

CIBERSEGURANÇA



APOIOS:

FORTINET

III EO
EMPRESAS

SIBS
CyberWatch



ENQUADRAMENTO

FORTALECER AS EMPRESAS

OS CIBERATAQUES
VÃO CUSTAR ÀS
ORGANIZAÇÕES E
EMPRESAS QUASE 10 MIL
MILHÕES DE EUROS EM
2024, DE ACORDO COM
A ANÁLISE REALIZADA
PELA EQUIPA DE CYBER
THREAT INTELLIGENCE
DA NTT DATA



Em Outubro de 2024, uma série de leis de cibersegurança entrarão em vigor na União Europeia (UE) para melhorar a segurança digital, a segurança e a integridade das redes e dos sistemas de informação nos países membros da UE, abrangendo redes de infraestruturas, veículos e cadeias de abastecimento. No entanto, o último relatório da Kaspersky revela que os gestores podem não estar preparados para cumprir a nova regulamentação europeia de cibersegurança, que inclui o WP.29, o NIS-2, a Lei da Resiliência e a diretiva da UE referente às cadeias de abastecimento

europeias. De acordo com o estudo, poucas empresas implementaram medidas de cibersegurança em relação à utilização da IA: apenas 22% consideraram a possibilidade de as regulamentar. A situação é semelhante com a lei WP.29: embora 23% das empresas já tenham desenvolvido planos, ainda não começaram a implementá-los ou a concretizá-los.

Outro estudo da Kaspersky, “Enterprise Infiltration of AI Gen: C-level executives are an AI

ticking time bomb, aware of the risks but too complacent to act”, mostra que, embora a Inteligência Artificial se esteja a tornar uma realidade no ambiente corporativo, os líderes empresariais continuam pouco informados sobre os riscos de cibersegurança associados à sua implementação. Mais de metade (53%) dos executivos seniores reconhecem que a Inteligência Artificial (IA) já está presente nas suas empresas e que permite racionalizar as operações e sim-



NORMA

A NOVA NORMA DE CIBERSEGURANÇA NIS-2 VISA MODERNIZAR O QUADRO JURÍDICO EXISTENTE NOS SECTORES DAS INFRAESTRUTURAS CRÍTICAS DA UE, QUE INCLUEM OS SECTORES DE ENERGIA, ABASTECIMENTO DE ÁGUA, TELECOMUNICAÇÕES, TRANSPORTES, FINANÇA, BANCA, ENTRE OUTROS

ESTAMOS A TESTEMUNHAR UM CRESCIMENTO SIGNIFICATIVO DAS CIBERAMEAÇAS, IMPULSIONADO PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA E PELA INDUSTRIALIZAÇÃO DO CIBERCRIME

plificar algumas tarefas diárias. É também referido que 91% dos executivos querem saber mais sobre como funcionam as ferramentas de IA e os processos de gestão de dados, demonstrado uma abordagem proativa e algum interesse em aproveitar o seu potencial. Contudo, poucos consideram os riscos da sua implementação, com apenas 59% dos inquiridos a manifestar alguma preocupação em relação às violações de dados relacionadas com a IA e com menos de um

» Prevê-se que o número de ciberataques aumente 39% durante o segundo semestre do ano em curso, duplicando os valores de 2023

quarto (22%) a terem exposto estas questões da regulamentação da IA aos conselhos de administração.

Em Portugal, a IA também está a tornar-se um novo membro da sociedade, de acordo com os resultados do novo estudo da Kaspersky - Excitement, superstition and great insecurity – how global consumers engage with the digital world. Cerca de 56% dos inquiridos portugueses acreditam que a inteligência artificial já faz parte da nossa vida e que cada vez mais, irá substituir o ser humano em inúmeras funções. Defendem que é uma realidade inevitável. No futuro, os portugueses também afirmam que utilizariam a inteligência artificial para gerir as tarefas diárias e o seu quotidiano (53%).

CIBERATAQUES

Os ciberataques vão custar às organizações e empresas quase 10 mil milhões de euros em 2024, de acordo com a análise realizada pela equipa de Cyber Threat Intelligence da NTT DATA. O documento analisa as ciberameaças globais durante o primeiro semestre do ano, o seu impacto e foco dos cibercriminosos.

O aumento da conectividade e das novas tecnologias aumenta proporcionalmente às ameaças. O crescimento dos ataques registados durante o primeiro semestre deste ano fez com que as estimativas de ciberataques aumentassem 39% para o final de 2024, duplicando os valores de 2023.

Além disso, as tecnologias emergentes fizeram com que o

panorama da cibersegurança e a sua evolução tomassem uma nova direcção devido ao potencial desenvolvimento da inteligência artificial generativa, que está a acelerar as ciberameaças. De facto, a evolução da GenAI dota os agentes maliciosos de ferramentas, cada vez mais avançadas, para desenvolver malware, não esquecendo o seu poder como ferramenta de engenharia social e de criação de ataques como: roubo de identidade, notícias falsas, ou a violação de processos padrão de segurança como o CAPTCHA, para realizar práticas maliciosas, como a espionagem industrial. Tudo isto é alimentado por um crescimento significativo da utilização de IA em ciberataques, com um aumento de 600% em menos de um ano.

“Estamos a testemunhar um crescimento significativo das ciberameaças, impulsionado pela democratização da inteligência artificial generativa e pela industrialização do cibercrime”, afirma Mauro Almeida, Head of Cybersecurity da NTT DATA Portugal. “Os cibercriminosos estão a tirar partido destas novas tecnologias para orquestrar ataques cada vez mais sofisticados e personalizados. O desafio é que o ritmo da digitalização está a ultrapassar significativamente a capacidade de proteção, o que pode afetar atividades essenciais para a sociedade e paralisar uma parte fundamental da actividade socioeconómica. É fundamental sabermos tirar partido destas tecnologias emergentes como ferramentas de protecção das organizações e sociedade.” ●



ESPECIAL
CIBERSEGURANÇA

FORTINET

PRÓXIMO PASSO - CONSTRUIR RESILIÊNCIA CIBERNÉTICA



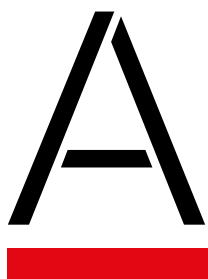
AS CIBERAMEAÇAS E A GUERRA
CIBERNÉTICA FAZEM PARTE, MESMO
SEM DARMOS CONTA, DAS NOSSAS
VIDAS DIARIAMENTE



PLANO

A EQUIPA DE DIRECÇÃO DE UMA ORGANIZAÇÃO DEVE LIDERAR O DESENVOLVIMENTO DE UM PLANO DE CONTINUIDADE DE NEGÓCIO, UM PLANO DE RECUPERAÇÃO DE INCIDENTES E A CAPACIDADE DA ORGANIZAÇÃO PARA ADQUIRIR E DISTRIBUIR CONHECIMENTO EM CIBERSEGURANÇA

FORTINET



cibersegurança deixou de ser um tema apenas do domínio das equipas de TI, é e deve ser um tema igualmente

presente na agenda de C-suites e conselhos de administração. Num relatório de Janeiro de 2024, o Fórum Económico Mundial classificou as ameaças de cibersegurança (“insegurança cibernética”) entre os 10 principais riscos que ameaçam o mundo na próxima década – juntamente com as alterações climáticas, a perda de biodiversidade, a escassez de recursos naturais, as desigualdades económicas e sociais, as disrupções tecnológicas, os riscos geopolíticos, a desinformação, eventos climáticos extremos e crises de saúde pública.

As ciberameaças e a guerra cibernética fazem parte, mesmo sem darmos conta, das nossas vidas diariamente. São muitos os Governos, um pouco por todo o mundo, que têm vindo a implementar um conjunto de novas regulamentações, como o RGPD, NIS e NIS2, que resultam na responsabilização legal daqueles que exercem funções de liderança relacionados com a cibersegurança. Isto leva-nos a que debates em reuniões vão acabar, invariavelmente, por girar em redor da resiliência e de como a organização se deve adaptar e aprender com as falhas de cibersegurança.



Enquanto fabricantes de soluções integradas e automatizada que garantem a proteção de ponta a ponta, temos de estar um passo à frente nesta matéria, nesse sentido acreditamos que existem três motivos principais pelas recentes mudanças na cibersegurança: a explosão do volume de dados, a velocidade da inovação e o crescimento da interconectividade de aplicações e ecossistemas digitais.

Todos sabemos que actualmente, existem muito mais dados porque há muitas mais conexões – não apenas entre pessoas, mas também entre máquinas e dispositivos. Esta tendência está a ser acelerada pela inteligência artificial. Basta pensarmos na IA generativa (GenAI), tal como próprio nome indica, esta tecnologia utiliza uma grande quantidade de dados para



UM PASSO FUNDAMENTAL NA INOVAÇÃO HOJE EM DIA É INCLUIR A CIBERSEGURANÇA DESDE OS PRIMEIROS ESBOÇOS DE CADA ESTRATÉGIA E DESENVOLVIMENTO DA MESMA

gerar outra quantidade elevada de dados.

Isto leva-nos à variável seguinte, a velocidade de resposta e capacidade de detecção às ameaças emergentes. Na maioria das vezes, estas ameaças são geralmente desencadeadas por factores externos (por exemplo, uma situação geopolítica, uma pandemia ou uma mudança empresarial), sendo a forma e a rapidez com que uma organização reage, os factores que irão determinar o sucesso da infraestrutura de segurança de uma organização no presente.

Não menos importante, as organizações devem ter em conta o número de dispositivos e soluções ligadas entre si, que tornam por si só qualquer ciberataque um elevado risco para toda a cadeia de valor de uma organização, incluindo o



cliente final. Por isso, é vital que as organizações implementem soluções robustas e escaláveis que antecipem e mitiguem os riscos, garantindo que estas tecnologias possam continuar a proporcionar os seus benefícios de forma segura e eficiente.

PLANOS DE RESILIÊNCIA

A equipa de direcção de uma organização deve liderar o desenvolvimento de um plano de continuidade de negócio, um plano de recuperação de incidentes e a capacidade da organização para adquirir e distribuir conhecimento em cibersegurança. Esta deve ser a base de uma resposta de resiliência cibernética bem-sucedida a um ciberataque. A organização deve ter um conjunto de procedimentos em vigor e reconhecidos pelos colaboradores para que eles saibam o que fazer e como recuperar, aprender e adaptar-se a cada nova ameaça.



É VITAL QUE AS ORGANIZAÇÕES IMPLEMENTEM SOLUÇÕES ROBUSTAS E ESCALÁVEIS QUE ANTECIPEM E MITIGUEM OS RISCOS, GARANTINDO QUE ESTAS TECNOLOGIAS POSSAM CONTINUAR A PROPORCIONAR OS SEUS BENEFÍCIOS DE FORMA SEGURA E EFICIENTE

Um passo fundamental na inovação hoje em dia é incluir a cibersegurança desde os primeiros esboços de cada estratégia e desenvolvimento da mesma. Incorporar a segurança na fase inicial de construção de um produto, processo ou projecto é muito mais fácil, eficaz e barato do que integrá-la no final do desenvolvimento.

O conceito de cibersegurança por design é agora uma realidade. Há uma década, a indústria estava apenas a falar sobre este tema, mas hoje estamos a concretizá-lo e a entender porque é importante inseri-lo em tecnologia, processos

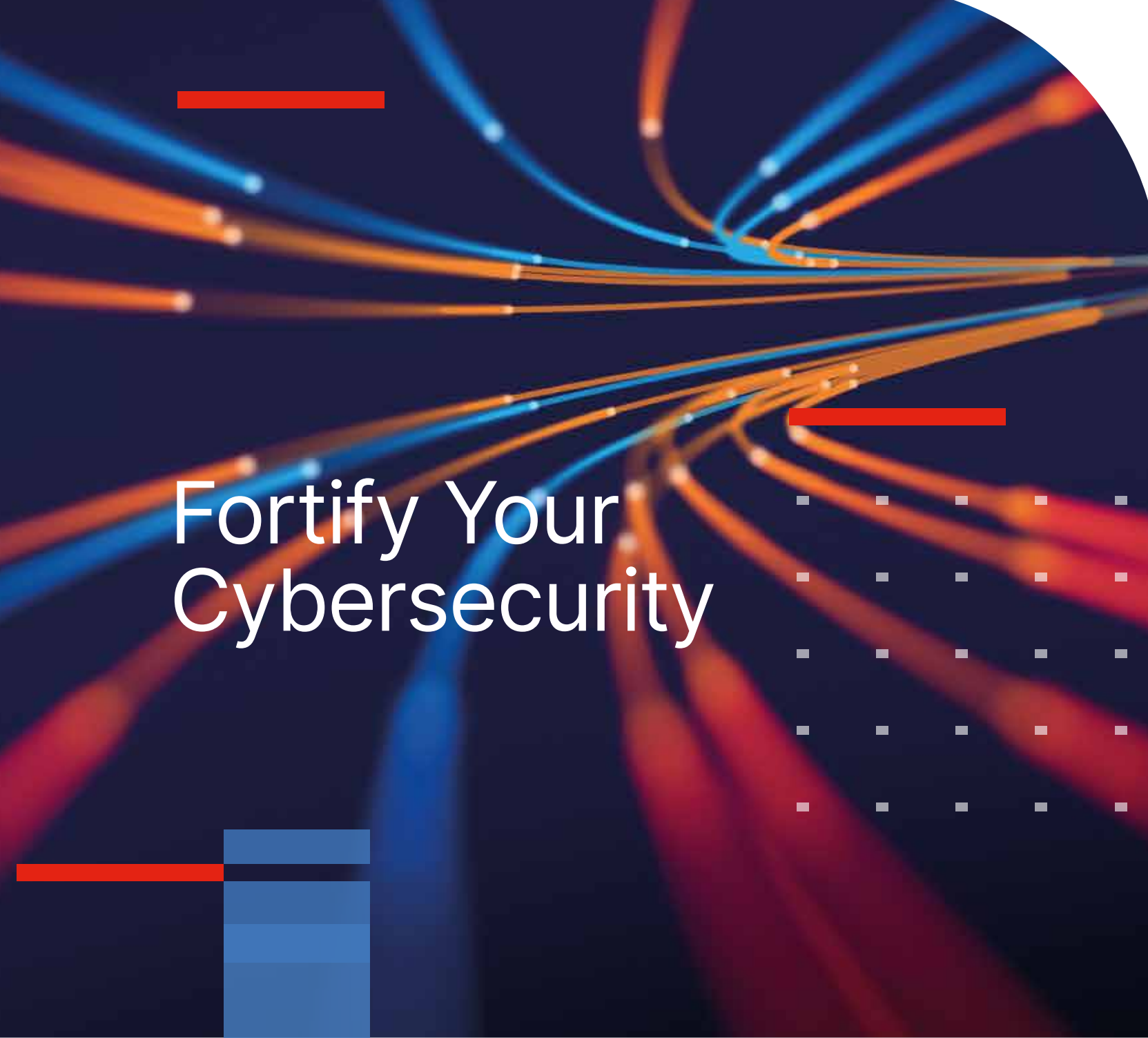


» Marcelo Carvalheira, Fortinet

e pessoas. Devemos também continuar a educar os colaboradores sobre as potenciais ameaças e melhorar a sua consciência sobre a limpeza cibernética.

Os CISOs e os restantes líderes das suas organizações devem equilibrar a inovação tecnológica com a estratégia empresarial e criar planos de resiliência para responder a uma ampla gama de ameaças de cibersegurança, através de uma política suportada pelos três pilares essenciais: pessoas, processos e tecnologia.

A Fortinet oferece formação gratuita em cibersegurança para garantir que todos tenham uma compreensão básica do tema, só com uma postura de segurança robusta e colaborativa, capaz de envolver todas as partes interessadas, será possível mitigar o aumento de ciberameaças. ●



Fortify Your Cybersecurity

The Fortinet Security Fabric is the industry's highest-performing cybersecurity platform, delivering broad, integrated, and automated cybersecurity capabilities supported by a large, open ecosystem. The Fortinet Security Fabric empowers organizations to achieve secured digital acceleration outcomes by reducing complexity, streamlining operations, and increasing threat detection and response capabilities. Learn more at fortinet.com



O SEU PARCEIRO PARA A CIBERSEGURANÇA

A VASTA EXPERIÊNCIA EM PROJECTOS TECNOLÓGICOS DE ALTA COMPLEXIDADE COLOCA A MEO EMPRESAS NUMA POSIÇÃO PRIVILEGIADA, E SINGULAR, NA PRESTAÇÃO DE CIBERSEGURANÇA

Em Portugal, como em muitos outros países, os ciberataques têm vindo a aumentar em frequência e sofisticação. Segundo o relatório sobre ameaças cibernéticas para o segundo semestre de 2023, intitulado “Acronis Cyberthreats Report, H2 2023: Alarming rise in cyberattacks, SMBs and MSPs in the crosshairs”, as conclusões apontam para: 63% de aumento de empresas vítimas de ataques ransomware; 222% de aumento de ataques via email, sendo este o principal canal de entrada; 91% das organizações já foram alvo de phishing baseado em AI.

Nos últimos anos, Portugal tem vindo a registar um aumento crescente de denúncias de ciber-crimes que, no primeiro semestre do ano passado, chegaram mesmo a atingir um crescimento de quase 60% face ao ano anterior. Estes dados foram divulgados pelo Ministério Público, num relatório que apontava os seguintes números: 852 denúncias no primeiro semestre de 2022 e 1363 denúncias de Janeiro a Junho de 2023. Estes números, que continuam

a ter uma tendência crescente, também revelam a complexidade dos ataques a equipamentos, a infraestruturas informáticas e a redes de comunicação, o que tem vindo a obrigar a um forte reforço da cibersegurança, principalmente no mundo empresarial.

«A cibersegurança não é um tema novo para a MEO Empresas. Com mais de duas décadas no negócio de Cibersegurança, a MEO Empresas tem assegurado uma presença contínua e de inovação



SEGURANÇA

COM MAIS DE DUAS DÉCADAS NO NEGÓCIO DE CIBERSEGURANÇA, A MEO EMPRESAS TEM ASSEGURADO UMA PRESENÇA CONTÍNUA E DE INOVAÇÃO NO MERCADO, DESENVOLVENDO UM PORTEFÓLIO TECNOLÓGICO E DE SERVIÇOS GERIDOS DE SEGURANÇA QUE, AO LONGO DOS ANOS, TEM AJUDADO AS ORGANIZAÇÕES NA SUA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

MEO
EMPRESAS

no mercado, desenvolvendo um portefólio tecnológico e de serviços geridos de segurança que, ao longo dos anos, tem ajudado as organizações na sua transformação digital.

O ADN de cibersegurança da MEO Empresas é transversal a todo o espectro de serviços Telco e ICT. «A MEO Empresas tem presença e assegura a cooperação, em organismos de referência a nível nacional e internacional, dos quais se destacam a rede nacional CSIRT, assim como Centro Nacional de Cibersegurança», explica fonte oficial da MEO Empresas.

De facto, enquanto líder de mercado, a MEO Empresas detém responsabilidade numa vasta infraestrutura de comunicações crítica para o país, o que impõe capacidades acrescidas de protecção dessas infraestruturas e plataformas. «Do ponto de vista tecnológico, de recursos e de capacidade de operação e de gestão, a MEO Empresas tem acesso às melhores tecnologias e especialistas na área da cibersegurança. A vasta experiência em projectos tecnológicos de alta complexidade a nível nacional, a par da constante renovação das certificações tecnológicas de fabricantes de referência mundial, coloca a MEO Empresas numa posição privilegiada, e singular, na prestação de cibersegurança», acrescenta a mesma fonte.

Essa experiência é comprovada com a realização dos maiores eventos tecnológicos em Portugal como o Web Summit ou a Jornada Mundial da Juventude Lisboa



2023: a singularidade, dinâmica e dimensão da superfície de ataque inerente a estes eventos, aliado a um contexto de infraestruturas temporárias construídas especificamente para esse efeito, colocou desafios acrescidos à capacidade de monitorização e de gestão de alertas, face a volumes sem precedentes de utilizadores e dados, em múltiplas plataformas, bem como a sua exposição mediática global (alvos atractivos para diferentes actores no palco da guerra cibernética), atestam a capacidade da MEO Empresas no contexto de gestão integrada de cibersegurança.

«Empresas de qualquer dimensão, em qualquer sector de actividade,



OS PRÓXIMOS ANOS NÃO SERÃO EXCEÇÃO: OS ATAQUES VÃO CONTINUAR, E O GRAU DE SOFISTICAÇÃO, PRECISÃO E CAPACIDADE DE DISRUPÇÃO SERÃO AINDA MAIORES

podem sempre continuar a contar com a MEO Empresas como o seu parceiro para a cibersegurança, via um portefólio de serviços que dá resposta às suas necessidades, desde a lógica preventiva e de protecção de plataformas e infraestruturas, passando pela detecção e resposta a incidentes, acelerando a recuperação e continuidade do seu negócio», sublinha fonte oficial da MEO Empresas.

