

REVISTA

ctt

Nº 10_MAI_JUN_21

Passatempo
Dia Mundial da Criança



05 EDITORIAL

A caminho de mais 500 anos

06 MOMENTOS

10 BANCO CTT

Clientes Banco CTT com vantagens e descontos n'Ó Clube
Banco CTT inova na digitalização do processo de Crédito Habitação junto dos seus parceiros

12 + PREVENÇÃO

A tecnologia ao serviço da Segurança Rodoviária

14 EVENTOS

Tranferência de competências
E-commerce Moments
CTT e Reditus atendem Covid-19 da Linha Segurança Social

22 CAMPANHA

Fim da insenção do IVA nas compras extracomunitárias até 22€

24 UNBOXING 2021

CTT 2021 os próximos 500 anos
Faster B2B - Expresso e Soluções Empresariais
Faster B2C - Retalho e Serviços Financeiros Postais
Uma nova era

36 SUSTENTABILIDADE

Celebre o Dia Mundial do Ambiente todos os dias

FICHA TÉCNICA

Director Miguel Salema Garção **Directora Executiva** Adriana Eugénio **Redação** Elsa Duarte, Lucília Prates, Rosa Seródio, Paulo Rui Teixeira e Rita Presas **Conceção Gráfica** Miguel Dantas e Samuel Trindade **Fotografia** Pedro Cruz e Arquivo CTT
Produção Comunicação e Sustentabilidade **Propriedade** CTT Correios de Portugal, S.A. - Sociedade Aberta
Av. D. João II, n.º 13, 1999-001 LISBOA Tel.: 210 470 300 **Pessoa coletiva n.º** 500 077 568
PUBLICAÇÃO BIMESTRAL - DISTRIBUIÇÃO GRATUITA A revista CTT foi escrita ao abrigo do novo Acordo Ortográfico.
Agradecimentos pela cedência de imagens ao Aquário Vasco da Gama e a todos os Colaboradores dos CTT que partilharam fotos.

38 À CONVERSA COM...
Ana Sílvia Santos

42 SOU CTT
Paez chegou ao sou CTT
Passatempo Optocentro

44 INOVAÇÃO
Breves

46 INOV+
Mais uma ideia implementada

48 FILATELIA
O Correio - Rostos e Estórias

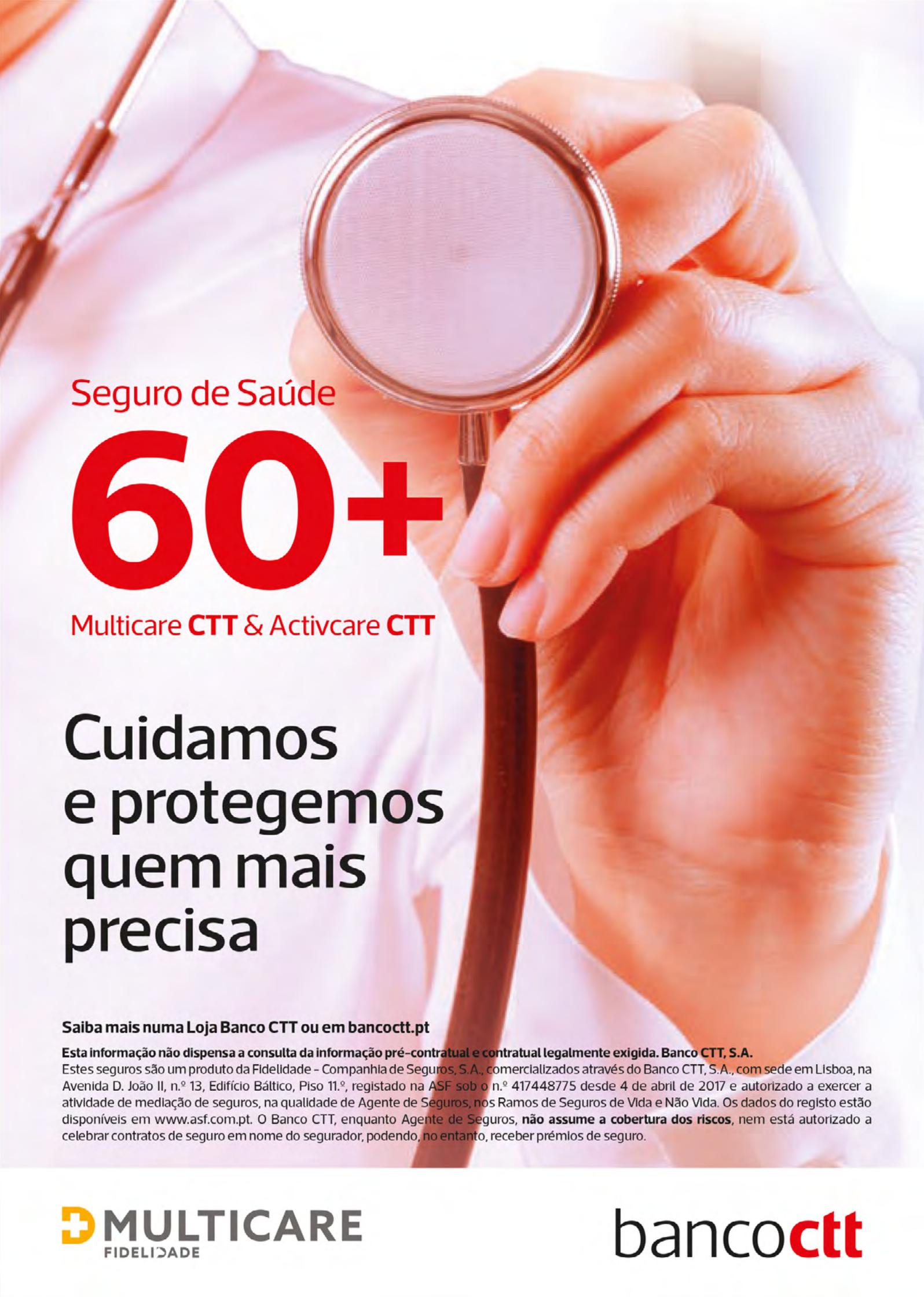
50 DONA OFERTA
Propostas Dona Oferta

52 SAÚDE
Deixe de fumar: ganhe anos de vida
Os efeitos do tabagismo passivo nas crianças

56 LUGARES
Funchal, pérola do Atlântico

58 DESPORTO
Padel, um desporto em crescimento

60 PASSATEMPO
"Venham desenhar a capa da Revista CTT"



Seguro de Saúde

60+

Multicare **CTT** & Activcare **CTT**

**Cuidamos
e protegemos
quem mais
precisa**

Saiba mais numa Loja Banco CTT ou em bancocctt.pt

Esta informação não dispensa a consulta da informação pré-contratual e contratual legalmente exigida. Banco CTT, S.A.

Estes seguros são um produto da Fidelidade - Companhia de Seguros, S.A., comercializados através do Banco CTT, S.A., com sede em Lisboa, na Avenida D. João II, n.º 13, Edifício Báltico, Piso 11.º, registado na ASF sob o n.º 417448775 desde 4 de abril de 2017 e autorizado a exercer a atividade de mediação de seguros, na qualidade de Agente de Seguros, nos Ramos de Seguros de Vida e Não Vida. Os dados do registo estão disponíveis em www.asf.com.pt. O Banco CTT, enquanto Agente de Seguros, **não assume a cobertura dos riscos**, nem está autorizado a celebrar contratos de seguro em nome do segurador, podendo, no entanto, receber prémios de seguro.

 **MULTICARE**
FIDELIDADE

bancocctt



Miguel Salema Garção
Diretor de Comunicação

NESTE ESFORÇO, O PAPEL DOS COLABORADORES FOI É ESSENCIAL PARA SERMOS BEM-SUCEDIDOS POIS, COMO O AFIRMOU O NOSSO PRESIDENTE, JOÃO BENTO, «TEMOS TUDO O QUE É PRECISO PARA CONQUISTAR OS PRÓXIMOS 500 ANOS».

A CAMINHO DE MAIS 500 ANOS

Gosta da capa desta revista? Por certo reparou que está diferente do habitual. A sua autora é a vencedora do passatempo que lançámos aos mais pequenos da família CTT por ocasião do Dia Mundial da Criança. A adesão não se fez esperar e, para lá do trabalho da Eva, foram também distinguidos outros desenhos que pode ficar a conhecer nas páginas desta edição.

Já é um lugar-comum, mas nunca é demais repetir que o amanhã constrói-se hoje. E queremos que o nosso amanhã seja tão vasto como o nosso passado de que tanto nos orgulhamos. Daí, que o tema escolhido para a convenção deste ano tenha sido, precisamente, o “Unboxing dos próximos 500 anos”, em que a gestão de topo partilhou com milhares de colaboradores, que assistiram em direto ao evento online, as últimas realizações e os desafios de 2021 e dos anos subsequentes, guiados pela ambição de sermos mais rápidos, melhores e mais verdes.

Todos os intervenientes foram unânimes em asseverar que estamos no bom caminho, apesar do contexto difícil que ainda atravessamos, pois fomos incisivos e céleres a aproveitar as oportunidades trazidas pela crise pandémica. Neste esforço, o papel dos colaboradores foi e é essencial para sermos bem-sucedidos pois, como o afirmou o nosso Presidente, João Bento, «temos tudo o que é preciso para conquistar os próximos 500 anos». Face à relevância das mensagens divulgadas no evento, dedicamos um número alargado de páginas a este tema, para que, quem não teve oportunidade de assistir possa ficar a conhecer o rumo a seguir.

A quarta edição do “E-commerce Moments”, que já é uma referência no

mercado do comércio eletrónico em Portugal, e a primeira das “Business Talks, conversas que valem a pena”, centrada nas soluções dos CTT para apoiar a transferência de competências na área da educação para as autarquias, são outros eventos que merecem destaque. Em matéria de segurança rodoviária, sabia que a partir de 2022 todos os veículos fabricados e vendidos no espaço europeu têm de vir equipados, obrigatoriamente, com novas tecnologias de segurança? O resultado: atingir o objetivo de zero mortes na estrada até 2050, definido pela União Europeia.

Também a filatelia continua a fazer jus à sua boa reputação. Entre as várias emissões lançadas recentemente, aqui divulgamos as alusivas aos 150 anos do nascimento de Alfredo da Silva e à Memória do Holocausto. Mas o realce vai para a segunda edição do ano, “O Correio – Rostos e Estórias”, que congrega as memórias de várias dezenas de colaboradores ao serviço da empresa. Um livro que o Diretor de Filatelia, Raul Moreira, «desejaria nunca acabar de editar».

Em tempo de férias, e se ainda não elegeu o seu destino, deixo-lhe a sugestão de voar até à Pérola do Atlântico para desfrutar da sua beleza arquitetónica e de cenários deslumbrantes.

A terminar, a boa notícia da atribuição do Prémio Marketer 2021 aos CTT na categoria de Corporate Brands. Um feito fantástico, fruto do trabalho de excelência que todos temos realizado nestes tempos de enorme exigência.

PARA NUNCA *ESQUECER*, SELOS PERPETUAM MEMÓRIA DO HOLOCAUSTO

Associámo-nos ao Programa Nunca Esquecer – em torno da Memória do Holocausto, através do lançamento de uma emissão filatélica que homenageia os salvadores portugueses que, durante a Segunda Guerra Mundial, arriscaram as suas vidas e carreiras para ajudarem milhares de pessoas, muitas delas judias, da perseguição do regime nazi em vários países europeus. A cerimónia decorreu no dia 17 de junho, no Palácio das Necessidades, em Lisboa, e contou com a participação de Augusto Santos Silva, Ministro de Estado e dos Negócios Estrangeiros, Marta Santos Pais, Comissária do Projeto Nunca Esquecer, João Bento, Presidente Executivo dos CTT, e Raul Moreira, Diretor de Filatelia dos CTT. A emissão, com design de Atelier B2 Design, é constituída por cinco selos e um bloco filatélico que representa uma refugiada no cais de Lisboa, junto a um marco de correio (1940/41). Já os selos retratam Aristides de Sousa Mendes (Cônsul de Portugal em Bordéus), Carlos Sampaio Garrido (Embaixador



de Portugal na Hungria), Alberto Teixeira Branquinho (Encarregado de Negócios em Budapeste), José Brito Mendes (emigrante português em França) e Padre Joaquim Carreira (Reitor do Pontifício Colégio Português, em Roma).

«A homenagem prestada pelos CTT é um justo reconhecimento àqueles que devem constituir exemplo de vida, de cidadania e defesa dos Direitos Humanos, num mundo que se quer democrático e solidário, isento de discriminação, intolerância e ódio», lê-se no texto da pagela, da autoria da Comissão do Projeto Nunca Esquecer, fundado no ano do 75.º aniversário da criação da Organização das Nações Unidas e dos Julgamentos de Nuremberga, e assinalando os 80 anos sobre o salvamento de milhares de pessoas por Aristides de Sousa Mendes. **RS**

PCA DOS CORREIOS DE *MOÇAMBIQUE* VISITA CTT

No dia 19 de maio, João Bento, Presidente Executivo dos CTT, recebeu a visita de Valdemar Jessen, Presidente do Conselho de Administração dos Correios de Moçambique. Durante a reunião de trabalho, foram trocadas impressões sobre interesses comuns e iniciativas de ambos os operadores, quer no âmbito da cooperação (bilateral e multilateral) para o desenvolvimento, quer na perspetiva de potenciais futuros negócios conjuntos, em particular no âmbito da CORRE – Correio Expresso de Moçambique, uma parceria que une as empresas desde 2009. **RS**



CTT **MEDIA** DIGITAL

Lançámos, em parceria com a Omnicom, o CTT Media Digital um serviço vocacionado para PME e que lhes permite criar campanhas online. Esta plataforma é mais um passo na materialização da nossa missão de promover a economia nacional e a digitalização das empresas e permite que as empresas comuniquem os seus negócios em plataformas de media digitais, como Facebook ou Google, de forma simples e intuitiva. O protocolo foi assinado no dia 21 de junho e, nas palavras de Luís Mergulhão, CEO da Omnicom Media Group, «este lançamento coloca à disposição de todas as empresas, quaisquer que sejam as dimensões, principalmente dos pequenos e médios empresários, uma oferta de media que os iguala àquilo que são outras marcas, empresas de dimensões muito distintas. Hoje fala-se muito em e-commerce, e o que estamos a fazer aqui é a concretizar mais um passo de e-commerce no âmbito o âmbito do universo CTT e das suas parcerias». Para João Sousa, Administrador



Executivo dos CTT, «é um dia histórico, um sonho antigo que nós temos, de ajudar as empresas em Portugal a trabalharem da melhor forma as suas áreas de publicidade. Sabemos que Portugal é um país de pequenas e médias empresas e muitas delas não têm departamentos de marketing ou publicidade, e necessitavam de uma ferramenta que fosse rápida e ágil e bastantes flexível, adaptada às

necessidades destes negócios». O Administrador considera que CTT foram, durante o último ano, de uma forma orgulhosa «um dos principais parceiros digitais das empresas em Portugal», e esta plataforma inovadora vem completar o leque de serviços criados para apoiar as empresas. Veja [aqui](#) o vídeo realizado acerca do evento de lançamento e saiba mais sobre o CTT Media Digital. ED

INTEIRO POSTAL CELEBRA 30 ANOS DAS **FRAGATAS** DA CLASSE VASCO DA GAMA

A comemoração dos 30 anos das fragatas da classe Vasco da Gama ficou marcada pelo lançamento de um Inteiro Postal. A cerimónia presencial decorreu na manhã de 18 de maio, na Base Naval de Lisboa, a bordo do NRP Álvares Cabral, e contou com a presença do Presidente Executivo dos CTT, João Bento, e do Diretor de Filatelia, Raul Moreira.

A fragata Vasco da Gama comemora 30 anos ao serviço da Marinha e de Portugal. Foi em 18 de janeiro de 1991 que a Bandeira Nacional foi içada, pela primeira vez, a bordo do NRP Vasco da Gama, na cidade de Hamburgo, na Alemanha. Seguiu-se, no mesmo ano, a entrada das fragatas Álvares Cabral (24 de maio) e Corte-Real (22 de novembro). Nestes trinta anos ao serviço de



Portugal, o NRP Vasco da Gama, o primeiro dos três navios da classe Vasco da Gama, participou em inúmeras missões e operações, desempenhando variadas tarefas e representando o nosso país em defesa dos interesses nacionais em várias partes do mundo, designadamente, nos oceanos Atlântico e Índico, e nos mares

Mediterrâneo, Adriático, Báltico e do Norte, entre outros. A entrada ao serviço destes navios representou a modernização operacional e permitiu à Marinha continuar como uma importante parceira junto das organizações internacionais. RS

“ZÉ BURRITO” TAMBÉM **ESPERA** PELA CARTEIRA

A chegada do/a Carteiro/a é sempre um momento de alegria e entusiasmo. Uma visita simpática e aguardada com expectativa por trazer, frequentemente, novidades do mundo à nossa volta. Em Leiria quem espera ansiosamente a passagem de Ana Fonseca é um burro que, como a própria diz, de “burro” não tem nada. Isto, porque o animal, que apelidou de “Zé Burrito”, já espera a sua passagem e a cenoura ou maçã que a Carteira lhe leva como cumprimento. «Quase a terminar o giro, passo por um terreno onde a maior parte das vezes e dos dias, o animal lá está. Inicialmente, não me dava “confiança” contudo, após algumas “conversas” entre nós, passámos a ser “amiguinhos”», conta Ana Fonseca. Agora, assim que o “Zé Burrito” ouve a mota dos CTT no início da rua, vem a correr na direção da Carteira porque já sabe que está a chegar uma amiga

que lhe leva um presente. Ana Fonseca deu a conhecer esta dinâmica na página de Facebook “Amigos dos CTT” e as reações dos colegas não se fizeram esperar. O “Zé Burrito” que passa o dia sozinho, também aguarda a chegada da Carteira. Veja o vídeo [aqui](#). ED



VENCEMOS A CATEGORIA **CORPORATE BRANDS** DOS PRÉMIOS MARKETEEER

Somos os vencedores da categoria Corporate Brands da 13ª edição dos Prémios Marketeer. A cerimónia de entrega de prémios aconteceu na noite de 30 de junho, n'O Clube – Monsanto Secret Spot, em Lisboa, num evento com número limitado de convidados presenciais e com transmissão através de livestreaming nas plataformas da Marketeer e no Portal Sapo. Miguel Salema Garção, Diretor de Comunicação dos CTT, recebeu o prémio em nome da empresa e dedicou-o a todos os colaboradores que, nestes tempos difíceis, trabalham na linha da frente para assegurar a prestação de um serviço de qualidade a pessoas e empresas. A votação dos leitores para as 32 categorias da edição de 2021 dos



Prémios Marketeer terminou no dia 31 de maio, tendo a lista de nomeados resultado de um cruzamento de

avaliações por parte da redação e do Conselho Editorial da Marketeer. Estamos todos de parabéns!

