista à Revista Business Portugal, Verónica Rodríguez, *Brand & Communications Manager* da Wtransnet, garante que “2021 será marcado por uma tecnologia capaz de comunicar entre si e integrada para facilitar a sua utilização”.

Mais de 11 mil empresas confiam na melhor plataforma de networking no sector do transporte e da logística. Esta posição no mercado deve-se à capacidade de resposta às necessidades do mercado?

Quando a Wtransnet entrou no mercado, em 1996, fê-lo com uma inovadora tecnologia capaz de associar cargas e camiões em tempo real, através da criação de uma plataforma pioneira que viria a permitir a colaboração entre empresas de transporte num ambiente de segurança e confiança. Com o passar do tempo, a Wtransnet converteu-se na bolsa de cargas líder na Península Ibérica. Uma posição privilegiada que foi, recentemente, alargada ao resto do continente, após a sua incorporação, em 2018, no Grupo Alpega. Isso significou criar uma comunidade, com a Teleroute e 123Cargo, que está presente em 80 países e agrega 70.000 profissionais do transporte, disponibilizando diariamente mais de 200.000 ofertas de cargas e camiões.

A Wtransnet oferece à transportadora uma ferramenta *on-line* para partilhar informações de empresas com rotas diárias para um destino e mostra-as a todos os seus associados para que, se algum deles estiver a trabalhar na rota inversa, possam entrar em contacto para a subcontratação das suas viagens. Tudo isto impulsionado com um sistema exclusivo de correspondências que calcula e associa em tempo real as ofertas de cargas e camiões existentes na bolsa, assim como o Motor de busca associado mais completo e fiável do sector, *WFinder*, no qual se recolhe informação detalhada e permanentemente atualizada de empresas de transporte e logística de toda a Europa. Sempre dentro de um ambiente seguro de trabalho, sendo a única bolsa de cargas do mercado, juntamente com a sua homóloga Teleroute, que proporciona Garantia de pa-

gamento de forma instantânea antes de carregar o camião. Além disso, a Wtransnet conta com um serviço de mediação eficiente que ajuda os clientes a cobrar as suas faturas, com uma taxa de sucesso de 95 por cento. Também não nos podemos esquecer do nosso sistema QAP (*Quality Assurance Policy*), a partir do qual filtramos as empresas que querem aceder à bolsa de cargas, além de realizar uma monitorização contínua do seu comportamento para que se ajuste às normas aceites no momento da contratação. E, evidentemente, um apoio ao cliente que funciona de forma séria e responsável: a cada novo registo é atribuído um gestor pessoal (*Business Assistant*) para assessorar a gestão da plataforma e a procura de oportunidades de negócio.

Graças a tudo isto, conseguimos fechar um ano tão complicado como 2020 de forma promissora e delineando boas perspetivas para 2021, contabilizando 4,5 milhões de ofertas de cargas com origem e/ou destino na Península Ibérica registadas na plataforma da Wtransnet. Na nossa página da internet é possível consultar o indicador de cargas completo onde atualizamos os dados trimestralmente: <https://pt.wtransnet.com/indicador-transporte>.

Respondem a um mercado, cada vez mais exigente, com serviços de excelência movidos pela inovação e soluções simples, exemplo disso é a plataforma e a aplicação para smartphones. Quais as vantagens destes serviços?

A aplicação da Wtransnet é pensada para a transportadora que está em rota, com a qual pretendemos facilitar o acesso à nossa plataforma para voltar carregado a partir de qualquer ponto através de um sistema de geolocalização. Graças à aplicação, é possível aceder a todos os serviços da bolsa de cargas (*WFinder*, Garantia de



Vemos, portanto, um 2021 marcado por uma tecnologia capaz de comunicar entre si, integrada para facilitar a sua adoção e utilização. Consequentemente, as bolsas de carga estarão cada vez mais vinculadas aos Sistemas de Gestão do Transporte (TMS) e capazes de prever as tendências do mercado a curto prazo, com base na utilização da nossa plataforma.

pagamento...) recebendo notificações no momento com as novas cargas que se ajustam à oferta exigida, com o objetivo de tornar mais fácil o acesso e a gestão da nossa plataforma.

Apostam na inovação em harmonia com as necessidades dos clientes e do mercado, sendo pioneiros, a nível mundial, em produtos e ferramentas com tecnologia própria. O sucesso dos vossos clientes também representa o vosso?