TENDÊNCIAS

A Inteligência Artificial é uma das tendências globais e, no contexto da cibersegurança, apresenta duas faces da mesma moeda. Por um lado, a IA é um facilitador para um hacker levar a cabo um ataque cibernético.



ESPECIAL
CIBERSEGURANÇA

MEO EMPRESAS



A utilização destas tecnologias permite a atacantes refinarem as suas técnicas de ataque em termos de precisão e dissimulação, seja pela compreensão de protocolos, seja na automatização de operações técnicas utilizadas num ataque,

permitindo desmultiplicar actividades de forma simples e rápida. Além de permitir massificação de ataques em quantidade, elimina barreiras de entrada em termos de know-how técnico dos atacantes, ou seja, o universo potencial de hackers é superior.

Por outro lado, em resposta às crescentes ameaças cibernéticas e às necessidades das empresas em proteger seus activos digitais, a AI torna-se um aliado importante já que é uma tecnologia que pode complementar os especialistas em cibersegurança, ajudando a automatizar processos e a lidar eficientemente com grandes volumes de dados e na detecção de qualquer anomalia ou informação relevante para que os especialistas a examinem.

» As empresas tornam-se mais apetecíveis para alvos de ataque com recurso a variadíssimas técnicas, desde pelo vector de entrada social/humano (phishing, vishing, smishing), até ao ransomware, ataques à disponibilidade de serviços e infraestruturas (tipo denial of service), entre outros

«A capacidade de realizar análises preditivas, em detrimento de reação apenas a ameaças conhecidas, permite a previsão de possíveis vectores de novos ataques com base em tendências emergentes, ou perspetivar novas formas de ataque, a correlação massiva de eventos e logs de eventos permite reduzir o tempo de detecção e de decisão, levando a que um ataque seja prevenido quando acontece», indica fonte oficial da MEO Empresas.

No entanto, existem alguns desafios na implementação de IA na área da cibersegurança. A escalada dos ataques cibernéticos impulsionada pela IA exige uma vigilância constante e uma actualização permanente das ferramentas de monitorização e defesa. Os desafios incluem a necessidade de treinar modelos de IA com dados precisos e actualizados, evitar falsos positivos que podem levar a interrupções desnecessárias, e a questão da privacidade e ética no uso de IA para a monitorização e análise de dados.

«A complexidade de integração de soluções de IA em sistemas de cibersegurança existentes, tais como a necessidade de equipas qualificadas para gerir, analisar e interpretar os resultados da IA, juntamente com o risco de dependência excessiva na tecnologia é outro dos desafios. Espera-se que os sistemas de IA ganhem maior autonomia, aprendendo e adaptando-se às novas estratégias de ataque sem intervenção humana directa. A capacidade de evoluir com o panorama de ameaças em



VIGILÂNCIA

A ESCALADA DOS ATAQUES CIBERNÉTICOS IMPULSIONADA PELA IA EXIGE UMA VIGILÂNCIA CONSTANTE E UMA ACTUALIZAÇÃO PERMANENTE DAS FERRAMENTAS DE MONITORIZAÇÃO E DEFESA



SOLUÇÕES

A MEO Empresas oferece uma gama completa de soluções de cibersegurança desenhadas para permitir às empresas a definição e reforço da sua estratégia de segurança cibernética.

Disponibiliza tecnologias de última geração de fabricantes de referência a nível mundial, em modelo de investimento ou as-a-service com capacidade de evolução de acordo com o ritmo de transformação digital e da maturidade de segurança de cada empresa.

Suporta-se em equipas altamente especializadas e certificadas, e com recurso a processos e procedimentos seguindo as frameworks e melhores práticas do mercado, de forma a garantir, não só a protecção contínua dos dados e redes dos clientes, mas principalmente na óptica da prevenção.

De entre as várias soluções de cibersegurança da MEO Empresas, que abrangem a protecção de rede, firewall de próxima geração, antivírus avançado, destacam-se:

- **Cyber Protecht**, solução completa que permite endereçar, de forma holística, os pilares de prevenção, protecção, detecção, resposta e recuperação de incidentes, envolvendo analistas e especialistas de cibersegurança, na investigação aprofundada e mitigação de ameaças cibernéticas, com constante reforço das medidas de prevenção e protecção das infraestruturas e aplicações críticas de negócio, num serviço completo assente em plataformas, frameworks e procedimentos automatizados.
- **Cloud Security Pack** para as PME's, é uma solução chave na mão de protecção integrada de dados e equipamentos baseada na plataforma da Acronis presente no Data Center da Covilhã, que garante o backup e segurança da informação das empresas em qualquer tipo de equipamento, seja PC, equipamento móvel, servidor físico ou virtual e contas Microsoft 365, de um modo totalmente escalável e à medida das necessidades.
- **Serviço CleanPipes**, serviço de prevenção e protecção de ataques volumétricos via Internet, disponibilizado a partir de plataformas de cibersegurança multi-tenant, alojadas em Datacenters MEO, com elevada disponibilidade e resiliência na prevenção de ataques DDoS; tendo em opção serviço de firewall avançado; prevenção de intrusão e gestão de largura de banda;
- **Serviço Email Security**, protege os sistemas de Email das organizações, seja com servidor Outlook on prem ou Microsoft 365, de mensagens não solicitadas e que afectam grande parte dos utilizadores. Este serviço permite reduzir com grande eficácia as mensagens não solicitadas vulgo SPAM e também possui uma protecção eficaz contra vírus e malware, sendo disponibilizado em modo de subscrição a partir de plataforma-multitenant alojada em Datacenter MEO. "It's not safe to be alone"... importa ter ao lado um parceiro de confiança como a MEO Empresas, que possui elevadas competências em cibersegurança, através de equipas de governance, consultores, engenharia e operações, nomeadamente através do núcleo designado por Cyber Warfare Operations (CWO) que suporta o serviço Cyber Protecht. É uma equipa da MEO Empresas, especializada na detecção e antecipação de ataques, estando preparada para uma pronta resposta a incidentes de cibersegurança dos clientes empresariais e também nos contextos de ciberguerra, ciberterrorismo e ciberespionagem.

tempo real permitirá uma defesa mais resiliente e dinâmica contra ciberataques», afirma.

FUTURO

Os próximos anos não serão excepção: os ataques vão continuar, e o grau de sofisticação, precisão e capacidade de disrupção serão ainda maiores. Os últimos anos têm continuamente demonstrando que a ameaça à segurança das empresas veio para ficar. O cibercrime é hoje prestado como um "serviço" na dark web. A exfiltração de dados sensíveis, e o seu comprometimento, continuarão a marcar a maioria das tentativas de ataque, colocando desafios permanentes às empresas no contexto da protecção dos dados sensíveis no contexto do RGPD.

A diretiva Network and Information Security (NIS2) ficará transposta a 17 de outubro deste ano para o contexto nacional. «O Regulamento Digital Operational Resilience Act (DORA) que surge na óptica de uma harmonização e uniformização das regras mínimas relativas à segurança das redes e sistemas de informação da União Europeia entrará em vigor em 17 de Janeiro de 2025. São directivas para o qual as empresas terão que se capacitar: além da definição da estratégia de cibersegurança, as empresas terão de assegurar processos de compliance com estes normativos que visam o reforço da cibersegurança na Europa em geral e em particular em sectores de actividade críticos para sociedade», conclui fonte oficial da MEO Empresas. ●



SIBS MULTICERT

A SEGURANÇA É UM FACTOR CHAVE



A ADEÇÃO AOS SERVIÇOS DE CIBERSEGURANÇA TEM VINDO A CRESCER DE FORMA BASTANTE SIGNIFICATIVA TANTO POR PARTE DAS GRANDES ORGANIZAÇÕES COMO DAS PME

João Simões Cunha, Executive Director da SIBS Multicert, explica os principais desafios na área da cibersegurança.

A SIBS Multicert apresentou oficialmente o SIBS CyberWatch em Outubro de 2021. Qual é a vossa principal missão?

“Contribuir para tornar o mundo mais seguro” é o contexto associado à nossa missão e é global a todas as organizações que actuam neste

sector. Sendo o Grupo SIBS um conceituado grupo internacional de tecnologia em soluções de pagamentos e serviços, a segurança é um factor chave, e naturalmente consideramos relevante disponibilizar ao mercado esta especialização em serviços de Segurança e Antifraude. Fornecemos serviços 24x7 (24 horas por dia, 7 dias por semana) de SOC, Managed Detection and Response e CTI (Cyber Threat

Intelligence) com o objectivo de monitorizar, detectar e responder a incidentes de cibersegurança.

Como tem sido a adesão por parte das grandes organizações, mas também das PME aos vossos serviços?

As empresas, mesmo as de menor dimensão estão cada vez mais sensibilizadas para este tema. A adesão aos serviços de cibersegurança tem vindo a crescer



SOLUÇÕES

NOS PRÓXIMOS ANOS, O SIBS CYBERWATCH CONTINUARÁ A ACOMPANHAR A INOVAÇÃO EM CIBERSEGURANÇA, COM ESPECIAL ATENÇÃO AO CONTRIBUTO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, À CRIPTOGRAFIA QUÂNTICA, BIOMETRIA QUALIFICADA E REGULAÇÃO



de forma bastante significativa tanto por parte das grandes organizações como das pequenas e médias empresas (PME). Este crescimento deve-se a vários factores: Aumento da complexidade das ameaças cibernéticas, Maior sensibilização para o impacto reputacional, financeiro e operacional de ciberataques, pressão regulatória entre outros. Por tudo isto, temos observado uma adopção crescente, especialmente à medida que percebem que investir em cibersegurança não é apenas uma questão de compliance, mas uma necessidade para a sobrevivência e continuidade do seu negócio.

Quais são os principais desafios de cibersegurança que têm enfrentado, sabendo que o cibercrime é uma ameaça cada vez mais frequente e com impactos críticos?

O cibercrime está em constante evolução, mais complexo e sofisticado, trazendo novos tipos de ataques a uma velocidade alarmante. Ameaças como ransomware, phishing e smishing, Engenharia Social, burlas Online e comprometimento de contas são cada vez mais comuns. Sendo a SIBS um grupo tecnológico de soluções para o sector financeiro, estamos particularmente focados na protecção de ecossistemas críticos onde a identidade digital tem um papel determinante. O risco de ataques que possam interromper a prestação de serviços essenciais ou comprometer a integridade de ecossistemas críticos para a sociedade são uma preocupação central. O aumento das transações e compras

» João Simões Cunha, Executive Director da SIBS Multicert

online tornaram a fraude digital e o roubo de identidade ameaças críticas, com grande impacto para as organizações e para as pessoas. Estes tipos de fraudes evoluem constantemente e exigem soluções anti-fraude que combinem análise comportamental, inteligência artificial e monitorização em tempo real para identificar padrões anómalos de comportamento. O cenário actual de cibersegurança é extremamente dinâmico e requer um esforço contínuo de adaptação, inovação e colaboração. No SIBS Cyberwatch, estamos focados em antecipar e mitigar estes desafios através do nosso know-how e soluções avançadas, protegendo as organizações e as infraestruturas críticas dos impactos devastadores que um ciberataque pode causar.

Que tipos de tecnologias e soluções específicas utilizam para mitigar ameaças cibernéticas?

No SIBS Cyberwatch utilizamos um conjunto avançado de tecnologias e soluções especializadas, desenhados para fornecer uma defesa em várias camadas, adaptável aos diferentes tipos de ataques. O nosso Centro de Operações de Cibersegurança (SOC) a operar em modo contínuo, 365 dias por ano, onde disponibilizamos o serviço de Managed Detection and Response (MDR) onde monitorizamos, detectamos e damos resposta a incidentes de cibersegurança 24x7, garantindo que utilizadores, infraestruturas e aplicações críticas dos nossos



NO SIBS CYBERWATCH UTILIZAMOS UM CONJUNTO AVANÇADO DE TECNOLOGIAS E SOLUÇÕES ESPECIALIZADAS, DESENHADAS PARA FORNECER UMA DEFESA EM VÁRIAS CAMADAS, ADAPTÁVEL AOS DIFERENTES TIPOS DE ATAQUES

clientes estejam mais seguras. Esse serviço combina tecnologia de ponta, procedimentos e equipas de especialistas em cibersegurança que trabalham em tempo real para identificar atividades suspeitas ou anómalas em sistemas, redes e aplicações de forma a aumentar a previsibilidade e minimizar o tempo de resposta.

Quais os principais factores diferenciadores das vossas soluções?

Com a capilaridade e forte know-how do Grupo SIBS, temos grande flexibilidade e capacidade de adaptar os serviços às necessidades específicas de cada entidade, quer sejam grandes organizações com infraestruturas complexas ou PME com menos recursos, ambas a necessitar de protecção contínua. É neste âmbito que desenvolvemos as soluções de CTI (Cyber Threat Intelligence) para a detecção contra riscos digitais



das organizações e dos seus colaboradores, com a monitorização de redes sociais, marcas e deteção de menções a activos da organização, onde executamos a reposta através de Site Takedowns e outras acções necessárias. Só em 2024 foram já detectados e efectuados largas centenas de site takedowns a empresas com exposição digital. Ao actuarmos em clear, deep e dark web, conseguimos antecipar e actuar rapidamente mitigando os eventuais impactos.

O que o SIBS Cyberwatch recomenda como medidas essenciais para as empresas em Portugal evitarem ataques cibernéticos?

As empresas devem ter um plano de cibersegurança claro e abrangente, que cubra todos os aspectos da sua operação digital, desde a protecção dos dados à segurança da infraestrutura de TI. No SIBS Cyberwatch, incentivamos as empresas a adoptarem uma abordagem proativa de cibersegurança,



AMEAÇAS
COMO RAN-
SOMWARE,
PHISHING E
SMISHING,
ENGENHARIA
SOCIAL,
BURLAS ONLINE
E COMPROMETI-
TAMENTO
DE CONTAS
CONTINUAM
A SER COMUNS,
MAS A SUA
SOFISTICAÇÃO
AUMENTA

integrando soluções tecnológicas avançadas com boas práticas de segurança e formação contínua para os colaboradores. Os Sistemas de autenticação multifatorial (MFA) aumentam a segurança em sistemas de autenticação e reduzem o risco de acesso não autorizado e por isso incentivamos adicionalmente a adopção de tecnologias de biometria, em particular o Multicert ID, de forma a garantir que é o utilizador genuíno. Investir em formação contínua para educar e testar os funcionários sobre boas práticas de cibersegurança é essencial de forma a conseguirem lidar com as campanhas de phishing e outros tipos de ataques de engenharia social. Sugerimos também o cumprimento das regulamentações de segurança, como o Regulamento Geral sobre a Protecção de Dados (RGPD) e a Diretiva NIS2. Por fim, as empresas devem fazer auditorias regulares para medir a sua vulnerabilidade tecnológica e garantir a conformidade com essas normas.

Como podemos potenciar a protecção de Dados Pessoais, face a um mundo cibernético onde os nossos dados podem estar à disposição de qualquer pessoa?

É um desafio crucial, mas existem várias estratégias e boas práticas que podem ajudar a minimizar os riscos e garantir que os dados pessoais são mantidos seguros. Potenciar essa protecção exige uma abordagem multifacetada, combinando medidas tecnológicas, regulatórias e de sensibilização dos utilizadores. Ao implementar medidas com criptografia através de certificados, autenticação multifator, nomeadamente através da Biometria (Multicert ID), monitorização contínua, formação de colaboradores entre outras, as empresas podem mitigar os riscos associados à exposição de dados pessoais e garantir a segurança e privacidade das informações dos seus utilizadores.

Que novos projectos ou inovações podemos esperar da SIBS Cyberwatch nos próximos anos no que toca à cibersegurança?

O SIBS Cyberwatch irá sempre continuar a acompanhar a inovação em cibersegurança. Para antecipar e responder a novos tipos de ameaças necessitamos de continuar a investir em soluções avançadas que integram inteligência artificial, machine learning, criptografia quântica e uma abordagem de Privacy by Design. No fundo, queremos continuar a “Contribuir para tornar o mundo mais seguro”. ●





LEARN MORE



PROTECT DETECT RESPOND

Protecting financial
institutions and other
critical infrastructures
against current
and evolving
cyber threats

Powered by

SIBS Multicert

SIGA AS PRINCIPAIS TENDÊNCIAS INTERNACIONAIS DE GESTÃO



ASSINE JÁ!

41€

1 ANO ASSINATURA
(12 edições)

72€

2 ANOS ASSINATURA
(24 edições)

Para mais informações: assinaturas@multipublicacoes.pt ou ligue para o **210 123 400**.

Assine já em: <https://assinaturas.multipublicacoes.pt/> e beneficie de descontos até 20% sobre o preço de capa.

Valores de assinatura válidos para Continente e Ilhas.

FRANCHISING



APOIOS:

mīDAS

**Wall
Street
English®**



ENQUADRAMENTO

FRANCHISING CRESCCE EM PORTUGAL

PORTUGAL TEM-SE TORNADO NUM DESTINO ATRACTIVO PARA ESTRANGEIROS QUE ESCOLHEM O PAÍS PARA RESIDIR E, AO MESMO TEMPO, INVESTIR EM FRANCHISING

Nos últimos anos, de acordo com a Associação Portuguesa de Franchising (APF), o sector em Portugal tem registado um crescimento significativo, consolidando-se como um dos motores essenciais da economia nacional. Este modelo de negócios, que facilita a reprodução de marcas e conceitos de sucesso, ganhou destaque não apenas pela sua expansão interna, mas também pela atracção de estrangeiros que optam por empreender no país, seja trazendo uma marca de fora, criando a sua própria, ou investindo em marcas já estabelecidas no mercado português.

O contributo do franchising para a economia portuguesa: De acordo com os dados mais recentes, o franchising representa 8,3% do Produto Interno Bruto (PIB) em Portugal, um número impressionante que reflete o impacto económico deste setor no país. Em termos de emprego, o franchising é responsável pela criação de aproximadamente 186 mil postos de trabalho, posicionando-se como um elemento-chave

na absorção de mão de obra e na dinamização do mercado laboral.

O franchising é também um sector que tem demonstrado

resiliência e capacidade de adaptação, registando um crescimento recorde de quase 30% em 2023, segundo a Associação Portue-





DADOS

O VOLUME DE NEGÓCIOS DO “FRANCHISING” EM PORTUGAL ATINGIU 22 MIL MILHÕES DE EUROS NO ANO PASSADO, DEPOIS DE UM CRESCIMENTO “RECORDE” DE 29,41%



sa de Franchising (APF). Este aumento foi impulsionado, em grande parte, pela capacidade das marcas de responderem às

mudanças no comportamento do consumidor e de integrarem novas tecnologias e inovações nos seus modelos de negócio.

Em 2022, o sector gerava cerca de 17 mil milhões de euros, mas em 2023 esse valor subiu para 22 mil milhões de euros. Este salto reflecte a confiança crescente dos empreendedores no modelo de franchising como uma solução viável e de baixo risco para quem deseja entrar no mundo dos negócios.

Atracção de investimento estrangeiro no franchising português: Portugal tem-se tornado num destino atractivo para estrangeiros que escolhem o país para residir e, ao mesmo tempo, investir em franchising. Estes empreendedores veem o franchising como uma forma segura de iniciar ou expandir os seus negócios, aproveitando o ambiente estável e as oportunidades de crescimento que Portugal oferece.

Estes estrangeiros podem optar por diferentes abordagens: criar a sua própria marca, trazer uma marca do seu país de origem, ou investir numa marca já implementada no mercado nacional.