SELOS CELEBRAM 150 ANOS DO NASCIMENTO DE ALFREDO DA SILVA

A emissão com que nos associámos às comemorações da importante data foi lançada na cerimónia presidida por Marcelo Rebelo de Sousa

No dia 30 de junho, lançámos a emissão filatélica alusiva aos 150 anos do nascimento de Alfredo da Silva, um dos maiores industriais portugueses dos séculos XIX e XX. A cerimónia de lançamento decorreu durante a sessão solene de encerramento das comemorações da data, que foi presidida por Marcelo Rebelo de Sousa, Presidente da República, e teve lugar na Fundação Calouste Gulbenkian, em Lisboa.

«Por se tratar da mais relevante iniciativa empresarial ocorrida em Portugal, em quase século e meio, merece ser recordada e apontada como exemplo, para que idênticos surtos possam colocar o país na senda do progresso económico-social», lê-se na pagela da emissão que homenageia este notável português. «Num país maioritariamente rural, de industrialização lenta e tardia, Alfredo da Silva contribuiu decisivamente para o desenvolvimento da indústria química, dos azeites e óleos alimentares e do têxtil em Portugal, bem como para o incremento dos transportes urbanos e marítimos e da reparação naval, para o crescimento da atividade bancária e seguradora, e para o aumento e melhoria de prestação de serviços, designadamente na área da saúde. Criou um dos maiores grupos económicos portugueses – a Companhia União Fabril (CUF) –



instalado numa das mais importantes cidades industriais do país – o Barreiro».

A emissão filatélica é composta por quatro selos com o valor facial de 0,54€, 0,75€, 0,88€ e 0,91€ e uma tiragem de 100 000 exemplares cada, e um bloco filatélico com um selo no valor de 2,50€ e uma tiragem de 35 000 exemplares. O design dos selos esteve a cargo de Folk Design.

O primeiro selo retrata Alfredo da Silva em 1894, a Fábrica das Fontainhas da CUF do final do séc. XIX e a Chaminé da mesma fábrica em 2020; o segundo representa Alfredo da Silva em 1900 e duas perspetivas do bairro operário do Barreiro, nos anos 50 do séc. XX; o terceiro exhibe Alfredo da Silva em 1920,

a vista aérea do complexo industrial da CUF, no Barreiro, do início do século XX e uma perspetiva da fábrica, de 2020; o quarto selo mostra Alfredo da Silva, em 1940, “A Cirurgia”, baixo-relevo em gesso, uma obra de Leopoldo de Almeida no hall de entrada do Hospital da CUF e uma perspetiva do Hospital CUF Tejo, de 2020.

Já o bloco filatélico apresenta em cima, a Lisnave, em Almada e em 1995, o Lagar do Marmelo, do Grupo Sovena, de 2020; a Cirurgia, baixo-relevo em gesso e o Hospital CUF Tejo, em Lisboa, de 2020; em baixo, o bloco mostra o olival do Grupo Sovena, na Herdade do Marmelo, em Ferreira do Alentejo, 2020. ROSA SERÔDIO

CLIENTES BANCO CTT COM VANTAGENS E DESCONTOS N'Ó CLUBE



Sempre a pensar nos seus clientes e em proporcionar-lhe as melhores condições e vantagens, a partir de julho, o Banco CTT tem novidades para apresentar. Os clientes com Cartão de Débito Banco CTT vão ter acesso a uma plataforma de vantagens e descontos exclusivos.

“o clube” dá acesso a inúmeras vantagens na aquisição de produtos ou serviços em mais de 100 marcas, tais como Adidas, Booking, Rituals, NH Hotels, Philips, Apple, Conforama, entre outras, nas categorias Viagens, Restauração, Desporto e Lazer, Tecnologia, Moda e Beleza, Casa e Decoração e Tecnologia.

Para poder usufruir de todas as vantagens e descontos deste clube

exclusivo, o cliente apenas tem de se inscrever na plataforma e fazer as suas compras online com o Cartão de Débito Banco CTT.

O desconto pode ser aplicado diretamente no ato da compra, ou através de reembolso, ao fazer uma compra no clube o valor do desconto é transferido para o mealheiro d'ó clube e quando atingir os 10€, o cliente pode transferir o valor que tem no mealheiro para a sua conta à ordem do Banco CTT. Ao registar-se n'ó clube, o cliente Banco CTT tem disponíveis descontos para surpreender quem mais gosta ou fazer as compras que realiza habitualmente a melhor preço.

[Clique aqui](#) e conheça “o clube” do Banco CTT.



PHILIPS

15%
Desconto



RITUALS

20%
Desconto



adidas

9%
Reembolso



Conforama
Onde todos encontram a sua casa.

4%
Reembolso



CEPSA

3%
Reembolso



NH
HOTELS

13%
Reembolso

BANCO CTT INOVA NA DIGITALIZAÇÃO DO PROCESSO DE CRÉDITO HABITAÇÃO JUNTO DOS SEUS PARCEIROS

Portal de Parceiros apresenta solução que eleva a colaboração com os seus Parceiros para um interface “end-to-end” nos processos de Crédito à Habitação



PORTAL PARCEIROS

O Banco CTT foi o 1º Banco em Portugal a lançar um Portal de Parceiros especialmente desenvolvido para apoiar os Intermediários de Créditos na gestão do processo de Crédito Habitação, permitindo também uma maior eficiência no serviço ao cliente. Com a premissa da inovação no seu ADN, o Portal de Parceiros continua a evoluir tecnologicamente e acaba de lançar um novo interface através de uma API's (Application Programming Interface), que visa simplificar o processo de crédito e reduzir em 5 dias o tempo total do procedimento de pedido, aprovação e formalização de um Crédito Habitação.

Com este novo interface entre o Portal de Parceiros do Banco CTT e os sistemas usados pelos gestores processuais, estes passam a ter acesso a todas as funcionalidades do workflow de crédito do Banco CTT integrado no seu ambiente de trabalho, simplificando o seu dia a dia. Esta integração permite aos nossos parceiros reduzir etapas no processo de simulação, aprovação e contratação de crédito habitação, pois simplifica tarefas na fase de preparação

do processo com o envio automatizado da documentação para o Banco CTT, e a possibilidade de tracking do mesmo em tempo real. O gestor processual tem também uma maior autonomia, conseguindo calcular o valor máximo elegível para o cliente, extrair e enviar a FINE a qualquer dia, em qualquer horário, permitindo-lhe assim, acelerar o fecho do negócio.

A Zome, marca que possui no seu ADN também a inovação, é o primeiro parceiro intermediário de crédito, a

integrar o Portal de Parceiros na sua plataforma (Zome App), possibilitando que todos os Hubs da ZOME a nível nacional e seus colaboradores usufruam dos benefícios desta integração.

A solução traz vantagens também para o cliente, permitindo-lhe acompanhar todo o processo em tempo real através da App Casa Banco CTT, o que é muito valorizado pois para muitos a compra de casa é a concretização de um passo importante na sua vida.



Patricia Santos (CEO Zome) e Luís Pereira Coutinho (CEO Banco CTT)

A TECNOLOGIA AO **SERVIÇO** DA SEGURANÇA RODOVIÁRIA



A União Europeia quer reforçar a segurança rodoviária na Europa, definindo 2050 como o ano de concretização do Objetivo Zero ou Visão Zero e contando com a ajuda dos avanços tecnológicos. A partir de maio de 2022, os novos modelos de veículos fabricados e vendidos no espaço europeu terão, obrigatoriamente, de vir equipados com um conjunto de tecnologias de segurança

Os veículos atuais foram progressivamente melhorados, comparativamente com o passado, consequência de um trabalho de décadas efetuado pelos países mais desenvolvidos. Os princípios da responsabilidade rodoviária são incutidos desde cedo aos passageiros: até os mais pequenos sabem como é importante a colocação do cinto, sendo que a segurança está longe de se resumir a esse gesto. Atualmente, os veículos automóveis já possuem equipamentos mais complexos e reativos a imprevistos, com ganhos no conforto e nos consumos, mas o principal benefício é, sem dúvida, a segurança rodoviária (ver caixa 1).

A União Europeia (UE) quer reforçar a segurança rodoviária na Europa e, para tal, a partir de maio de 2022, estabeleceu a obrigatoriedade de os novos modelos de veículos fabricados e vendidos no espaço europeu virem equipados com um conjunto de mecanismos de segurança (ver caixa 2). Já para os modelos existentes, a obrigatoriedade passa para maio de 2024. Para esta evolução também contribuiu o Programa Europeu de Avaliação de Novos Automóveis (Euro NCAP), gerido por clubes de automobilistas, institutos de pesquisa e transporte, que revela que os veículos com classificação de cinco estrelas têm um risco 68% menor de provocar lesões fatais e um risco 23%

menor de causar ferimentos graves, em relação a veículos com classificação de duas estrelas. Sabemos que, atualmente, a cada ano, 25 mil pessoas perdem a vida nas estradas da UE, sendo 90% dos acidentes causados por erro humano. Com estes avanços tecnológicos existe uma estimativa conservadora de que, em 2030, serão salvas, pelo menos, 7 300 vidas e evitados 38 900 ferimentos graves. E até 2038, espera-se uma redução de mais de 25 mil mortes nas estradas e de 140 mil feridos graves. Até 2050, a UE conta reduzir para zero o número de acidentes mortais e feridos graves.



1. EQUIPAMENTOS QUE JÁ PERMITEM UMA MELHORIA SIGNIFICATIVA DA SEGURANÇA NA ESTRADA

- Assistente de faixa de rodagem: as marcações da estrada são detetadas e o veículo é posicionado automaticamente dentro da faixa.
- Assistente de velocidade inteligente: ligado ao sistema de navegação, ajusta a velocidade, tendo em conta os limites de velocidade no local onde o veículo circula, e assegura a distância de segurança em relação ao veículo da frente.
- Detecção de ângulo morto: sinaliza veículos que se deslocam no mesmo sentido, atrás do veículo e em ângulos de visão reduzidos, evitando embates em caso de manobras sem visão dos veículos “escondidos”.
- Front assist: deteta e avisa os condutores em relação aos veículos à sua frente, recorrendo a alertas visuais ou sonoros. Em caso de alteração inesperada, nomeadamente uma travagem, o assistente irá também travar, evitando a colisão.
- Assistente pré-colisão: em situações de colisão iminente, o assistente antecipa o impacto, através de sensores, ajusta os cintos de segurança e fecha as janelas.
- Chamada de emergência (e-Call): em caso de acidente grave, o serviço e-Call informa imediatamente os serviços de emergência (também disponível uma chamada num botão de emergência).
- Assistente de emergência: se não for detetada nenhuma ação do condutor, o automóvel assume o controlo de forma autónoma, ativa as luzes de aviso e vai travando até parar.
- Controlo de pressão dos pneus: os pneus são monitorizados, sendo emitidos alertas se for detetada alguma anomalia.
- Câmara de visão traseira e sistemas de deteção de obstáculos.
- Reconhecimento de sinais de trânsito: identifica os sinais de trânsito e mostra a informação no ecrã do sistema de navegação.
- Outros mecanismos importantes: comandos de voz (é possível um condutor controlar o telemóvel, o rádio e os equipamentos media, de forma a evitar distrações) ou tácteis (o condutor pode também controlar a informação presente no ecrã, com toques ou gestos simples).



2. NOVAS TECNOLOGIAS DE SEGURANÇA OBRIGATÓRIAS A PARTIR DE 2022 PARA SE ATINGIR O OBJETIVO DE ZERO MORTES NA ESTRADA

Já referidas anteriormente:

- Assistentes de velocidade inteligente.
- Controlo de pressão dos pneus.
- Câmara de visão traseira e sistemas de deteção de obstáculos.
- Assistentes de faixa de rodagem.
- Sistemas de travagem de emergência autónoma.

Novos sistemas:

- Sistemas que detetam cansaço e distrações ao volante: um conjunto de sensores permite identificar fatores de risco relacionados com a fadiga e distração.
- Registo de informação de acidentes: ajudarão a determinar as causas reais do sinistro.
- Sinal de travagem de emergência: emite um sinal luminoso para avisar os outros condutores desta manobra.
- Cintos de segurança melhorados, para minimizar os efeitos das colisões frontais.
- Ampliação das zonas de impacto do veículo, para minimizar as consequências do impacto com ciclistas ou peões. Também inclui uma melhoria dos vidros do veículo com um material mais seguro.
- Reforço dos sistemas de proteção do veículo em caso de impacto lateral.
- Sistema de deteção e alerta de peões vulneráveis na via.
- Melhoria da visão do condutor, permitindo detetar melhor os utilizadores da via.
- Possibilidade de instalação de sistemas de bloqueio de arranque do veículo, quando o condutor está sob o efeito do álcool.
- Apesar de não obrigatória, de referir ainda a utilização mais frequente de sistemas de telemetria, que têm um importante papel na segurança rodoviária, na eficiência da condução, na prevenção de avarias e controlo da manutenção, assim como na otimização das operações de transporte e distribuição. Atualmente, muitas marcas de automóveis já equipam os seus veículos com soluções de telemetria, à saída da fábrica.

Seja responsável.
A segurança rodoviária depende de todos!

Prevenção



TRANSFERÊNCIA DE COMPETÊNCIAS

A primeira sessão do ciclo de conversas “Business Talks” foi centrada na transferência de competências na educação, que trouxe novos desafios para as autarquias, e nas soluções que os CTT desenvolveram para ajudar nesta gestão: a Conta Escolar Pré-Paga e a Plataforma SIGA

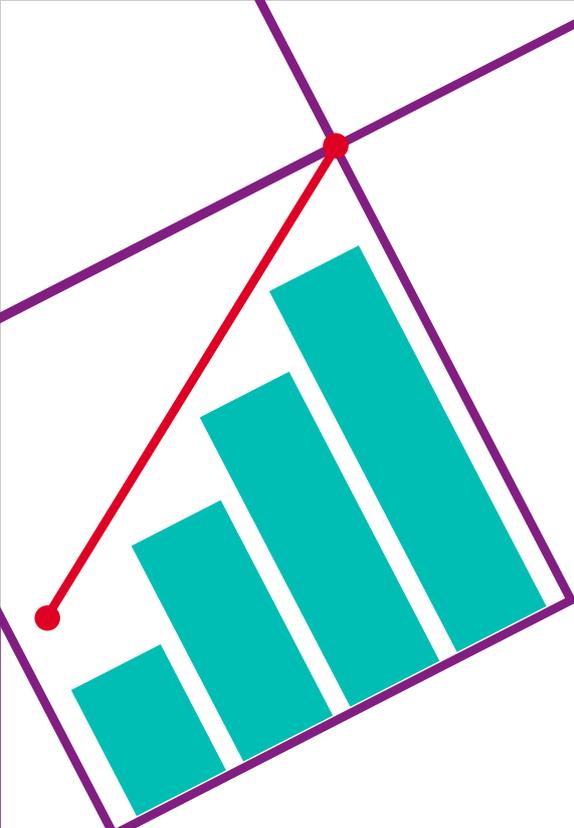
Business talks

Conversas que valem a pena.

Os CTT assumem o seu papel na promoção da economia nacional e têm feito uma forte aposta no desenvolvimento de soluções que vão ao encontro das necessidades das empresas e dos clientes, mas também das autarquias. Foi sobre estas últimas, nomeadamente sobre a transferência de competências na educação, que se centrou a primeira sessão “Business Talks”, realizada no dia 7 de maio. Para os municípios, esta alteração de competências traz, essencialmente, três grandes desafios: a gestão dos recursos humanos assignados às escolas, o controlo financeiro dos contratos de transferência e o controlo dos fluxos financeiros entre municípios, escolas e munícipes. Em destaque estiveram as soluções Conta Escolar Pré-Paga (Wallet Escolar) e a plataforma SIGA de Gestão Escolar. O evento contou com a presença de João Sousa, Administrador Executivo dos CTT, Mário Sousa, Diretor de Gestão de Produto B2B, Tiago Mota, Administrador da Payshop, Bruno Vasconcelos, Diretor Comercial da Payshop, Amaral Carvalho, CEO da Edubox, e João Pinho, CEO

da Inovar+, que deram a conhecer as referidas soluções e as suas valências. Estiveram também presentes representantes de três autarquias já aderentes a estes serviços: Aurora Vieira, Vereadora da Câmara Municipal de Gondomar, Rogério Carlos, Adjunto do Presidente da Câmara Municipal de Aveiro, e Pedro Montes, Diretor do Departamento de Educação da Câmara Municipal de Vila Franca de Xira, que partilharam as suas experiências. A Conta Escolar Pré-Paga, destinada aos alunos, permitem que estes façam o pagamento de um conjunto de serviços, dentro da escola, sem recurso a dinheiro, através de um cartão recarregável. Por outro lado, a plataforma SIGA garante a gestão integral e simplificada dos processos escolares, com interligação com o Inovar Alunos, possibilitando o acesso, de forma rápida e fidedigna, a todos os dados dos alunos e integração com os softwares de contabilidade, vencimentos e inventário da Inovar. Para o Administrador Executivo, João Sousa, os municípios são um forte motor da economia nacional, dado o seu

conhecimento e impacto nas áreas onde atuam, por isso, os CTT desenvolveram soluções à medida para reafirmar a sua posição enquanto parceiro de referência dos municípios e das empresas, apresentando o portefólio mais completo do mercado. «Os CTT encaram com enorme responsabilidade o papel de fazer a economia funcionar e, principalmente, no atual contexto pandémico. Desde o início da pandemia, nós próprios tivemos de nos adaptar aos novos tempos e às novas necessidades dos clientes, e temos apresentado diversas soluções criadas à medida das autarquias, das empresas e dos clientes em geral», afirmou o Administrador. «Para fazer face a estes desafios, os CTT construíram uma solução agregadora com o objetivo de ajudar os municípios a lidar com estes desafios. E fizemo-lo com a Payshop e com uma parceria com a Edubox e a Inovar. Desenhamos duas soluções completamente interligadas entre si, que também permitem uma interligação muito fácil com todos os sistemas que o município já tem», explicou Mário Sousa, Diretor de Gestão de Produto B2B.



«DESDE O INÍCIO DA PANDEMIA, NÓS PRÓPRIOS TIVEMOS DE NOS ADAPTAR AOS NOVOS TEMPOS E ÀS NOVAS NECESSIDADES DOS CLIENTES, E TEMOS APRESENTADO DIVERSAS SOLUÇÕES CRIADAS À MEDIDA DAS AUTARQUIAS, DAS EMPRESAS E DOS CLIENTES EM GERAL»
JOÃO SOUSA



João Sousa



Mário Sousa



Tiago Mota



Amaral Carvalho



João Pinho



Bruno Vasconcelos

Conta Escolar Pré-Paga

Tiago Mota, Administrador da Payshop, realçou as valências da Payshop, enquanto instituição de pagamentos regulada pelo Banco de Portugal, o que é essencial para a prestação destes serviços, bem como a confiança do Grupo CTT.

O serviço «já está disponível, no seu primeiro ano de lançamento em 11 municípios, em 94 agrupamentos escolares. Até à data já registamos mais de 80 mil carregamentos, mais de um milhão de euros carregados, e mais de meio milhão de euros consumidos», revelou.

Para Bruno Vasconcelos, Responsável Comercial da Payshop, esta solução responde um conjunto de questões: “Como gerir o dinheiro carregado pelo aluno?”; “Onde guardo o dinheiro carregado pelo aluno?”; “Como evitar a escalada da dívida em regime de pós-pago?”; “Como alocar os consumos por aluno?” ou “Como fazer devoluções do dinheiro não utilizado?”.