Nós, na Wtransnet, queremos o mesmo que os nossos clientes: a maior eficiência no transporte através da otimização da gestão de frotas e capacidades. A Wtransnet quer continuar a ser a bolsa de cargas de referência para Portugal, um mercado estratégico que sabemos estar muito orientado para o âmbito internacional. Por este motivo, acreditamos que a nossa proposta transversal através de todas as bolsas de cargas do Grupo Alpega (Wtransnet, Tele-route e 123Cargo), que estão ligadas tecnologicamente, apesar de coexistirem em diferentes âmbitos geográficos, responde às necessidades das empresas de transporte portuguesas, uma vez que oferece atualmente aos nossos associados uma liquidez de oferta de cargas e camiões superior às 200.000 ofertas diárias em toda a Europa.

No contexto atual, há uma maior procura de serviços e-commerce e logística, consequência da pandemia. É primordial, nesta fase, estar em constante inovação e com rigor profissional, características intrínsecas da Wtransnet?

Cenários de crise como o atual devem servir para aprender e propor alternativas ao que se estava a fazer até então. Também demonstram a necessidade de uma maior digitalização do sector e de continuar a avançar em soluções de colaboração como aquelas oferecidas pela nossa bolsa de cargas. A pandemia fez com que as empresas de transporte tivessem de oferecer uma maior e mais rápida capacidade de resposta. Por isso, plataformas como a Wtransnet foram cruciais durante a crise para melhorar a eficiência das empresas de transporte através da colaboração em tempo real.

60 por cento dos novos clientes são recomendados por clientes atuais. Estes representam o vosso grande motor para a constante renovação no mercado?

Os nossos clientes são quem melhor nos conhece e, por isso, podem ser os melhores embaixadores da Wtransnet. Neste sentido, todos os anos realizamos um inquérito de satisfação, para saber quais as nossas forças e onde devemos melhorar.

Os resultados deste 2020 dizem-nos que a figura do *Business Assistant* é um dos serviços mais valorizados pelos nossos associados, com uma nota 7,8 em 10. Outros dos aspetos mais valorizados são a garantia de pagamento (somos a única bolsa de cargas que oferece tal), o serviço de mediação, o tempo de resposta e a informação recebida antes de uma eventual ocorrência.

Há uma crescente preocupação em criar relações com empresas que partilhem os mesmos valores. O futuro passa por desenvolver serviços que proporcionem segurança e confiança, fundamental neste momento?

Durante estes meses, e assim continuaremos no futuro, apostámos no fortalecimento da colaboração, promovendo a entrada de novos membros na comunidade e oferecendo um acompanhamento intenso por parte do nosso serviço de apoio ao cliente com a finalidade de ajudar os nossos associados a tirar o máximo partido da nossa ferramenta.

Tudo isto tendo como aliada a tecnologia, que sempre considerámos como um facilitador da cooperação, motivo pelo qual estamos agora numa posição privilegiada para fazer frente à nova realidade, melhorando as nossas prestações e prestando atenção às necessidades do mercado.



wtransnet

part of alpega

“O QUE NOS MOVE É A ADAPTAÇÃO A CADA CLIENTE”

A Ship4you é uma empresa vocacionada para todas as vertentes de venda à distância e do *marketing* de hoje, apresentando soluções flexíveis. Em entrevista à Revista Business Portugal, Cristina Coelho, CEO, destaca que o que torna a empresa única continua a ser o facto de dar prioridade ao trabalho humano, personalizado e adaptado a cada cliente.

Qual é o *marketing* de hoje?

De uma forma geral, o *marketing* de hoje é, e sempre será, ditado pelas preferências do consumidor. Se por um lado a evolução do *marketing digital* nos permite alcançar mais pessoas, mais rápido, o *marketing* direto tem ainda uma presença muito forte nas nossas vidas. O catálogo, por exemplo, parece arcaico, mas quantos de nós não gostam de folhear um bom catálogo de produtos? Por vezes, basta pensarmos na forma como nós, enquanto consumidores, gostamos de ser abordados por uma marca e/ou produto.

O vosso serviço 360° é ideal neste contexto de pandemia, tendo em conta que os consumidores querem serviços rápidos, simples e intuitivos?