“O crescimento do franchising tem um impacto significativo na economia nacional. Além disso, o aumento da faturação e a criação de empregos reforçam o consumo interno, gerando dinamismo em setores como serviços e retalho, que impulsionam o crescimento do PIB e fortalecem a posição de Portugal no cenário económico global, especialmente em áreas como o turismo e comércio”, disse a secretária-geral da APF, Cristina Matos, citada na mesma nota enviada às redações. ●



MIDAS

«SOMOS O PAÍS COM MELHOR SATISFAÇÃO DOS CLIENTES NA MIDAS EUROPA»

LÍDER MUNDIAL EM FRANCHISING NA SUA ÁREA, É FÁCIL PERCEBER QUE O SEGREDO DA MIDAS ESTÁ NA CAPACIDADE EM MANTER EXCELENTESS RELACIONES, SEJA COM FRANQUEADOS OU CLIENTES. EM PORTUGAL, O CAMINHO É SÓ UM: CRESCER A REDE



Em 1956, nascia, nos EUA, a primeira oficina Midas, que tinha uma única missão: a reparação e substituição do sistema de escape, sem marcação, em menos de 30 minutos. Em Portugal desde o ano 2000, a marca tem, atualmente, 15 oficinas próprias e nove franqueados em território nacional. Se a transparência e a qualidade de serviço são reconhecidas pelos clientes como factores diferenciadores face à restante oferta do segmento, também a nível de franchising a Midas foi reconhecida como marca internacional do ano pela federação europeia da área. Por cá, a gestão da Salvador Caetano reforçou a vontade de crescimento da rede, para chegar a cada vez a mais condutores, que podem contar com tecnologia e formação das equipas técnicas

ao dispor, incluindo a manutenção de veículos híbridos e eléctricos, conforme conta Pedro Soares, Expansion Manager da Midas.

Como avalia o percurso da marca no País até ao momento, onde se encontra desde 2000? Quais foram os maiores desafios e conquistas em território nacional?

A Midas construiu um histórico relevante no mercado português, sendo distinguida pelos condutores como uma marca de confiança. A transparência e qualidade de serviço são frequentemente apontados pelos nossos clientes como os

principais factores diferenciadores no que toca à restante oferta deste segmento. Relativamente ao maior desafio enfrentado pela marca em Portugal, aponto, sem dúvida, a transição do Master Franchise para a gestão exclusiva do Grupo Salvador Caetano. E esta foi também uma das suas mais relevantes conquistas: a partir de Outubro de 2020, a Midas Portugal ganhou uma nova vida e um novo fôlego, cujas mais valias puderam já ser comprovadas por inúmeros clientes.

A Midas foi premiada pela sua rede de franchising. Este reconhecimento foi



DEIXE COM A MIDAS

“DEIXE-NOS A SUA CHAVE, NÓS TRATAMOS DE TUDO.” COM ESTA ASSINATURA, ASSEGURAMOS AOS NOSSOS CLIENTES QUE PODEM CONFIAR NA MIDAS PARA GARANTIR O BOM FUNCIONAMENTO DAS SUAS VIATURAS, E QUE NÃO NECESSITAM DE SE PREOCUPAR COM MAIS NADA

midas



uma surpresa ou um reflexo do trabalho que têm desenvolvido? Como é que este prémio impacta a estratégia de expansão da Midas em Portugal?

O prémio de Marca Internacional do Ano, atribuído pela Federação Europeia de Franchising, é um reconhecimento claro do dinamismo e energia da nossa gestão internacional. Em Portugal, estamos numa nova fase da Midas, quer na relação com os nossos clientes, quer a nível do crescimento da rede, com um grau de implantação até aqui inexistente. Assim, esta medalha de ouro, não impactando directamente na nossa estratégia de expansão, já bem definida, deixou-

» «O compromisso e implicação mútuos são determinantes na diferenciação desta parceria, sentindo o franqueado que o negócio é realmente de ambos»

-nos muito satisfeitos e ainda mais motivados para a implementar de forma rápida e eficaz.

Comparando a Midas em Portugal com outros países europeus onde estão presentes há mais de 40 anos, como avalia a penetração e a aceitação da marca no mercado português?

O posicionamento da Midas assenta na confiança com que os nossos clientes nos premeiam diariamente, tendo como princípios orientadores a transparência, qualidade e fiabilidade, a preços acessíveis. Em Portugal, tal como nos outros países em que a Midas opera, os clientes reconhecem a diferença da nossa oferta e distinguem o nosso serviço no mercado bastante competitivo do pós-venda oficial. Desta forma, diria que o que distingue Portugal dos restantes países europeus passa, não só pela aceitação da marca, mas essencialmente pelo tamanho da rede. Daí o nosso foco na expansão: queremos estar cada vez mais próximos e tornar os serviços Midas acessíveis a todos os condutores portugueses.

Quais os principais factores que contribuem para a satisfação dos franqueados da Midas em Portugal?

Nestes casos, o melhor é mesmo deixar falar quem usufrui da franquía Midas. “A voz do franqueado”, uma rubrica de comunicação que estamos a desenvolver com os nossos parceiros franqueados, coloca exactamente essas questões a cada um deles. As suas respostas evidenciam um índice de satisfação elevado, pautado pelo nosso apoio técnico, pela formação inicial e contínua,

pelo trabalho de marketing e comunicação, e também pelo coaching operacional e comercial. Não largamos o franqueado! Estamos ao seu lado em todos os momentos; o seu sucesso é o nosso.

O que distingue a Midas das outras empresas do sector automóvel em Portugal? Há algum aspecto específico do serviço ou da abordagem da empresa que considera ser, realmente, diferenciador?

O destaque vai para a transparência na relação com o cliente e para um posicionamento de confiança, suportado na relação qualidade/preço dos nossos serviços. Outro factor distintivo é a tecnologia ao serviço da oficina. O nosso software exclusivo EMidas garante uma gestão autónoma e eficaz de toda a operação, quer a nível técnico, quer no acompanhamento da manutenção das viaturas dos nossos clientes.

Pode falar um pouco sobre as estratégias da Midas para atrair e reter clientes? Existem campanhas ou iniciativas específicas que foram particularmente bem-sucedidas?

A nossa estratégia é oferecer um serviço distinto, de elevada qualidade, que coloca o cliente no centro do processo. A satisfação dos clientes Midas é um excelente indicador da retenção de actuais clientes e impulsor da conquista de novos clientes. Medimos regularmente o índice de satisfação dos clientes em Portugal e, neste momento, somos o País com melhor satisfação na Midas Europa, com um impressionante NPS de 82 pontos.



ESPECIAL
FRANCHISING

MIDAS

Como vê o papel da inovação tecnológica no sector automóvel e como estão a integrar estas inovações nas vossas operações e serviços?

Na perspectiva da electrificação, temos investido na formação das equipas técnicas para os vários níveis de manutenção de veículos híbridos e eléctricos, de forma a estarmos na linha da frente do serviço oferecido aos clientes. Trabalhamos com equipamentos de diagnóstico de última geração e, na operação diária, todos os processos são digitais.

Com o panorama do franchising em Portugal a crescer, que tendências vê para o futuro do sector? E de que forma a Midas se está a preparar?

A tendência continuará a ser de crescimento, quer em número de franqueados, quer em número de marcas em franchising. Uma das inúmeras vantagens do franchising, enquanto modelo de negócio, é garantir maior rapidez na implementação e na concretização do plano de negócio, fruto da força e do know-how da marca. A Midas é líder mundial em franchising na sua área de actividade e, porque pretende manter esta posição, aposta num acompanhamento e ajuste permanente das seus procedimentos e estratégias de negócio a novas realidades económicas e/ou sociais.

Que tipo de suporte a Midas oferece aos potenciais franqueados que estão interessados em abrir uma nova unidade? Existe algum tipo de assistência para ajudar no processo de integração e arranque?

A Midas investe de forma particularmente especial na construção de re-



» Pedro Soares,
Expansion
Manager
da Midas

lações a longo prazo, desde o momento zero. De facto, o nosso apoio é integral, desde esse primeiro contacto. O que oferecemos aos nossos franqueados é um serviço completo para a implementação do seu negócio, sendo de destacar o apoio na identificação e negociação do local, bem como no processo de recrutamento, selecção e formação da equipa.

Qual é a importância da experiência do cliente para a Midas e como é que a empresa trabalha para melhorar continuamente a satisfação dos seus clientes?

“Deixe-nos a sua chave, nós tratamos de tudo”. Com esta assinatura, asseguramos aos nossos clientes que podem confiar na Midas para garantir o bom funcionamento das suas viaturas, que não necessitam de se preocupar com mais nada. A satisfação de cada cliente está no cerne do nosso modelo de negócio, é para ela que trabalhamos. Na Midas, estamos focados em superar as expectativas de cada cliente que recorre às nossas oficinas.

midas

Quais os planos da Midas para a expansão futura em Portugal? Há regiões específicas que a empresa está a considerar para novas aberturas?

Sob a nova gestão do Grupo Salvador Caetano, reforçou-se a aposta no crescimento da rede e na sua implantação, mantendo a essência da origem da marca, com o modelo de franchising. A força deste modelo de negócio assenta no compromisso entre master franchise e franqueado, na mesma medida. Em termos práticos, juntamente com os parceiros certos, vamos levar a Midas ao maior número possível de locais em Portugal, de modo que os nossos serviços possam ajudar cada vez mais condutores nacionais.

Por último, que conselhos daria a alguém que está a considerar investir no franchising da Midas? O que deve procurar e o que deve estar preparado para enfrentar?

O franchising Midas distingue-se pelo suporte que o master franchise dá a todo o negócio ao longo da duração do contrato. O compromisso e implicação mútuos são determinantes na diferenciação desta parceria, sentindo o franqueado que o negócio é realmente de ambos. O franqueado Midas tem de estar capacitado para investir na implementação da sua oficina, sendo que, da nossa parte, orientamos, aconselhamos e monitorizamos todo o processo de construção do negócio. O meu conselho é: fale connosco, conheça a nossa dinâmica de negócio e vamos trabalhar juntos para construir a melhor solução. Não se esqueça, a chave do seu sucesso é Midas! ●

A CHAVE DO SEU SUCESSO É MIDAS.

mīDAS



**Líder mundial em
franchising de oficinas**



Risco controlado



Formação e acompanhamento permanente



Ferramentas de gestão de última geração



Formação técnica e apoio na gestão



Protocolos comerciais e acordos de compras



Marketing e comunicação

Saiba mais aqui





WALL STREET

UMA ESCOLA DIFERENCIADORA

O WALL STREET ENGLISH PROCURA
PARCEIROS COM UM ESPÍRITO
EMPREENDEDOR, EXPERIÊNCIA NA
ÁREA DA FORMAÇÃO E ALGUMA
LIGAÇÃO COM A LÍNGUA

Em 2024, o Wall Street English conquistou, pelo nono ano consecutivo, o Prémio Cinco Estrelas, atribuído pelos consumidores. Em Portugal há quase 30 anos, a marca afirma-se como líder no ensino de inglês pela superioridade do seu produto, pela qualidade do serviço dos docentes e pela dedicação e profissionalismo da sua equipa de gestão.

A estratégia da marca tem assentado, em grande parte, num investimento contínuo no método de ensino único que já formou mais de 300.000 alunos em Portugal e que diferencia esta escola de todas as outras e, também, do sistema de ensino tradicional.

Fazer parte da rede de centros de inglês do Wall Street English, significa poder oferecer cursos em que é possível alternar entre aulas presenciais e online, consoante a vontade dos alunos, com horários flexíveis e com resultados garantidos. É ter acesso a uma plataforma interactiva com aulas multimédia, centenas de exercícios e manuais digitais que permitem ensinar em regime blended, ou seja, articulando a melhor tecnologia com as aulas presenciais, com Professores, também eles formados continuamente de acordo com os padrões de qualidade da marca internacional.



Com 35 escolas de inglês em Portugal e um centro 100% online, que cobre todo o território nacional, actualmente, 21 escolas são franquiadas que puderam contar com a marca para montar um plano de negócios com

rentabilidade garantida pela elevada procura registada em Portugal por aprender a língua, pelo peso da própria marca no mercado português e por todo o suporte operacional, comercial, de marketing e sistemas que é



OFERTA

FAZER PARTE DA REDE DE CENTROS DE INGLÊS DO WALL STREET ENGLISH, SIGNIFICA PODER OFERECER CURSOS EM QUE É POSSÍVEL ALTERNAR ENTRE AULAS PRESENCIAIS E ONLINE, CONSOANTE A VONTADE DOS ALUNOS, COM HORÁRIOS FLEXÍVEIS E COM RESULTADOS GARANTIDOS



implementado em conjunto com a rede nacional.

O Wall Street English procura parceiros com um espírito empreendedor, experiência na área da formação e alguma ligação com a língua para que, numa visão

estratégica conjunta, seja possível levar a novas cidades aquele que considera ser o método mais completo e flexível para aprender inglês em Portugal.

Recentemente, para responder ao confinamento e poder lançar cursos que permitissem que os alunos estudassem em ambiente 100% online, a marca disponibilizou à sua rede mais uma plataforma exclusiva, a digital classroom, onde foi possível replicar as aulas com professores, com todos os materiais didáticos integrados e ainda novas funcionalidades. Implementado em menos de um mês, este investimento foi fundamental para que todos os centros saíssem reforçados da pandemia sendo que, desde o ano passado, que estão praticamente todos a crescer.

E se o ensino 100% online podia parecer uma ameaça para as localizações físicas da marca, na verdade, a possibilidade de

alternar entre aulas presenciais e online só fez com que as escolas conseguissem atrair mais alunos. Os centros franquizados do Algarve, nomeadamente de Faro e Portimão, por exemplo, conseguiram expandir a oferta das aulas para toda a região. Sónia Martins, responsável pela gestão destes centros de inglês, conta-nos que: “inicie o meu percurso profissional no Wall Street English há 13 anos, passando por vários departamentos e especializando-me em vendas e gestão de equipas. Este ano, aceitei o desafio de gerir as escolas do Algarve que, com um ecossistema único e diferenciado, representa



ESPECIAL
FRANCHISING

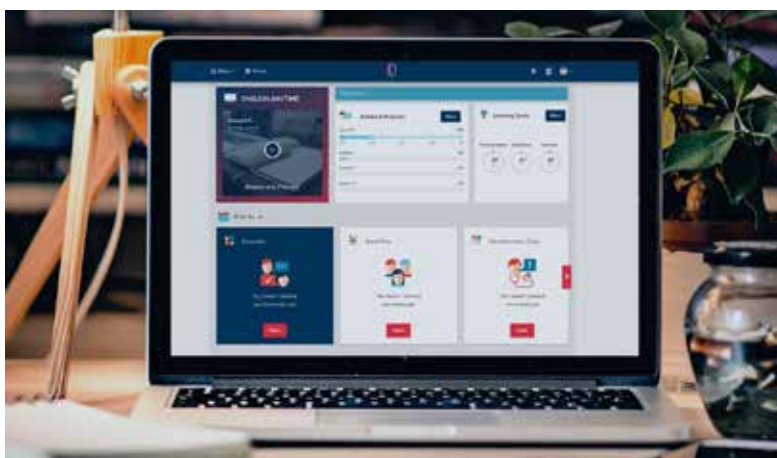
WALL STREET



» Sónia Martins,
responsável
pela gestão
dos centros
do Algarve



» Wall Street - Alverca



imensas oportunidades para a nossa marca: tanto na formação de alunos, como de professores.”

Sónia Martins junta-se ao franquiado que detém, para além destes, os centros de inglês de Torres Vedras, Santarém e Alverca. Décio Simões, tal como Sónia, antes de se tornar franquiado, trabalhou vários anos na equipa de gestão da

marca, em Portugal, mas decidiu investir no negócio cujos moldes bem conhecia: “temos o melhor produto e tecnologia do mercado, com uma marca líder e multinacional, preparada para se adaptar às necessidades dos clientes e de inovar no sentido de otimizar a experiência de aprendizagem da língua e o aproveitamento dos

alunos, com uma oportunidade de rentabilidade muito interessante para os franquiados. Em Outubro, vamos inaugurar um novo centro de inglês, desta vez, na Malveira.”

Também este ano, a norte, houve alterações na rede, tendo Nuno Vieira, já à frente das escolas da Maia e Gondomar, absorvido a gestão dos centros de inglês de Guimarães e Vila Nova de Famalicão. Por sua vez, o centro de inglês de Braga mudou de localização e ganhou instalações renovadas, ficando este centro de inglês a cargo da gestão da marca.

Num ano em que foi possível sentir uma desaceleração no consumo, os portugueses continuaram a investir na formação em inglês e o Wall Street English continua a ampliar a sua rede de escolas, a aumentar o número de alunos e prevê terminar 2024 com uma faturação superior a 12M€. ●

Aprende inglês

ONDE ^E QUANDO QUISERES



INSCRIÇÕES ABERTAS TODO O ANO
EXPERIMENTA GRÁTIS

WSENGLISH.PT • 808 20 40 20



OBRIGADA PELA ESCOLHA!



REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL



APOIOS:

CBRE



FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808

iServices
Reparação Multimarca

KIA
Movement that inspires

LOGICALIS

L'ORÉAL
FOR THE FUTURE

sociedade
pontoverde

prio

Unilever



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

ENQUADRAMENTO

REDUZIR A PEGADA DEVE SER UM COMPROMISSO

A PREOCUPAÇÃO COM O MEIO AMBIENTE TORNOU-SE UMA PRIORIDADE GLOBAL, E AS EMPRESAS ASSUMEM UM PAPEL PREPONDERANTE NA PRESERVAÇÃO DO NOSSO PLANETA

A

s ameaças às condições climáticas e à biodiversidade são enormes, havendo uma necessidade cada vez maior de reduzir a nossa pegada ambiental.

Mas, o que é afinal a pegada ambiental? De acordo com a WWF, é uma metodologia

de contabilidade ambiental que avalia a pressão do consumo das populações humanas sobre os recursos naturais. Esta permite comparar diferentes padrões de consumo e verificar se estão dentro da capacidade ecológica do planeta.

Neste contexto, as empresas devem assumir-se como actores principais na adoção de práticas mais sustentáveis e na promoção de um futuro mais verde. E, na realidade, vemos hoje que as organizações estão cada vez mais cientes do seu impacto ambiental e do papel fundamental que desempenham na formação de um futuro sustentável.

São cada vez mais as empresas que estão a adoptar medidas proactivas para minimizar o impacto das suas operações no meio ambiente, como por exemplo com a implementação de práticas de produção mais limpas, a optimização do uso de recursos, a transição para fontes de energia renovável e a incorporação de design sustentável nos seus produtos.

Para além disso, urge uma necessidade premente de colaboração entre empresas, governos e a sociedade civil, por forma a impulsionar inovações sustentáveis, partilhar melhores práticas e criar soluções integradas para os desafios ambientais.

E neste cenário surgem desafios constantes e novas formas de encarar as questões ambientais, muitas

delas trazidas pela pandemia de Covid-19.

LIDERAR

Neste processo de transição e de redução da pegada ecológica por parte das empre-

sas há também figuras centrais. São elas as lideranças. Os líderes desempenham um papel fundamental neste processo, porque não estabelecem apenas a visão e os valores da organização, mas também influenciam a cultura corporativa e orientam a tomada de decisões.

Os líderes devem enviar uma mensagem clara de compromisso com a responsabilidade ambiental, por forma a que essa seja compreendida e inspire a organização. O líder deve também ser visionário e reconhecer as oportunidades de negócios sustentáveis.

Apesar da importância das lideranças neste processo, recordemo-nos que a redução da pegada ambiental é um desafio conjunto e que exige uma ação coletiva.

As empresas desempenham um papel vital nesse esforço, assumindo a responsabilidade dos seus impactos ambientais e adotando práticas que promovam a sustentabilidade. Ao adoptarem medidas e posturas pró-ambientais, as empresas contribuem não apenas para a preservação do planeta, mas moldam também um futuro empresarial mais ético e resiliente. ●





Pack 4Sustain

EMBALAGENS CIRCULARES
POR **NATUREZA**.



O que é?

Uma **ferramenta online** que permite **avaliar embalagens** (plástico, papel/cartão, vidro, metal e madeira) através do nível de **circularidade e informar o potencial impacte** na saúde pública e no ambiente, em especial **no ecossistema marinho**.

Qual o objetivo?

Auxiliar a conceção e desenvolvimento de embalagens mais sustentáveis e circulares através do **Ecodesign**.



CIRCULARIDADE

avalia as características da embalagem que vão determinar o correto encaminhamento nas fases de deposição, recolha, triagem e reciclagem.



ÍNDICE DE RISCO MARINHO

pretende medir o potencial de determinada embalagem estar dentro do âmbito da Diretiva Single Use Plastics.



SAFE & SUSTAINABLE BY DESIGN

pretende diagnosticar as embalagens de acordo com os potenciais impactes ambientais e na saúde pública.



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

CBRE

CBRE

VALORIZAÇÃO DE ACTIVOS IMOBILIÁRIOS



> Liliana Soares, Head of ESG & Sustainability da CBRE

A APOSTA EM ESG É UM TEMA INCONTORNÁVEL E QUE PROCURAM DISSEMINAR JUNTO DOS CLIENTES, EM PROJECTOS DE CONSTRUÇÃO E EM ACTIVOS SOB GESTÃO

Liliana Soares, Head of ESG & Sustainability da CBRE, fala sobre a sustentabilidade no imobiliário.

O que significa sustentabilidade no âmbito imobiliário?