Para quem já é utilizador, as vantagens deste serviço prendem-se com o facto de as questões relacionadas com a gestão dos consumos passarem a estar asseguradas pela Payshop, que sendo uma instituição de pagamentos, tem competências e ferramentas para assegurar a referida gestão. Em causa estão operações como carregamento de valores, custódia de montantes

carregados, faturação, gestão da dívida em regime pós-pago ou devoluções do dinheiro não utilizado.

Outra vantagem apontada relaciona-se com a facilidade utilização por parte dos pais/encarregados de educação, que fazem toda a gestão através de um portal muito intuitivo, bem como a possibilidade de fazer carregamentos através de referência Payshop, multibanco ou MB Way, sem custos associados, uma vez que nestes casos, os mesmos são assumidos pelas autarquias. Por outro lado, é possível adaptar o serviço às necessidades específicas de cada realidade, como, por exemplo, com a instalação de um moedeiro na escola para o carregamento dos cartões com moedas.

Plataforma SIGA

Com a transferência de competências na educação, as escolas passaram a ter de gerir mais colaboradores e processos. A Eudobox já trabalhava com muitos municípios a nível nacional e «com esta questão da transferência de competência e estando sempre na linha da frente, tentámos ter soluções

que sejam realmente inovadoras neste âmbito», revelou Amaral Carvalho.

Desta forma, através da plataforma SIGA, que pode ser integrada com o Inovar Escola e o Inovar+, é possível gerir um conjunto vasto de informação, de forma integrada. «Nós adaptámos a ferramenta de gestão contabilística para registar toda a despesa ou receita em função daquilo que é a necessidade que o município vai ter no futuro de recolher informação», não sendo recorrer a mapas de excel ou a informação em papel, acrescentou João Pinho, que falou acerca das valências de controlo financeiro da ferramenta.

Entre as vantagens identificadas pelos já utilizadores, está a simplicidade de acesso e de utilização, bem como a possibilidade de integração com outras soluções existentes e a agregação de vários processos num só local.

Com o lançamento destes serviços, os CTT reafirmam a sua missão de promover a economia nacional e a transformação tecnológica, com a disponibilização de soluções de conveniência e proximidade.

ELSA DUARTE

E-COMMERCE MOMENTS

THE NEXT NORMAL. BECOMING STRONGER WITH E-COMMERCE

DEBATE

e-commerce MOMENTS

Depois do período pandémico, a realidade do e-commerce nunca mais será a mesma. Temos um “novo normal”, com novos hábitos de consumo e novas exigências para o comércio eletrónico

Realizou-se, no dia 1 de junho, a quarta edição do E-commerce Moments, dedicada ao tema “The Next Normal. Becoming Stronger With E-commerce”. O evento, realizado em parceria com o Dinheiro Vivo e a TSF, foi desenvolvido em formato híbrido, com alguns dos intervenientes a marcarem presença no Edifício CTT e outros em formato online, contou com as intervenções iniciais de João Bento, Presidente Executivo dos CTT, e Alberto Pimenta, Diretor de E-commerce dos CTT, e com dois painéis de discussão.

João Bento destacou a importância do papel do comércio eletrónico para a empresa enquanto pilar estratégico para o seu desenvolvimento. Para o Presidente, que deu início à sessão, os CTT tiveram, durante o período pandémico, «um papel absolutamente estratégico para que as empresas, em particular as PME, se possam ter juntado e aderido a este novo mundo». Reafirmou, ainda, a nossa ambição de sermos o grande parceiro das empresas portuguesas para a sua atuação neste âmbito, «uma “one stop shop”»,

em que quem quer estar, iniciar ou melhorar a sua presença no comércio eletrónico, encontra nos CTT «o parceiro completo», com diversas soluções para as diferentes necessidades. «Nós continuaremos a a desempenhar o papel de líderes no comércio eletrónico em Portugal e a fazê-lo como o nosso lema diz, com entrega total concluiu.

E-commerce Marketing insights

Alberto Pimenta deu a conhecer as principais tendências do comércio eletrónico no nosso país.



João Bento, Presidente Executivo dos CTT

«NÓS CONTINUAREMOS A DESEMPENHAR O PAPEL DE LÍDERES NO COMÉRCIO ELETRÓNICO EM PORTUGAL E A FAZÊ-LO COMO O NOSSO LEMA DIZ, COM ENTREGA TOTAL».
JOÃO BENTO

A pandemia provocou um crescimento explosivo do e-commerce em Portugal, muito alavancado no mercado doméstico. Entre fevereiro de 2020 e maio de 2021, houve um aumento da ordem dos 80%, ou seja, «durante um ano, obtivemos um crescimento que corresponde ao crescimento observado durante os últimos cinco anos, entre 2015 e 2019». Por outro lado, o volume de e-commerce cross-border está a recuperar os níveis que evidenciava antes da pandemia. A logística

cross-border foi fortemente afetada pela crise pandémica, o que provocou atrasos nas entregas e acelerou a deslocalização dos centros operacionais e de logística, e-fulfillment e desalfandegamento à escala mundial. O crescimento do e-commerce em Portugal deveu-se a duas variáveis principais: ao aumento de e-buyers (em cerca de 15%) e ao crescimento da recorrência de compra (em cerca de 25%). Portugal foi dos países da zona euro que mais cresceu em termos de novos e-buyers, no entanto, ainda registamos um baixo nível de compradores online, comparativamente às melhores práticas europeias e mundiais. Outra informação importante relaciona-se com o facto do incremento do mercado doméstico, que se estima que aumente no período pós-covid, estar relacionado com o papel dos e-marketplaces, cuja importância também é previsível que seja ainda mais relevante no pós-covid. Durante o período pandémico, as entregas em casa foram dominantes, no entanto, para o futuro, é previsível um crescimento da relevância de outras alternativas de entrega "out of home", como através de lockers ou o click and collect. Como tendências crescentes teremos também "same day delivery", bem como o e-fulfillment e o omnichannel. Para Alberto Pimenta, «os CTT continuaram a liderar o desenvolvimento do ecossistema do e-commerce em



Alberto Pimenta, Diretor de E-commerce dos CTT



João Sousa, Administrador Executivo dos CTT

Portugal», com várias soluções. Destas, destacam-se o CTT Now, a Plataforma Online CTT Logística, que já permite integrar com o Woocommerce e Shopify, sendo que os CTT também também desenvolveram um pacote de plug-in para integração com estas e outras plataformas relevantes no mercado. De não esquecer, as soluções Criar Lojas Online e a App CTT Comércio Local. «A nossa entrega é total. Os CTT estão aqui para ajudar e suportar o desenvolvimento do e-commerce em Portugal», defendeu.



Catarina Afonso (Gato Preto) e Patrícia da Costa (L'Oréal) estiveram presentes no Edifício CTT, num painel moderado por Carlos Raleiras

Future of retail. Driving the growth with e-commerce

O primeiro painel centrou-se em grandes retalhistas nacionais e na forma como estes lidaram com o período de pandemia, e na importância do e-commerce para alavancar as vendas. Contou com a participação de Juan Redondo (Parfois), Carolina Afonso (Gato Preto), Patrícia da Costa (L'Oréal), Joana Rocha (hóma) e Jorge Simões (SportZone).

Das estratégias adotadas para fazer face ao período pandémico, há pontos comuns, tais como o reforço das equipas e a alteração de processos logísticos e operacionais, o aumento da gama de produtos online e a melhoria dos sites. É ainda importante encarar a venda online como um processo integrado, para o qual contribuem várias áreas, desde o marketing às operações, passando pela escolha dos melhores parceiros. A existência de lojas físicas é fundamental para o sucesso da estratégia digital e, para fidelizar o cliente, é ainda preciso que a marca demonstre outro tipo de facetas, como a sustentabilidade e o seu compromisso social.

Emerging and growing with e-commerce

O segundo momento de discussão foi dedicado às PME e às soluções CTT Comércio Local e Criar Lojas Online, que permitiram que estas empresas continuassem a vender os seus produtos durante o período pandémico. Estiveram presentes Carlos Silva (InvestBraga), Sílvia Correia (Creative Zone), Fernando Igreja (eupoupo.com), Hugo Miguel Sousa (HMS Sports) e João Barreiros (DoZero), que deram a conhecer sua experiência com as referidas soluções dos CTT.

Entre os temas em destaque está o facto de estas serem soluções integradas e de fácil utilização e a rapidez e simplicidade na criação do ponto de venda. É ainda de referir a integração com soluções de pagamento e de logística, bem como a possibilidade de aceder a ferramentas de comunicação e marketing. Tudo através da mesma solução.

Terminados os painéis, houve ainda tempo para reconhecer as melhores práticas de algumas empresas que se destacaram na digitalização dos seus negócios utilizando as nossas

ferramentas, em diversas categorias: "Comércio Local": Artesanato Duare; "Mais Vendas": Espaço Casa; "Dinâmica diferenciadora de vendas": Samipe; "Experiência do Cliente": Espaço Casa; "Lojas de Nicho": Saboaria da Sofia. O encerramento ficou a cargo de João Sousa, Administrador Executivo dos CTT, que acredita que o e-commerce foi uma "tábua de salvação" para as empresas, comerciantes e produtores, durante o período pandémico. As soluções desenvolvidas pelos CTT permitiram que muitos continuassem, ou iniciassem, a sua jornada nesta nova realidade. «Neste novo normal, os CTT continuarão a estar cá a apoiar a economia, a apoiar as empresas. A nossa missão é ligar pessoas e empresas com entrega total e nós cá estaremos sempre à procura das melhores soluções para ajudar o mercado e as empresas em Portugal». Se não teve oportunidade de assistir ao E-commerce Moments, ainda pode fazê-lo [aqui](#). Assista ainda ao making of do evento [aqui](#).

ELSA DUARTE

Media Digital

De um post impactante a uma campanha digital completa



ctt.pt

CTT 707 200 115

Dias úteis das 8h30 às 19h30



CTT
Correios
de Portugal



CTT
Correios
de Portugal



CTT Empresas

ctt

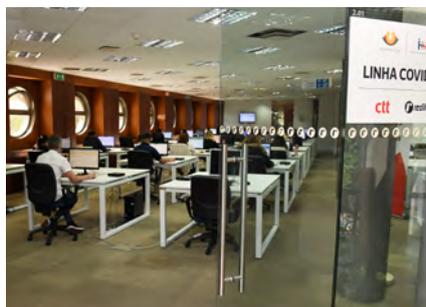
CTT E REDITUS *ATENDEM* COVID-19 DA LINHA SEGURANÇA SOCIAL



No dia 26 de abril foi inaugurada a nova linha de atendimento especializado. Um marco relevante neste contexto tão exigente para famílias e empresas

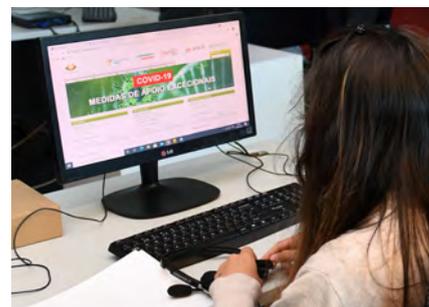
No final de abril, os CTT e a Reditus deram início ao atendimento de Covid-19 da Linha Segurança Social. A inauguração contou com a presença da Vogal do Conselho Diretivo da Segurança Social, Sofia Carvalho, do Administrador dos CTT, João Sousa, dos Administradores da Reditus, Fernando Junqueira, Hélder Matos Pereira e Vasco Barbosa, e demais responsáveis das organizações. A operação, que se divide por duas infraestruturas, uma em Alfragide e outra nos Olivais, compreende cerca de 70 Assistentes, que asseguram diariamente as respostas, por telefone e por e-mail, às questões endereçadas pelas empresas e pelos cidadãos particulares, no âmbito das medidas de apoio excecionais decorrentes da Covid-19. O atendimento é assegurado por uma equipa que teve formação especializada nas medidas Covid-19

para responder às questões sociais que decorrem dos efeitos e das alterações introduzidas no âmbito da pandemia. A sua implementação foi progressiva e contou com a participação ativa do Instituto de Segurança Social na fase de arranque. Da parte dos CTT e da Reditus, a confiança e o trabalho conjunto permitiram rapidamente oferecer ao mercado uma solução "chave na mão" de Centro de Contacto, adequada às atuais circunstâncias extraordinárias.



Agilidade e rapidez de implementação foram e são fatores estratégicos na Oferta CTT & Reditus em Centros de Contacto (telefone, e-mails, redes sociais), alicerçados numa forte aposta na formação das pessoas. De parabéns está toda a nossa equipa que concretizou este novo negócio, em particular a Irene Pita Teixeira e o José Pedro Rufino, responsáveis pela parte comercial e pelo serviço de pré-venda, respetivamente.

LUCÍLIA PRATES



REDE DE RETALHO

BOAS PRÁTICAS NA **VENDA** DE LIVROS



Luísa Magalhães, da Loja CTT de Vila Real, leu um livro e gostou. Por isso, falou dele aos clientes. O gesto simples foi determinante para o bom desempenho comercial da Loja

Durante o mês de maio, a Loja CTT de Vila Real destacou-se na venda de livros, com uma dinâmica comercial que testemunha que, quando acreditamos na qualidade dos produtos, o processo é facilitado.

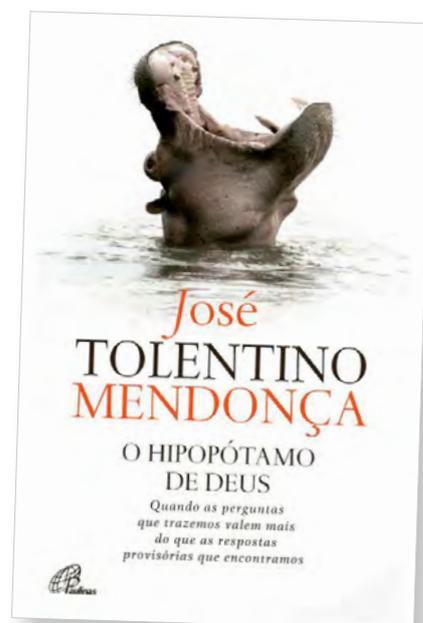
Em destaque esteve o livro “Hipopótamo de Deus”, de José Tolentino Mendonça. A colega Luísa Magalhães, comercial da Loja, identifica-se com o tema, leu o livro e gostou. Por isso, atendendo ao conhecimento dos gostos de alguns clientes e ao interesse manifestado por outros, passou a “recomendar” a obra e a «alimentar a leitura e o interesse dos clientes».

Uma estratégia simples que assenta num pressuposto eficaz: recomendar algo que para nós faz sentido e cuja “qualidade” conhecemos. Efetuada a venda, o feedback não

poderia ser melhor. Luísa confessa que os clientes afirmaram que «emergiram na leitura do livro mal lhe pegaram».

A iniciativa teve como impacto a venda de 21 exemplares.

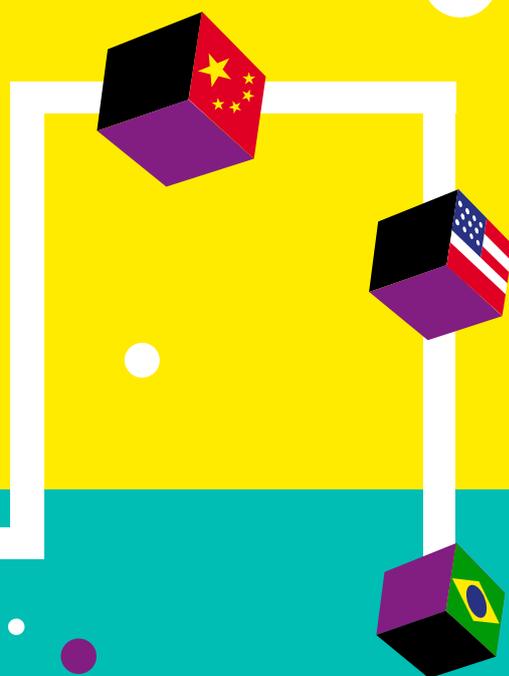
Edgar Rodrigues, Responsável pela Loja, realça a boa performance da equipa na venda de livros. «E a colega Luísa neste caso, tem de facto feito um trabalho importante com o livro, em que após leitura e identificação de clientes alvo, tem feito divulgação, mesmo em alguns casos com entregas ao domicílio. Com isso, temos angariado valor via livros no Retalho! É a personificação do trabalho interessante que voltamos a conseguir capitalizar por parte de muitos membros da equipa, dia a dia, na venda de livros e a resposta aos desafios lançados pelo



Diretor Comercial Paulo Brandão». “O Hipopótamo de Deus” - Quando as perguntas que trazemos valem mais do que as respostas provisórias que encontramos - será, certamente, uma obra a não perder.

ELSA DUARTE

FIM DA ISENÇÃO DO IVA NAS COMPRAS *EXTRACOMUNITÁRIAS* ATÉ 22€



No dia 1 de julho
entrou em vigor a
nova legislação comunitária,
relativa à aplicação do IVA
no comércio eletrónico



As isenções do Imposto Sobre o Valor Acrescentado (IVA) e da franquia aduaneira nas compras extracomunitárias até ao valor de 22€ terminam no dia 30 de junho.

Com a entrada em vigor da nova legislação comunitária referente a este imposto, todas as compras que entrem em Portugal a partir de 1 de julho, independentemente do valor do objeto e da data em que foi adquirido, passam a estar sujeitas ao pagamento de IVA e a terem de ser desalfandegadas.

Apesar do fim da isenção do IVA, os consumidores terão o processo aduaneiro simplificado para compras

extracomunitárias de baixo valor. Ao efetuar compras fora da União Europeia, com valor não superior a 150€, podem utilizar lojas online que liquidam, por sua conta, o IVA em falta.

Ressalva-se que são consideradas compras extracomunitárias aquelas que são realizadas em países fora da União Europeia (UE). Existem também alguns territórios da UE que, para efeitos fiscais, são considerados extracomunitários, estando, por isso, sujeitos a controlo aduaneiro e ao pagamento de IVA. Para efeitos fiscais, deve ser considerado o país de origem do envio e não o país da loja online.

Novas regras

As novas regras do IVA nas compras eletrónicas têm impacto para o consumidor, nos seguintes termos:

- As encomendas de origem extracomunitária, contendo bens que derem entrada no espaço da União Europeia a partir de 1 de julho de 2021, independentemente da data em que foram adquiridos, estarão sujeitas à liquidação de IVA e/ou direitos aduaneiros;
- Em alguns sites de vendas online os consumidores poderão ter a opção de pagar o IVA no momento da compra;
- O IVA e/ou direitos aduaneiros poderão continuar a ser liquidados à entrada em Portugal, devendo os consumidores acompanhar o processo de desalfandegamento no Portal de Desalfandegamento dos CTT, estando sujeitos ao pagamento de IVA e/ou direitos aduaneiros e da taxa de apresentação à alfândega.

Não obstante estas alterações, o processo de importação dos CTT, que inclui o pagamento de IVA, passa a ser mais fácil e mais económico. O desalfandegamento será mais simples, envolvendo maior automatização, e o preço dos serviços de apresentação à alfândega será mais baixo.