Sim, consideramos o serviço 360° fundamental para quem se quer lançar no *on-line* e está às escuras. Ajudamos o cliente desde a criação da loja *on-line* até à expedição dos seus produtos. A pandemia veio acelerar a transição para o *on-line*. Alguns negócios fizeram-no por uma necessidade de se reinventarem, mas outros apenas souberam aproveitar a onda. Desde março de 2020, que a procura pelos nossos serviços aumentou exponencialmente. Foram vários os contactos de marcas para criar lojas *on-line*, ou que até já tinham loja criada e procuravam apenas um parceiro logístico.

É fundamental para qualquer negócio a adaptação à realidade digital. De que forma podem ajudar na expansão das empresas e no sucesso dos seus produtos?

O âmbito da nossa atividade é, desde o início, a circulação de mercadorias, bens, serviços e, sobretudo, de ideias.

Estamos sempre dispostos a ajudar os nossos clientes a expandir os seus negócios e a alcançar um público mais amplo. Para isso, temos a nossa equipa de Desenvolvimento *Web*, que além de desenvolver as lojas *on-line* dos nossos clientes, fazem também um excelente trabalho para manter as lojas atualizadas, focado na otimização da experiência do consumidor. A nível de publicidade e/ou *marketing* digital, sempre que necessário, optamos por recorrer aos nossos parceiros, que tudo fazem para nos ajudar a materializar as ideias dos nossos clientes.

Com 20 anos de experiência no sector e equipados com as mais avançadas soluções e tecnologia, assumem-se como diferentes. O que vos torna únicos?

Diria que o que nos torna únicos continua a ser o facto de darmos sempre prioridade ao trabalho humano, personalizado e adaptado a cada cliente. Temos vários clientes, todos eles diferentes e com exigências únicas. O facto de nos adaptarmos ao processo de cada um é uma mais-valia para os nossos clientes. Nunca exigimos ao cliente que faça como nós queremos, gostamos ou até estamos habituados. Cada cliente tem os seus objetivos e o nosso dever é fazer o nosso melhor para o ajudar a alcançá-los.



Faz parte do vosso conceito de inovação apresentar novas formas de trabalho, beneficiando da transformação tecnológica?

Sim, como dissemos anteriormente, o que nos move é a adaptação a cada cliente. Se o cliente nos diz que quer determinado processo feito de uma forma diferente, a nossa missão é implementá-lo tal como ele quer. E, por vezes, isso requer o uso de novas tecnologias que nem tínhamos disponíveis até então. Fazemos este esforço, porque sabemos que o cliente ficará satisfeito por ver que agarramos o seu projeto com determinação. A transformação tecnológica que temos vindo a fazer, ao longo dos últimos anos, é a necessária para sermos uma mais-valia para os nossos clientes e potenciais clientes.

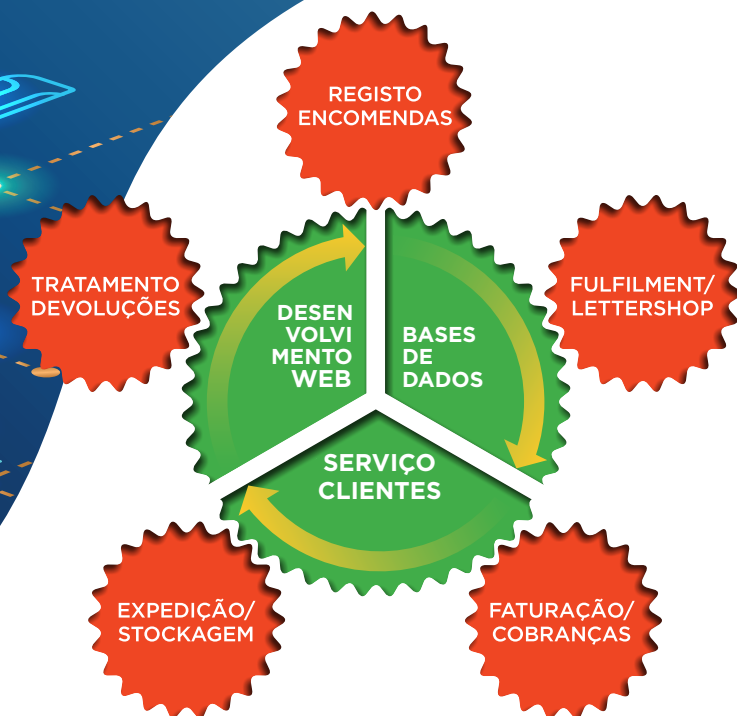
Sempre com olhos postos no futuro e a par das últimas novidades do mercado, são uma referência no ramo da venda direta, mas ambicionam sê-lo cada vez mais. 2021 será o ano para atingir novas metas?