A sustentabilidade no âmbito imobiliário, particularmente à luz do trabalho da CBRE e do seu posicionamento ESG, refere-se a práticas que visam garantir a valorização de activos imobiliários nas suas vertentes ambientais, sociais e económica, melhorando a performance destes edifícios, a satisfação e bem-estar dos seus ocupantes e garantindo uma melhor vivência das cidades e do território. Mais do que um aspecto que valoriza os activos, a aposta em ESG é actualmente uma ferramenta que permite identificar e minimizar riscos quer sejam estes riscos climáticos, desconformidade regulamentar, de transição ou outros, seja na perspectiva de um investidor imobiliário ou de um ocupante.

De que forma está a CBRE a apoiar os proprietários no processo de descarbonização?

Neste caminho para a descarbonização o nosso maior contributo para os proprietários e investidores com os quais trabalhamos relaciona-se com:

Análise e auditoria energética, identificando de forma detalhada o perfil de consumo de energia e oportunidades para melhorias na eficiência energética dos edifícios.

Apoio na implementação de soluções de descarbonização, como sejam os sistemas de gestão, monitorização e automatização de edifícios ou na selecção das melhores soluções de energias renováveis, entre outros.

Monitorização e reporte de desempenho, não só avaliando o progresso mas também fornecendo as ferramentas para que os nossos clientes possam comunicar de forma transparente os seus compromissos e resultados em matérias de descarbonização.

As certificações são um selo de garantia de sustentabilidade?

As certificações de edifícios sustentáveis, como LEED, BREEAM e WELL, continuam a ser um selo de garantia importante para a sustentabilidade. De acordo com o estudo da CBRE de 2023 “Is Sustainability Certification in Real Estate Worth it?”, os edifícios de escritórios certificados são claramente uma tendência

crescente no mercado europeu, têm prémios de renda cerca de 7% superior a edifícios não certificados e apresentam maiores taxas de ocupação.

Quais as 3 palavras que escolheria e porquê, para definir a cidade do futuro?

Resiliente - adaptada aos riscos das alterações climáticas e preparada para responder a eventos extremos como cheias ou ondas de calor.

Conectada - não só relacionada com a acessibilidade e mobilidade de baixo impacto mas também no que respeita à promoção da interação social no espaço público e à capacidade que a cidade pode ter em proporcionar um verdadeiro sentido de comunidade de todos e para todos.

Naturalizada - a regeneração de espaços naturais, a criação de hortas urbanas, a promoção do contacto com a natureza e a despavimentação são só alguns exemplos da aproximação da cidade ao espaço natural. É sobejamente conhecida a influência que isso pode ter na saúde, no bem-estar e na satisfação dos seus moradores e no aumento da resiliência das cidades. ●

ESG & Sustainability

Na CBRE estamos preocupados com o futuro das cidades e das pessoas que as habitam. Queremos caminhar na direção de um futuro melhor para as próximas gerações, deixando-lhes um legado de cuidado com o planeta e os ecossistemas.



Através de uma equipa amplamente experiente, a CBRE fornece atualmente serviços de consultoria, implementação de projetos e certificação energética, apoiando as empresas na adoção de práticas mais sustentáveis para que alcancem os seus objetivos de ESG.



www.cbre.pt

CBRE



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

EDP

ACELERAR TRANSIÇÃO PARA UM FUTURO MAIS VERDE

COMO ACTOR-CHAVE NO SECTOR ENERGÉTICO, A EDP ASSUME A SUA RESPONSABILIDADE DE CONTRIBUIR ACTIVAMENTE PARA A DESCARBONIZAÇÃO DO SECTOR ATÉ 2040, DE ACORDO COM OS CENÁRIOS NET-ZERO DA AIE NECESSÁRIOS PARA CONTER O AUMENTO GLOBAL DE TEMPERATURA ATÉ 1,5°C

A

transição energética é hoje um processo urgente e imparável com impacto na vida das empresas, das comunidades, de todos os cidadãos. E, como tem sido reconhecido por várias entidades, como a Comissão Europeia ou a Agência Internacional de Energia, acelerar este processo é decisivo, não só para combater os efeitos das alterações climáticas, mas também para garantir a estabilidade e a segurança do mercado energético. A estratégia tem de passar pela descarbonização e pela aposta nas energias renováveis, um caminho que a EDP antecipou há muito, em 2006, através da antecipação das grandes tendências do mercado energético e do apoio à visão de uma sociedade capaz de reduzir as emissões de CO₂, substituindo a geração térmica pela renovável, descentralizando a geração de energia, promovendo redes inteligentes e o armazenamento de energia e incentivando a procura por electricidade de fontes renováveis.

transição energética é hoje um processo urgente e imparável com impacto na vida das empresas, das comunidades, de todos os cidadãos. E, como tem sido reconhecido por várias entidades, como a Comissão Europeia ou a Agência Internacional de Energia, acelerar este processo é decisivo, não só para

Reconhecendo a emergência climática, a EDP foi uma das pioneiras a assumir o desafio das Nações Unidas durante a Cimeira do Clima, em Nova Iorque em 2019. Comprometendo-se a reduzir as emissões e a alinhar a estratégia de negócio com o objectivo de limitar o aumento da temperatura global até 1,5°C. Usando 2020 como ano base, a EDP pretende reduzir as emissões da geração térmica de mais de 50% para zero até 2030,

incluindo o desmantelamento das centrais a carvão até 2025, um objectivo que está cada vez mais perto de ser alcançado. No início deste ano, a EDP divulgou o seu primeiro Relatório de Progresso do Plano de Transição Climática, após a aprovação da meta de neutralidade carbónica pela Science Based Targets initiative (SBTi). O relatório registou uma redução significativa de 34% nas emissões totais em comparação com 2022, incluindo emis-





INVESTIMENTO

A PRODUÇÃO LIMPA É A MAIOR CONTRIBUIÇÃO
DA EDP PARA A TRANSIÇÃO CLIMÁTICA,
REPRESENTANDO 85% DO INVESTIMENTO
TOTAL DO GRUPO NO PERÍODO DE 2023-2026



sões directas (scope 1) e indirectas (scopes 2 e 3). As emissões do scope 1, principalmente de energia térmica, caíram 55%, enquanto as emissões do scope 2 caíram 39% e as do scope 3 caíram 13%.

Para apoiar os esforços de descarbonização, e conforme definido no Plano de Transição Climática, em 2023, a empresa baseia-se no compromisso de atingir a meta net zero até 2040 e nos resultados do grupo de trabalho interno Net Zero Ace-

A DIGITALIZAÇÃO E A INOVAÇÃO ESTÃO NO CENTRO DA ESTRATÉGIA DA EDP PARA LIDERAR A TRANSIÇÃO ENERGÉTICA EM TODAS AS ÁREAS DE NEGÓCIO

leration Taskforce (NZATF). Para destacar o papel e impacto da estratégia da EDP para o clima, foi criado um Programa de Aceleração Net Zero (NZAP), enquadrando o Plano de Transição Climática e que agrega um conjunto de iniciativas essenciais para reduzir directamente as emissões da empresa, permitindo o acompanhamento do desempenho da descarbonização, potenciando o envolvimento da administração de topo ao longo do tempo e priorizando um conjunto de iniciativas facilitadoras que apoiarão a transição de forma colaborativa e transparente.

Várias iniciativas foram priorizadas no NZAP e integradas ao ESG Masterplan como parte de esforços mais abrangentes de sustentabilidade – esforços de descarbonização apoiados numa transparente quantificação de emissões; aspectos sociais incorporados na transição; impactos positivos na natureza; descarbonização da cadeia de fornecimento com fornecedores compro-

metidos com os tópicos ESG; governação climática e transparência; mentalidade Net-Zero no conhecimento e comportamentos.

Actualmente, 79% da capacidade instalada da EDP é de origem renovável. Até 2030, a EDP comprometeu-se a aumentar esta quota para 100%. A produção limpa é a maior contribuição da EDP para a transição climática, representando 85% do investimento total do grupo no período de 2023-2026. Este investimento inclui as tecnologias eólica, solar, de hidrogénio verde e de armazenamento de energia. Nesse sentido, foi criada uma unidade empresarial dedicada à promoção de projectos de hidrogénio verde, quer em escala, associados à produção centralizada, quer em unidades mais pequenas para autoconsumo. O desenvolvimento de diferentes pilotos tem permitido à EDP reforçar o conhecimento interno e definir linhas de investimento para o futuro.

O relatório da AIE Net-Zero by 2050 estima ainda um decréscimo de mais de 70% na utilização de gás natural impulsionado pela descarbonização, com a maior parte da redução a ter lugar após 2030, especialmente na indústria. Neste enquadramento, a EDP considera o negócio retalhista do gás como uma oportunidade para contribuir ainda mais para a transição energética. Para além das suas próprias metas Net-Zero, a EDP vai mais longe no caminho da transição energética, contribuindo activamente para a aceleração da mobilidade eléctrica. Neste contexto, a EDP estabeleceu os objectivos de



alcançar a instalação de mais de 40 000 pontos de carregamento de veículos eléctricos até 2025 e 100 000 até 2030, bem como alcançar 180 000 clientes com soluções de mobilidade eléctrica até 2025, nas geografias com actividade comercial (Portugal, Espanha e Brasil).

INOVAÇÃO

A digitalização e a inovação estão no centro da estratégia da EDP para liderar a transição energética em todas as áreas de negócio. A EDP está empenhada em tornar-se um líder no digital e na análise de dados, através de uma cultura digital universal em todo o grupo. Ao ser um adoptante rápido na inovação e ao concentrar-se em domínios-chave alinhados com a

sua estratégia empresarial e tendências de mercado, a EDP será capaz de expandir a incubação interna e de alavancar os ecossistemas mais abrangentes para se manter na linha da frente.

A utilização de mercados voluntários de carbono, garantindo a compensação com qualidade, é urgente e a EDP espera a publicação

PARA APOIAR OS ESFORÇOS DE DESCARBONIZAÇÃO, A EDP BASEIA-SE NO COMPROMISSO DE ATINGIR A META NET ZERO ATÉ 2040

de referências consensuais que enquadrem esta actividade, restaurando a confiança que está actualmente deteriorada, mas que é necessária para o correcto cumprimento dos objectivos que a EDP estabeleceu. A compensação de carbono será sujeita a um regulamento interno, que considerará necessariamente referências como The Oxford Principles for Net Zero Aligned Carbon Offsetting, SBTi Net-Zero Guidelines ou The Voluntary Carbon Market Integrity initiative.

Deste modo, a A EDP vai mais longe no caminho da transição energética, contribuindo activamente para o percurso de descarbonização de várias partes interessadas, promovendo incentivos em várias áreas onde pode influenciar positivamente a descarbonização ou na melhoria da qualidade de vida. Além disso, a EDP esforça-se por alargar a sua contribuição positiva através da mitigação dos impactos que a transição climática deverá ter nas cadeias de fornecimento, emprego e comunidades.

A EDP tem ainda um histórico longo de participação nas principais organizações internacionais como a UN Global Compact, WBCSD e Eurelectric, das quais são membros. O papel da empresa não se limita à presença em eventos, mas também na participação activa em diferentes grupos de trabalho nas mais variadas áreas do sector energético, desde o Clima às Finanças Sustentáveis. São igualmente chamados para trabalhar em position papers e a subscrever cartas abertas aos decisores políticos para chegarem aos stakeholders que podem





PRÉMIO

A EDP FOI RECONHECIDA PELOS ENVIRONMENTAL FINANCE'S SUSTAINABLE COMPANY AWARDS DESTE ANO, NA CATEGORIA "NET ZERO PROGRESSION OF THE YEAR" ("PROGRESSÃO NET ZERO"), DESTACANDO A LIDERANÇA GLOBAL DA EMPRESA NA TRANSIÇÃO ENERGÉTICA



alterar concretamente os obstáculos para a transição energética.

DISTINÇÃO

A EDP foi reconhecida pelos Environmental Finance's Sustainable Company Awards deste ano, na categoria "Net Zero Progression of the Year" ('Progressão Net Zero'), destacando a liderança global da empresa na transição energética. Este reconhecimento destaca o inovador Plano de Transição Climática da EDP e a sua evolução positiva ao longo do último ano, em linha com a meta estratégica global de net zero até 2040. Um painel independente de investidores e especialistas do sector valorizou o plano detalhado da EDP, que reflecte como grandes empresas de energia podem alinhar as suas estratégias de negócio com objectivos climáticos globais.

«Na EDP, vemos a transição energética como uma responsabilidade e uma oportunidade para liderar o caminho rumo a um futuro de emissões zero», afirma Rui Teixeira, CFO e responsável pela Sustentabilidade do grupo EDP. «Em 2024, reafirmámos este compromisso com a sustentabilidade e a descarbonização com um plano de investimento de 17 mil milhões de euros para 2024-2026, para reforçar as energias renováveis e fortalecer as nossas redes eléctricas. Mantemo-nos firmes na nossa missão de apoiar os esforços globais de descarbonização e acreditamos que, ao fazê-lo, podemos criar um mundo onde a energia renovável impulse o progresso e a prosperidade para as gerações futuras.»



Em 2023, a EDP foi reconhecida nos Environmental Finance Corporate Sustainability Awards pelo seu compromisso com práticas sustentáveis, vencendo o prémio "Circular Economy Transition of the Year" a nível global. Este reconhecimento destacou os esforços da EDP em integrar os princípios da economia circular, particularmente em resposta a directrizes internacionais, como o Acordo Verde Europeu e a Taxonomia de Finanças Sustentáveis.

» Rui Teixeira,
CFO e
responsável pela
Sustentabilidade
do grupo EDP

«NA EDP, VEMOS A TRANSIÇÃO ENERGÉTICA COMO UMA RESPONSABILIDADE E UMA OPORTUNIDADE PARA LIDERAR O CAMINHO RUMO A UM FUTURO DE EMISSÕES ZERO», AFIRMA RUI TEIXEIRA

A empresa também tem impulsionado iniciativas inovadoras de reciclagem e eficiência de recursos, reforçando ainda mais a sua liderança em sustentabilidade. No ano anterior, a EDP ganhou o prémio "Community Involvement Program of the Year" pelo seu programa de Transição Justa em Sines (Futuro Activo Sines), que apoiou os trabalhadores e a comunidade local durante o encerramento da central a carvão. A central de Sines, com 1,3 GW, foi encerrada em 2021 após 36 anos de operação, havendo planos de reconverter o local numa unidade de produção de hidrogénio verde com 100 MW de capacidade de electrólise. Com este novo reconhecimento que destaca o Plano de Transição Climática, a EDP reforça a sua posição como líder global na transição energética, abrindo caminho para a transformação do sector rumo a um futuro mais verde e sustentável. ●



DISTINÇÃO

SERMOS DISTINGUIDOS POR UMA ENTIDADE COMO A MORNINGSTAR SUSTAINALYTICS, ENQUANTO A SEGUNDA SEGURADORA MAIS SUSTENTÁVEL NA EUROPA E A QUARTA A NÍVEL MUNDIAL, É UM RECONHECIMENTO DE GRANDE RELEVÂNCIA PARA A FIDELIDADE

FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808



emissões em toda a cadeia de valor, incluindo seguros e investimentos, com a meta de neutralidade de carbono até 2050, bem como metas interinas. Em resumo, é uma distinção que fortalece a confiança de todos os stakeholders — clientes, colaboradores, parceiros e investidores — na capacidade da Fidelidade em promover práticas que geram impacto positivo na sociedade e no meio ambiente», acrescenta a mesma fonte.

Actualmente, os principais desafios que a Fidelidade enfrenta na implementação de iniciativas ambientais estão relacionados com a própria adaptação e a transformação do sector de seguros, que historicamente tem um impacto ambiental que é indirecto. As operações directas da Fidelidade têm uma pegada de carbono relativamente baixa e o maior desafio está em reduzir as emissões em toda a cadeia de valor. Isto inclui, nomeadamente, os activos sob gestão e os seguros emitidos. Nesse sentido, a Fidelidade comprometeu-se a atingir neutralidade de carbono nas operações até 2040 e em seguros e investimentos até 2050, o que exige um enorme esforço de adaptação tecnológica e revisão de práticas de negócio.

«Outro grande desafio está ligado com os investimentos que fazemos e na gestão de activos sustentáveis. Temos de garantir investimentos sustentáveis e isso inclui uma reavaliação contínua dos portefólios de investimento, para assegurar que estão alinhados com critérios ESG (ambiental, social e de governança). A implementação

METAS

A Fidelidade estabeleceu metas muito claras na sua estratégia de sustentabilidade e em 2025 quer continuar o caminho que está a fazer para as atingir. Em primeiro lugar, continuar a trabalhar para reduzir em 50% as emissões de carbono nas operações directas, em relação a 2019. Além disso, em integrar de forma ainda mais robusta os critérios ESG nas políticas de subscrição e investimento, com uma meta de redução de 40% das emissões dos activos sob gestão até 2030.

Outro ponto importante é a descarbonização da carteira de seguros, com a ambição de reduzir em 30% as emissões associadas aos prémios de seguros até 2030. A longo prazo, estão comprometidos em atingir a neutralidade carbónica nas operações até 2040 e nos investimentos e subscrições até 2050. Estas metas são parte do compromisso com uma economia mais sustentável e resiliente, tanto internamente quanto no envolvimento com os nossos stakeholders”.

» Os principais desafios que a Fidelidade enfrenta na implementação de iniciativas ambientais estão relacionados com a própria adaptação e a transformação do sector de seguros

de critérios rigorosos implica revisões periódicas nas políticas de subscrição e investimento e na alteração da forma de atuação no dia a dia da nossa actividade, especialmente num contexto em que ainda existe uma reduzida quantidade e qualidade de informação não-financeira.

Depois temos de saber envolver todos os nossos stakeholders. Promover a sustentabilidade junto dos nossos clientes e parceiros também é um desafio que exige uma comunicação eficaz e o desenvolvimento de produtos inovadores



que incentivem comportamentos ambientalmente responsáveis.

Paralelamente, a implementação de novas tecnologias e soluções inovadoras que minimizem o impacto ambiental é outro processo complexo. Existe uma constante evolução das regulamentações ambientais, que exigem ajustes em práticas operacionais e de gestão. A adaptação a estas mudanças regulatórias é imperativa, sendo que estas variam nas diferentes geografias onde o Grupo Fidelidade está presente», sublinha fonte oficial da empresa.

INVESTIMENTO E INICIATIVAS

Todo este trabalho em prol da descarbonização está a ser feito em várias dimensões que afectam o dia-a-dia da empresa. Uma das principais está na inovação dos produtos de seguros que têm, para

>> Nos últimos anos, a Fidelidade tem estado cada vez mais activa na implementação de iniciativas direccionadas para a descarbonização

que incluam coberturas específicas para eventos climáticos extremos. «Queremos que os nossos clientes tenham uma protecção adequada e contribuir para a nossa resiliência financeira em situações de desastre.

Também procurámos olhar para a gestão de sinistros. Investimos em linhas de atendimento directas, bem como equipas dedicadas para actuarem rapidamente durante eventos climáticos extremos, que são cada vez mais frequentes e severos. A utilização de inteligência artificial na avaliação de danos também nos ajuda a garantir que os clientes têm um suporte eficaz em momentos críticos.

Depois, traçámos metas ambiciosas para ser Net Zero. Assumimos compromissos de redução de emissões que perseguimos diariamente, seja nas operações ou em investimentos. Para dar um

exemplo concreto, estabelecemos uma redução das emissões operacionais em 50% até 2030, além de metas de 40% para activos sob gestão e 30% para a carteira de seguros», refere o especialista.

Por último, a Fidelidade participa activamente em conferências e iniciativas globais, como a COP, onde se compromete com a transição para uma economia mais sustentável. Estas mitigam não apenas riscos climáticos, mas também fortalecem a resiliência da empresa e dos seus clientes diante dos desafios das alterações climáticas.

Desse modo, existem várias iniciativas a destacar. Nos últimos anos, a Fidelidade tem estado cada vez mais activa na implementação de iniciativas direccionadas para a descarbonização. «Para começar, estamos a adoptar medidas de eficiência energética nas nossas operações e a transitar para uma frota eléctrica ou híbrida, com a meta de reduzir as emissões operacionais em 50% até 2030. Em termos de investimentos, estamos a rever a nossa política para conseguirmos reduzir as emissões dos nossos activos em 40% até 2030, priorizando empresas sustentáveis.