Enquanto consumidores, e de modo a facilitar o desalfandegamento, aconselhamos todos os Colaboradores a registarem-se no Portal de Desalfandegamento dos CTT e a incluírem o seu email e nº de telemóvel aquando da realização de compras online. Transmitam esta informação aos vossos familiares e amigos, de modo a tornar o processo mais simples e célere para todos.

Para dar a conhecer esta nova realidade, foi desenvolvida, pelos CTT e pela Havas, uma campanha, com suportes que explicam, de forma atrativa e simples, as novas regras em vigor. Na [Intranet CTT](#) estão disponíveis esses materiais de apoio.

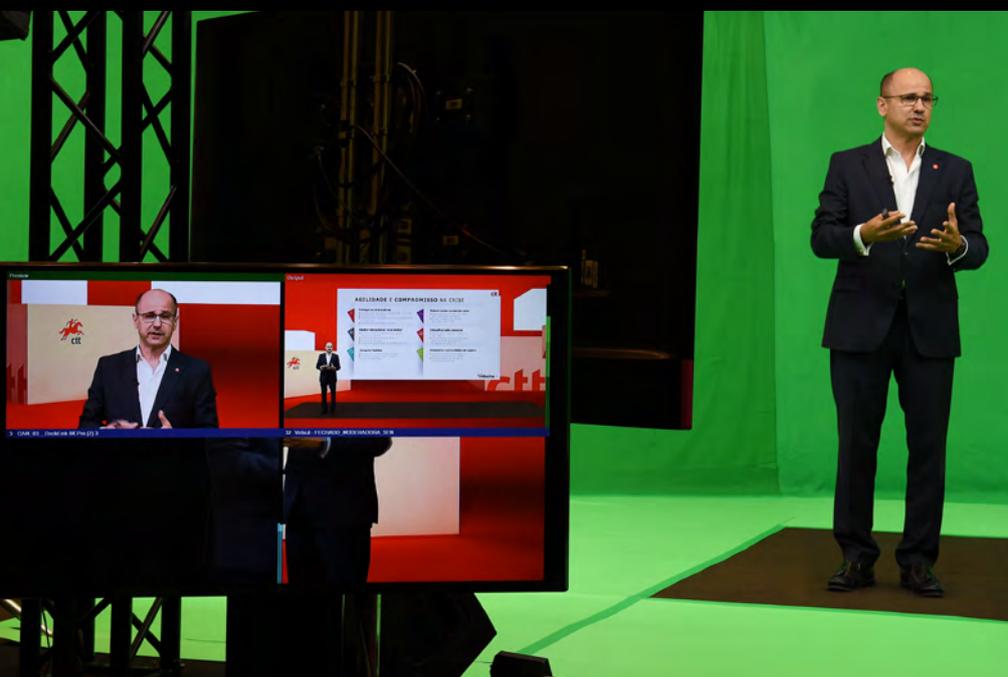
LUCÍLIA PRATES



Unboxing

CTT 2021

OS PRÓXIMOS 500 ANOS



Depois de um ano muito desafiante, a iniciar os próximos 500 anos da empresa, a equipa reuniu-se para rever o trabalho realizado e desvendar o que o futuro espera de nós. Neste “unboxing” dos próximos 500 anos, temos três ambições: ser mais rápidos, melhores e mais verdes (Faster, Better and Greener)

O “Unboxing dos próximos 500 anos” realizou-se no dia 15 de junho, em formato virtual, com os oradores a marcarem presença num estúdio de gravação, e os colaboradores a poderem assistir, em direto, e interagir durante a sessão.

A abertura da agenda de trabalhos esteve a cargo de Raul Galamba, Presidente do Conselho de Administração, que falou acerca dos desafios travados durante 2020, congratulando todas as equipas pelo trabalho desenvolvido.

«É um privilégio podermos reunir e celebrar um ano que foi muito difícil, mas também de grandes avanços, e

preparamo-nos também, como equipa, para os êxitos que queremos ter neste ano de 2021», começou por dizer.

Aludindo ao trabalho desenvolvido em 2020, destacou «a forma competente como os CTT geriram e superaram os desafios associados à crise pandémica, evidenciando a prioridade de proteger a saúde das equipas, mas também a responsabilidade de manter a economia a funcionar, assegurar os serviços essenciais às pessoas, às famílias e às empresas. «Cumprimos o nosso papel, demonstrámos porque merecemos a confiança dos clientes e da comunidade».

Realçou ainda a forma como a empresa

conseguiu tirar partido desta crise, ao apostar claramente na área de Expresso e Encomendas e no Banco CTT. «Alcançámos em poucos meses metas operacionais e comerciais, que se pensava serem metas de médio e longo prazo. Hoje, já ninguém tem dúvidas de que ganhámos estas apostas».

Para Raul Galamba, 2020 foi «um teste de resiliência para todos, que deram o seu melhor e trabalharam com entrega total», por isso a empresa sai mais forte e confiante desta crise.

«Demonstrámos o que significa a marca CTT e, por isso, em nome do Conselho, dou os parabéns a toda a companhia. Parabéns para todos vós!».

2020 e o futuro dos CTT

João Bento, Presidente Executivo dos CTT, também realçou o impacto negativo que a pandemia teve na sociedade e na economia, mas «no caso específico dos CTT, o que assinalo como mais relevante é a forma como perante impactos muito severos, na receita e na atividade económica, fomos capazes de reagir e sair mais fortes desta crise».

Para o CEO, a resposta da empresa foi baseada em seis pilares: proteger os colaboradores, adaptar as operações ao “novo normal”, assegurar liquidez, reduzir custos e preservar caixa, intensificar a ação comercial e desenvolver oportunidades de negócio. Estas medidas foram suportadas pela proteção da posição da empresa no contrato de concessão, com a ativação de uma cláusula de força maior, a criação de um gabinete de crise, com reuniões e relatórios diários, e intensificação da comunicação interna e externa. Como destaques do ano 2020, identificou: o cumprimento do guidance a todos os níveis, com o melhor EBITDA, no último trimestre, desde o primeiro trimestre de 2016; o facto de os CTT terem assumido o papel de facilitar a transformação das empresas e acelerar o desenvolvimento do e-commerce; o enorme crescimento na atividade de Expresso e Encomendas; o atingimento de um resultado positivo líquido no Banco CTT; a aceleração e o reforço das medidas de reposicionamento, em particular no domínio das operações para garantir a manutenção de uma operação de correio sustentável e o atingimento das metas de sustentabilidade, liderando o setor. «E fizemos tudo isso atingindo metas de sustentabilidade, liderando o setor, quer no mundo



Raul Galamba



João Bento

«TEMOS UMA MISSÃO, UMA ESTRATÉGIA, TEMOS AS PESSOAS, UMA CULTURA EM MUDANÇA E UMA NOVA ORGANIZAÇÃO. PORTANTO, TEMOS TUDO O QUE É PRECISO PARA CONQUISTAR OS PRÓXIMOS 500 ANOS».
JOÃO BENTO

inteiro, quer nas empresas com quem nos comparamos em Portugal». Durante 2020, os CTT desenvolveram também um conjunto de ações que pretendiam responder à crise, demonstrando agilidade na resposta. Em causa estiveram iniciativas como o lançamento da nova marca e do novo conceito de Loja CTT, as parcerias com a Associação Nacional de Farmácias, Huber ou IRN, o desenvolvimento das soluções Criar Lojas Online e CTT Comércio Local, a nova marca em Espanha, o reforço da rede de PUDOs e de Cacifos 24h, entre muitas outras. E sem esquecer o compromisso com a sustentabilidade, uma vez que «fomos reconhecidos como o segundo operador postal mais sustentável do mundo, no ranking do IPC». Em termos de resultados, fruto da pandemia, o Correio registou a maior queda de sempre e a Dívida Pública também sofreu uma redução. Esta realidade foi compensada pelo aumento do Expresso e Encomendas e do bom desempenho do Banco CTT.

O ano terminou com um «crescimento que, sendo marginal, nos enche de orgulho». Ao nível dos custos também houve um aumento, em grande medida provocado pelo investimento nas áreas de crescimento. Desta forma, o guidance foi cumprido a todos os níveis. Olhando para o futuro, «achamos que temos tudo o que é preciso para desembrulhar e desempacotar os próximos 500 anos», afirmou João Bento. «Para as empresas queremos ser vistos como o parceiro de negócio preferido, em particular na promoção do e-commerce e tudo aquilo que lhe diz respeito, simplificando a sua presença física e digital. Para as pessoas, queremos ser o caminho mais próximo para comunicações físicas, mas também para serviços financeiros essenciais: poupança, crédito, seguros». E para cumprir esta missão de ligar pessoas e empresas com entrega total, temos de ser mais rápidos, melhores e mais verdes. É preciso mais foco nos resultados e no cliente, mais agilidade e espírito de equipa.

«Temos uma missão, uma estratégia, temos as pessoas, uma cultura em mudança e uma nova organização. Portanto temos tudo o que é preciso para conquistar os próximos 500 anos», afirmou.

Resultados de 2020 e Objetivos para 2021

E como o primeiro ano dos próximos 500 é este em que vivemos, Guy Pacheco, CFO dos CTT, falou acerca dos objetivos para 2021.

Em 2020 tivemos uma crise económica sem precedentes, «mas mesmo assim, os CTT conseguiram subir as receitas em cerca de 0,7%, muito suportado pela excelente performance do Banco e da área de Expresso e Encomendas, que teve uma explosão de receitas de 27%, fruto do e-commerce».

O Correio foi a área mais impactada em 2020, com uma queda de receitas de 16,5%, devido ao fecho das empresas durante o período pandémico e à digitalização dos processos. Esta redução do Correio levou a uma queda do EBIT de 37%.

Pela primeira vez, o Banco CTT atingiu resultados líquidos positivos desde o lançamento, num ano muito desafiante para o setor bancário.

No último trimestre de 2020 foi registado um forte crescimento do EBIT (45%), permitindo fechar o ano com chave de ouro, aquando da reabertura da economia.

«Isto foi importante para retomar o caminho de crescimento, que agora iniciamos». Hoje, os CTT têm mais de 50% das suas receitas em áreas de forte crescimento: o Banco CTT e a área de Expresso e Encomendas. «Os CTT são hoje uma empresa preparada para crescer, e é crescimento que esperamos para o ano que vem».

As Encomendas deverão afirmar-se como forte motor de crescimento do Grupo e o Banco continuará o seu caminho de crescimento de receitas. Para o Correio é esperada a estabilização de volumes e receitas.



Guy Pacheco

Na CTT Express, a ambição é ter um trimestre de EBITA positivo e a aposta no desenvolvimento de novas soluções e linhas de produto.

Entre os desafios e oportunidades para 2021 estão a renovação do contrato de concessão, a eficiência operacional, o turnaround da CTT Express, a consolidação do novo portefólio, a eficiência operacional e a parceria com a Sonae FS.

«Tenho consciência que os objetivos que partilhei convosco são ambiciosos, mas acredito que, juntos, vamos conseguir superá-los, com aquela atitude que faz parte do nosso lema: com entrega total».

A transformação nos CTT | CTT+

O primeiro painel de discussão contou com a moderação de Miguel Salema Garção, Diretor de Comunicação, e centrou-se no "CTT+", um programa de transformação que tem quatro pilares: +Pessoas, +Cliente, +Eficiência e +Agilidade. Nesta conversa, estiveram presentes os responsáveis por cada uma das áreas: Marisa Garrido, Diretora de Pessoas e Cultura, Nuno Matos, Diretor de Digital, Transformação e Inovação, Diogo Freitas Oliveira, Diretor de Apoio ao Cliente e Qualidade das Operações, e Rui Pedro Saraiva, Diretor dos Sistemas de Informação.

+Cliente

«A transformação não se inicia hoje nos CTT. Os CTT têm feito um trabalho

«TENHO CONSCIÊNCIA QUE OS OBJETIVOS QUE PARTILHEI CONVOSCO SÃO AMBICIOSOS, MAS ACREDITO QUE, JUNTOS, VAMOS CONSEGUIR SUPERÁ-LOS, COM AQUELA ATITUDE QUE FAZ PARTE DO NOSSO LEMA: COM ENTREGA TOTAL».
GUY PACHECO

muito significativo nos últimos anos, de lançamento de várias iniciativas, e a transformação do nosso portefólio de negócios está à vista de todos», começou por dizer Nuno Matos, que falou acerca do pilar +Cliente, que tem como objetivo transformar a experiência dos nossos clientes particulares e empresariais. Para o Diretor, feito este trabalho, é preciso acelerar o processo, com foco, novos modelos colaborativos e formas de trabalhar e fazê-lo de forma mais rápida. Desenvolvidas um conjunto de iniciativas, é importante evoluir na experiência do cliente. Isto porque com o lançamento de novas soluções houve uma proliferação de portais e aplicações, e é preciso centrar a experiência em torno do cliente, conhecê-lo melhor, fomentar a omnicanalidade e aumentar as fontes de receita.

Entre os projetos em curso, há três iniciativas para o B2B e três para o B2C. No primeiro caso, destaca-se a contratação self-service de PME, criação de um portal único para o cliente PME e visitar o ecossistema Expresso. No segundo caso, está em curso, a criação de uma área de cliente para o cliente particular e a reformulação da experiência na receção e envio de objetos.

+Eficiência

Para isso, é preciso também mais eficiência: modernizar e investir nas operações, realizar uma gestão inteligente da capacidade da rede e



Painel "A Transformação nos CTT | CTT+"

A TRANSFORMAÇÃO NÃO SE INICIA HOJE NOS CTT. OS CTT TÊM FEITO UM TRABALHO MUITO SIGNIFICATIVO NOS ÚLTIMOS ANOS, DE LANÇAMENTO DE VÁRIAS INICIATIVAS, E A TRANSFORMAÇÃO DO NOSSO PORTEFÓLIO DE NEGÓCIOS ESTÁ À VISTA DE TODOS».
NUNO MATOS

otimizar processos, com projetos "lean" na área operacional, que suporta a nossa atividade, defende Diogo Freitas Oliveira, que deu a conhecer o pilar +Eficiência. «Queremos ter processos operacionais assentes em sistemas de informação ágeis e flexíveis que nos permitam prestar qualquer serviço de logística, não segmentada entre expresso e correio, mas sim segmentada pelas características do objeto e não pelo padrão de entrega». Para isso, é preciso um sistema de sorting mais inteligente, uma aplicação de last mile diferente e que esteja preparada para garantir diferentes serviços, dentro da estratégia de diversificação da empresa. Como desafios, identificou a necessidade de ter equipas dedicadas, a gestão de pendências e a gestão da mudança. Acredita que «é um privilégio e um orgulho poder fazer parte desta transformação».

+Agilidade

É nestas necessidades que se centra o pilar +Agilidade, que pretende melhorar a nossa rapidez e capacidade de entrega e soluções tecnológicas. A pandemia desafiou a nossa agilidade e resiliência e as empresas tiveram de repensar e rever a forma como atendem os seus clientes e entregam os seus produtos e serviços. O aumento do comércio eletrónico e do número de volumes «obrigou-nos, também, a rever os

processos e a capacidade dos sistemas, e isso veio reforçar a necessidade do IT fazer parte da cadeia de valor do negócio e não ser uma área de suporte», afirmou Rui Pedro Saraiva. Clientes cada vez mais exigentes, obrigam-nos também a rever o nosso posicionamento. É preciso ter uma visão consolidada e focada no cliente, uma oferta mais simplificada, e uma visão fim a fim, desde a procura ao seu uso, bem como ançar produtos mais rápido e recolher feedback dos clientes. «Creio que as tecnologias e o IT têm um papel fundamental aqui. Temos de ter uma arquitetura de sistemas que suporte esta flexibilidade, com sistemas mais modulares, e adotar a tecnologia que existe no mercado: a cloud, inteligência artificial, chatbots, etc». É preciso trabalhar em equipa e capacitar as pessoas.

+Pessoas

Porque as pessoas são parte fundamental de todos os processos de transformação, o pilar +Pessoas, apresentado por Marisa Garrido, pretende aumentar a satisfação de todos os nossos colaboradores. Assenta em quatro vetores: comunicação, garantindo a comunicação aos vários níveis e comunicação interna para

alinhar os colaboradores face às metas e objetivos de negócio; engagement, para criar energia, foco e entusiasmo em fazer parte do processo; liderança, que assegura a tradução do que é a estratégia de negócio; e valorizar a marca empregadora, com a criação de novos programas, quer interna, quer externamente.

Para a Diretora, é preciso «melhorar a experiência dos nossos colaboradores ao longo da sua carreira nos CTT, para que sintam que o seu trabalho contribui para algo maior, que trabalham num ambiente inovador, que estão focados nos objetivos de negócio e serem verdadeiramente embaixadores CTT». Entre as várias ações em curso, o destaque foi para o NPS do colaborador, uma metodologia utilizada para os clientes avaliarem um produto no sentido da sua recomendação a outros, que vai ser adaptada para os colaboradores avaliarem a empresa ou a sua direção, e perceber se recomendam a empresa para trabalhar. Miguel Salema Garção concluiu o debate afirmando que «os CTT vivem um período de transformação e todos nós temos de agradecer a oportunidade de fazer parte de um processo desta natureza. Nós vamos fazer história».

ELSA DUARTE

Unboxing

FASTER B2B – EXPRESSO E SOLUÇÕES EMPRESARIAIS



No painel moderado por Cátia Simões, Responsável pela Assessoria de Imprensa dos CTT, participaram João Sousa, Administrador Executivo dos CTT, Manuel Molins, CEO da CTT Express, Mário Sousa, Diretor de Gestão de Produtos de B2B, Pedro Faraústo, Diretor de Gestão de Produtos de Expresso, Carga e Logística, e Alberto Gonzalez, Diretor de Operações de Expresso, Carga e Logística

Todos os intervenientes fizeram um balanço muito positivo dos últimos dois anos. Desde o primeiro momento, a pandemia foi encarada como uma oportunidade para acelerar a criação de soluções que respondessem à necessidade de os clientes manterem os seus negócios a funcionar. «De forma bastante rápida, desenvolvemos um conjunto de projetos estruturais que nos permitem estar muito confiantes nos próximos anos», referiu João Sousa,

adiantando que, «ajudámos a economia a trabalhar, estivemos muito próximos dos municípios, das empresas e das pessoas», e indicando algumas vitórias: em Portugal e Espanha, a Alibaba, no negócio expresso, e o call center da Segurança Social e a digitalização do Banco de Portugal, nas soluções empresariais. «Queremos ser vistos pelo mercado como a empresa que tem toda a oferta para as empresas que querem ter a sua presença digital

no e-commerce, pois o país vai precisar muito de empresas que ajudem a economia a crescer e o futuro das empresas vai passar pelos CTT». Para os «muito bons resultados» atingidos pela CTT Express, Manuel Molins apontou o rebranding da marca e a mudança do modelo de empresa, que permitiu alcançar um crescimento exponencial dos envios B2C e índices de qualidade, líderes no setor. Possibilitou, ainda, «uma evolução de notoriedade



João Sousa



Manuel Molins

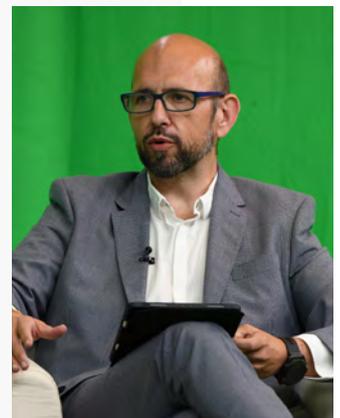


Mário Sousa

«DEIXÁMOS DE SER OS ÚLTIMOS DA LISTA DO SETOR EM ESPANHA E CONSEGUIMOS ESTAR AO LADO DOS MAIORES CONCORRENTES IBÉRICOS DO SETOR, ENTREGANDO MAIS DE 300 MIL ENCOMENDAS POR DIA».
MANUEL MOLINS



Pedro Faraústo



Pedro Gonzalez

algo negativa, da marca Tourline, para uma nova notoriedade muito mais positiva, como uma marca CTT. Deixámos de ser os últimos da lista do setor em Espanha e conseguimos estar ao lado dos maiores concorrentes ibéricos do setor, entregando mais de 300 mil encomendas por dia e alcançando uma posição de destaque no mercado ibérico». A mudança da marca, para lá do reconhecimento externo, obteve também uma repercussão muito positiva nos colaboradores, reforçando o seu sentido de pertença ao grupo CTT, o que levou Manuel Molins a afirmar: «Temos orgulho de sermos uma empresa genuinamente ibérica». Mário Sousa referiu o trabalho ativo para criar soluções «para que a pandemia não fosse mais um obstáculo para os negócios dos nossos clientes», e rapidamente «criámos uma oferta muito abrangente e bastante diversificada para tocar os diversos segmentos e perfis de clientes. Procurámos lançar ofertas que respondessem às necessidades de cada um, em áreas

muito diversas». Outro desafio foi posicionar a marca CTT como o parceiro das empresas para responder a todas as suas necessidades, apresentando três soluções lançadas recentemente: o serviço de Media Digital, para ajudar as empresas a criarem campanhas online, a oferta de call centers e o catálogo de equipamentos CTT.