Se a pandemia nos deixar, sem dúvida. Queremos que Portugal saiba da nossa existência e que perceba que a logística não se resume apenas ao transporte. Há todo um serviço por detrás de uma venda à distância – o *fulfillment* – que só a nossa equipa o pode fazer com tanto rigor e dedicação. Queremos continuar a evoluir dentro do nosso mercado e auxiliar cada vez mais empresas na sua transformação digital e na conseqüente logística do seu negócio.

INAUGURE HOJE A SUA LOJA ON-LINE.



- Dê o salto para o comércio digital
- Internacionalize os seus produtos
- Aumente as suas vendas
- Concentre-se no seu negócio e nos seus clientes
- **Deixe o resto por nossa conta**



- DESENVOLVIMENTO WEB
- MARKETING DIRETO 360°
- E-COMMERCE CHAVE NA MÃO
- DATA SOLUTIONS

SHIP4YOU 
SERVIÇOS DE LOGÍSTICA E MARKETING DIRECTO, S. A.

20 ANOS DAS MELHORES SOLUÇÕES DE TRANSPORTE MARÍTIMO E AÉREO



Há 20 anos na área dos transportes aéreos e marítimos, a Portir Transitários dispõe de uma rede confiável de agentes para garantir as melhores soluções. José Moura, Fundador, destaca em entrevista à Revista Business Portugal, o profissionalismo da equipa que garante o sucesso nacional e internacional da empresa.

Atualmente são procurados por clientes de renome, de todas as partes do mundo. Este foi um objetivo a que se propôs inicialmente ou foi consequência do bom trabalho ao longo destes anos?

O grande objetivo sempre foi trabalhar bem, com honestidade e providenciar a melhor qualidade de serviço, fiável e com credibilidade aos nossos clientes e é essa a linha que mantemos. Às vezes, somos prejudicados por sermos sinceros de mais, mas prefiro que seja dessa forma, porque a imagem de fiabilidade e de confiança são valores essenciais que sempre tivemos e iremos tentar manter. Fomos crescendo e a postura correta e honesta traz sempre bons resultados.

A globalização do mercado e a interação de diferentes culturas são fatores positivos para o sector, mas que exige uma equipa com formação adequada?

Somos uma empresa prestadora de serviços e, por isso, o produto que temos é a equipa e a capacidade de esta corresponder às necessidades dos clientes. Trabalhamos com países de todo o mundo e temos tido apoio em tudo o que é necessário através de *networks* internacionais de agentes. Temos uma equipa coesa, dedicada, que sabe o que faz e que está completamente preparada para dialogar com diferentes culturas, porque por exemplo, o contacto com um cliente dos Estados Unidos não é o mesmo que se tem com um cliente no Japão. São culturas e hábitos diferentes.

Um dos principais desafios neste mercado tem a ver com as plataformas eletrónicas. Como têm atuado nesta área, visto que com a pandemia a procura dessas plataformas aumentou?

Em termos operacionais, os sistemas informáticos que tínhamos foram capazes de corresponder às necessidades. Não houve mudanças, porque o sistema já estava preparado e a transição para o teletraba-

lho foi pacífica. O comércio global e eletrónico não se enquadra na nossa área de trabalho, pois, dedicamo-nos a um serviço mais personalizado de transporte de mercadorias, essencialmente, por via aérea e marítima.

O segredo de hoje é unir sinergias, criar e consolidar parcerias com outras empresas?

É um dos pontos que mais privilegiamos. O que nos permite ter sucesso, no serviço que prestamos, são as boas parcerias e a confiança nos fornecedores, clientes e agentes com quem trabalhamos por todo o mundo. Queremos que os nossos clientes nos vejam como um real parceiro, que se preocupa e trata dos transportes como se o negócio fosse dele próprio. O importante é que sintamos o negócio dos nossos clientes como sendo nosso. Se o negócio correr bem para o cliente, também corre bem para nós.

Existe uma Portir Transitários no Japão, um desafio que iniciámos há alguns anos e temos tido bons resultados nessa parceria. O sucesso que temos com a exigência e a mentalidade japonesa, é o melhor cartão de visita que podemos apresentar em qualquer parte do mundo. Não é fácil entrar no mercado japonês, são muito exigentes com a qualidade dos serviços e qualidade da informação acima da média. Quem tem sucesso no Japão, pode ter em qualquer parte do mundo.