Fazemos ainda várias campanhas de sensibilização com o propósito de promover, tanto nos colaboradores como junto de clientes, a importância da sustentabilidade. Mas este ano também vai ficar marcado por um grande acontecimento para nós, que é o lançamento do Impact Center for Climate Change. É uma



INVESTIMENTOS

NO ÂMBITO DOS INVESTIMENTOS, REFORÇAMOS A NOSSA ESTRATÉGIA PARA INTEGRAR CRITÉRIOS ESG (AMBIENTAIS, SOCIAIS E DE GOVERNANÇA), DIRECCIONANDO OS NOSSOS INVESTIMENTOS PARA EMPRESAS E PROJECTOS QUE PRIORIZAM A SUSTENTABILIDADE

FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808

iniciativa que tínhamos apresentado no ano passado, quando estivemos presentes na COP28, e que agora se torna uma realidade. Trata-se de um centro de diálogo para o estudo, a investigação e a partilha de conhecimento com a sociedade, aliando competências e recursos internos da Fidelidade à investigação científica e outras entidades», revela fonte oficial da empresa.

STAKEHOLDERS

A Fidelidade pretende ser um agente de mudança, promovendo a sustentabilidade não apenas internamente, mas também entre os seus stakeholders – clientes, parceiros e a sociedade em geral. Para isso, tem vindo a ajustar os produtos de seguros, oferecendo soluções que incentivam comportamentos responsáveis, como seguros para veículos eléctricos e projectos de energia renovável.

«Realizamos campanhas de sensibilização que informam os clientes sobre como podem reduzir o seu impacto ambiental, nomeadamente através da adopção de práticas como uma condução mais sustentável e estabelecemos parcerias com organizações sustentáveis, colaborando em iniciativas que promovem a transição para uma economia de baixo carbono, como projectos de proteção ambiental e inovação tecnológica.

No âmbito dos investimentos, reforçamos a nossa estratégia para integrar critérios ESG (ambientais, sociais e de governança), direccionando os nossos investimentos para empresas e projectos

que priorizam a sustentabilidade. Mas não esquecemos o necessário envolvimento com a sociedade. Apoiamos programas de responsabilidade social e ambiental que beneficiam comunidades afectadas pelas mudanças climáticas e participamos activamente em fóruns globais sobre sustentabilidade, como a COP, contribuindo para soluções colaborativas para os desafios climáticos. Este ano estaremos novamente presentes na COP29, que se realizará em Novembro, para apresentar as principais iniciativas que vamos promover neste tema», destaca fonte oficial da empresa.

Sobre a forma como a Fidelidade envolve os seus colaboradores na promoção diária de práticas sustentáveis começam, naturalmente, pela formação e sensibilização nos temas de sustentabilidade e vão realizando periodicamente formações em temas como a eficiência

energética, redução de desperdícios e mobilidade sustentável.

«Também procurámos incentivar a mobilidade sustentável no dia-a-dia das nossas pessoas, adaptando os espaços de trabalho com infraestruturas para recarga de veículos eléctricos e estacionamento para bicicletas, de forma a facilitar a adopção destas práticas. Por fim, procurámos tornar a sustentabilidade numa parte integrante da nossa própria cultura corporativa. A sustentabilidade está presente em todos os níveis da empresa, desde a gestão de resíduos até à redução de emissões. Acreditamos que, ao envolver os colaboradores nas nossas metas de sustentabilidade, estamos a criar um ambiente onde a responsabilidade ambiental é partilhada por todos, permitindo que cada pessoa contribua para um futuro mais sustentável», conclui fonte oficial da empresa. ●

TECNOLOGIA

Existem três componentes principais para minimizar o impacto ambiental: a utilização de inteligência artificial (IA), a criação de produtos e serviços sustentáveis e a digitalização de processos.

A IA otimiza operações e melhora a gestão de sinistros, permitindo prever e mitigar riscos ambientais, como desastres climáticos, e preparando melhor a empresa e seus clientes. Um exemplo de produto sustentável é o Fidelidade Drive, uma aplicação que recompensa a condução segura, promovendo a segurança rodoviária.

Além disso, a Fidelidade investe na digitalização para reduzir o uso de papel e aumentar a eficiência, oferecendo serviços online que minimizam o impacto ambiental associado a processos tradicionais.



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL



iSERVICES

PROMOVER A ECONOMIA CIRCULAR

A EMPRESA TEM UM PAPEL FUNDAMENTAL A DESEMPENHAR NA PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE

A

iServices tem-se destacado no mercado não apenas pela qualidade dos serviços, mas também pela consciência económica, social e ambiental. « Reconhecemos que, como empresa, temos um papel fundamental a desempenhar na preservação do meio ambiente, e, por isso, temos implementado várias iniciativas que visam a redução da nossa pegada ecológica.

Uma das principais acções é a transição para uma frota de viaturas eléctricas. Esta decisão não só ajuda a minimizar as emissões de gases poluen-

tes, mas também reforça o nosso compromisso com a mobilidade sustentável. Complementando isso, optimizamos os nossos processos de transporte, assegurando que as nossas operações logísticas sejam mais eficientes e menos impactantes ao meio ambiente. Além disso, temos uma abordagem criteriosa na selecção dos materiais que utilizamos nos nossos produtos e serviços. Optamos por parceiros e fornecedores que compartilham a nossa visão de circularidade, pro-

movendo práticas que garantem a redução de resíduos e a utilização de recursos de forma responsável. Estamos a implementar metodologias de sensibilização e controlo das práticas ambientais dos nossos fornecedores, assegurando que todos estejam alinhados com as nossas metas de sustentabilidade», explica Bruno Borges, CEO da iServices.

O responsável destaca também o crescimento contínuo na quantidade de reparações e na comercialização



DISTINÇÃO

TEMOS ORGULHO EM SER UMA DAS 11 EMPRESAS DE PORTUGAL A RECEBER O SELO DE ESCOLHA SUSTENTÁVEL, O QUE REFLECTE O NOSSO COMPROMISSO COM A RESPONSABILIDADE AMBIENTAL E A CIRCULARIDADE

iServices
Reparação Multimarca

de equipamentos reconicionados. Esse aumento nas operações não apenas contribui para a redução do desperdício, mas também promove uma economia circular, onde produtos são reaproveitados, prolongando seu ciclo de vida e, assim, diminuindo a necessidade de produção de novos produtos. «Essas iniciativas são um reflexo do nosso compromisso. Estamos profundamente cientes de que cada pequeno esforço conta, e estamos determinados a acelerar nesse caminho, levando a iServices a um patamar onde a responsabilidade ambiental é uma prioridade estratégica», acrescenta.

A política de sustentabilidade da iServices reflecte o compromisso com a redução das emissões de carbono. Monitoriza trimestralmente os consumos de CO₂, o que permite avaliar continuamente o desempenho ambiental e identificar áreas onde pode melhorar, bem como contribuir para o cumprimento do Objectivo 13 da Agenda 2030 da ONU, que visa agir contra as alterações climáticas e os seus impactos.

Este acompanhamento é fundamental para garantir que estão no caminho certo em direcção aos objetivos de sustentabilidade. «Actualmente, estamos a dar um passo significativo ao iniciar um processo de certificação carbono zero. Embora ainda não tenhamos o relatório final, estamos confiantes que, devido à natureza do nosso modelo de negócio, já conseguimos alcançar um estado de efectiva neutralidade carbónica. Isto deve-se, em grande parte, aos nossos serviços



PARA MEDIR E ACOMPANHAR O IMPACTO AMBIENTAL AO LONGO DO TEMPO, A EMPRESA ADOPTOU UMA ABORDAGEM MULTIFACETADA PARA MEDIR E ACOMPANHAR OS IMPACTOS, ASSEGURANDO QUE OS ESFORÇOS SEJAM CONTÍNUOS E EFICAZES

de reparação e reconicionamento de equipamentos electrónicos, que não apenas prolongam a vida útil dos produtos, mas também evitam que se gerem resíduos eletrónicos e a necessidade de produção de novos equipamentos, os quais costumam ser responsáveis por significativas emissões de carbono. Estamos orgulhosos de ser uma das poucas empresas a adoptar tais práticas, e continuaremos a trabalhar para fortalecer e expandir as iniciativas que promovem um futuro totalmente alinhado com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da ONU», sublinha Bruno Borges, CEO da iServices

ABORDAGENS

Para acompanhar o impacto ambiental ao longo do tempo, a empresa adoptou uma estratégia com várias áreas de ação que monitoriza os impactos, assegurando que os esforços sejam contínuos e eficazes. «A título de exemplo», continua o responsável, «este processo foi iniciado há vários anos com uma decisão consciente para minimizar o consumo de energia, optando pela utilização de lâmpadas LED em todas as lojas e instalações, o que permitiu não apenas reduzir os consumos energéticos, mas também diminuiu significativamente as emissões de carbono associadas à operação.

Recentemente, foi implementada uma frota de viaturas eléctricas, o que permite monitorizar e reduzir a pegada de carbono relacionada ao transporte. Essa transição é acompanhada por métricas que ana-



» Bruno Borges, CEO da iServices

lisam tanto a redução de emissões quanto a economia de combustível», explica Bruno Borges.

A iServices estabeleceu também parcerias estratégicas para a reciclagem dos materiais que, por via dos consumos inerentes às operações podem gerar desperdício, sendo este um componente essencial da estratégia de sustentabilidade. Monitorizou o volume de peças e equipamentos reparados, reconicionados e reciclados, o que permite quantificar o impacto positivo de iniciativas no âmbito da economia circular.

«Outro aspecto crucial é que todos os colaboradores utilizam equipamentos reconicionados. Além disso, temos cuidado na selecção de parceiros e fornecedores da cadeia de abastecimento, garantindo que realizam verificações para confirmar que eles adoptam



ESPECIAL
REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

ISERVICES

iServices
Reparação Multimarca



as melhores práticas». Por fim, organizam e agrupam todos os materiais, equipamentos e produtos oriundos das importações, um processo que não só permite uma melhor rastreabilidade, mas também facilita a realização de auditorias periódicas, garantindo que continuam alinhados com as metas de sustentabilidade.

«Monitorizamos todos os aspectos das nossas operações de reparação e recondição, assegurando que cada etapa do processo esteja alinhada com as melhores práticas de sustentabilidade. No que diz respeito às peças frequentemente reparadas, como vidros e baterias, estabelecemos parcerias com entidades certificadas que asseguram a reciclagem e descarte apropriado de 100% destas peças. Reconhecemos que a reciclagem de baterias, em particular, desempenha um papel crucial na redução do impacto ambiental e na conservação dos recursos naturais. Ao reciclar estes componentes, conseguimos recuperar metais valiosos, como lítio, cobalto e níquel, que podem ser reutilizados em novas produções, ampliando assim o ciclo de vida dos materiais e minimizando a necessidade de extração de novos recursos.

No que se refere aos vidros, implementamos um sistema interno que permite reciclar cerca

de 10% dos resíduos gerados, enquanto os restantes 90% são encaminhados para os nossos parceiros certificados, que são responsáveis pela reciclagem e reintrodução desses materiais no mercado. Este processo não apenas contribui para a economia circular, mas também garante que os resíduos sejam tratados de forma ambientalmente responsável», refere Bruno Borges.

Desde o primeiro dia da existência no mercado que a iServices está comprometida em desenvolver produtos e serviços que atendem, não apenas às necessidades dos clientes, mas também promovem a redução da pegada ambiental gerada pelo consumo de tecnologia. «Neste sentido, focamo-nos na promoção de uma economia circular, incentivando os nossos clientes a optarem por reparar os seus equipamentos ou optarem por equipamentos recondição, que são rigorosamente avaliados e restaurados e oferecem uma alternativa sustentável aos novos dispositivos, ajudando a minimizar o desperdício e a extração de mais recursos naturais.

O facto de comercializarmos equipamentos recondição não significa que se tratem de equipamentos obsoletos. Pelo contrário, somos defensores de que o consumidor deve ter à sua disposição uma alternativa moderna e sustentável, que proporciona acesso a tecnologia de ponta a um custo acessível e responsável. Todos os anos, ampliamos o nosso portefólio com os modelos mais recentes», conclui o CEO. ●

FUTURO

A iServices está presente em 4 geografias distintas: Portugal, Espanha, França e Bélgica. Em França e na Bélgica, por exemplo, foram agradavelmente surpreendidos com a existência de incentivos à reparação que favorecem a adopção de práticas sustentáveis. «No entanto, em Portugal, lamentavelmente, ainda não contamos com incentivos semelhantes, o que representa um desafio significativo para a promoção da reparabilidade e da economia circular. Destaco, por exemplo, a questão do IVA de 23% aplicado às reparações que, na minha opinião, pode ser um obstáculo à reparação dos equipamentos electrónicos. Acredito que uma revisão dessa política tributária poderia incentivar mais consumidores a optar pela reparação em vez da compra de novos produtos, resultando num impacto ambiental positivo».



BLACK FRIDAY

APROVEITE A **ORANGE SEASON**

1 a 30 de novembro de 2024



iServices
Reparação Multimarca

Descubra todas
as ofertas no
nosso website!



iservices.pt



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

KIA

IMPACTO NA SOCIEDADE

O COMPROMISSO DA MARCA RESIDE NA CAPACIDADE DE SUPERAR EXPECTATIVAS E EM FACILITAR A TRANSIÇÃO PARA UMA MOBILIDADE SUSTENTÁVEL, CRIANDO PROPOSTAS DE VALOR ATRACTIVAS

A

Kia assumiu claramente o objectivo de se tornar um fornecedor global de soluções de mobilidade sustentável, com uma abordagem holística que vai além do produto, ou seja, criando todo um ecossistema de inovação com o foco absoluto na resposta aos anseios das pessoas.

Do investimento total de cerca de 26 mil milhões de euros que a marca tem previsto realizar até 2028, focado na renovação da sua oferta de modelos e no processo de electrificação, mais de um terço é destinado a negócios futuros e ao desenvolvimento de serviços e soluções tecnológicas inovadoras e disruptivas, que darão certamente um significativo contributo para consolidar a transição para uma mobilidade sustentável e reforçar o papel activo da marca nesta mudança de paradigma. «Este é um reflexo claro da nossa consciência de que, enquanto importante player global na indústria automóvel, com mais de três milhões de veículos vendidos anualmente, temos responsabilidades acrescidas na criação de impacto positivo na sociedade e no contributo para as grandes metas de sustentabilidade

à escala global», afirma Miguel Santos, Marketing Director da Astarta Portugal.

Nesse sentido, a Kia definiu em 2020 um compromisso de longo prazo para com a mobilidade sustentável, materializado no designado “Plan S”. Esta estratégia global contempla uma robusta ofensiva de produto, com um reforço da gama para 15 modelos EV até 2027, destinados a dife-

rentes segmentos, impulsionando a transição para os veículos eléctricos e a expansão dos serviços de mobilidade do futuro.

Do ponto de vista das vendas, a ambição é clara: a marca estabeleceu uma meta anual de 4,3 milhões de unidades em 2030, incluindo 1,6 milhões de veículos 100% eléctricos, o que significa um aumento de mais de 30% nas vendas totais face ao previsto para





AMBIÇÃO

A MARCA ESTABELECEU UMA META ANUAL DE 4,3 MILHÕES DE UNIDADES EM 2030, INCLUINDO 1,6 MILHÕES DE VEÍCULOS 100% ELÉCTRICOS, O QUE SIGNIFICA UM AUMENTO DE MAIS DE 30% NAS VENDAS TOTAIS FACE AO PREVISTO PARA O CORRENTE ANO



o corrente ano. Ao colocar em prática este plano de desenvolvimento, a Kia demonstra hoje uma dinâmica incontornável no domínio da electrificação.

O renovado portefólio de modelos, assente numa plataforma dedicadas para veículos eléctricos, em conjugação com tecnologia revolucionária de baterias e de velocidade de carregamento, pretende cobrir um amplo leque

» Do investimento total de cerca de 26 mil milhões de euros que a marca tem previsto realizar até 2028, focado na renovação da sua oferta de modelos e no processo de electrificação, mais de um terço é destinado a negócios futuros

de necessidades, desde os modelos mais compactos de passageiros até grandes SUV familiares de sete lugares, como o recém-lançado e já multipremiado EV9, expoente máximo tecnológico da marca. Todos estes modelos estão em linha com os quatro eixos centrais de desenvolvimento definidos pela marca, que são a conectividade, condução autónoma, desempenho e design.

«A aceleração desta estratégia de electrificação passa, por modelos de extrema importância, dos quais destaco o EV3 que iremos introduzir até ao final do ano e será um dos modelos mais importantes da marca. Trata-se de um SUV compacto com um design absolutamente extraordinário e tecnologicamente avançado, que vai apresentar a maior autonomia do segmento, através de uma bateria de 81,4kWh que permitirá distâncias até 605kms e carregamentos a 400V. Para 2025, o calendário de novos lançamentos será exaustivo, com a introdução do facelifit do EV6 e do Sportage PHEV e ainda o lançamento dos novos EV4 e EV5», acrescenta o responsável. Além disso, a Kia volta também ao segmento dos comerciais, com um conceito absolutamente disruptivo no segmento de veículos de comerciais ligeiros, 100% eléctricos, com a introdução do PV5, o primeiro modelo de uma gama que será depois completada em 2026 e 2027.

DESAFIOS

O grande desafio consiste em continuar a ter a capacidade de

criar soluções que respondam às verdadeiras necessidades de pessoas e empresas, seja qual for o tipo de utilização pretendido. «No quadro global de emergência climática que atravessamos e perante metas concretas de descarbonização, a Kia tem feito a sua parte, percorrendo um caminho consistente de adequação a uma nova realidade, e muitas vezes liderando esta transformação. Um exemplo de pioneirismo é a forma disruptiva como está a iniciar o seu percurso no segmento de veículos comerciais ligeiros e que é revelador do pioneirismo da marca. Para este segmento, iremos introduzir, já em 2025, a nossa nova gama PBV, que significa “Platform Beyond Vehicle”, constituída por veículos totalmente eléctricos e customizáveis em função da solução pretendida pelos clientes.

Assente numa plataforma eléctrica dedicada, trata-se de um passo decisivo na inauguração de uma nova era em termos de versatilidade, mas vai mais longe na forma como endereça as grandes metas: estes veículos vêm contribuir para resolver o “quebra-cabeças” ambiental nas grandes cidades, onde as actividades de delivery – ou last mile delivery – colocam desafios complexos em termos de emissões associadas ao sector transportador», sublinha Miguel Santos, Marketing Director da Astar Portugal.

SUSTENTABILIDADE

A utilização de materiais sustentáveis na produção dos diferentes modelos é uma forte componente neste



domínio e porventura aquela que será mais visível para os clientes que todos os dias se sentam ao volante de um Kia. O plano definido implica a eliminação da utilização de couro de origem animal, a aplicação de dez itens sustentáveis obrigatórios e o investimento em inovação com vista ao desenvolvimento de novos materiais de base biológica.

Por exemplo, no novo EV3 estão incorporados 28 kg materiais obtidos através do programa The Ocean Cleanup, uma iniciativa que desenvolve e promove tecnologias capazes de recolher o plástico que existe nos oceanos e com a qual a Kia mantém uma parceria global de longo prazo, num excelente exemplo de circularidade de recursos.

Também nos novos PBV da Kia está prevista uma ampla utilização de materiais como o bioplástico, o plástico PCM (“Post Consumer Material”) e a tinta biológica, assim como os tecidos, feltros e fios em



A ADOÇÃO
DE COMPORTA-
MENTOS MAIS
SUSTENTÁVEIS
É UMA
NECESSIDADE
INCONTORNÁ-
VEL E OS
CONSUMIDORES
PORTUGUESES
ESTÃO, TAMBÉM
ELES, A
FAZER ESSE
PROCESSO
DE TRANSIÇÃO

PET reciclado e a espuma bio-PU. A aplicação destes materiais não só limita o impacto ambiental actual e futuro destes veículos, como proporciona um apelo visual e táctil único, que leva à criação de novos valores estéticos.

Esta estratégia de redução do impacto ambiental estende-se igualmente à rede de postos de carregamento, espalhada por toda a Europa. Ao utilizarem o sistema “Kia Charge”, os clientes Kia estão a aumentar a utilização de energia com origem em fontes renováveis cada vez que efectuem carregamentos nas estações públicas. Toda a energia consumida será repostada pela marca na rede de abastecimento com recurso a energia verde certificada, proveniente de centrais eólicas.

A Kia não se preocupa apenas com o que faz – o produto – mas também como o faz. Por isso, estabeleceu a meta de neutralidade

carbónica das suas operações até 2045, antecipando em cinco anos as grandes metas internacionais. «No plano industrial, destaco a adesão da Kia à iniciativa global RE 100, que junta grandes empresas de todo o mundo no compromisso de utilização de 100% de fontes sustentáveis de energia na produção. A marca estabeleceu a meta de atingir este nível total de incorporação em 2040, cumprindo uma primeira etapa de 100% de fontes renováveis em todas as suas fábricas fora da Coreia até 2030 e no seu país de origem na década seguinte. Este processo contempla, por exemplo, uma forte componente de energia solar para abastecimento energético das fábricas, a utilização exclusiva de veículos eléctricos nos centros administrativos bem como a utilização de pilhas de combustível a hidrogénio como fonte energética dos complexos industriais, dando também aqui um contributo para o desenvolvimento da cadeia de valor do hidrogénio.