200 mil objetos entregues num só dia

Para Pedro Faraústo, a criação de novas soluções de expresso e logística, «só foi possível em contexto CTT, porque temos o resto da cadeia de valor para aportar». «Procurámos lançar novos serviços para explorar novos eixos de procura, como o two man delivery para mobiliário e eletrodomésticos, as parcerias para as entregas ctt now e o lançamento de rede rápida, que inclui duas recolhas diárias». A parceria com a ANF, «é um exemplo do que fizemos para agarrar as oportunidades e sermos muito incisivos e rápidos a entrar no mercado». Face ao crescimento do e-commerce, os

próximos passos passam por reforçar a rede de pontos, lançar soluções de fulfillment chave na mão e robustecer a oferta de instant delivery CTT now, com entregas em 30 minutos. Como principal desafio das operações, Alberto Gonzalez apontou a adaptação a uma nova realidade, que trouxe um aumento exponencial do volume de encomendas, chegando a ser entregues 200 mil objetos num dia. Tal foi possível pela planificação, em colaboração com clientes expedidores, e pela flexibilidade das equipas. «Também evoluímos na logística para termos a procura mais perto dos clientes, sempre com a preocupação de garantir e manter a qualidade». Realçou a rede ibérica como «uma das alavancas para dar resposta às grandes áreas metropolitanas, mas também às aldeias», assim como a componente de inovação, «muito significativa», que permitirá, em dois anos, «mais do que duplicar a capacidade que temos para fazer o tratamento e a distribuição em toda a península». ROSA SERÓDIO

Unboxing

FASTER B2C –

RETALHO E SERVIÇOS FINANCEIROS POSTAIS



Com moderação de Rita Olivença, Responsável de Marca e Comunicação do Banco CTT, este painel integrou António Pedro Silva, Administrador Executivo dos CTT, João Mello Franco, CCO do Banco CTT, Alexandre Guia, Diretor de Gestão de Segmento B2C, João Nuno Pinote, Diretor de Gestão de Produtos B2C e Wholesale, e Nuno Matos, Diretor de Digital, Transformação e Inovação

António Pedro Silva relevou a capacidade de adaptação da rede de retalho e a preocupação de garantir a segurança de trabalhadores e clientes, tendo sido criados modelos de interação com os clientes à distância, para que o negócio pudesse ser feito, sem necessidade de deslocação aos balcões. «Em 2020, fomos capazes de reagir, de forma fortíssima, para alavancarmos o negócio e fazê-lo crescer e isso resulta muito da capacidade das nossas pessoas de estabelecerem contacto com os clientes e maximizar o negócio. Já 2021, permitiu-nos manter o modelo de

atendimento normal e isso fez com que captássemos as novas tendências do negócio e explorássemos as alavancas mais fortes». Para o futuro, deseja que «os clientes percebam que os CTT estão diferentes e que podem iniciar a sua relação da maneira que se sentirem mais confortáveis, seja no digital ou no físico. E que podem encontrar em cada um dos colaboradores alguém que os faz sentir únicos na sua relação com a empresa. Temos as melhores pessoas e temos de oferecer o melhor». João Mello Franco começou por referir a importância de o Banco ter atingido o

break even num ano particularmente difícil, assim como outros feitos, que são de assinalar: 600 mil clientes, a 321 Crédito atingiu 200 milhões de euros de produção de financiamento automóvel e a Payshop chegou aos 5 mil agentes. Aproveitou para «louvar a Rede de Lojas pelo trabalho excepcional que fez em 2020». Já para 2021 e anos subsequentes, «a missão é clara: duplicar as receitas, lançar a parceria com a Sonae para que o Banco CTT seja o único financiador do cartão de crédito Universo, captar e fidelizar novos clientes, melhorar a oferta dos canais digitais e tornar os



António Pedro Silva



João Mello Franco



Nuno Matos

«OS CLIENTES PODEM ENCONTRAR EM CADA UM DOS COLABORADORES ALGUÉM QUE OS FAZ SENTIR ÚNICOS NA SUA RELAÇÃO COM A EMPRESA. TEMOS AS MELHORES PESSOAS E TEMOS DE OFERECER O MELHOR».
ANTÓNIO PEDRO SILVA



Alexandre Guia



João Nuno Pinote

processos mais simples e a experiência mais fluida. Para a 321 Crédito, reforçar a fidelização com a rede de parceiros para evoluirmos para os 300 milhões de euros de produção e tornar a Payshop mais digital e presente no e-commerce». Outras novidades são um novo sistema de pré-aprovados no crédito pessoal, o cartão de crédito Universo Banco CTT, a taxa fixa no crédito à habitação e um produto de poupança que investe em empresas sustentáveis.

Físico e digital de mãos dadas

De acordo com Alexandre Guia, a melhoria da experiência do cliente passa pela omnicanalidade, «através da construção de um caminho único no digital e a introdução do novo conceito de loja, que promove o envolvimento, a experimentação, soluções de conveniência e a auscultação dos clientes», já presente nas Lojas de Lamações, Sete Rios e Picoas. Destacou, também, um conjunto de ações «que começámos a levar à restante rede com o intuito de omnicanalidade. O passo seguinte é extremamente relevante para a estratégia do segmento de cliente: reforçar as áreas de self-service com soluções que garantam toda a oferta de envios». Terminou, revelando «a ambição de sermos uma rede de

serviços, capitalizando a dispersão geográfica e os nossos canais físicos para disponibilizar às populações serviços ligados ao cidadão, às telco, às utilities ou a outras entidades, como o caso recente da parceria com a CUF». João Nuno Pinote destacou o desempenho de dois produtos de retalho, o jogo (nova parceria e mais produtos) e os livros (nova oferta e segmentação de edições), que duplicaram a receita em 2020. Como novidades, referiu as parcerias com a Forall Phones, para venda de telemóveis recondicionados, e a Worten, para venda de pequenos eletrodomésticos. «Queremos desenvolver o eixo de serviços ao cidadão (pagamento de pensões, via verde, teleconsultas CUF), mas os serviços financeiros são a nossa maior aposta, muito ligados à dívida pública e onde queremos fazer diferente, diversificar a oferta e maximizar valor na colocação de produtos de poupança». Como exemplo, o recente lançamento do CTT Investimento Dinâmico, pioneiro em Portugal, que em cinco dias conseguiu uma boa colocação. Pelo feito,

saudou «a Rede de Lojas que, mais uma vez, está a superar um desafio». Para julho, anunciou dois produtos de capital e rendimento garantido e, na saúde, uma solução complementar ao seguro Multicare, mais económica. Nuno Matos falou sobre a importância da inovação no desenvolvimento da rede e novos negócios, afirmando que «no passado recente, tornamo-nos uma fábrica de inovação com lançamentos constantes. Mas a nossa aposta é na combinação entre o físico e o digital e lideraremos esse processo, colocando o cliente no centro, independentemente de estar a interagir connosco no ponto físico ou digital». No futuro próximo, adiantou a introdução da senha digital através da aplicação dos CTT. «Transformar a experiência de envios, digitalização do aviso físico e redirecionamento de envios são outras novidades em que estamos a trabalhar. Uma prospeção contínua de outras soluções que existam no mercado e que nos possam ajudar a dar mais um passo em frente, também faz parte dos nossos processos de inovação». ROSA SERÓDIO

Unboxing

UMA NOVA ERA



Seguiu-se o painel de debate “Better na sustentabilidade do negócio do correio” que foi moderado por Cátia Cruz Simões, da Comunicação e Sustentabilidade, e contou com a participação de João Gaspar da Silva, Administrador Executivo, Mário Vitorino Sousa, Diretor de Gestão de Produtos de B2B, Marta Capelo, Diretora de Regulação e Concorrência, e Nuno Marques Neves, Diretor de Operações de Transportes e Distribuição. Foram abordados o Serviço Universal e a visão dos CTT para a futura concessão e, ainda, as principais iniciativas comerciais e operacionais em curso e previstas para o futuro próximo

João Gaspar da Silva referiu que o «principal desafio do negócio de correio é comum a todos os operadores postais do mundo: a sua sustentabilidade». Nos últimos 15 anos tem-se verificado um decréscimo do volume de correspondências, acentuado durante o último ano, devido à pandemia que levou muitas empresas digitalizarem os seus serviços. «Isto é um grande desafio porque, mesmo com a queda do tráfego, o número de quilómetros que temos de percorrer mantém-se». Felizmente a pandemia acelerou a tendência de «crescimento do tráfego

de pacotes, encomendas e expresso, e temos agora o desafio de adaptação de todas as áreas ligadas ao correio (comercial, lojas, operações) a este novo perfil de tráfego».

Um segundo desafio é o facto de «ter aumentado bastante a volatilidade do volume de tráfego. É muito frequente termos, agora, dias com muito volume de correio ou de expresso, seguidos de dias com bastante menos movimento. Chegamos a ter diferenças entre 30 a 40% no volume de tráfego apenas com dois ou três dias de intervalo». Neste contexto, é desafiante conciliar

«os níveis de qualidade que os nossos clientes exigem com a sustentação dos níveis produtividade que são essenciais para a sustentabilidade do negócio a prazo».

Temos ainda mais um desafio que é o da adaptação ao novo contrato de concessão, «que manterá alguns aspetos do anterior, como a proximidade às populações e a capilaridade da nossa rede de pontos de acesso, mas, por outro lado, temos uma economia muito mais digital do que há 20 anos atrás e é natural que esse contrato evolua e corresponda àquilo que são

«CABE-NOS AGORA A NÓS, QUE AQUI ESTAMOS EM 2021, HONRAR ESSA TRADIÇÃO E PARTICIPAR ATIVAMENTE NESTE PROCESSO REINVENÇÃO DO SERVIÇO POSTAL. ESTOU CONVICTO DE QUE IREMOS MARCAR UMA NOVA ERA NA HISTÓRIA DOS CTT».
JOÃO GASPAR DA SILVA



João Gaspar da Silva



Mário Sousa



Marta Capelo



Nuno Marques Neves

as novas necessidades da população portuguesa».

A este propósito, Marta Capelo sublinhou que o que tem vindo a ser feito noutros países é «adaptar o enquadramento à evolução do mercado, continuando a assegurar o objetivo do serviço público (acessibilidade, qualidade e proteção dos cidadãos mais vulneráveis)». Em Portugal, o contrato deixou de refletir a realidade do setor. «Temos os níveis de serviço mais exigentes, os preços mais baratos e não temos nenhum mecanismo de compensação eficaz». Os CTT propõem assegurar a sustentabilidade do serviço «percebendo exatamente o que é relevante para os cidadãos e para as empresas, assegurando a coesão social e territorial e equilibrando estas necessidades com os respetivos custos. A sustentabilidade é assegurada pela via da redução de custos, pela via do aumento de proveitos ou por uma combinação de ambas».

Questionada sobre o pedido de compensação apresentado pelos CTT à ANACOM, esclareceu que «tem a

ver com o impacto da pandemia, que consubstancia uma alteração das circunstâncias, prevista no contrato de concessão, e com o custo da prestação do serviço em 2020/21». Os CTT consideram que devem ser compensados pela extensão unilateral do contrato de concessão do serviço postal universal e pelos efeitos extraordinários da pandemia. A palavra passou então para Mário Vitorino Sousa que enfatizou que «o mercado mudou, tal como as necessidades dos clientes e que, por isso, precisamos de um modelo mais flexível que permita responder a estas necessidades. Essencialmente, temos de apostar na flexibilidade para corresponder a estas evoluções. A convergência entre os mundos físico e digital está a acontecer e é algo a que temos de procurar responder para garantir que apresentamos soluções mais adequadas e úteis aos nossos clientes. A conveniência, quer nos envios quer na receção, é outra necessidade a que temos de suprir com soluções. Por fim, a informação. Cada vez mais, temos

necessidade de ter mais informação disponível para os utilizadores, sejam eles empresariais ou finais».

Neste momento, e para o negócio de correio, destacou três soluções que estão a ser trabalhadas:

1) Bandles/pacotes - agregar dentro de uma mesma solução várias necessidades do cliente, de forma a disponibilizar-lhe um pacote mensal, onde ele sabe que tem o seu conjunto de necessidades revistas pelos CTT; 2) Envios online - possibilitar que o cliente não tenha de se deslocar a um ponto físico para enviar correio, podendo fazê-lo remotamente, assegurando os CTT o resto do processo; 3) Prestar mais informações ao cliente - desde um track & trace melhorado, a informar o utilizador final de que foi colocada uma carta na sua caixa de correio.

Do ponto de vista operacional, Nuno Marques Neves apontou algumas prioridades. «Capacidade e agilidade das operações em adaptarem-se à oscilação e à mudança da tipologia de tráfego». Para tal, temos reorganizado os locais físicos de trabalho e a tipologia

da frota. «Ajuste dos CDP e da rede de transportes à nova diretriz sobre o correio extracomunitário» que passará, a 1 de julho, a ter um processo de desalfandegamento e de pagamento de IVA a partir dos 22€. «Modelos de distribuição mais eficientes e flexíveis e, aqui, destaco o sucesso da distribuição segmentada e o atual teste de um novo modelo, a que chamamos Trevo, que é muito disruptivo.» Acrescentou que «também estamos a reorganizar as equipas, porque estando melhor organizados conseguimos ser mais produtivos e satisfazer os clientes». Nos transportes a prioridade é continuar a trabalhar na implementação de uma rede única, integrando a rede base e a rede expresso «para termos mais sinergia e eficiência».

A nível tecnológico «estamos a melhorar o parque de PDT, a testar novos smartphones, a renovar as máquinas dos CDP e as viaturas, apostando fortemente nas elétricas, de forma a contribuir para sermos uma empresa mais "green"».

Quanto à qualidade de serviço, «temos de continuar a assegurar os padrões contratualizados, sendo que, para isso, é essencial ter soluções que permitam fazer face às oscilações do tráfego. Depois, temos de apostar na informação atualizada "ao minuto", designadamente nos eventos de track & trace. O cliente quer informação sempre correta e atualizada».

João Gaspar da Silva encerrou com palavras de esperança. «Esta necessidade de transformação que sentimos não é inédita nos 500 anos de história dos CTT. Sempre nos soubemos adaptar e reinventar. Cabe-nos agora a nós, que aqui estamos em 2021, honrar essa tradição e participar ativamente neste processo de reinvenção do serviço postal. Estou convicto de que iremos marcar uma nova Era história dos CTT».

Saúde mental nas empresas

Ana Figueiredo foi a oradora convidada do Unboxing CTT 2021. Engenheira Informática de formação, com um MBA da Lisbon Business School, desenvolveu a sua carreira em consultoria (tecnológica e de gestão), planeamento e controlo de gestão e estratégia em



Ana Figueiredo

serviços financeiros (banca e seguros) em Portugal e também no estrangeiro. Filha de pais emigrantes, nasceu em Nova Iorque, é casada e tem dois filhos. A felicidade da sua família é a sua prioridade.

Como segunda prioridade, procura colocar sua experiência e competências ao serviço da sociedade, através dos papéis que desempenha nas empresas onde trabalha, mas também através de organizações que promovem a diversidade, a inclusão e a saúde mental no trabalho. Tem o privilégio de trabalhar com a Minds@Work, a InsideOut, a CMHA, entre outras, para apoiar os movimentos de saúde mental no trabalho.

E foi precisamente sobre este tema que falou aos colaboradores dos CTT, partilhando o seu testemunho pessoal sobre os anos em que tinha ataques de pânico tão frequentes e graves que a impediam de realizar atividades tão normais como ir ao supermercado, jantar com amigos ou ficar em casa sozinha a tomar conta do filho.

Para ultrapassar estes ataques de pânico procurou ajuda psicoterapêutica e, agora, partilhou, pela primeira vez em português, a sua história pessoal e os passos que seguiu para ter uma vida melhor. São eles: aceitação, descobrir a causa dos ataques de pânico, ter uma alimentação cuidada, fazer exercício físico, manter uma boa higiene do sono, meditar e conviver.

Ana Figueiredo explicou que considerou

«TER UMA DOENÇA MENTAL NÃO NOS TORNA INCAPACITADOS, NÃO DEVEMOS SER ESTIGMATIZADOS E É POSSÍVEL VOLTAR À VIDA NORMAL».
ANA FIGUEIREDO

importante partilhar o seu testemunho pessoal connosco para mostrar «que ter uma doença mental não nos torna incapacitados, que não devemos ser estigmatizados e que é possível voltar à vida normal. E regressamos com uma resiliência ainda maior».

Todos temos as nossas histórias e elas «definem quem nós somos, mas de forma alguma limitam quem podemos ser e o que podemos fazer».

No final, deixou um apelo aos dirigentes dos CTT. «Falem com as vossas pessoas e lembrem-se que não lideram operações, tecnologias nem transformações. Lideram pessoas!»

Há uma relação bidirecional entre empregador e colaborador que vai muito além do que está estabelecido no contrato de trabalho. Perguntem-se «o que estão a dar às vossas pessoas? Quais as condições que lhes estão a dar para que possam sempre trabalhar e atingir o seu potencial?»