Este é um mercado que interfere na dinâmica do país, nomeadamente a nível económico. De que forma a Portir Transitários tem contribuído para tornar Portugal um país de confiança?

Fruto do nosso empenho e participação nos *networks* internacionais de agentes, que têm conferências anuais que vão mudando de país, já tivemos o privilégio de organizar duas conferências, no Porto, com agentes de vários países. Na última, estavam presentes cerca



*José Moura,
Fundador*

de 50 agentes de diferentes países e, no final, um dos diretores do *network* disse que nos deveríamos começar a dedicar a uma agência de viagens, tal o empenho que tivemos em promover e mostrar as qualidades deste cantinho à beira-mar plantado. Por outro lado, tentamos ser uns embaixadores da portugalidade pelo mundo fora, e tentar demonstrar que Portugal é um país moderno, eficiente e fiável. É essencial fazer um bom trabalho, ser transparente e honesto. São valores fundamentais que trazem sempre bons resultados.

O cenário da pandemia continua a ser uma realidade em 2021. Que planos estratégicos estão delineados para contornar os desafios que daí irão surgir?

Previamente ao início deste flagelo da Covid-19, no final de 2019 e, início de 2020, mudámos de instalações com o objetivo de estarmos melhor instalados, dar mais conforto à equipa, ter um espaço onde pudéssemos trabalhar melhor. Para além disso, comprámos uma nova carrinha para nos auxiliar no serviço de recolha e entrega de mercadorias. De momento, como não se consegue traçar um cenário fiável e previsível para os próximos tempos, temos como objetivo continuar a trabalhar, o melhor possível e, dessa forma, conseguimos providenciar aos nossos clientes as melhores soluções. O contexto internacional nos transportes via aérea e marítima não está fácil, os preços aumentaram imenso, há falta de aviões, navios e contentores. Portanto, o trabalho está mais difícil do que nunca, mas toda a equipa e mais do que nunca está completamente focada em dar o seu melhor. O contexto nacional e internacional não permite fazer previsões e antecipações de cenários, a curto e médio prazo. Felizmente, temos conseguido angariar novos negócios e vamos esperar que esta tendência se mantenha e que possamos todos ultrapassar esta fase menos boa, tanto a nível sanitário como económico.



Avenida Antunes Guimarães, 509 2º Esq.
4450-621 Leça da Palmeira Portugal

Tel: +351 229 967 754

Fax: +351 229 967 806

Email: portir@portir.pt

www.portir.pt



Edson Santos,
Vice-Presidente

ÁGUEDA É EXEMPLO PELAS BOAS PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE

Reconhecimento coloca Águeda no topo dos Municípios mais sustentáveis do país, tendo conseguido um indicador superior a 80% do Programa ECOXXI.



Workshop Dia Mundial da Bolota

“Águeda é um Município que tem na área ambiental e de sustentabilidade uma prioridade, implementando medidas que não só respeitam o ambiente, mitigam a pegada ecológica e procuram combater as alterações climáticas, como tornam o território atrativo”, Edson Santos, Vice-Presidente da Câmara Municipal de Águeda, salientando que as distinções que o Município recebe nesta área são o reconhecimento público das boas práticas adotadas.

Entre os galardões mais recentes está a Bandeira Verde ECOXXI, que coloca Águeda como um dos nove municípios em todo o país com um índice superior a 80%, o que consolida a sua posição de liderança nas práticas sustentáveis conquistada nos últimos anos.

O ECOXXI é um Programa implementado desde 2005 pela Associação Bandeira Azul da Europa (ABAE), que visa reconhecer as melhores práticas de sustentabilidade ao nível municipal, através da avaliação, por um conjunto de peritos, de 21 indicadores e 71 subindicadores nas áreas ambiental, social e económica.

Para a atual edição dos Prémios ECOXXI foram apresentadas 62 candidaturas, provenientes de todas as regiões do país e Águeda destaca-se pelas boas práticas, com um índice superior a 80% no conjunto dos indicadores em avaliação.

Algumas áreas em destaque

Entre os indicadores onde o Município de Águeda obteve a pontuação máxima ou das mais altas está a promoção ambiental e para o desenvolvimento sustentável, de que é exemplo o programa municipal que inclui as ações “Rio de todos”, “Rio vai à escola” ou ainda “Escolas com pedal”, sem esquecer outras ações e workshops dinamizados em parceria com as escolas e outras entidades parceiras.