Este plano de ação da Kia passa também por ajudar os principais parceiros nos seus processos de descarbonização, tendo sido estabelecidas linhas orientadoras e um programa de suporte à redução de GEE e ao cumprimento das metas de neutralidade carbónica. A título de exemplo, a Kia está a trabalhar de perto com os fornecedores de aço para que estes possam passar a fornecer “aço verde” e reduzir as suas emissões para cerca de um terço face ao patamar actual», conclui Miguel Santos, Marketing Director da Astara Portugal. ●

Kia EV9 100% elétrico

Uma nova dimensão de evolução.



Movement that inspires

O novo Kia EV9 representa a visão da marca para o futuro da mobilidade sustentável.

Com espaço para sete lugares e uma autonomia de até 563 km, este SUV 100% elétrico permite um carregamento ultrarrápido de 800 V com uma recarga de 239 km em apenas 15 minutos. É o primeiro modelo da Kia a integrar a estratégia de design sustentável, com recurso a materiais de base biológica e recicláveis na sua produção.

Descubra o Kia EV9 e as suas vantagens fiscais para empresas em www.kia.pt



Kia EV9 1st Edition: 563 km de autonomia elétrica máxima em ciclo combinado - WLTP. Consumo Combinado WLTP (kWh/100km): 20,2 | Emissões CO2 WLTP (g/km): 0. Visual não contratual.



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

LOGICALIS

**«O PAPEL DOS LÍDERES
É DETERMINANTE PARA
ASSEGURAR UM FUTURO
SUSTENTÁVEL NAS
ORGANIZAÇÕES»**





DESCARBONIZAÇÃO

NO QUE TOCA ÀS EMISSÕES DE CARBONO, TEMOS O OBJECTIVO DE ALCANÇAR A NEUTRALIDADE NAS EMISSÕES DE SCOPE 1 E SCOPE 2, E GARANTIR QUE 75% DA ENERGIA QUE UTILIZAMOS NAS NOSSAS OPERAÇÕES GLOBAIS SEJA RENOVÁVEL ATÉ 2025



LOGICALIS

O MAIS RECENTE GLOBAL CIO REPORT DA LOGICALIS REVELA QUE 80% DOS CIOS ENFRENTAM DIFICULDADES EM ANALISAR O DESEMPENHO DA SUA PEGADA DIGITAL

A

pode ajudar na transformação digital sustentável das organizações.

Logicalis reconhece que o ESG (Ambiental, Social e Governança) já não é apenas uma questão de conformidade, mas sim um verdadeiro diferenciador competitivo. Em entrevista à Executive Digest, Neuza Alcobio, directora de Marketing e Comunicação na Logicalis Portugal, explica como a empresa

Pode começar por nos falar um pouco sobre o seu papel na Logicalis e o tema que nos traz hoje?

Sou directora de Marketing e Comunicação na Logicalis Portugal e gostaria de partilhar os nossos progressos na área de Responsible Business, em particular a nossa visão sobre a Customer Journey para um IT mais sustentável, que temos vindo a desenvolver nos últimos anos para os nossos clientes.

Falemos então de transformação digital. Qual é, na sua opinião, o ponto de partida, sobretudo quando o foco é a sustentabilidade?

A transformação digital começa sempre com a visibilidade, especialmente quando queremos que seja eficiente, resiliente e responsável. O mais recente Global CIO Report da Logicalis revela que 80% dos CIOs enfrentam dificuldades em analisar o desempenho da sua pegada digital. E, no entanto, o papel destes líderes é cada vez mais determinante para assegurar um futuro sustentável nas organizações. O que não se pode medir, não se pode gerir. Por isso, garantir essa visibilidade é o primeiro passo no nosso percurso para um Responsible Business.

Como é que a Logicalis tem integrado esta visão na sua estratégia empresarial?

Na Logicalis, reconhecemos que o ESG (Ambiental,



Social e Governança) já não é apenas uma questão de conformidade, mas sim um verdadeiro diferenciador competitivo. Para nos mantermos na vanguarda enquanto líderes tecnológicos, a nossa agenda de Responsible Business tornou-se um eixo estratégico transversal a toda a organização. Nos últimos três anos, implementámos uma estratégia focada em três áreas principais: as nossas

>> Neuza Alcobio, directora de Marketing e Comunicação na Logicalis Portugal

pessoas, as nossas comunidades e o nosso planeta.

Pode-nos falar um pouco mais sobre as metas que definiram para cada uma dessas áreas?

Por exemplo, no que toca às emissões de carbono, temos o objectivo



de alcançar a neutralidade nas emissões de scope 1 e scope 2, e garantir que 75% da energia que utilizamos nas nossas operações globais seja renovável até 2025. Além disso, implementámos políticas de viagens sustentáveis, e, só no último ano, conseguimos reduzir 26% das emissões de carbono associadas a viagens, apesar de termos registado um aumento de 23% nas deslocações do grupo. Outro foco importante tem sido a gestão de resíduos electrónicos, com o objectivo de processar 50% desses resíduos de forma sustentável já no início de 2025.

Como é que a tecnologia desempenha um papel neste percurso?

A tecnologia é fundamental. De-

» A nossa abordagem assenta em quatro pilares: educar, avaliar, navegar e mitigar. Começamos por educar os nossos clientes sobre o impacto das suas emissões tecnológicas, ajudando-os a compreender onde podem melhorar

se envolvemos a plataforma Logicalis Managed Digital Fabric, que oferece aos nossos clientes uma visão em tempo real do desempenho do seu ecossistema digital, incluindo métricas de impacto ambiental. Isto permite transformar a visibilidade em acções concretas, possibilitando uma gestão mais eficaz da pegada digital sem comprometer a eficiência ou inovação. Para além disso, estamos a trabalhar com iniciativas como a Ecovadis e a SBTi, que nos ajudam a auditar e medir o nosso progresso em áreas como a cadeia de fornecimento e a divulgação de emissões.

E podem partilhar alguns exemplos de como estas iniciativas já estão a fazer a diferença para os vossos clientes?

Um dos exemplos mais relevantes é a colaboração com a Noble Foods, um dos maiores fornecedores mundiais de alimentos frescos. Ajudámos este cliente a dar passos significativos para atingir o objectivo de Net Zero até 2050, através da modernização da sua rede e da reciclagem do hardware antigo. Outro caso de sucesso é o SMAS Torres Vedras, onde, em parceria com a Cisco, implementámos uma solução avançada de gestão de água e resíduos que melhorou a eficiência operacional e a segurança da infraestrutura.

Falou há pouco da Customer Journey para um IT sustentável. Como é que essa jornada é desenhada para os vossos clientes?

A nossa abordagem assenta em quatro pilares: educar, avaliar,

navegar e mitigar. Começamos por educar os nossos clientes sobre o impacto das suas emissões tecnológicas, ajudando-os a compreender onde podem melhorar. Depois, avaliamos as suas operações e identificamos as principais fontes de emissões. Com base nisso, desenhamos estratégias tecnológicas sustentáveis e, finalmente, ajudamos a implementar soluções que reduzem as emissões e promovem a economia circular. Um dos nossos compromissos é ajudar os clientes a reduzir 5 milhões de toneladas de CO2 até 2030 e a desviar 1 milhão de toneladas de resíduos electrónicos dos aterros.

Como é que a Logicalis pretende continuar a liderar esta transformação?

A nossa missão é ser o IT Provider de eleição para os clientes que querem aliar eficiência e sustentabilidade. Temos ambições claras, como prolongar a vida útil dos equipamentos, contribuindo para a acessibilidade tecnológica e para a mitigação da pobreza tecnológica. A inovação constante, aliada a metas ambiciosas e a processos robustos, é o que nos permite liderar com responsabilidade e apoiar os nossos clientes na sua própria jornada para um IT mais sustentável. ●

Nota:

Faça o download gratuito do nosso CIO Report 2024 (www.pt.logicalis.com/cio-report) e do nosso Responsible Business Report 2024 (www.logicalis.com/our-responsible-business).

Para mais informações sobre como a Logicalis Portugal pode ajudar na transformação digital sustentável da sua organização, entre em contacto connosco: www.pt.logicalis.com/contactos



A Plataforma Logicalis Managed Digital Fabric

**Integre a tecnologia digital
em todo o seu negócio para que
possa prosperar com a mudança.**

Uma visão única do seu tecido digital



Obtenha economias de escala a partir do desempenho da interoperabilidade.



Obtenha uma visão em tempo real de todo o seu suite tecnológico.



Aproveite insights poderosos e compare-os com benchmarks de referência.

- **Economia**
- **Disponibilidade**
- **Segurança**
- **Customer Experience**
- **Sustentabilidade**

Gostaria de fazer uma demonstração?

pt.logicalis.com/managed-digital-fabric



ESPECIAL REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

L'ORÉAL

INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL

A EMPRESA POSSUI UMA POLÍTICA FORMAL DE SUSTENTABILIDADE QUE ESTÁ COMPLETAMENTE ALINHADA COM O PROGRAMA GLOBAL L'ORÉAL FOR THE FUTURE

A

descarbonização na L'Oréal é um esforço contínuo que passa por várias frentes. A prioridade é a transição para energias renováveis em todas as fábricas. Este esforço já está em curso, com várias das unidades a funcionar com energia 100% renovável, e a implementação de tecnologias

de eficiência energética está a permitir uma redução significativa das emissões.

«Paralelamente, estamos a transformar a cadeia de abastecimento, incentivando os nossos fornecedores a adoptarem práticas de baixo impacto ambiental, como a utilização de transporte mais eficiente e materiais de origem sustentável. Também estamos a apostar em soluções de transporte mais ecológicas, como o uso de camiões de baixo carbono e a optimização da logística para reduzir o número de viagens necessárias. Desta forma, estamos a abordar não apenas as emissões directas, mas também as emissões indirectas associadas ao transporte e distribuição.

Além disso, temos um foco crescente no desenvolvimento de produtos mais sustentáveis, como as embalagens de refill e os produtos sólidos, que utilizam menos recursos e são mais ecológicos ao longo do seu ciclo de vida. Estas iniciativas



reflectem a nossa visão para um futuro mais verde e fazem parte da estratégia global da L'Oréal para liderar a transição para um modelo de negócio mais sustentável», explica Ana Sofia Amaral, responsável de Sustentabilidade da L'Oréal Portugal.

A empresa possui uma política formal de sustentabilidade que está completamente alinhada

com o programa global L'Oréal for the Future, lançado em 2020. Este programa é o plano de acção estratégico para transformar a forma de operar, colocando a Sustentabilidade no centro de todas as decisões. O L'Oréal for the Future define uma série de metas a serem alcançadas até 2030 e 2050, abrangendo várias áreas como a descarbonização, o uso de



PROGRAMA

O PROGRAMA GLOBAL L'ORÉAL FOR THE FUTURE, LANÇADO EM 2020, É O PLANO DE ACÇÃO ESTRATÉGICO PARA TRANSFORMAR A FORMA DE OPERAR, COLOCANDO A SUSTENTABILIDADE NO CENTRO DE TODAS AS DECISÕES

L'ORÉAL
FOR THE FUTURE



recursos hídricos e a circularidade dos materiais.

«Este ano revemos a nossa trajectória de descarbonização de acordo a SBTi (Science Based Targets initiative) e o standard NET-ZERO (Até 2030, pretendemos reduzir em 57% as emissões de carbono associadas às nossas operações e em 28% as emissões ligadas ao scope 3, versus o ano

ATÉ 2030, PRETENDEMOS QUE 95% DOS NOSSOS INGREDIENTES SEJAM DE ORIGEM BIOLÓGICA, DERIVADOS DE MINERAIS ABUNDANTES OU PROVENIENTES DE FONTES CIRCULARES

de 2019. Estas metas são suportadas por um compromisso em assegurar que 100% das nossas fábricas utilizem energia renovável até 2025 e que todos os nossos ingredientes e embalagens sejam de origem sustentável», acrescenta a responsável.

O L'Oréal for the Future também promove a inovação sustentável, com o objectivo de melhorar o perfil ambiental de 100% dos novos produtos, garantindo que cada nova solução tenha um impacto ambiental inferior ao seu antecessor. Esta estratégia é acompanhada por investimentos significativos em pesquisa e desenvolvimento, criando soluções mais verdes em todas as áreas da actividade, desde as embalagens até à logística e distribuição.

«Com o L'Oréal for the Future, estamos a transformar o nosso modelo de negócio para que seja verdadeiramente sustentável e

estamos a contribuir activamente para a construção de um futuro melhor, não só para a L'Oréal, mas para a sociedade e o planeta. Além disso, temos programas inovadores como o Hairstylist for the Future, que envolve os salões de cabeleireiro no compromisso com a sustentabilidade, promovendo a redução do consumo de água e a reciclagem de resíduos», explica Ana Sofia Amaral.

DESAFIOS E METAS

A implementação de iniciativas ambientais enfrenta vários desafios, sendo um dos mais significativos a transformação profunda da cadeia de valor para incorporar práticas mais sustentáveis. Trabalhar com uma vasta rede de fornecedores exige não apenas a implementação de novos processos, mas também uma mudança de mentalidade, para garantir que todos adoptam práticas responsáveis e ambientalmente conscientes. Um dos grandes objectivos é assegurar a rastreabilidade total das matérias-primas de origem vegetal até 2030, o que implica um esforço contínuo na monitorização e cooperação com agricultores e fornecedores para garantir que os materiais são obtidos de forma ética e sustentável.

Outro desafio está relacionado com a substituição de ingredientes não renováveis por opções renováveis de base biológica. Embora tenham feito avanços significativos, como o desenvolvimento de polímeros de base biológica que aumentaram a percentagem de ingredientes renováveis em produtos como máscaras de olhos de 40%



» Ana Sofia Amaral, responsável de Sustentabilidade e RSC da L'Oréal Portugal

para 98%, continuar a expandir esta inovação a todos os produtos requer um grande investimento em pesquisa e desenvolvimento.

As Ciências Verdes são uma das estratégias de investigação e inovação, para o desenvolvimento destas opções renováveis para melhorar o impacto ambiental dos produtos, mantendo um elevado desempenho e segurança. As Ciências Verdes estão posicionadas como o futuro da beleza, combinando biotecnologia, química verde e extracção verde para desenvolver ingredientes e formulações mais sustentáveis e de origem natural.

Finalmente, a adesão dos consumidores a novas formas de consumo também apresenta um desafio. Embora haja uma maior cons-



cientialização sobre as questões ambientais, ainda é necessário garantir que os consumidores compreendem e adoptam práticas mais sustentáveis, como o uso de produtos recarregáveis e formatos de refill. O objetivo é criar um impacto duradouro não apenas através dos produtos que desenvolvemos, mas também através de uma mudança nos comportamentos de consumo, tornando a sustentabilidade acessível e desejável para todos.

«Como já referido, as nossas metas estão definidas no âmbito do programa L'Oréal for the Future. Até 2030, pretendemos que 95% dos nossos ingredientes sejam de origem biológica, derivados de minerais abundantes ou provenientes de fontes circulares. Além disso, temos o objectivo de reduzir o consumo de água em 30% em todas as nossas operações e garantir que 100% da água utilizada seja reciclada e reutilizada nos nossos processos industriais até 2030.

No que diz respeito às embalagens, a nossa meta é que 100% das embalagens de plástico sejam

CONTINUAMOS A INVESTIR NA EDUCAÇÃO DOS CONSUMIDORES PARA QUE COMPREENDAM A IMPORTÂNCIA DE ADOTAREM PRÁTICAS MAIS SUSTENTÁVEIS NO SEU QUOTIDIANO

COLABORADORES

Na L'Oréal, acredita-se que a sustentabilidade deve começar dentro da própria organização. Envolve os colaboradores em práticas sustentáveis diárias através de formações regulares e campanhas internas de sensibilização. Incentivam a adopção de práticas sustentáveis, como a redução do consumo de energia nos escritórios e o uso de transportes mais ecológicos, como automóveis eléctricos e bicicletas.

O programa "Share & Care" é outro exemplo de como promovem o bem-estar no local de trabalho, incentivando práticas sustentáveis que envolvem tanto a vida profissional como pessoal dos colaboradores. Em várias das sedes, implementaram sistemas de reciclagem e promoveram iniciativas para a redução do uso de plásticos descartáveis.

Além de que, diariamente nas suas funções, os colaboradores devem pensar o negócio e todas as iniciativas que desenvolvem de forma sustentável, pois existem inúmeros indicadores que têm de ser atingidos para que possam alcançar as metas a que se comprometeram. Neste sentido, têm inclusive uma tribo L'Oréal For The Future, constituída por 12 colaboradores dedicados a diferentes áreas e segmentos dentro da sustentabilidade social e ambiental que têm naturalmente também um papel de dinamização e sensibilização dentro da companhia.



TECNOLOGIA

A L'ORÉAL ESTÁ A INVESTIR EM TECNOLOGIAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E MACHINE LEARNING PARA OPTIMIZAR PROCESSOS DE PRODUÇÃO E REDUZIR O CONSUMO DE ENERGIA

L'ORÉAL
FOR THE FUTURE

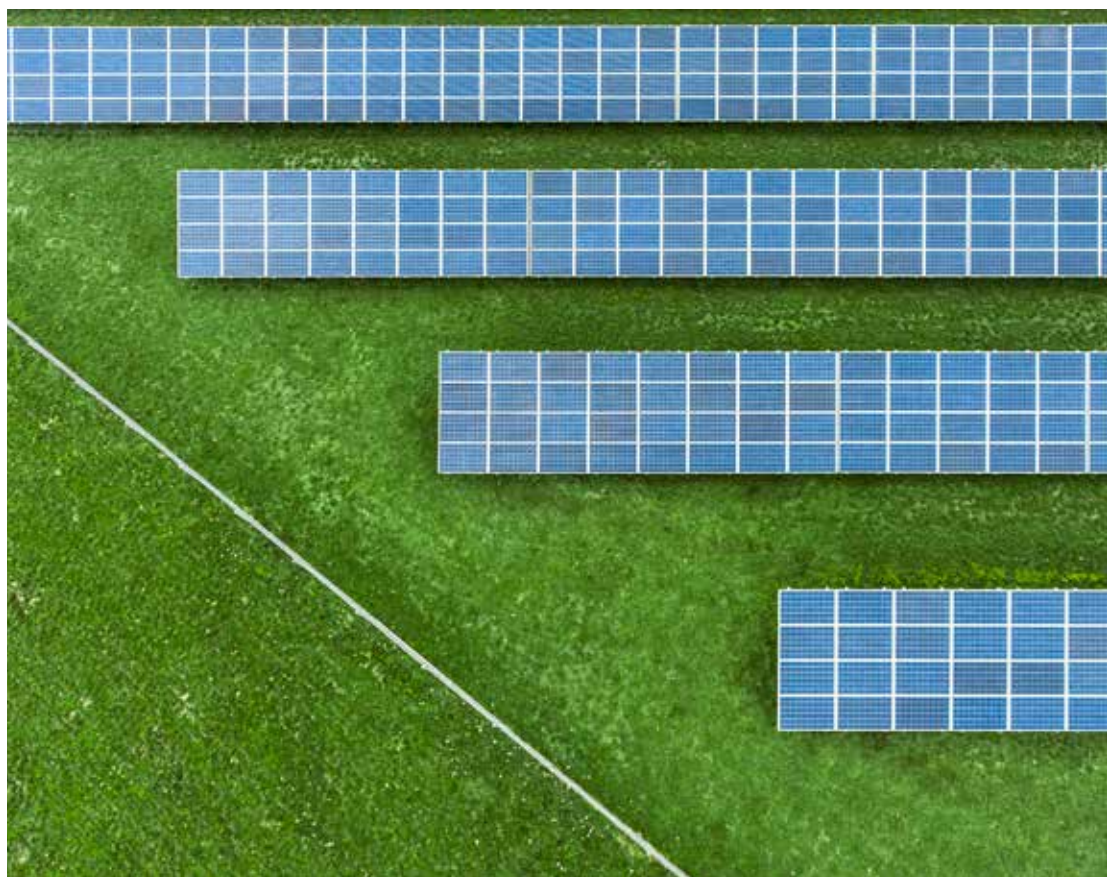
feitas de materiais reciclados ou de base biológica até 2030, com uma meta intermédia de 50% até 2025.