Encerramento

O CEO, João Bento, encerrou o Unboxing CTT 2021 com a resposta às cinco perguntas mais colocadas pela assistência:

- 1) Futuro do serviço público de correio
 - ao longo dos últimos anos temos vindo a propor ao Governo um conjunto de medidas para o futuro do serviço público de correio que terá de ter uma natureza diferente daquela que foi estipulada há 20 anos. Propusemos a rescisão do contrato



João Bento

«A SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL É O TEMA QUE ELEGEMOS PARA A EXPRESSÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA».
JOÃO BENTO

por acordo, mas a ANACOM decidiu prolongar unilateralmente o contrato. «Nós entendemos que não pode manter-se como está por razões como a exigência de qualidade, o preço e a posição do próprio serviço». Foi criado um grupo de trabalho para alterar o contrato que deve estar «prestes a publicar um relatório com as posições que ditarão o futuro. Esperamos ter um novo contrato já no início do próximo ano».

- 2) Distribuição – a distribuição é o futuro, o que distribuimos é que tem vindo a ser alterado. «Vamos continuar a levar tudo a todo lado, mais encomendas, menos cartas, mas a distribuição manter-se-á e isso é uma oportunidade de transformação, crescimento e relevância».
- 3) Teletrabalho – para as funções que podem ser desempenhadas em teletrabalho, «vamos iniciar um piloto que vai ter várias hipóteses: intermitência durante a semana, intermitência entre semanas ou totalmente em teletrabalho, mas com eventos no local de trabalho, porque o contacto pessoal é muito importante».
- 4) Carreiras e talento – vamos reduzir o nosso vasto leque de funções «a apenas quatro tipos de carreiras: operacional, comercial, técnica e chefia. Teremos também uma única grelha para os benefícios e para a remuneração de todas as carreiras. Quanto ao talento, temos

necessidade de atrair, de reter e de desenvolver o talento que está latente na organização. Quanto mais bem-sucedidos formos na nossa jornada de transformação, melhor seremos capazes de gerir o talento».

- 5) Sustentabilidade ambiental – «este é o tema que elegemos para a expressão da responsabilidade social da empresa. O setor postal é um muito poluente. Os CTT fazem 130 milhões de quilómetros por ano, sendo responsáveis por quantidades gigantescas de emissões de carbono, por isso, assumimos o compromisso de otimizar a nossa pegada carbónica. Queremos ter, cada vez mais, uma frota ecológica, produzir ou comprar a energia que consumimos por meios renováveis, apostar em embalagens

recicláveis, nos cacifos para evitar deslocações, entre outras iniciativas». O encontro terminou com uma surpresa, que nas palavras do CEO «tem precisamente a ver com saúde mental, com o gosto por trabalhar e de estar com os amigos. Para fecharmos a manhã com uma nota de boa disposição». Foi então transmitido um vídeo muito divertido, no qual vários elementos dos CTT, de todas as áreas – Comissão Executiva, serviços centrais, distribuição, tratamento, transportes e atendimento – fizeram uma coreografia ao som da música “Jesuralema” do grupo sul-africano Nomcebo Zikode. Veja [aqui](#) o vídeo e experimente também fazer a coreografia aí em casa.

LUCÍLIA PRATES



CELEBRE O DIA MUNDIAL DO *AMBIENTE* TODOS OS DIAS



Celebrado a 5 de junho, o Dia Mundial do Ambiente foi, este ano, dedicado à Restauração de Ecossistemas. Saiba mais sobre o tema e o que pode fazer, todos os dias, para ajudar a restaurar os ecossistemas em perigo e, assim, contribuir para a preservação do planeta

Em 1972, foi criado o Dia Mundial do Ambiente para assinalar o início das Conferências das Nações Unidas sobre o meio ambiente. Desde então, celebra-se, todos os anos, a 5 de junho, com o objetivo de destacar ações positivas de proteção ambiental e alertar para a necessidade de cuidarmos do planeta em que vivemos. O tema deste ano debruçou-se sobre a Restauração de Ecossistemas, alertando para a recuperação daqueles que têm vindo a ser degradados ou destruídos, bem como para a preservação dos que ainda estão intactos. Mas porque a adoção de

comportamentos ambientalmente responsáveis devem fazer parte do nosso quotidiano, todos os dias do ano, aqui fica uma pequena resenha dos diferentes tipos de ecossistemas e o que podemos fazer para ajudar a restaurá-los.

Urbanos

Os ecossistemas urbanos representam a transformação radical das áreas naturais, que foram substituídas pela expansão urbana, com impacto na degradação de habitats naturais. A construção, a produção de resíduos, o crescimento do tráfego e das emissões de gases poluem os cursos de água, os solos e o ar.



Como restaurar

Tornar as cidades mais verdes, plantando árvores e criando bosques urbanos e outros habitats de vida selvagem em parques e outros espaços públicos, incluir espaços verdes em novos empreendimentos habitacionais, limpar cursos de água e promover a mobilidade suave e a utilização da rede de transportes públicos.

Água doce

Dos diferentes tipos de ecossistemas de água doce, destacam-se os lagos, as lagoas, os rios e as planícies alagadas. Estes são considerados o meio de vida natural mais ameaçado do planeta, principalmente pelas alterações climáticas, mas também pela poluição provocada por produtos químicos, plásticos e esgotos, bem como pela sobrepesca e extração excessiva de água.



Como restaurar

Evitar deitar lixo nestes locais e promover a reciclagem, particularmente dos plásticos, plantar espécies autóctones para restaurar habitats ao longo das margens dos rios e lagos, remover espécies exóticas invasoras, tratar o esgoto e evitar que os produtos químicos poluentes, resíduos industriais e/ou outros efluentes contaminem as águas.

Oceanos e costa

Este tipo de ecossistema apresenta uma importância global, na medida em que regula o clima e gera a maior parte do oxigênio que respiramos. Os

oceanos enfrentam hoje ameaças sem precedentes. Milhões de toneladas de lixo, maioritariamente plásticos, entram nos oceanos e prejudicam a vida marinha. A pesca excessiva ameaça populações de peixes e espécies aquáticas, sendo que quase 80% das águas residuais do mundo são ainda despejadas sem tratamento.



Como restaurar

Tratar os poluentes antes de chegarem ao oceano, encaminhar os resíduos sólidos, como os plásticos, para destino final adequado, tornar a pesca mais sustentável e estabelecer um conjunto de áreas protegidas e zonas de pesca, evitar o consumo de produtos de plástico de uso único e restaurar a vegetação acima e debaixo de água.

Terras agrícolas e pastagens

São considerados ecossistemas vitais pois fornecem alimentos, forragem e fibras, e abrigam também uma grande biodiversidade de organismos, desde morcegos e pássaros a besouros e animais invertebrados, bem como uma cobertura considerável de bosques. As práticas de cultura intensiva, o pastoreio excessivo, a remoção de vegetação e o uso acentuado de fertilizantes e de pesticidas degradam estes ecossistemas.



Como restaurar

Utilizar fertilizantes orgânicos, reintroduzir espécies autóctones de plantas, de árvores e de espécies

animais, reduzir o consumo de carne, prevenir a erosão dos solos e as invasões de pastagens por arbustos e espécies exóticas.

Florestais

Constituídos por florestas e bosques, estes ecossistemas estão sob uma grande ameaça devido ao aumento da população e à consequente utilização dos solos para a agricultura intensiva, bem como para a construção de habitações, estradas, barragens e outras infraestruturas. Os incêndios, quando ocorrem, agravados pelos efeitos das alterações climáticas e pela subida da temperatura global, também têm um impacto severo na devastação destes ecossistemas.



Como restaurar

Aumentar a plantação de árvores de espécies autóctones, em particular em áreas onde estas já existiam, em jardins e espaços públicos, remover vegetação de espécies invasoras, apoiar a agricultura sustentável para reduzir a pressão sobre as florestas, fazer uma gestão florestal sustentável e controlar os fatores causadores de incêndios florestais.

Como vê, são pequenos gestos que podem fazer uma grande diferença na preservação do planeta. Impedir os fogos florestais, praticar a reciclagem, não deixar lixo perto dos rios, lagos e mar, evitar o consumo de embalagens de uso único e reutilizar, procurar consumir produtos da época e eliminar o desperdício alimentar são apenas algumas das medidas que estão ao nosso alcance concretizar. Ao fazê-lo, estamos a atuar no presente para proteger o futuro.

Lembre-se: a mudança começa em cada um de nós! Faça a sua parte!

ROSA SERÔDIO

ANA SÍLVIA **SANTOS**

Cedo descobriu a sua vocação artística e o mundo dos CTT. Hoje, na Direção de Comunicação, quer ir mais além dos objetivos da área de Redes Sociais, abrindo caminho para a criatividade.

Nos seus tempos livres, para lá de se envolver em projetos de arte e design, Ana Sílvia Santos dedica-se ao upcycling, pois sonha com um futuro mais sustentável de vida para todos



Como chegou aos CTT?

Antes de entrar profissionalmente nos CTT, com a idade mínima, entrei pela primeira vez com 15 dias de vida, nos braços da minha mãe, na creche dos CTT da Praça D. Luís. Tenho muitas memórias dessa época e foi lá que as minhas aptidões artísticas despertaram. Comecei a trabalhar nas férias de verão, na substituição de colegas do atendimento. Só mais tarde concluí o curso de Design de Equipamento e do Espaço, na Universidade Lusófona.

Caso não tivesse optado pela vida profissional nos CTT, o que é que gostaria de ser ou ter feito na vida?

Gostaria de me dedicar inteiramente ao design e à arte, e não apenas parcialmente, como faço agora no meu tempo livre. O design está em tudo à nossa volta e a arte é uma forma de expressão. Podia dedicar-me ao Design Gráfico ou de Produto. Podia ser pintora, como podia ser ilustradora. Como gosto muito de criar algo, modificar e adaptar, talvez estivesse envolvida em projetos de upcycling, procurando dar um novo propósito a materiais que seriam descartados, com criatividade e qualidade igual, ou até melhor, à do produto original.



Quais são os desafios da sua nova função, no especial contexto em que vivemos, na Direção de Comunicação?

Alcançar os objetivos da área, juntamente com a Margarida Moita dos Santos. Tornar as nossas páginas das Redes Sociais num espaço de comunidade, partilha, consulta e interação com os nossos colegas e clientes. Abrir a caixa da criatividade para conseguir conexão com as gerações mais novas e de mais idade. Ser proativa e inclusiva. No fundo, incentivar todos a participar, com orgulho, ajudando a concretizar os objetivos definidos. aguardo a visita de TODOS nas nossas páginas das redes sociais!

O que a apaixonava?

Sentir a paz quando estou na praia calma. No campo, quando ajudo os meus pais. Sentir equilíbrio e como é bom estar bem. Aprender todos os dias algo novo e construtivo para o meu bem-estar e da minha família e amigos mais próximos. Rir, gosto muito de rir.

Que sonho ou objetivo tem ainda por concretizar?

Dedico-me nas horas livres a criar, seja para concursos de ilustração, design ou pedidos de amigos. Tenho uma lista de projetos à espera da minha inspiração

e de tempo para os concretizar. Sonho com um futuro mais sustentável de vida, para todos. Que as pessoas tomem consciência de como os seus atos atuais estão a prejudicar as gerações mais novas, pois como já dizia Lavoisier, "na natureza, nada se cria, nada se perde, tudo se transforma".



SONHO COM UM FUTURO MAIS SUSTENTÁVEL DE VIDA, PARA TODOS. QUE AS PESSOAS TOMEM CONSCIÊNCIA DE COMO OS SEUS ATOS ATUAIS ESTÃO A PREJUDICAR AS GERAÇÕES MAIS NOVAS



CARTÃO DE LEITURA CTT

Na compra de 7 livros
de valor igual ou superior
a 4€, **oferta** de 10€
na compra do 8.º livro*



Tenha já o seu Cartão de Leitura.
Saiba mais em **ctt.pt**

*Campanha limitada ao stock existente. Os 10€ poderão ser descontados num livro à escolha desde que editado há mais de 18 meses (ao abrigo da lei do Preço Fixo).
Válido até 31 de dezembro de 2021.

ctt.pt

Linha CTT 21047 16 16
Dias úteis das 8h30 às 19h30



CTT
Correios
de Portugal



CTT
Correios
de Portugal

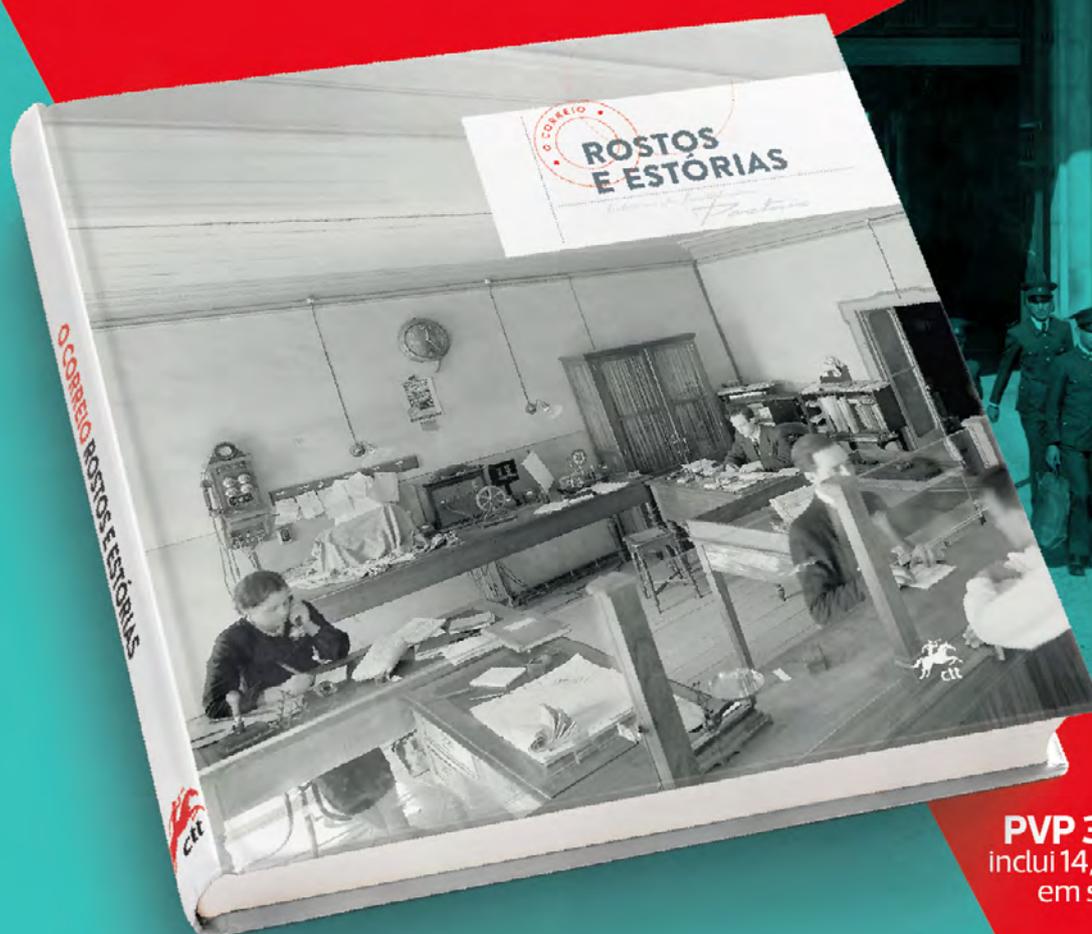


Estera CTT
CTT Empresas

ctt

LIVRO

O Correio Rostos e Estórias



PVP 33€
inclui 14,04€
em selos

O livro **O Correio - Rostos e Estórias** é uma edição com testemunhos que nos fazem sorrir e que nos comovem em situações passadas durante estes anos. Esta edição contém as emissões filatélicas «Europa – Veículos Postais», de 2013 e «Europa – Rotas do Correio Antigo», de 2020, com o valor facial total de 14,04€.

À venda nas Lojas CTT e em ctt.pt

ctt.pt

Linha CTT 210 47 16 16
Dias úteis das 8h30 às 19h30

a nossa entrega é total



CTT
Correios
de Portugal



CTT
Correios
de Portugal



CTT
Filatelia



SOU CTT

PAEZ CHEGOU AO SOU CTT

A caminho do verão, a Paez é o mais recente parceiro do "Sou CTT"

Moda
PAEZ



A Paez, uma marca icónica de calçado estival, aderiu ao programa de parcerias "Sou CTT" e promete trazer conforto e sustentabilidade ao seu verão. Para isso, oferece 15% de desconto em qualquer compra até 30 de setembro, sendo que, para usufruir desta oferta, que é válida nas Lojas próprias Paez, em Lisboa e no Porto, é preciso apresentar o código PAEZCTSS21. A Paez é uma marca criada por portugueses e comprometida com a sustentabilidade, que utiliza materiais reciclados na produção dos seus produtos. Saiba mais sobre esta e outras parcerias na Intranet CTT, na área "Sou CTT".

Logística e distribuição a cargo dos CTT

Agora, a logística e a distribuição da Paez, tanto para as lojas como para o cliente final, é assegurada por nós. A empresa tinha a sua distribuição e logística a partir de Espanha, mas, neste momento, somos o seu parceiro global para o mercado português, ficando sob a nossa responsabilidade não só a armazenagem, como o transporte e distribuição quer para as lojas (B2B), quer para a operação online (B2C).





VENCEDORES DO PASSATEMPO OPTOCENTRO

A Optocentro celebrou a adesão ao programa de parcerias “Sou CTT” com o lançamento de um passatempo, no dia 30 de março.

Em causa estavam três prémios: um par de óculos de sol Cartier (1º prémio), um exame de optometria e um par de lentes progressivas Essilor Varilux Confort Ormix Crizal Sapphire ou um par de lentes unificais Essilor Ormix Crizal Sapphire (2º prémio) e um par de óculos de sol S. T. Dupont (3º prémio), que foram sorteados pela Optocentro entre os participantes.

Conheça os vencedores: Pedro Gonçalves Lourenço (1º prémio), João Pimentel (2º prémio) e Vitor Moreira (3º prémio), que celebraram a vitória com uma fotografia.

A Optocentro presta serviços de optometria e oftalmologia e tem quatro lojas em Lisboa, uma no Porto e outra em Maputo. A marca já se destacou pela sua vertente de responsabilidade social, ao vencer o Prémio Essilor Excelência da Ótica, na categoria Melhor Impacto Social, pelas suas ações de responsabilidade social e ambiental.

Conheça as condições da parceria com a Optocentro na intranet CTT, na [área “Sou CTT”](#).



USPS CERTIFICA CASEMAIL, A PRIMEIRA FRANQUIA DIGITAL DO MUNDO QUE USA TECNOLOGIA **BLOCKCHAIN** ASSENTE EM NFT

A CaseMail tornou-se, recentemente, na primeira solução Blockchain de franquia digital do mundo a utilizar tecnologia NFT (Non Fungible Tokens – Tokens Não Fungíveis, em português) e recebeu a certificação do operador postal norte-americano USPS, o que sublinha a sua aplicação prática, no dia a dia

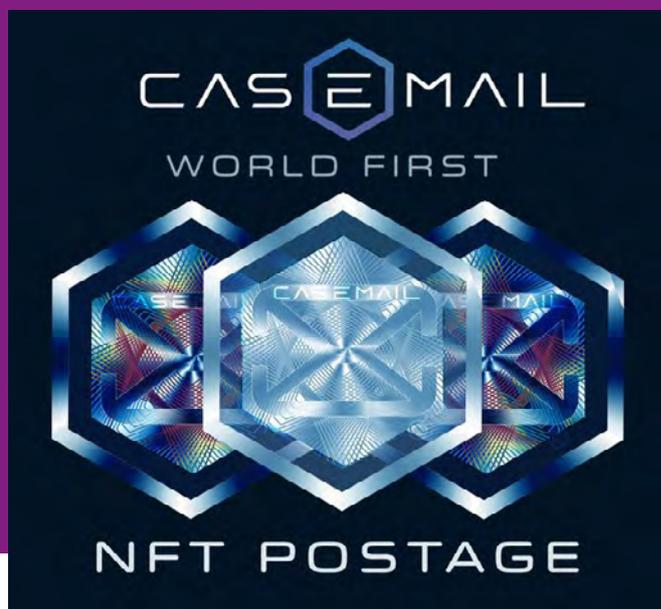
Os tokens CaseMail são carimbados digitalmente nas etiquetas das franquias digitais da USPS e nos objetos que são enviados por correio.