Guarda Rios, Pateira de Fermentelos

A informação disponibilizada aos munícipes em matéria de ambiente e desenvolvimento sustentável e a cooperação com a sociedade civil, no que respeita a estas áreas, nomeadamente com as Organizações Não Governamentais de Ambiente e de Desenvolvimento oficialmente constituídas e ativas, foram dois outros aspetos considerados para avaliação e aos quais o Município de Águeda obteve um bom desempenho.

No âmbito da conservação da natureza e da biodiversidade, o projeto LIFE Águeda, os trabalhos de reabilitação do rio Cértima e a remoção do jacinto-de-água da lagoa da Pateira ganharam preponderância na avaliação conduzida pela ABAE, tal como a valorização e conservação da biodiversidade.

Um outro indicador no qual o Município de Águeda consegue um bom resultado foi o da qualidade da água para consumo humano, que reflete a percentagem de água da torneira que é controlada

Pateira de Fermentelos, Espinhel*Garça Vermelha, Pateira de Fermentelos*

e de boa qualidade, de acordo com as normas estipuladas nas legislações nacional e comunitária. De salientar ainda, o destaque dado a projetos multidisciplinares, como os Laboratórios Vivos para a Descarbonização de Águeda, cofinanciado pelo Fundo Ambiental, que abrange, entre outras, as áreas da economia circular, da gestão de resíduos, da promoção de uma mobilidade mais sustentável, a eficiência energética, sempre numa lógica de promoção da participação ativa da comunidade local na construção das diferentes ações realizadas, quer seja na sua execução e na sua avaliação.

Para mais informações sobre estes e outros projetos que foram e estão a ser desenvolvidos pelo Município de Águeda, os interessados podem consultar o site da Autarquia, em www.cm-agueada.pt, e a página de Facebook <https://www.facebook.com/agueadasmartcitylab>

Arte Urbana, Bordalo II

ÁGUEDA - LABORATÓRIO VIVO PARA A DESCARBONIZAÇÃO

Águeda Sm@rt City Lab

www.cm-agueada.pt
www.facebook.com/agueadasmartcitylab

ÁGUEDA
CÂMARA MUNICIPAL

REGIÃO DE ALGARVE
MUNICÍPIO DE ÁGUEDA

FUNDO
AMBIENTAL

Licínio Nunes,
Diretor-Geral



GLASSDRIVE®
Especialistas em vidro automóvel

Premiada na categoria Reparação e Substituição de Vidro Automóvel, a Glassdrive distingue-se no mercado pela dimensão da cobertura além-fronteiras. Como nos explica Licínio Nunes, Diretor-Geral, apesar da pandemia a empresa está a crescer a uma velocidade “incrível”.

serviço gratuito). Adicionalmente, somos agentes via verde em todo o país, temos serviço de *rent-a-car* e somos exclusivos na venda de uma gama de produtos de manutenção automóvel *drive care*.

Com uma nota global de 86, 8%, a Glassdrive, uma marca Saint-Gobain, foi eleita a Escolha do Consumidor, na categoria Reparação e Substituição de Vidro Automóvel. É um sentimento de dever cumprido?

É natural que o cliente reconheça esse nosso esforço. Apesar da pandemia, em Espanha, Itália e França estamos a crescer a uma velocidade incrível.

Dentro da empresa existe ainda o departamento Casa, direcionado para a área do imobiliário. Portanto, são uma série de vantagens distintas, que nos tornam um *player* global.

É já a oitava vez que ganhamos este prémio. Quando se ganha oito vezes já não se sente o mesmo que na primeira vez, mas temos sempre uma particular satisfação por alcançar este prémio. O prémio Escolha do Consumidor, para mim, é aquele que faz mais sentido porque é aberto a todo o mercado.

As soluções inovadoras, a experiência aliada ao *know-how*, profissionais especializados e o rigor, são exemplos dos vossos pontos fortes que vos elevam como uma marca líder no sector?

Os novos desafios impõem mudanças e inovação, para além da qualidade já existente. Sendo a Glassdrive uma marca internacional de Reparação e Substituição de Vidro Automóvel, quais as estratégias para 2021?

Desde 2012 que alcançam este prémio, o que representa uma confiança crescente e contínua dos clientes nos vossos produtos e serviços. É ainda mais motivador receber este prémio num período de pandemia?