RECICLAGEM E TECNOLOGIA

A L'Oréal tem implementado diversas práticas no seu dia-a-dia para minimizar o impacto ambiental, envolvendo diretamente os colaboradores e as operações dos escritórios. «Nos nossos escritórios, promovemos a reciclagem de resíduos, com pontos de recolha para papel, plástico e outros materiais em todas as áreas de trabalho. Promovemos igualmente a reciclagem de embalagens de produtos de Beleza que depois utilizamos para outras finalidades como a realização de trabalhos artísticos.

Incentivamos também a redução do consumo de materiais descartáveis, eliminando plásticos de uso único e substituindo-os por alternativas reutilizáveis, como copos e garrafas de vidro ou metal. Além disso, adoptámos soluções digitais para reduzir o consumo de papel, promovendo um ambiente de trabalho mais digitalizado e menos dependente de impressões físicas. A nossa comunicação é 100% feita com base em ferramentas digitais», sublinha a responsável de Sustentabilidade da L'Oréal Portugal.

Em Portugal, a renovação dos escritórios resultou numa redução de 46,13% das emissões de CO₂, passando de 323 toneladas/ano para 174 toneladas/ano. Esta melhoria foi alcançada através de soluções mais eficientes em termos ener-



géticos, incluindo a optimização da iluminação, climatização e a introdução de equipamentos de baixo consumo.

A tecnologia é também uma ferramenta essencial na redução do impacto ambiental. A L'Oréal está a investir em tecnologias de inteligência artificial e machine learning para optimizar processos de produção e reduzir o consumo de energia. Um exemplo é o Water Saver, uma tecnologia inovadora desenvolvida em parceria com a startup suíça Gjosa, que permite reduzir o consumo de água em até

69% durante a lavagem de cabelo nos salões de cabeleireiro.

«Além disso, estamos a investir no desenvolvimento de novos métodos de produção que utilizam biotecnologia para a criação de ingredientes de origem renovável, minimizando o uso de recursos não sustentáveis. Este investimento em inovação tecnológica está a ajudar-nos a alcançar as metas de sustentabilidade estabelecidas no programa L'Oréal for the Future», conclui Ana Sofia Amaral, responsável de Sustentabilidade da L'Oréal Portugal. ●



ESPECIAL

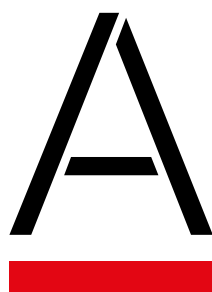
REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

PRIO

A TRANSIÇÃO ENERGÉTICA É UM ESFORÇO CONJUNTO



UM DOS MAIORES DESAFIOS QUE A PRIO ENFRENTA É A NECESSIDADE DE CRIAR SOLUÇÕES QUE PERMITAM EQUILIBRAR A SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL COM A VIABILIDADE ECONÓMICA



sustentabilidade é parte integrante do core de negócio e isso reflecte-se não apenas no produto final, mas em todo a cadeia de valor. Em entrevista à Executive Digest, Mariana Nicolau, Gestora de Projectos de Sustentabilidade, explica os principais

desafios e oportunidades da empresa para a liderança da transição energética acessível.

Quais são os principais compromissos da PRIO para reduzir a pegada de carbono no setor energético?

A PRIO está firmemente comprometida em liderar a transição

energética acessível. Acreditamos que a descarbonização é um desafio colectivo e que a aposta em diferentes soluções energéticas será essencial para tal. É por essa razão que apostamos na produção de biocombustíveis a partir de matérias-primas residuais como um dos pilares da nossa estratégia, continuamos a colocar no mercado produtos diferenciados, como oZero Diesel, 100% de origem renovável, e oECO Diesel, com 15% de energia renovável, e é também por isso que continuamos a apostar em expandir a nossa rede de postos de carregamentos eléctricos, sendo que fomos pioneiros na mobilidade eléctrica no país. A PRIO tem a sorte de ser uma “jovem” num sector algo tradicional. Quando surgimos, há 18 anos, a sustentabilidade ambiental já era ponto de relevo neste sector e é por isso que desde a primeira hora assumimos que o nosso sucesso dependeria da capacidade de entregar às pessoas diferentes soluções, cada vez mais ecológicas. É isso que temos feito.

Quais são os principais desafios que a PRIO enfrenta na transição para um modelo de negócio mais sustentável e na redução da pegada de carbono?

Um dos maiores desafios que a



INOVAÇÃO

A PRIO CONTINUA O SEU TRABALHO DE INOVAÇÃO E INVESTIGAÇÃO COM VISTA A EXPANDIR O SEU PORTEFÓLIO DE SOLUÇÕES DE ENERGIA RENOVÁVEL, NOMEADAMENTE EM BIOMETANO, HIDROGÉNIO VERDE E COMBUSTÍVEIS LÍQUIDOS MAIS ECOLÓGICOS



PRIO enfrenta é a necessidade de criarmos soluções que permitam equilibrar a sustentabilidade ambiental com a viabilidade económica. A descarbonização é essencial para todos, e os sectores da mobilidade e transporte têm um papel relevante na pegada carbónica. O desafio está em conseguir essa descarbonização sem sacrificar a competitividade económica. Mas atenção: olhamos para a transição energética mais do que um desafio, uma oportunidade única, que não podemos desperdiçar e com os incentivos certos Portugal tem todas as condições para liderar com geração de emprego e investimento na produção de soluções líquidas verdes. Sabemos que os clientes de hoje são mais exigentes e conscientes das questões ambientais. Ao mesmo tempo, procuram soluções que sejam simultaneamente económicas e mais ecológicas. E é exatamente esse o nosso foco em todos os produtos que desenvolvemos e colocamos no mercado.

Como é que a PRIO está a integrar os Objectivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU nas suas operações, especialmente em relação à redução de emissões de carbono?

A PRIO está perfeitamente alinhada com os ODS da ONU, nomeadamente em relação aos temas da energia renovável (ODS 7) e combater as alterações climáticas (ODS 13). A sustentabilidade é parte integrante do nosso core de negócio e isso reflecte-se não apenas no produto final, mas em

» Mariana Nicolau, Gestora de Projectos de Sustentabilidade da Prio

todo a nossa cadeia de valor. O nosso complexo PRIO Novas Energias, no Porto de Aveiro, tem sido palco de investimentos e contínuas melhorias ao longo dos anos. É um trabalho de inovação (ODS 9) que fazemos consistentemente e que se reflecte também na nossa aposta crescente na economia circular (ODS 12). Todos os anos temos diminuído os nossos níveis de desperdício de água durante a produção (ODS 6), ao mesmo tempo que apostamos cada vez mais em energias renováveis (ODS 7), como é o caso da solar, além do facto de entregarmos produtos onde cada vez mais transformamos diferentes matérias-primas residuais em fontes de energia e combustível mais ecológicas, mantendo a preocupação do crescimento e viabilidade económica (ODS 8)

A PRIO tem sido uma referência na produção de biocombustíveis. Quais são os desafios e benefícios na promoção do uso de biocombustíveis em larga escala em Portugal?

Os biocombustíveis apresentam inúmeros benefícios ambientais, contribuindo para a descarbonização sem a necessidade de alterar as infraestruturas ou os veículos existentes e, como é notório nos nossos produtos-chave, como é o caso do ECO Diesel, que além de ser mais ecológico, é um diesel mais limpo e com melhor performance. Contudo, é importante ter em conta que a transição energética



OLHAMOS PARA A TRANSIÇÃO ENERGÉTICA MAIS DO QUE UM DESAFIO, UMA OPORTUNIDADE ÚNICA, QUE NÃO PODEMOS DESPERDIÇAR E COM OS INCENTIVOS CERTOS PORTUGAL TEM TODAS AS CONDIÇÕES PARA LIDERAR COM GERAÇÃO DE EMPREGO E INVESTIMENTO NA PRODUÇÃO DE SOLUÇÕES LÍQUIDAS VERDES

não se faz de um dia para o outro. Este é um processo complexo que será tão mais eficaz quanto as entidades contribuírem para ele, nomeadamente através de sinergias dentro do sector, e também em incentivos que promovam o uso de combustíveis mais verdes. Do nosso lado, continuamos empenhados em sensibilizar o mercado para os benefícios económicos e ambientais a longo prazo do uso de biocombustíveis.

A PRIO está a explorar outras fontes de energia renovável? Quais são os projectos em curso?

Sim, além dos biocombustíveis, a PRIO continua o seu trabalho de inovação e investigação com vista a expandir o seu portefólio de soluções de energia renovável, nomeadamente em biometano, hidrogénio verde e combustíveis líquidos mais ecológicos. O nosso papel no sector dos transportes não se resume ao transporte ro-



compromisso, que se reflecte através da construção de um Roteiro de Descarbonização, que nos permite delinear acções e estratégias para que possamos alcançar o net zero.

Como é que em parceria com a PRIO, as empresas podem apostar na sustentabilidade ambiental e redução da pegada de carbono?

Na PRIO temos bem presente que a transição energética é um esforço conjunto. Além das soluções que colocamos no mercado, e de parcerias já estabelecidas – como é o caso do Beato Bus, um projecto com a Carris na zona do Beato, em Lisboa, onde, com o apoio da comunidade escolar, são recolhidos óleos alimentares usados para alimentar o transporte local da Carris –, na PRIO oferecemos uma abordagem completa para ajudar os nossos clientes frota a descarbonizarem as suas operações. As nossas equipas especializadas trabalham em estreita colaboração com as empresas, fornecendo aconselhamento sobre as melhores soluções para cada tipo de frota, seja através de biocombustíveis como o ECO Diesel ou o Zero Diesel, ou através da nossa rede de carregamento para veículos eléctricos. Além disso, facilitamos a gestão de frotas com o nosso Cartão Frota PRIO, uma ferramenta que ajuda a otimizar consumos e a gerir os custos de operação. Não garantimos apenas produto, partilhamos know-how. A percepção que temos do mercado é que cada vez mais empresas estão comprometidas e alinhadas com este objectivo da descarbonização. ●



doviário. Contamos também com o ECO Bunkers, um combustível marítimo verde, que promove a descarbonização no sector naval, além de contarmos com projectos-piloto onde exploramos o potencial de novas soluções, que possam vir no futuro a sair do laboratório para poderem integrar uma economia de escala.

Existem planos para investir em novas tecnologias para apoiar a transição energética?

Sim. A PRIO está constantemente a investir em inovação para suportar a transição energética, e estamos também neste momento a investir no aumento da nossa capacidade

» A PRIO está constantemente a investir em inovação para suportar a transição energética, e estamos também neste momento a investir no aumento da nossa capacidade de produção de biocombustíveis

de produção de biocombustíveis. Para além desta dimensão da capacidade, estamos também a trabalhar e investir na eficiência do próprio processo de produção, explorando novas tecnologias que nos auxiliem a diminuir a nossa Pegada de Carbono e que permitam a introdução de um maior número de resíduos como matéria-prima para o nosso biocombustível.

E quais os objetivos para 2025, sendo que o orçamento de carbono mundial é finito e que caminha para esgotar rapidamente? Em que assenta o vosso compromisso?

O nosso caminho no próximo ano passa também por esta consolidação da PRIO enquanto líder da transição energética acessível. Acreditamos no papel de liderança que queremos assumir na descarbonização dos transportes e da mobilidade em Portugal e é para ele que trabalhamos todos os dias, com o mesmo mindset de sermos cada vez mais eficazes no nosso processo de produção e tendo sempre presente a ideia de que queremos entregar aos nossos clientes o melhor produto possível a um preço competitivo. Internamente, temos também este

Azul por fora, verde por dentro

Os mais céticos dirão que a PRIO é azul. Mas a verdade é que não podíamos ser mais verdes. Ou não fôssemos nós líderes da transição energética acessível em Portugal. Que é como quem diz, da passagem de um país movido a energias fósseis — que, como o nome indica, não vão para novas —, para um (novo) país movido a energias renováveis — sem as quais, dizem os especialistas, corremos o risco de não chegar a velhos —, a preços que todos possam pagar.

Por exemplo, sabia que, só em Portugal, os setores de mobilidade e transportes representam 25% das emissões de gases de efeito de estufa*? E que, por este andar, vamos ficar sem petróleo (entre outros recursos) daqui a mais ou menos 50 anos**? É aqui que entra a PRIO. Uma marca de combustíveis que sabe, desde o primeiro dia, que o seu futuro passa também pela diversificação, produção e distribuição de biocombustíveis e outras fontes de energia renováveis.

Como o PRIO ECO Diesel, um diesel que contém 15% (em vez dos habituais e obrigatórios 7%) de biocombustível sustentável na sua composição —

i.e., diesel proveniente da economia circular, e não do petróleo —, sendo, por isso mesmo, 18% menos poluente quer na produção, quer na utilização.

Mas há mais. Há o PRIO B30 (com 30% de biocombustível), o PRIO B100, o GPL PRIO e o abastecimento elétrico PRIO —, onde só fornecemos energia proveniente de fontes renováveis. Entre muitas outras ideias que, mais tarde ou mais cedo, hão de pôr o país a andar.

É claro que os mais céticos continuarão a dizer que a transição energética não vai funcionar. Mais que não seja porque não estão para a pagar. Mas basta uma visita ao posto PRIO mais próximo para ver(em) que a transição energética acessível já está a andar. E que, contas feitas, é possível continuar a poupar.

* APA, submissão do inventário nacional abril/maio 2019 à União Europeia
** Dados US Energy Information Administration.



prio

Energia para mudar



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

SOCIEDADE PONTO VERDE

UM FUTURO SUSTENTÁVEL

A SOCIEDADE PONTO VERDE TEM UMA MISSÃO CRUCIAL PARA UM FUTURO SUSTENTÁVEL: PROMOVER A RECOLHA SELECTIVA, A RETOMA E A RECICLAGEM DE EMBALAGENS EM PORTUGAL

Em entrevista à Executive Digest, Ana Trigo Morais, CEO da Sociedade Ponto Verde, fala sobre os desafios e o futuro desta entidade no tratamento e recuperação de resíduos.

Quais são as principais estratégias da Sociedade Ponto Verde para ajudar a reduzir a pegada ambiental em Portugal?

Estando a missão da Sociedade Ponto Verde ligada à agenda do Ambiente, da Sustentabilidade e da Economia Circular, por termos a responsabilidade na organização, gestão da retoma e valorização dos resíduos de embalagens em Portugal, a nossa estratégia pode ser descrita tendo por base estes três eixos principais de actuação:

- A Colaboração e proximidade, a nível nacional, regional e sectorial com todos os intervenientes desta cadeia de valor, dando apoio na concepção de embalagens mais circulares em todo o seu ciclo de vida e propondo novas soluções que tragam mais eficiência à operação e melhorem o nível de serviço que é prestado aos cidadãos em qualidade e conveniência.
- A Inovação, com uma grande aposta na prevenção de resíduos e na concepção de embalagens mais sustentáveis e circulares, seguindo as melhores práticas de ecodesign, mas também para promovermos a disrupção tecnológica e digital no processo de reciclagem dos resíduos de embalagem. É um compromisso que se materializa, por exemplo, em projectos como a plataforma digital Ponto Verde Lab e o programa Re-Source;



- A Sensibilização e Literacia Ambiental, num trabalho que é desenvolvido junto de todos os cidadãos. O objectivo é explicar-mos os benefícios da reciclagem de embalagens e capacitarmos para a correcta separação e deposição destes resíduos nos ecopontos, levando à mudança de comportamentos e à adopção desse gesto no dia-a-dia.

Defendemos que, desta forma, é possível prestar um melhor serviço aos cidadãos e estes passem a ter uma participação mais activa na reciclagem de embalagens, levando ao cumprimento de metas nacionais

e a 0% de embalagens colocadas em aterro, e consequentemente, ajudar à redução da pegada ambiental de Portugal.

Que acções a SPV está a desenvolver para aumentar a consciencialização pública sobre a importância da reciclagem e da redução da pegada ambiental?

São várias as acções que desenvolvemos junto dos cidadãos, de todas as idades, sempre com o objectivo de conseguirmos que haja mais e melhor reciclagem de embalagens no nosso país.



METAS

O INVESTIMENTO EM TECNOLOGIA CONTINUA A SER FUNDAMENTAL PARA ACELERAR A MUDANÇA E AJUDAR O PAÍS A CUMPRIR COM AS METAS QUE SÃO MUITO AMBICIOSAS: CHEGAR, EM 2025, A 65% DE RECOLHA DE TODAS AS EMBALAGENS QUE SÃO COLOCADAS NO MERCADO

sociedade
ponto verde

A Academia Ponto Verde é uma dessas iniciativas. É o nosso principal programa para a comunidade educativa, que foi criado em 2019 e já este ano lectivo arrancámos com uma nova edição, que será a maior de sempre. O nosso roadshow, em particular, vai passar por mais de 300 escolas, de norte a sul do país e, pela primeira vez, estaremos nos Açores e Madeira, com a expectativa de chegarmos a mais de 13.500 alunos.

Destaco ainda a app da SPV, a Acerta e Recicla, que agrega tecnologia e digitalização a uma componente de gamificação, ou seja, possibilita que todos passem a ter na “palma da sua mão” mais conhecimento sobre a reciclagem de embalagens e quem souber mais é recompensado com prémios; e também o prémio “Junta-te ao Gervásio”, que vai ter em breve a sua segunda edição e voltar a distinguir projectos a nível nacional na área da reciclagem de embalagens e da economia circular.

De forma contínua, continuamos a levar a reciclagem de embalagens a eventos culturais e desportivos, actuando a dois níveis. Asseguramos, por um lado, que cada recinto dispõe de ecopontos e o público está informado para reciclar os seus resíduos de embalagem; e aproveitamos esse contacto, que por vezes chega a milhares de pessoas, para as motivar a reciclar, sempre, em qualquer lugar. Além disso, usamos as nossas redes sociais e plataformas digitais para comunicarmos regularmente as nossas atividades, darmos dicas e informação sobre estes temas.

É, portanto, em proximidade que actuamos junto de todos os cidadãos, levando-lhes conhecimento, numa comunicação que se quer eficiente e, nesse sentido, procuramos criar iniciativas diferenciadoras e experiências atractivas, positivas e relevantes, como as que acabei de mencionar.

Existem programas educativos ou campanhas específicas voltadas para escolas e universidades sobre o impacto ambiental e a necessidade de reduzir resíduos?

Sim, a Academia Ponto Verde da Sociedade Ponto Verde é um dos principais programas em Portugal para promover a reciclagem de embalagens e a Educação Ambiental nas escolas. Globalmente, e sobretudo através da plataforma da Academia Ponto Verde, proporcionamos o acesso a várias actividades adequadas para crianças desde os 3 anos até jovens do ensino profissional e para os educadores e professores disponibilizamos ferramentas e conteúdos didáticos para serem usados nas salas de aula ou em actividades no exterior.

Já para as universidades seguimos um modelo diferente que passa, sobretudo, pela criação de protocolos de cooperação que nos permitem promover projectos específicos à medida de cada um destes estabelecimentos.

Com a Universidade NOVA de Lisboa, por exemplo, lançámos o CIRCULAR inNOVA(tion), que é um programa de empreendedorismo, ideação e inovação. Juntamos equipas multidisciplinares para desenvolverem novos produtos,



» Ana Trigo Morais, CEO da Sociedade Ponto Verde

modelos de negócio ou soluções inovadoras na cadeia de gestão de resíduos, com o objectivo de ajudar na separação e recolha selectiva de embalagens.

Já em parceria com a Universidade de Lisboa, a SPV está a trabalhar para serem implementadas acções de melhoria do sistema de gestão de resíduos das suas 18 escolas, nos serviços centrais e Serviços de Acção Social, mas também para se realizarem workshops e formações temáticas dirigidas aos alunos, e eventos para toda a comunidade académica.

Como é que a SPV incentiva as empresas a adoptarem práticas mais sustentáveis, como a diminuição do uso de plástico e outros materiais nocivos ao ambiente?

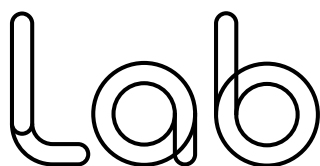
Para a SPV é fundamental trabalhar em proximidade com todos os agentes da cadeia de valor, nomeadamente com os nossos clientes e parceiros, disponibilizando-lhes soluções e ferramentas inovadoras



PARA
NÓS É
FUNDAMENTAL
SERMOS
O PARCEIRO
DE JORNADA
PARA A
SUSTENTABILIDADE
DOS
NOSSOS
CLIENTES



ponto verde



JUNTOS,
DESENHAMOS
O FUTURO.

e tecnológicas que os ajudem a colocar embalagens mais sustentáveis e recicláveis no mercado.