Como resultado, todos os dados sobre o histórico do envio e dos objetos são registados no blockchain, criando uma cadeia de custódia segura e verificável para os bens digitais e físicos.

A tecnologia certifica o histórico do conteúdo e da entrega e a cadeia de custódia pode ser verificada por criptografia, assegurando a privacidade, tanto para o remetente como para o destinatário.

A tecnologia de rastreio postal e verificação de conteúdo do CaseMail já é utilizada por escritórios de advogados e departamentos jurídicos em todo o país, para apresentar provas certificadas de correspondência legal nos tribunais dos EUA.

Fonte: Cision PR Newswire



Poste Italiane moderniza serviços no contexto do combate à pandemia

Ao operador postal italiano foi atribuído um papel na linha da frente na batalha que o país trava contra o coronavírus. Pode parecer uma medida pouco usual, mas faz parte da missão do operador tornar-se mais relevante para os seus clientes e adaptar-se à mudança dos tempos.

Numa altura em que os vários governos regionais em Itália apresentavam grandes dificuldades em gerir o programa de vacinação, a Poste Italiane foi chamada a intervir. Assim, com o suporte da sua tecnologia na nuvem, a Poste Italiane passou a gerir as marcações de vacinação e, em cooperação com o exército, a gerir a distribuição das vacinas pelo país.

A iniciativa encaixa bem na estratégia da empresa, de diversificar os seus serviços digitais e de logística, fora do contexto do negócio tradicional de entrega de correio. Segundo o CEO, Matteo Del Fante, «temos de prestar os serviços que os clientes precisam, seguindo tendências como o crescimento do e-commerce, os pagamentos digitais e a interação entre os cidadãos e a administração pública.



Vamos investir 3,1 mil milhões de euros durante os próximos quatro anos e 57% desse total vai focar-se na transformação da empresa».

Fonte: Financial Times | Data Stampa



Leaf – a fintech que ajuda os refugiados africanos a guardar e enviar dinheiro

À medida que os refugiados fogem a pé pelas fronteiras terrestres africanas, o transporte de dinheiro permanece como um dos grandes desafios a vencer, tanto física como virtualmente. As suas contas podem não estar acessíveis nos novos países e, se trazem dinheiro em espécie consigo, podem ser alvo de roubos ou burlas, já para não falar em questões com as autoridades.

A Leaf, vencedora do “Fast Company’s 2021 World Changing Ideas Awards” (prémio para as ideias que mudam o mundo), usa a tecnologia blockchain para ajudar estes refugiados, apenas com um telemóvel dos mais básicos. É uma solução de armazenamento de dinheiro que permite a estes indivíduos transportar dinheiro digital para o Quênia, Uganda e Ruanda, locais onde a Leaf opera atualmente.

«É uma carteira digital que viaja com o cliente para onde quer que ele vá», diz Tori Samples, co-fundadora e CTO da empresa.

«Pense nisto como uma conta global de partilha de dinheiro entre amigos e familiares. O dinheiro permanece protegido na carteira digital da Leaf, durante o tempo que for necessário, e os clientes podem receber ou transferir dinheiro dos familiares e amigos que vivem nesses países, em qualquer altura, durante as suas viagens».

Fonte: Fast Company | Foto: Leaf Global



Tecnologia de IA resolve desafios comuns de entrega para pessoas com deficiência

A empresa de tecnologia pós-venda HelloDone juntou-se à DHL Parcel UK para transformar as entregas ao domicílio a clientes com deficiências, oferecendo novas opções de acessibilidade, através do WhatsApp e Facebook Messenger.

Apesar das compras online terem sido uma linha de salvação para muitos durante a pandemia, uma investigação demonstra que as entregas ao domicílio ainda podem criar desafios a grupos vulneráveis, incluindo pessoas com mobilidade reduzida e outras deficiências.

Esta nova parceria visa alterar essa situação, integrando aplicações de messaging populares com o rastreio de encomendas da transportadora, permitindo que os motoristas sejam atualizados ao longo do percurso de “última milha”.

Utilizando a inovadora tecnologia de conversação de IA da HelloDone, os clientes que recebem uma entrega, através da DHL Parcel UK, podem agora atualizar o seu motorista sobre os requisitos de acessibilidade para a recolha e entrega de encomendas, incluindo a possibilidade de as deixar num lugar seguro, se não estiverem em casa.

Isto inclui uma opção de “Just a Minute” (“Só um Minuto”) que alerta os condutores para o facto de terem que esperar mais tempo do que o habitual num ponto de entrega, de modo a que os clientes com deficiência tenham tempo de chegar à sua porta.

Fonte: Post & Parcel



Fiat recompensa com criptomoeda condutores do seu novo modelo 500e por boa condução

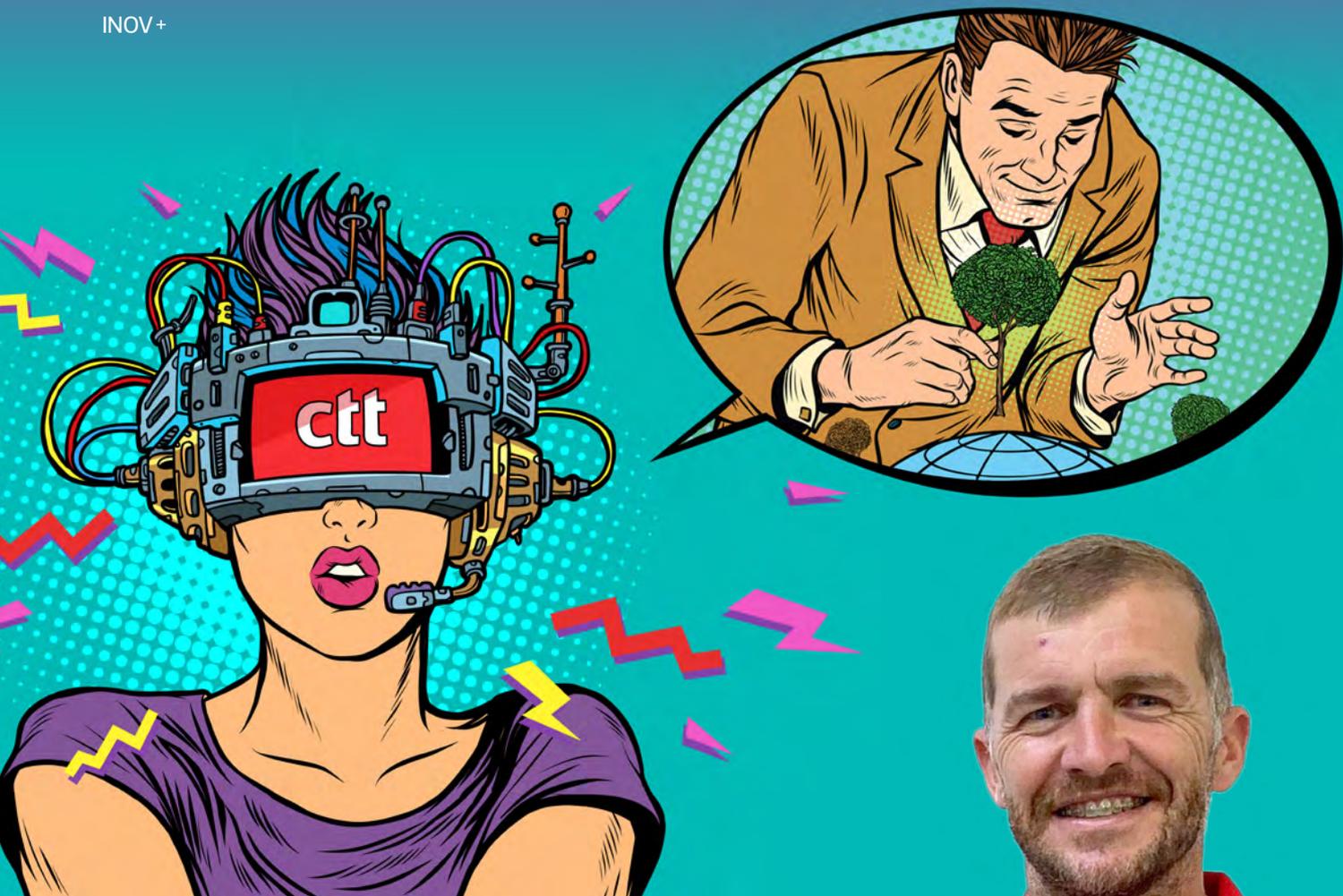
Com o objetivo de acelerar a adoção de comportamentos amigos do ambiente na condução dos seus modelos, a Stellantis, empresa mãe da Fiat, fez uma parceria com a Kiri Technologies, uma startup do Reino Unido, para criar um programa de recompensas, que premeia os proprietários do novo Fiat 500e que exibam uma condução mais ecológica com a criptomoeda KiriCoin, a primeira eco-moeda digital do mundo. Tudo o que os proprietários do Fiat 500e têm de fazer é conduzir o seu carro e adotar uma condução mais amiga do ambiente, recebendo em troca KiriCoins, por cada quilómetro conduzido. Estas, são depois acumuladas durante a condução e armazenadas numa carteira virtual através da APP da Fiat, que está sempre conectada.

Adicionalmente, os condutores com a melhor pontuação vão receber recompensas exclusivas que incluem vouchers da Amazon, Netflix, Apple, Zalando e Spotify.

Mas há alguns senões: as KiriCoins só podem ser gastas no marketplace KiriMarket e os motoristas têm de estar localizados num dos 13 países europeus específicos onde a KiriCoin se encontra atualmente disponível. Portugal faz parte deste grupo!

Fonte: Interesting Engineering | Razão Automóvel





MAIS UMA IDEIA IMPLEMENTADA

Hugo Gonçalves Borges, com a sua ideia "Simplificar e agilizar o serviço dos carteiros", foi um dos quatro vencedores do 1º Pitch Day INOV+

No dia 15 de janeiro, realizou-se o 1º Pitch Day INOV+ que marcou o final do 9º ciclo de desafios no INOV+ by CTT. Hugo Gonçalves Borges, do CDP 9000 Funchal, teve a melhor ideia para o desafio "Como reduzir a pegada ecológica dos CTT, potenciando novos serviços?" e a Revista CTT esteve à conversa com ele.

A sua ideia "Simplificar e agilizar o serviço dos carteiros" foi uma das vencedoras do 9º ciclo de desafios no INOV+. Explique-nos em que consiste.





A minha ideia consiste na redução da nossa pegada ecológica, através da retirada do plástico aquando da passagem de um aviso de qualquer objeto, quer seja CTT, quer seja CTT Expresso. Como? Usando material já existente em qualquer CDP ou Centro de Logística, sem qualquer custo adicional para a empresa. Como o fazemos localmente, conseguimos personalizar os mesmos, reduzindo o tempo de preenchimento e aumentando a qualidade da informação que passamos ao cliente.

Como se sentiu ao saber que a sua ideia foi uma das vencedoras do 1º Pitch Day INOV+ e que feedback teve dos seus colegas quando souberem?

Quando me dei conta que tinha ganho, fiquei contente, pois tinha feito algo que ia ajudar no trabalho de milhares de colegas, mas ter o feedback positivo do nosso Presidente e dos demais, que o fizeram naquele momento e através de mensagens, foi de encher o peito.

Como está a decorrer o processo de implementação da sua ideia? Foi envolvido no mesmo?

Cá na Madeira, a ideia já foi implementada por mim, sem custos para a empresa, em todos os CDP. Ver a minha ideia a ser usada e aprovada pelos meus colegas é um sentimento de missão cumprida.

O que falta para a sua ideia “sair da Madeira” e ser implementada em todo o país?

Estou agora a tentar implementar o processo nos Açores, ajudando a passar a mensagem através de videoconferência. Mas, neste momento de muito trabalho e de férias, tem sido mais difícil fazê-lo.



«ACONSELHO OS MEUS COLEGAS A ENVIAREM AS SUAS IDEIAS E, AGORA, ELES TAMBÉM SENTEM QUE EXISTE ALGUÉM A OUVIR QUEM ESTÁ NO TERRENO.»

que era o momento certo para passar a minha ideia. Já tinha enviado outras, pois quem anda no terreno e para mais numa ilha, onde dependemos muito das lojas online, tem várias sugestões. Mas acho que não consegui passar as mesmas com o mesmo vigor que fiz com esta, mas ainda vou tentar novamente.

Aconselha os colaboradores dos CTT a participarem no INOV+? Porquê?

Claro que aconselho os meus colegas a enviarem as suas ideias e, agora, eles também sentem que existe alguém a ouvir quem está no terreno. Por isso, vale sempre a pena tentar.

Descreva-nos o seu percurso profissional nos CTT.

Nos CTT, só falta passar pelo atendimento, mas acho que ia sentir a falta de estar no terreno e fazer uma coisa que adoro. Já fui chefe na distribuição no Centro Logístico e de Distribuição da Madeira, mas por motivos pessoais tive de abandonar o cargo.

LUCÍLIA PRATES



Como teve conhecimento do INOV+? O que o motivou a participar?

Tive conhecimento do evento através dos canais digitais e como o tema era a redução da pegada ecológica, pensei

O CORREIO ROSTOS E ESTÓRIAS

Largas dezenas de colaboradores reviveram e partilharam episódios do seu passado ao serviço da empresa. O resultado é o magnífico título que acaba de ser lançado e que vai perpetuar estas estórias pessoais na história dos CTT. Uma leitura a não perder!



«É, pois, no reconhecimento pela importância da memória que, a terminar as comemorações dos 500 anos do estabelecimento do primeiro correio-mor do reino, pedimos aos trabalhadores dos CTT, no ativo ou reformados, que compartilhassem connosco episódios da sua vida de trabalho, "estórias" engraçadas ou tristes, todas marcantes da sua passagem por esta casa, e que constituem uma parte valiosíssima da nossa memória coletiva. E é esse testemunho de um conjunto muito alargado desses construtores da nossa história que vos trazemos neste livro». É, assim, que João Bento, Presidente Executivo dos CTT, explica, no prefácio da obra, a génese desta iniciativa.

Largas dezenas de colaboradores, de diversas áreas e categorias profissionais, no ativo ou reformados, responderam ao desafio! E, no passado dia 11 de junho, foi lançado o segundo título temático do ano, intitulado "O Correio - Rostos e Estórias", uma edição feita exclusivamente por pessoas que conhecem o correio por dentro e por fora.

Se foi um dos participantes nesta aventura, pode agora ter o prazer de ler a sua estória nas páginas deste livro. Mas todos iremos fazer muitas descobertas através dos relatos que aqui surgem, contados pelos nossos colegas, que muito continuam e continuarão a contribuir para novas vivências merecedoras de serem contadas. Vamos encontrar testemunhos que nos fazem sorrir, que nos comovem, que nos fazem lembrar de tantas situações vividas durante as últimas seis décadas (de 1960 a 2020) e que acompanham a evolução da empresa e do país.

Florbela Santos relata dois episódios passados com o seu pai, quando esta era adolescente e ainda não sabia que viria, igualmente, a trabalhar nos CTT. Conta a forma original de como o pai soube que tinha entrado nos Correios e a peripécia que a levou a acreditar que ele era um Super-Herói dos Correios. Luiz Duran descreve uma partida que fez a um colega durante uma reunião solene e muito participada sobre o então nascente projeto da criação do Banco Postal, que se realizava no Palácio Sousa Leal, a sede dos CTT na altura. Marciano Mateus, que Portugal inteiro conheceu como a cara da campanha de lançamento do código postal, em 1978, explica como tal aconteceu. A edição integra, também, um contributo de 2020, de uma menina chamada Matilde que, com um desenho, quis agradecer ao carteiro da sua área de residência, pelo esforço e dedicação que todos eles demonstraram ao longo de tantos meses de pandemia, a trabalhar na linha da frente, com entrega total. Raul Moreira, Diretor de Filatelia, contribuiu com um interessante conjunto de memórias que, pela sua forma peculiar e cativante de relatar as ocorrências, proporciona uma leitura deliciosa e enriquece a obra. Dos 60 colaboradores que partilharam testemunhos, saiba que o mais antigo colaborador desta coletânea é António do Carmo Teixeira, que conta com 98 anos de idade.

Com uma tiragem de 5000 exemplares numerados, esta edição contém as emissões filatélicas "Europa - Veículos Postais", de 2013, e "Europa - Rotas do Correio Antigo", de 2020, num total de seis selos e seis blocos, com o valor facial total de €14,04. O design esteve a cargo de Folk Design e o revisor foi Carlos Jesus. Desta obra serão ainda impressos 15000 exemplares com capa mole, que não contêm as emissões filatélicas. ROSA SERÔDIO

VAMOS ENCONTRAR TESTEMUNHOS
QUE NOS FAZEM SORRIR, QUE
NOS COMOVEM, QUE NOS FAZEM
RELEMBRAR DE TANTAS SITUAÇÕES
VIVIDAS DURANTE AS ÚLTIMAS SEIS
DÉCADAS E QUE ACOMPANHAM A
EVOLUÇÃO DA EMPRESA E DO PAÍS

O LIVRO QUE EU DESEJARIA NUNCA ACABAR DE EDITAR

A alma de uma empresa são os seus trabalhadores. E se a empresa tivesse sido recorrentemente o maior empregador nacional, espalhada por todo o território sem exceção e tiver uma história de 500 anos bem vinculada nos sulcos do que mais importante aconteceu nesses séculos em Portugal? Então a "estória" dessa empresa confunde-se com a história do país e as experiências dos seus trabalhadores fazem parte integrante da evolução sociológica da nossa nação.

Os Correios são tudo isso: 500 anos de vida ativa, muitos milhares de trabalhadores, muitos milhões de episódios e aventuras que construíram a infraestrutura de comunicações de Portugal, tanto a postal como a de telecomunicações.

O que neste livro se tenta recordar são alguns desses episódios e dessas "estórias" contadas em primeira mão. Evidentemente que num período temporal condizente com o escopo da obra, já que cerca de sessenta anos medeiam entre o episódio mais antigo e o mais recente, permitindo que todos eles fossem relatados pelos próprios intervenientes.

Este é o 193º livro que tive a honra de editar para os CTT desde 1983.

E é, também, aquele que mais prazer me deu. Porque são as nossas vidas que ali se contam em incidentes, peripécias ou casos, mais ou menos sérios, mais ou menos hilariantes, mas todos contados com o coração nas mãos.