Os nossos pontos fortes são vários. Somos a única rede com uma marca associada, a mais conhecida do mercado - Saint-Gobain Sekurit. O nosso produto é de primeira qualidade e, para além disso, estamos presentes em 140 dos 306 concelhos de Portugal, uma cobertura notável. Dispomos de uma academia que dá formação aos nossos profissionais e um departamento nacional e internacional de *marketing* responsável por todo o seguimento e apoio à rede.

A nossa estratégia para 2021 é continuar a apostar na qualidade e excelência e estar em permanente atualização. Está em estudo um projeto de pré-inspeção de veículos, para que depois possam ir à inspeção periódica e, nalguns casos, fazemos limpeza a seco das viaturas, serviço que vamos expandir, para que quando uma viatura entra nas nossas instalações possa sair devidamente calibrada, limpa e ozonizada. Em 2022, expectamos cerca de 1500 postos no sul da Europa, algo notável. Estamos convencidos de que com a melhoria contínua podemos e deveremos conseguir novamente o prémio em 2021.

Exatamente. Aliás, fomos a única rede que esteve sempre em funcionamento durante a pandemia. A concorrência fechou, esteve paralisada, por exemplo, no atendimento telefónico, e nós nunca o fizemos.

Para além da substituição e reparação de vidro, também temos o serviço de polimento de óticas, reparação de plásticos, limpeza e desinfeção dos veículos (um



O GENUÍNO E SABOROSO ARROZ DE PORTUGAL

A marca Bom Sucesso, um produto premium e matriz das marcas Orivárzea, foi reconhecida com o Prémio Escolha do Consumidor, na categoria “Arroz”. É com orgulho que Filipe Ventura, Diretor Comercial e de Marketing, em entrevista à Revista Business Portugal, apresenta “uma das bandeiras que leva as nossas receitas e a nossa gastronomia a todo o mundo”.

A marca Bom Sucesso foi reconhecida com uma nota global 82,54%, um Prémio Escolha do Consumidor. A qualidade da marca é resultado de um controlo rigoroso em todas as fases do processo de produção?

A qualidade da nossa marca resulta de um conjunto de fatores, entre eles e muito importante o controlo dos processos de produção. Há nove anos consecutivos que a marca Bom Sucesso é eleita Escolha do Consumidor, devido à conjugação perfeita de fatores, começando pela experiência como agricultores dos nossos fundadores (fundação em 1997), passando pela riqueza dos nossos

campos (Lezíria Ribatejana), pela evolução e conhecimento das melhores variedades produzidas para cada tipo de arroz (monovarietal), terminando no respeito que todos nós temos por manter a naturalidade do produto que o campo nos dá e no respeito por e para quem nós trabalhamos, os consumidores que adoram o nosso arroz. Quando Portugal já importa cerca de 70% do Arroz que consome, é para nós fundamental fazer a diferença, e manter a nossa produção 100% nacional, produzida aqui, com os custos superiores que isso exige, mas conseguindo assim um produto tal como vem do nosso campo e sem a pegada ecológica que essas importações deixam, quer na produção quer no transporte.

O reconhecimento da qualidade do arroz carolino produzido pela Orivárzea estende-se ao mercado externo. Podemos dizer que a confiança na vossa qualidade é inabalável?

A qualidade do Arroz Carolino, assim como dos outros tipos de arroz produzidos por nós, é garantida, e além de ser certificada por entidades exteriores a nós, é atestada pelos consumidores e pelos nossos clientes,

que se espalham não só pela Europa, mas também pela América do Sul e do Norte, pela Ásia e por África. O Arroz Carolino, pela sua versatilidade adapta-se a vários tipos de culturas e de receitas, pela sua capacidade de absorção fica com os sabores que lhe quisermos acrescentar, e por ser um tipo de arroz típico de Portugal, é uma das bandeiras que leva as nossas receitas e a nossa gastronomia a todo o mundo.





APRECIADO PELOS CHEF'S... ADORADO PELOS CONSUMIDORES!

O MELHOR ARROZ DE PORTUGAL. DA LEZÍRIA RIBATEJANA À SUA MESA!











AEG

VEJA O SABOR A ACONTECER



Saiba mais em aeg.com.pt

FORNO STEAMPRO COOKVIEW®

A câmara integrada CookView permite-lhe acompanhar o progresso dos cozinhados a partir do seu dispositivo móvel, onde quer que esteja.