É a nossa estratégia de Inovação a funcionar e que integra projectos como o Ponto Verde Lab e o Re-Source para os quais a SPV mobiliza financiamento. O primeiro, o Ponto Verde Lab, promove medidas de prevenção na gestão de resíduos, tendo por base a adopção das melhores práticas de ecodesign e design for Recycling. Já o Re-Source é o nosso programa de inovação colaborativa, que conta já com três edições, e que junta embaladores e startups para trazer soluções mais eficientes para o sistema.

Integrado nesta estratégia disponibilizamos também Relatórios de Medidas de Prevenção aos nossos clientes embaladores, que dão acesso a uma sistematização do trabalho que estes desenvolvem no que diz respeito à redução, reutilização e reciclabilidade dos materiais de embalagem. Ou seja, ajudamos a monitorizarem o progresso das suas práticas e com base nessa informação estatística podem verificar o que é possível fazer para melhorarem o desem-



REALIZAMOS
EVENTOS
NEUTROS EM
CARBONO,
SENDO OS NOS-
SOS PRÓPRIOS
EVENTOS CAR-
BONO ZERO,
COMO PARTE
DO NOSSO
COMPROMISSO
EM MITIGAR O
IMPACTO NA
ACTIVIDADE
HUMANA NO
AMBIENTE

penho das suas embalagens. No fundo, estamos a fazer com que cumpram também os requisitos e das normas locais e europeias.

Quais são os maiores desafios enfrentados pelas empresas portuguesas no cumprimento das metas de redução de resíduos e como a SPV pode ajudar a superá-los?

Há vários compromissos, directrizes e metas europeias transpostas para Portugal que é preciso cumprir e as empresas têm a sua responsabilidade, devendo continuar a incorporar a Sustentabilidade nas suas estratégias e a introduzir as melhores práticas ESG na sua organização, sem prejuízo de valor para o seu futuro.

Tudo isto implica que as empresas tenham capacidade de investimento em I&D e Inovação, pois só assim se vai conseguir repensar as cadeias de valor e os ciclos de vida de produtos e serviços, encontrar soluções inovadoras que reduzam o consumo de matérias-primas e promovam a reciclabilidade e a reutilização dos materiais.

Operando no sector do Grande Consumo soma-se a importância de se conseguir criar embalagens cada vez mais sustentáveis, tendo em atenção as ferramentas do ecodesign e o design for recycling, e a necessidade de dar a conhecer aos consumidores as características ambientais dos seus produtos e o uso que deve ser dado às embalagens no fim de vida.

No que diz respeito à nossa intervenção, a SPV trabalha com todos os intervenientes do sector, mas para nós é fundamental ser-

mos o parceiro de jornada para a Sustentabilidade dos nossos clientes e embaladores em critérios como ESG, compliance ambiental, inovação e ecodesign.

É neste contexto colaborativo e de proximidade que partilhámos conhecimento e ajudamos a identificar soluções inovadoras e digitais, mais justas e equilibradas, para tornar a cadeia de valor do grande consumo e do pós-consumo mais “verde”, mais inclusivo e mais responsável. Este é o caminho que deve continuar a ser feito para se fazer mais e melhor no sector da reciclagem de embalagens e tratar a pegada ambiental.

Que inovações tecnológicas estão a ser exploradas para melhorar a gestão de resíduos em Portugal?

O sector dos resíduos tem tido uma evolução notável e a nossa expectativa é que esteja significativamente diferente daqui a dois, três anos. O investimento em tecnologia continua a ser fundamental para acelerar a mudança e ajudar o país a cumprir com as metas que são muito ambiciosas: chegar, em 2025, a 65% de recolha de todas as embalagens que são colocadas no mercado. Este fluxo é o único que cumpre, mas o que verificamos é que o ritmo de crescimento da recolha selectiva está a ser insuficiente para alcançar esta meta e, portanto, a SPV defende mesmo um “choque tecnológico” que evite que o país entre em incumprimento.

Projectos como o “Maфра Reciclar a valer + Rua a Rua”, que a SPV apoia através da participação no Re-Source, são muito relevantes.



CIDADÃOS

A COLABORAÇÃO ENTRE OS CIDADÃOS E A SPV PODE SER FEITA DE VÁRIAS FORMAS JÁ QUE VAMOS ONDE OS CIDADÃOS ESTÃO E DISPONIBILIZAMOS FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS E DIGITAIS QUE PERMITEM UMA INTERACÇÃO FÁCIL E PRÁTICA



Está, neste momento, a ser implementado em formato piloto, mas as nossas expectativas são muito positivas e seria desejável que ganhasse escala. De forma resumida, é usada a tecnologia RecySmart nos ecopontos verde e amarelo que passam a dispor de um dispositivo que reconhece as embalagens por tipologia (plástico, embalagens de cartão para bebidas, metal ou vidro) e conta o número de embalagens depositadas. Adicionalmente, são oferecidos pontos aos cidadãos que colocam correctamente as embalagens nos ecopontos que por sua vez são convertidos num valor monetário no cartão Mafra Mais para ser usado em lojas de comércio local. Enquanto se aumenta a capacidade de recolha de resíduos de embalagem no local, analisa-se o comportamento da população quando a opção de reciclagem se torna monetariamente vantajosa, o que é muito interessante.

A tecnologia tem estado no cerne de muitos dos projectos do

Re-Source e posso mencionar outros dois que, neste caso, recorrem à área da robótica. Um deles é o projecto da start-up DANU ROBOTICS, em parceria com a ALGAR, que propõe a criação de um braço robótico na triagem de embalagens. Este é alimentado por um sistema de inteligência artificial na linha de triagem de planos da unidade de triagem do Sotavento e irá realizar a separação dos resíduos de embalagem de acordo com os requisitos que a ALGAR é obrigada a cumprir.

Também a Valorsul, em colaboração com a SPV e a Tetrapak, está a investir na instalação de uma inédita tecnologia de triagem robotizada em Portugal. Trata-se da solução da Recycleye que permite detectar e separar automaticamente os resíduos, e melhorar a recuperação das embalagens de cartão para bebidas. Isto permite que a Valorsul forneça um maior volume de recicláveis a partir da fábrica e assegurando que mais



SÃO ALGUNS EXEMPLOS QUE MOSTRAM COMO O FUTURO DO SECTOR PASSA INEVITAVELMENTE PELOS NOVOS AVANÇOS TECNOLÓGICOS E POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

resíduos de embalagens de Lisboa são reciclados.

São alguns exemplos que mostram como o futuro do sector passa inevitavelmente pelos novos avanços tecnológicos e por Inteligência Artificial. Globalmente, a SPV defende a possibilidade de o consumidor poder vir a pedir a recolha dos resíduos no seu domicílio, correspondendo a uma “uberização” do sistema porta a porta ou aos sistemas pay as you throw, mas também a criação de um BI da embalagem, factores que seriam muito relevantes para ajudar à modernização do sector com impacto nos resultados e nas metas da reciclagem de embalagens.

Como a SPV mede o impacto ambiental das suas acções e projectos ao longo do tempo?

Adoptamos várias abordagens e metodologias para medir o impacto de todas as nossas acções, nomeadamente ao nível ambiental, pois para nós é extremamente importante garantir a transparência e termos acesso a dados concretos que permitam melhorar processos e procedimentos, que levem a mais e melhores resultados na nossa área de intervenção.

É visível no apoio que a SPV dá na gestão sustentável de embalagens em empresas, organismos públicos e Academia, acompanhando os resultados daí decorrentes, assim como também seguimos de perto os projectos que financiamos, nomeadamente integrados no programa Re-Source, vários já com aplicabilidade no país. ●





ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

UNILEVER

COMPROMISSO COM O FUTURO

OS OBJECTIVOS E METAS DE SUSTENTABILIDADE SÃO TAMBÉM CONSIDERADOS E INTEGRADOS NOS PLANOS DAS PRINCIPAIS MARCAS DA UNILEVER

A

sustentabilidade é uma componente fundamental e que pode preparar a empresa para o futuro e criar novas oportunidades. Salvaguarda as operações, reduz os riscos na cadeia de abastecimento, ajuda a atrair e reter talento e molda a capacidade de resposta aos desafios globais que enfrentamos, como as alterações climáticas, a perda de biodiversidade, a pobreza e a desigualdade.

Há cerca de duas décadas que a Unilever trabalha num plano de sustentabilidade ambicioso e é pioneira nesta área. Desde 2015 reduziu as emissões da sua operação em 74%, com a ambição de atingir a neutralidade carbónica em 2030 e em toda a sua cadeia de valor até 2039. Lançou em 2020 o fundo “Climate & Nature” com o compromisso de investir mil milhões de euros até 2030 em projectos com impacto no clima, na natureza e na eficiência de recursos, com o objectivo de transformar a forma como os produtos são produzidos e chegam ao fim de sua vida útil.

Deste modo, o Plano de Acção Climática reflecte o foco da empresa em continuar a ser pioneira nesta

matéria. No entanto, face aos crescentes desafios económicos, ambientais e sociais, teve de evoluir a sua abordagem. «Estamos a entrar numa era de liderança em negócios sustentáveis caracterizada pelo surgimento de padrões específicos de sustentabilidade, relatórios não financeiros e a aceleração dos eventos climáticos. Alertar para os impactos da crise climática e estabelecer objectivos de longo prazo já não são suficientes pois o foco está em entregar impacto no curto-médio prazo, e tornar o progresso na área da sustentabilidade parte integrante do desempenho do negócio», explica fonte oficial da

empresa em entrevista à Executive Digest.

«Estamos determinados em implementar menos iniciativas, mas melhores e com mais impacto, em quatro áreas prioritárias: clima, natureza, plásticos e condições de vida. Para cada uma destas áreas, definiu-se a ambição a longo prazo, apoiada por diversos objectivos a curto e médio prazo. Ao concentrarmos os esforços e recursos desta forma, conseguimos progredir com maior rapidez e eficácia», acrescenta o responsável.

Além de tomar medidas urgentes e específicas no âmbito do negócio, a Unilever também faz uso da sua “voz”, estando envolvida em





UNILEVER

A UNILEVER É UMA DAS MAIORES EMPRESAS NO MUNDO DE BENS DE CONSUMO, COM MAIS DE TRÊS MIL MILHÕES DE PESSOAS POR DIA A UTILIZAR PRODUTOS DAS CERCA DE 400 MARCAS, EM 190 PAÍSES DIFERENTES. DISPÕE DE COMPETÊNCIAS DE EXCELÊNCIA NAS ÁREAS DA CIÊNCIA, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE



» Estamos determinados em implementar menos iniciativas, mas melhores e com mais impacto, em quatro áreas prioritárias: clima, natureza, plásticos e condições de vida

diversos fóruns onde é frequente desempenhar um papel de liderança. Há muito que defende a mudança externa para ajudar a resolver os obstáculos sistémicos que impedem um progresso mais rápido na sociedade em matéria de sustentabilidade. A acção voluntária das empresas, por si só, não é suficiente e devem existir regras mais fortes e regulamentos harmonizados. A título de exemplo, a Unilever ajudou a criar a Coligação Empresarial para um Tratado Global sobre o Plástico, a fim de transmitir confiança aos negociadores dos Estados-membros de que as empresas e as instituições financeiras reconhecem a importância da regulamentação para acabar com a poluição causada pelos plásticos.

PRINCÍPIOS DE ACÇÃO

Os princípios para os próximos anos incluem várias acções e targets. Ao nível do clima, a ambição é alcançar a neutralidade carbónica em toda a cadeia de valor até 2039, e o foco está em reduzir as nossas emissões (scope 1 e 2) até 2030. Em relação à operação, desde 2015 que a Unilever reduziu as emissões da operação em 74% e vão atingir o target dois anos antes, principalmente através da transição para energia renovável e programas de maior eficiência energética.

Sobre a cadeia de valor, cerca de 98% das emissões ocorrem fora das próprias operações, pelo que para atingir o target é fundamental trabalhar em conjunto com fornecedores e clientes. Já o programa climático com forne-

BOAS PRÁTICAS

- Alcançar 100% da frota automóvel eléctrica até 2030 (meta global). Em Portugal cerca de 85% da frota automóvel da Unilever FIMA e Gallo Worldwide já é eléctrica;
- Instalação de painéis solares na Fábrica FIMA Olá em Santa Iria, o que permite reduzir 11% o consumo de energia;
- Teste em Portugal de quiosques de venda de gelados equipados com painéis solares, que promovem a autossuficiência energética, reduzem o consumo de energia da rede pública e produzem energia limpa e renovável para autoconsumo, contribuindo significativamente para a redução das emissões de carbono;
- Lançamento de Skip Ciclos Curtos, o primeiro detergente de roupa no mercado eficaz em lavagens de 15 minutos e baixa temperatura. Permite a redução de até 30% no consumo de água e até 60% de energia, em comparação com lavagens mais longas. As embalagens são 100% recicláveis e incluem 35% de plástico reciclado (PCR) na sua composição;
- As embalagens de Dove gel de banho e de loções são produzidas com plástico 100% reciclado (PCR), promovendo a economia circular. Destaque também para as iniciativas de reflorestação em parceria com a Conservation International e a certificação pela PETA;
- Embalagens mais leves, reduzem o consumo de plástico virgem além de reduzir as emissões de transporte. Rexona e Dove lançaram em 2024 desodorizantes roll-on mais leves, com a redução de 1/3 de utilização de plástico;
- Embalagem de Magnum Pints é uma inovação mundial. Copo de plástico reciclado possível de ser utilizado em produtos alimentares e suportar temperaturas de congelamento;
- Embalagens de molhos top down de Hellmann's e Calvé são de plástico 100% reciclado e recicláveis;
- 18% de redução de uso de plástico virgem nas embalagens (objetivo de 40% até 2028);
- 22% de plástico reciclado nas embalagens (objetivo de 25% até 2025);
- 53% do plástico nas embalagens reutilizável, reciclável ou compostável (target 100% até 2030 para o plástico rígido e 2035 para o plástico flexível);
- A Unilever é Membro do Pacto Global para os Plásticos para a adopção de uma economia circular para os plásticos e a existência de um tratado global.



ESPECIAL

REDUÇÃO DA PEGADA AMBIENTAL

UNILEVER



» A Unilever há vários anos que defende a existência de uma economia circular para embalagens plásticas



cedores pretende sensibilizar e ajudar os fornecedores a reduzir a sua pegada ambiental e nível de emissões de carbono, através de acesso a ferramentas e apoio especializado por forma a melhor medirem o seu impacto. «Até final de 2024, prevemos que a Unilever esteja a trabalhar em parceria com cerca de 300 fornecedores de matérias-primas, ingredientes e embalagens. À medida que os fornecedores progridem no Programa e trabalham para reduzir a pegada dos materiais que compramos, a Unilever também trabalha na reformulação de produtos e na

inovação em materiais de embalagem», explica fonte da empresa em entrevista à Executive Digest.

Para a Natureza, o foco está em duas áreas principais, onde se pode ter maior impacto e mitigar os efeitos das mudanças climáticas. No primeiro, é fundamental as cadeias de abastecimento livres de desflorestação, para defender o clima e a biodiversidade, o que implica a reformulação da cadeia de abastecimento agrícola global. Também a aposta na Agricultura Regenerativa permite aumentar a resiliência das culturas face ao impacto das alterações climáticas e também reduzir as emissões de carbono. Em 2021, a Unilever implementou os Princípios da Agricultura Regenerativa que fornecem orientação sobre como nutrir o solo, capturar carbono e restaurar e regenerar a terra. O Objectivo é o de implementar práticas de agricultura regenerativa em um milhão de hectares de terras agrícolas até 2030.

A Unilever há vários anos que defende a existência de uma economia circular para embalagens plásticas. «Isso significa que precisamos de sistemas melhores para recolha, processamento e contínua reutilização. Precisamos mudar a forma como as embalagens de plástico são fornecidas, utilizadas e descartadas. Mas a transformação leva tempo. Considerando a dimensão do desafio, a Unilever está a pôr à prova as suas capacidades de inovação para encontrar novas soluções escaláveis», conclui fonte oficial da empresa em entrevista à Executive Digest. ●



DESDE 2015 QUE A UNILEVER REDUZIU AS EMISSÕES DA OPERAÇÃO EM 74% E VÃO ATINGIR O TARGET DOIS ANOS ANTES, PRINCIPALMENTE ATRAVÉS DA TRANSIÇÃO PARA ENERGIA RENOVÁVEL E PROGRAMAS DE MAIOR EFICIÊNCIA ENERGÉTICA



 Olha,
já reparaste?

Cada uma das nossas garrafas
tem uma beleza única.



Dove 

Com plástico 100% reciclado
Orgulhosos da nossa natureza



PÉ DE ORELHA

POR:

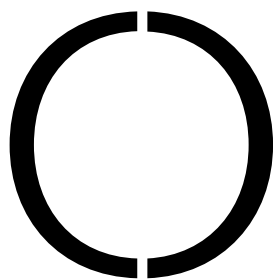
Beatriz Rubio

CO-FUNDADORA DA MAXFINANCE PORTUGAL



AS NOVAS POLÍTICAS E INCENTIVOS PARA JOVENS ATÉ AOS 35 ANOS EM PORTUGAL: UMA OPORTUNIDADE PARA O FUTURO

*Estas políticas não só aliviam
as pressões financeiras,
como também promovem
uma maior igualdade de
oportunidades e incentivam a
independência dos jovens*



acesso à habitação em Portugal tem sido um dos maiores desafios para os jovens. Os altos preços e as exigências de crédito limitam as opções de quem procura a sua primeira casa. No entanto, as novas medidas de 2024 trouxeram um conjunto de incentivos que podem mudar o rumo desta situação, abrindo novas oportunidades para jovens até aos 35 anos que procuram estabilidade financeira e concretizar o sonho de ter casa própria.

Um dos incentivos mais relevantes é a isenção do Imposto Municipal sobre Transmissões Onerosas de Imóveis (IMT) e do Imposto de Selo para imóveis até 316.272 euros. Esta medida representa uma poupança significativa e um alívio para quem deseja comprar casa, especialmente em zonas

urbanas como Lisboa e Porto, onde os preços continuam a subir. Esta isenção do IMT pode traduzir-se numa economia de milhares de euros, facilitando o acesso à habitação.

Além disso, o governo criou uma garantia pública – que deverá ser aplicada na sua plenitude até ao final do ano – que cobre até 15% do valor do imóvel em transações até 450 mil euros. Esta medida permite que os jovens obtenham financiamento de 100% do valor da casa, eliminando a necessidade de poupanças substanciais para a entrada inicial. Trata-se de um apoio crucial numa fase em que muitos jovens ainda estão a construir as suas carreiras e não dispõem de grandes poupanças.

Outro ponto importante é o alargamento do programa Porta 65 Jovem, que flexibiliza o acesso a subsídios de arrendamento. Este apoio é essencial para quem, por enquanto, prefere arrendar em vez de comprar, garantindo opções de habitação mais acessíveis e estáveis.

Estas políticas não só aliviam as pressões financeiras, como também promovem uma maior igualdade de oportunidades e incentivam a independência dos jovens. No entanto, é essencial que os beneficiários destas medidas estejam bem informados sobre como aceder aos apoios e tomem decisões financeiras responsáveis.

Se bem aplicadas, estas políticas poderão representar um ponto de viragem para os jovens em Portugal, permitindo-lhes entrar no mercado imobiliário e alcançar a estabilidade financeira a longo prazo. Para muitos, este é o momento ideal para agir, aproveitar os incentivos disponíveis e planear um futuro mais seguro. ●

Nota: O autor escreve segundo o novo acordo ortográfico.

TransAct[®] LAT

LIBERTA-TE DAS DORES
MUSCULARES E ARTICULARES



Ango

LIBERTA Te



TransAct[®] LAT (Flurbiprofeno). Medicamento não sujeito a receita médica, indicado no tratamento sintomático das situações de inflamação músculo-esquelética localizada. Deve ser interrompido aos primeiros sinais de rash, lesões mucosas ou outras manifestações de hipersensibilidade. Ler cuidadosamente as informações constantes do acondicionamento secundário e do folheto informativo, e em caso de dúvida ou persistência dos sintomas, consultar o seu médico ou farmacêutico. TransAct[®] LAT – Resumo das Características do Medicamento.

* Memeo A et al. Drug Invest. 1992, 4 (5): 441-449.



JABA RECORDATI, S.A. Av. Jacques Delors, Edifício Inovação 1.2, Piso 0. Taguspark – Parque de Ciência e Tecnologia. 2740-122 Porto Salvo. Tel.: 214 329 500 NIF: 500492867 MP: 02-2024 Ref.: 030-2024 www.jaba-recordati.pt