Escreveu Leo Tolstói que "Guerra e Paz" era o romance que, se pudesse, estaria sempre a escrever sem nunca o acabar, de tal forma amava as personagens e o enredo. "O Correio - Rostos e Estórias" é o livro que eu também desejaria nunca acabar de editar. Para quando o segundo volume?



Raul Moreira, Diretor de Filatelia dos CTT

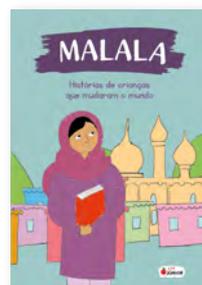
PROPOSTAS DONA OFERTA

A Dona Oferta apresenta-lhe um conjunto de produtos com desconto exclusivo para colaboradores dos CTT (no ativo e aposentados). Só tem de ir a uma Loja CTT e dizer o seu número de colaborador



Os preços indicados já incluem o desconto

10% desconto



Para Onde Vai Aquela Estrela, Breve História do Sistema Solar Explicada às Crianças, Quando Crescer Quero Ser Carteiro e Malala

Preço de cada livro: 4,49 €

Electrodomésticos Worten



Espremedor

Preço: 8,99 €



Jarro elétrico

Preço: 10,79 €



Varinha

Preço: 8,99 €



Batedeira

Preço: 11,69 €



Torradeira

Preço: 11,69 €

Nesta edição, sugerimos-lhes uma receita de bacalhau, retirada do livro Sabores das Beiras da “Coleção de Receitas” exclusiva dos CTT. Com o desconto de **10%** da Dona Oferta para Colaboradores dos CTT, pode adquirir qualquer um dos livros desta Coleção por apenas **4,49€**.



BACALHAU À CONDE DA GUARDA



Sabores das Beiras - Livro Exclusivo CTT

Ingredientes

- 500 g de bacalhau desfiado e demolhado
- 1,5 kg de batatas
- 1 cebola
- 4 dentes de alho
- 2 dl de natas frescas
- 1 dl de azeite
- 1 folha de louro
- Leite q.b.
- Pão ralado q.b.
- 1 c. de café de açafão
- 1 c. de spopa de manteiga
- Noz moscada q.b.
- Sal e pimenta q.b.

Preparação

Descasque as batatas e coza com sal. Retire da água e reduza-as a puré. Engrosse o puré com leite, manteiga, pimenta e noz-moscada. Junte o açafão. Mexa e reserve. Pique a cebola, junte os alhos e refogue com o azeite e o louro. Quando alourar, junte o bacalhau e tempere com sal e pimenta. Junte as natas e o puré. Mexa. Coloque o preparado num recipiente de barro e polvilhe com pão ralado. Leve a gratinar no forno a 180° até ficar tostado. Sirva com grelos asalteados.

Elerodomésticos Worten



Balança de cozinha

Preço: 15,29 €



Secador

Preço: 17,99 €



Máquina de café

Preço: 15,29 €



Aparador de cabelo e barba

Preço: 17,99 €



Medidor de tensão

Preço: 13,49 €

DEIXE DE FUMAR: GANHE ANOS DE VIDA



Sabia que se deixar de fumar aos 30 anos, acrescenta mais uma década à sua esperança de vida? E que a cada ano que passa sem fumar o risco de doenças cardiovasculares e de cancro vai diminuindo até ficar igual ao de um não fumador?

O relógio começou a contar e bastam uns minutos para notar os benefícios. Apague o cigarro e veja o que acontece no seu corpo.

Parar porquê?

Fumar faz mal e não há outra forma de impedir que o cigarro prejudique a sua saúde e a de quem o rodeia senão apagá-lo. O tabaco é responsável pela morte de 6 milhões de pessoas por dia. Não há um número de cigarros considerado seguro, já que cada um contém mais de sete mil químicos que afetam todo o organismo – as artérias, o pulmão e até o cérebro ou a audição. O fumo do tabaco aumenta o risco de cancro, doenças respiratórias e cardiovasculares também em fumadores passivos.

A contagem decrescente vai começar

20 minutos

Os batimentos cardíacos e a tensão arterial descem para níveis normais.

8 horas

Os níveis de nicotina e monóxido de

carbono no sangue reduzem para metade, permitindo ao oxigénio recuperar os valores normais. Gradualmente, todo o organismo melhora, como a pele, o cabelo, dentes e unhas que recuperam vitalidade com a redução dos níveis de nicotina.

48 horas

A tensão arterial é estabilizada. Melhora o paladar e o olfato recupera sensibilidade. Ganhará uma nova perceção dos aromas e dos sabores dos alimentos.

72 horas

Começa a notar melhorias na respiração. A maior oxigenação do organismo contribui para o bem-estar, a concentração, a memória e o aspeto físico. À medida que o tempo passa, a pele recupera a luminosidade original (o tabaco afeta a produção de colagénio e agrava o envelhecimento cutâneo).

2 a 12 semanas

O corpo começa a regenerar-se. A circulação melhora, os pulmões libertam-se das substâncias nocivas e a função respiratória aumenta. Na segunda ou terceira semana terá mais facilidade em caminhar e em praticar

desporto, sem perder o fôlego.

1 a 9 meses

A tosse e a sensação de falta de ar diminuem. Os problemas respiratórios atenuam-se e a função pulmonar aumenta cerca de dez por cento. Vai sentir-se mais enérgico.

1 ano

O risco de doença cardiovascular é metade do estimado para uma pessoa que continua a fumar. As doenças cardiovasculares são duas a quatro vezes mais frequentes nos fumadores, alerta a Fundação Portuguesa de Cardiologia.

2 a 5 anos

O risco de AVC diminui para o valor idêntico ao de uma pessoa não fumadora.

5 anos

O risco de cancro da boca, garganta, esófago e bexiga desce 50%.

10 anos

O risco de cancro do pulmão reduz para metade. Diminui também o risco de cancro do colo do útero e pâncreas.

15 anos

O risco de doença cardiovascular é idêntico ao de um não fumador.

OS EFEITOS DO TABAGISMO PASSIVO NAS CRIANÇAS

O tabagismo passivo é classificado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como um dos fatores de risco para o cancro. A OMS adianta ainda que não existem “níveis seguros” de exposição ao fumo em “segunda-mão”. Pode provocar a morte prematura, várias doenças e incapacidade, tanto em adultos como em crianças



O pneumologista José Reis Ferreira destacou, num texto para a Federação Portuguesa de Cardiologia, algumas conclusões a de um estudo realizado pelo Instituto da Educação da Universidade do Minho (2017):

- cerca de 27% das crianças são expostas em casa ao fumo de cigarros
- 25% são expostas nos carros da família.

A casa e o carro são, portanto, duas zonas que os pais e cuidadores devem manter livres de fumo. Deve evitar-se sempre estar ao pé de quem fuma. Não se acanhe: convença quem estiver ao pé de si a fumar a deixar de o fazer. Quem estiver a fumar deve fazê-lo ao ar livre e longe das outras pessoas, sobretudo dos seus filhos.

Parar porquê?

O tabagismo passivo é o resultado de uma pessoa, adulto ou criança, respirar fumos tóxicos deixados no ar ou nos objetos depois de uma pessoa ter fumado um cigarro. Este conceito abarca ainda a exposição que os bebés, ainda na barriga das mães, têm ao fumo da mãe fumadora.

Como é medido?

A exposição ao fumo passivo é medida através, da presença de nicotina ou cotinina, principal produto da degradação (metabólito) da nicotina. É um marcador de “longa-duração”, com uma presença no corpo de cerca de 20 horas. Através de observações feitas, em casas onde os pais fumam, a dose de nicotina encontrada no corpo dessas crianças é o equivalente à de um fumador ativo que fume entre 60 a 150 cigarros por ano.

Os efeitos do tabagismo passivo nas crianças

De acordo com o European Lung Foundation, o tabagismo passivo nas crianças pode aumentar a gravidade dos sintomas de asma e/ou conduzir a esta doença. Além destes efeitos, o tabagismo passivo nas crianças está diretamente relacionado com:

- bronquites, pneumonia e outras infeções respiratórias;
- infeções do ouvido médio;
- tosse crónica.

Fumar durante a gravidez

O hábito de fumar durante a gravidez

está associado a um aumento de cerca de 10% da mortalidade pré-natal, do parto prematuro e do deslocamento da placenta.

O facto de as mães grávidas fumarem está também associado ao desenvolvimento de danos congénitos no sistema respiratório do feto. Além disso, pode afetar o sistema imunitário do bebé conduzindo a infeções respiratórias. Mais recentemente, o tabagismo passivo das mães grávidas tem sido igualmente associado a dificuldades no desenvolvimento neurológico do feto. Por outro lado, pode estar relacionado com menores taxas de crescimento ao nível do peso e do comprimento. Este indicador é tanto maior quanto maior é o número de cigarros fumados pela mãe grávida.

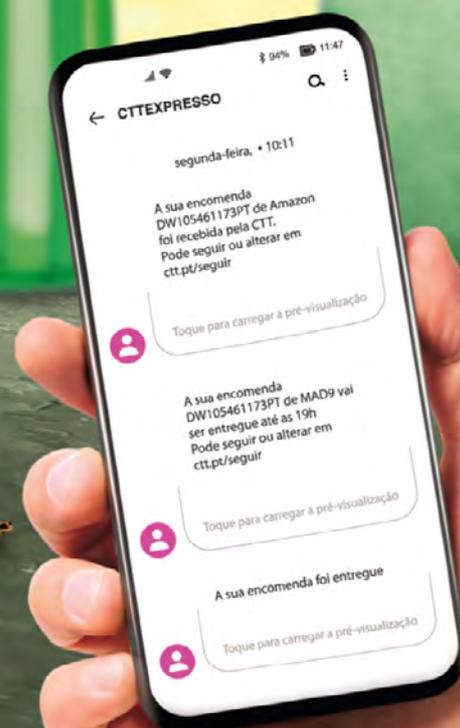
Exemplos para as crianças

O facto de os pais ou dos irmãos serem fumadores poderá ser uma das maiores influências para as crianças. Por isso, escolha uma vida mais saudável. Os pais que não fumam estão a contribuir para reduzir significativamente o risco de doença dos seus filhos. MÉDIS

Envios Expresso

Mais do que urgente é conveniente.

- ✓ Entregas Para Amanhã em Portugal e Espanha
- ✓ Opção de envio Internacional para mais de 200 destinos no mundo
- ✓ 6 horários de entrega à escolha
- ✓ Entrega numa morada ou num ponto de entrega
- ✓ Alterações ao percurso das encomendas



ctt.pt

Linha CTT 21 047 16 16
Dias úteis das 8h30 às 19h30



CTT
Correios
de Portugal

CTT
Correios
de Portugal

Edifício CTT
CTT Empresas

ctt

Soluções de Crédito

UM TRAMPOLIM PARA AS SUAS AMBIÇÕES

Não adie mais os seus projetos e ambições e dê o salto para as suas obras em casa ou mesmo para mudar de casa, com as Soluções de Crédito Banco CTT. Faça a sua simulação numa **Loja Banco CTT** ou em **bancoctt.pt**.



Saiba mais em
bancoctt.pt

banco**ctt**

FUNCHAL, PÉROLA DO ATLÂNTICO

O azul do oceano funde-se com o azul do céu e, em cada esquina, esta bela cidade portuguesa proporciona cenários de tirar a respiração



Funchal, cidade da ilha da Madeira e sede de município com o mesmo nome, teve a sua denominação originária no funcho. Conta-se que os primeiros homens que desembarcaram na ilha depararam-se com um vale denso de arvoredo e funcho. Esta planta, diga-se, tornou-se essencial na gastronomia e doçaria regional. O povoamento teve o seu início em 1424, aquando da divisão

da Madeira em duas capitânias. A do Funchal, em específico, coube a João Gonçalves Zarco, tornando-se, desde logo, um núcleo fulcral no desenvolvimento da ilha, já que sua posição geográfica permitia a fixação de um bom porto marítimo. O primeiro foral foi recebido entre 1452 e 1454, sendo elevada a cidade em 1508. Ao longo do século XVI, o Funchal foi

vítima, à semelhança de outros portos atlânticos, do incessante ataque de corsários e piratas. Isto originou um novo planeamento urbano no que tocou ao sistema defensivo da cidade. A partir do século XVII, após a instalação na ilha de diversos comerciantes vinícolas britânicos, passou a beneficiar de um intenso desenvolvimento económico o que, aliado ao clima ameno, redundou



na visita de importantes personalidades internacionais que deram o primeiro passo para um dos pontos fortes da cidade: o turismo. Pode visitar diversos pontos de interesse na cidade.

Beleza arquitetónica

Comece a sua visita com um passeio pelo lindo Parque de Santa Catarina e desfrute da vista estonteante sobre a baía. Faça, também neste jardim, os diversos percursos pedonais, admirando a diversidade de espécies da flora mundial e o lago, com uma pequena ilha, onde pousam patos e cisnes. Se tem crianças, este é um excelente passeio para si e para elas.

Mais acima, poderá visitar o Forte de São João Baptista, cuja conclusão data de meados do século XVII. Era aqui o armazém de pólvora da cidade, sendo que depois foram instaladas algumas oficinas de aprendizagem. Já no século XX foi entregue à Marinha que lá fixou o Centro de Comunicações da Armada. Em 2014 o Forte foi desafetado da Marinha para ser cedido a título definitivo à Região Autónoma da Madeira.

No centro da cidade poderá observar com deleite a Sé do Funchal, mandada erguer durante o reinado de D. Manuel, misturando arquitetura manuelina e gótica. A fachada possui um fantástico portal gótico, com composição de cantaria do Cabo Girão. Atente no teto da catedral que tem uma decoração realizada no fenomenal cedro da ilha. Se pretende continuar numa senda de beleza arquitetónica, poderá ir ao Palácio de São Lourenço, cuja construção foi



iniciada na primeira metade do século XVI. O seu intento era de auxiliar na defesa da ilha, mas cedo se tornou a residência dos capitães donatários do Funchal. Em 1836, com Portugal já em pleno regime liberal, foi separada a parte residencial da fortaleza em si. A parte residencial foi atribuída ao Governador Civil, com a parte militar a ser hoje pertença do Comando da Zona Militar da Madeira. Aqui encontramos um pequeno museu que nos apresenta a história militar da ilha, bem como um espólio de armamento representativo do século XVII em diante. Já no século passado, em 1943, o Palácio de São Lourenço foi classificado como Monumento Nacional, tornando-se, a partir de 1976, na residência oficial do Representante da República para a Região. De profundo interesse são, também, a Igreja e o Mosteiro de Santa Clara. Este último monumento data do século XV,

tendo sido mandado edificar por João Gonçalves Zarco. Podemos encontrar bem preservados o portal gótico em mármore, bem como os túmulos de João Gonçalves Zarco e da família. Visite este local e delicie-se com a pintura decorativa, o revestimento da igreja, o sacrário, entre outras atrações. Numa ótica mais cultural, não se esqueça de visitar o Museu de História Natural, localizado no Palácio de São Pedro, datado de meados do século XVIII. As coleções do museu contam com mais de 37.000 exemplares, entre espécies animais e minerais. Aqui fica também a Biblioteca Científica e o Aquário Municipal. E, noutra temática, porque não visitar o Museu CR7, bem no centro da cidade? Funchal, uma pérola no meio do Atlântico, um tempo bem passado numa das mais lindas cidades portuguesas.



PADEL, UM DESPORTO EM **CRESCIMENTO**

O padel é um desporto de raquetes praticado em pares. Tem um sistema de jogo semelhante ao ténis, onde os jogadores têm de passar a bola por cima da rede, tendo obrigatoriamente de acertar no campo adversário



O padel é um dos desportos do momento. Difere do ténis, na medida em que deve ser disputado sempre em duplas, bem como pelo campo, que é mais pequeno e com paredes, vidro ou telas. Estas características fazem com que as partidas sejam mais movimentadas, já que as hipóteses de continuação da bola em jogo são maiores.

A sua origem remonta aos finais do século XIX, nos navios ingleses. Os passageiros, de forma a poderem continuar a praticar ténis, adaptaram o espaço protegendo o campo, mais pequeno, com telas. A partir de 1924, o padel vem para terra firme através de Frank Beal, que instalou alguns campos em diversos parques de Nova Iorque. O regulamento foi definido por Enrique Corcuera, mexicano. A sua grande explosão ocorre, posteriormente, em Espanha, onde este desporto é mais forte e seguido com bastante emoção e atenção. Em Portugal, o padel chega na década de 90 através de uma empresa espanhola (a All Padel), que constrói o primeiro

campo no complexo Lisboa Racket Centre, organizando os primeiros torneios da modalidade e convidando bastantes jogadores internacionais. No início, os portugueses não deram muita atenção a esta modalidade. Dois passos importantes estabilizaram-no como um desporto em amplo crescimento em Portugal. Em primeiro lugar, a abertura de mais campos no Algarve e na Linha de Cascais e respetivo nascimento de uma associação que procurou gerir, harmonizar e promover o padel em Portugal. Os primeiros torneios portugueses foram organizados e os nossos representantes passaram a

disputar Campeonatos da Europa e do Mundo.

O segundo passo foi a organização no nosso país do Campeonato Europeu em 2008, com os nossos representantes a garantirem a melhor classificação de sempre, o 3º lugar. A partir daí, o desporto cresceu exponencialmente, com a abertura de campos de norte a sul, passando pelas ilhas. Hoje, temos mais de 80000 praticantes e mais de 400 campos espalhados pelo país.

No que toca aos resultados, estes têm sido animadores. As nossas seleções dão cartas e, em 2015, a feminina foi campeã da Europa. Daí para cá, em 2017, ambas as seleções foram vice-campeãs da Europa. Em 2018, no Paraguai, no Campeonato do Mundo, Portugal voltou a ter destaque. A seleção feminina ficou em 3º lugar e a masculina em 5º. O padel é um desporto em crescimento e muito agradável de praticar. Experimente!



PASSATEMPO

“VENHAM *DESENHAR* A CAPA DA REVISTA CTT!”

No dia 1 de junho lançámos um desafio às nossas crianças:
desenhar a capa desta edição da Revista CTT.
O desafio foi bem acolhido pelos mais pequenos e
os desenhos recebidos são muito engraçados



Além do 1º lugar, atribuído a Eva Cardoso dos Santos, que recebeu um pack família de bilhetes para o Jardim Zoológico de Lisboa, um livro “Meu Álbum em Selos” e uma mochila dos

CTT, o júri do concurso decidiu ainda conferir quatro menções honrosas, que receberam um livro “Meu Álbum em Selos” e uma mochila dos CTT.

Autores:

- A. Beatriz Tavares, 9 anos
- B. Francisco Fernandes, 5 anos
- C. Maria Inês Marques, 7 anos
- D. Carolina Joaquineto, 7 anos



A



B



C



D

PRÉMIOS MARKETEEER 2021

Recebemos um prémio pela nossa entrega total.

CTT vencem na categoria Corporate Brand.



Em tempos desafiantes como os que vivemos, sabe bem ver reconhecido o esforço de todos os colaboradores CTT.

Na linha da frente, têm trabalhado para assegurar um serviço de qualidade a pessoas e a empresas, cuja confiança é igualmente essencial.

O prémio é de todos.



ctt.pt

Linha CTT 21047 16 16
Dias úteis das 8h30 às 19h30



ctt