O forno SteamPro com câmara permite-lhe ainda controlar as configurações - incluindo programas, duração e temperatura - no seu dispositivo móvel, através da app My AEG Kitchen. Aproveite para se inspirar e obter receitas ou dicas culinárias.

SEMPRE UM PASSO À FRENTE

Pelo sexto ano consecutivo, os fornos AEG destacaram-se nos Prémios Escolha do Consumidor. Ângela Pereira, Marketing Manager da marca em Portugal, sublinha que os produtos inovadores com recurso a tecnologias inteligentes e as políticas de sustentabilidade tornam a AEG uma marca de referência.

Novos desafios impõem mudanças, mas essa evidência nunca foi um obstáculo para AEG que está sempre um passo à frente na inovação. O que representa receber o Prémio Escolha do Consumidor com 83,75 por cento?

Na edição de 2021 do Prémio Escolha do Consumidor, os fornos AEG, para além de terem recebido mais indicações de recomendação e intenção de compra por parte dos consumidores, lideram em todos os atributos avaliados pelos consumidores. Este resultado é para nós um orgulho, mas também nos motiva a continuar a desenvolver produtos inovadores ao serviço de uma cada vez melhor experiência para o consumidor.

Em cada produto encontramos tecnologia inteligente e design responsivo. O segredo do sucesso está na filosofia da “perfeição na forma e na função” de Peter Behrens?

Sem dúvida que a visão de Peter Behrens, arquiteto e consultor artístico da AEG no início do século XX, para quem o design “consiste em criar formas de acordo com os atributos do objeto e que isso revele as vantagens das novas tecnologias” continua a fazer sentido nos dias de hoje. É seguindo esta filosofia – Perfekt in Form und Funktion-, que a AEG lança produtos esteticamente interessantes há mais de 130 anos, mas sem nunca descurar a sua funcionalidade. Também a forma e a função evoluem, e os produtos AEG acompanham essa evolução, apresentando atualmente tecnologias inteligentes e um design responsivo, desenhados com o foco nas necessidades do consumidor.

AAEG é uma marca de referência, porque incorpora tecnologia do amanhã com as necessidades futuras?

A gama de produtos de encastre, a Mastery Range, é um exemplo recente de produtos com tecnologia de ponta, que vem contribuir para o bem-estar dos consumidores nas suas casas. Exemplos disso são, a máquina de lavar loiça ComfortLift, que permite elevar o cesto inferior para facilitar a

tarefa de colocar e retirar a loiça da máquina, ou a gama de fornos, que apresenta diversas inovações tecnológicas, desde cozinha a vapor a funções de cozedura assistida, com a ajuda da mais avançada sonda térmica.

Sendo a sustentabilidade um dos valores da marca, estas inovações vêm acompanhadas de um elevado nível de eficiência energética, como é exemplo a máquina de lavar roupa série 9000, com um consumo anual de energia de apenas 65 kwh e a melhor classificação energética nesta categoria de produto. A possibilidade de tornar cada utilização numa experiência fantástica, com o menor impacto ambiental, é o que torna a AEG numa marca de referência.





wtransnet

part of alpega

BEM-VINDO AO CLUBE DOS OTIMISTAS

Depois do ano que vivemos, temos a oportunidade de começar de novo, fazendo o que fazemos melhor:

transportar mercadorias.

- A única bolsa de cargas com verdadeira **garantia de pagamento.**
- Segurança primeiro. Trabalhe apenas com empresas que passaram por **filtros de qualidade** e credibilidade.

Em 2021, temos muito mais para lhe oferecer!

Associe-se à comunidade de transportes mais segura e combine o poder da **Wtransnet** e **Teleroute.**

www.wtransnet.com | 308802565



farmaciagarcia.net

Compre on-line e receba em casa.



Entrega Grátis

Encomendas a partir de 29.99€



Recolha na Farmácia

Largo 2 de Março ou Parque Atlântico



Pague à Distância

MBWAY | MB | Visa | Mastercard



Call Center

Tem alguma questão? Ligue 296 302 420

Largo 2 de Março
Largo 2 de Março 77
Ponta Delgada, Açores

Parque Atlântico
Rua da Juventude 38
Ponta Delgada, Açores

Mosteiros
R. das Vinhas 3
Mosteiros, Açores



**Farmácia
Garcia**