

REVISTA

# ctt

Nº 15\_MAI\_JUN\_22



**O seu novo portal CTT**

## 05 EDITORIAL

Pessoas e inovação

## 06 MOMENTOS

## 10 BANCO CTT

“Saber de contas” vem ajudar na literacia financeira dos portugueses

## 12 + PREVENÇÃO

Não podemos parar de falar sobre segurança rodoviária!

## 14 EVENTOS

Os Cacifos CTT agora são Locky  
CTT em destaque no Estoril Open  
Dei quase duas voltas a Portugal!  
Canal escrito do apoio ao cliente lança projeto  
Desafios na supply chain: 5 dias, 5 empresas  
Pontos CTT premiados

## 26 LOJA DO MÊS

“Loja do mês” continua a distinguir lojas online

## 28 CAPA

Chegou o seu portal my CTT

### FICHA TÉCNICA

**Diretor** Miguel Salema Garção **Diretora Executiva** Adriana Eugénio **Redação** Elsa Duarte, Lucília Prates, Rosa Serôdio, Paulo Rui Teixeira e Rita Presas **Conceção Gráfica** Miguel Dantas e Samuel Trindade **Fotografia** Pedro Cruz e Arquivo CTT

**Produção** Comunicação **Propriedade** CTT Correios de Portugal, S.A. – Sociedade Aberta  
Av. D. João II, nº 13, 1999-001 LISBOA Tel.: 210 470 300 **Pessoa coletiva** nº 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.

## 30 O SUCESSO DA NOSSA PARTILHA

Carla Francisco Paula, da Direção de Médias Empresas, & Paisagindo.Bio  
Carlos Correia Barata, da Direção de Empresas Sul, & Tupperware

## 32 INOVAÇÃO

A inovar desde 1520  
Ideias em ação  
Breves

## 42 SUSTENTABILIDADE

Recolhemos mais de vinte quilos de resíduos nas praias  
Os nossos resíduos ganham uma segunda vida!  
O futuro do planeta pelos olhos das crianças

## 48 FILATELIA

Livro Fainas Épicas do Mar Português

## 50 SOU CTT

Sou CTT tem novos parceiros

## 52 DONA OFERTA

Propostas Dona Oferta

## 54 SAÚDE

Deixe de fumar, ganhe anos de vida

## 56 LUGARES

A Veneza portuguesa  
Museu do Tesouro Real

## 60 À CONVERSA COM...

Desafio para campeãs

Crédito Habitação Sustentável

# A NATUREZA AGRADECE E O SEU CRÉDITO TAMBÉM

Se quer comprar casa e contribuir para um mundo mais sustentável, a campanha de Crédito de Habitação Sustentável é a solução ideal para si. Na compra de uma casa com classe energética A ou B, o Banco CTT oferece um desconto de 0,1% no spread do seu crédito. Esta oferta está disponível para todas as finalidades de crédito. Simule e faça o seu pedido de crédito online em [bancocctt.pt](http://bancocctt.pt).

TAEG de 2,6% | Financiamento 170.000€, garantido por hipoteca a 30 anos | TAN variável 1,987% | Euribor a 12 meses de maio de 2022 0,287% | Spread 1,700% | 360 prestações mensais 627,25€ | Total de comissões e despesas iniciais 2.244,7€ | Seguro vida mensal médio 12,63€ | Seguro multirriscos mensal médio 23,02€ | MTIC 244 359,91€. A taxa de juro aplicada pode assumir valores negativos em função da evolução do respetivo indexante. Desconto para imóveis com certificação energética A+ / A e B / B- de 0,1% sobre o spread, mediante apresentação de Certificado Energético do imóvel dado como garantia com classificação energética A ou B.

saiba mais em  
**bancocctt.pt**

Banco CTT,S.A.

**bancocctt**  
pela sustentabilidade



**Miguel Salema Garção**  
Diretor de Comunicação

**ORIENTADA PARA AS PESSOAS, A NOVA PLATAFORMA TECNOLÓGICA É MAIS ÁGIL E FÁCIL DE UTILIZAR, PODENDO SER ACEDIDA EM QUALQUER ALTURA E DE QUALQUER LUGAR, DESDE QUE EXISTA LIGAÇÃO À INTERNET, A PARTIR DO COMPUTADOR OU DO TELEMÓVEL**

# PESSOAS E INOVAÇÃO

Chegou o My CTT, o novo portal que pretende promover e facilitar as interações dos nossos colaboradores com a empresa, no âmbito das matérias laborais. Orientada para as pessoas, a nova plataforma tecnológica é mais ágil e fácil de utilizar, podendo ser acedida em qualquer altura e de qualquer lugar, desde que exista ligação à internet, a partir do computador ou do telemóvel. Vantagens estas que já teve oportunidade de comprovar, aquando do processo de autoavaliação que decorreu recentemente.

As nossas pessoas e as suas ideias estiveram em destaque no 3º Pitch Day INOV+, um evento que continua a contar com uma elevada adesão. Mais 47 participantes trouxeram novos contributos e, no final de uma intensa sessão, foram premiados quatro projetos. Também para as nossas pessoas, deu-se o arranque do projeto Tom de Voz do Canal Escrito, que tem como objetivo melhorar a qualidade das respostas do Apoio ao Cliente. Ao longo dos próximos meses, os assistentes que diariamente representam e respondem em nome dos CTT, terão sessões de workshops e coaching, que se esperam produtivas e uma mais-valia em termos de conhecimento e formação ao nível da resposta ao cliente.

Nos tempos atuais, a sobrevivência no mercado global é resultado, em grande parte, da concretização de parcerias com outras entidades. Tendo em conta este pressuposto, realizámos, em Lisboa, a segunda edição presencial do CTT 1520 StartUPProgram, um programa que abre a porta dos CTT ao ecossistema de startups. Desta forma, procuramos trazer para dentro da organização projetos que se enquadrem nos nossos negócios, encontrar áreas de colaboração conjunta e disponibilizar possíveis benefícios a estas entidades.

Os Cacifos CTT agora são Locky. A nova marca visa gerir o negócio dos cacifos a nível ibérico e foi apresentada recentemente. A grande novidade é que os clientes particulares que efetuarem as suas compras online podem já usar estes lockers para levantamento das suas encomendas, quer sejam distribuídas pelos CTT, quer por outros operadores.

Em matéria de distribuição postal, continuamos a apostar no aumento da nossa frota sustentável, que agora é reforçada com 160 Citroën AMI Cargo. Trata-se de uma solução de micromobilidade elétrica, que contribui para a melhoria da qualidade do ar dos grandes centros urbanos. De realçar, que já operamos com cinco Centros de Entrega totalmente elétricos: Arroios, Junqueira, Cascais, Porto Santo (Madeira) e Graciosa (Açores), prevendo-se a expansão a outros Centros do país. Mas a nossa atenção é dirigida também para os clientes. Como é a iniciativa “Loja do Mês”, que divulga as histórias e as pessoas que estão por detrás de alguns dos projetos de sucesso da nossa solução Criar Lojas Online. Nesta edição, damos a conhecer as lojas eleitas em maio (Sports Store) e em junho (Artesanato Duarte).

Leia, também, a entrevista a José Milhazes, o grande especialista português da Rússia e presença assídua na televisão desde a invasão da Ucrânia, por ocasião da sessão de autógrafos na Loja CTT dos Restauradores. Em tempo de férias, deixamos-lhe duas sugestões de lazer. Em Lisboa, faça uma visita ao Museu do Tesouro Real, no Palácio Nacional da Ajuda, e aprecie uma coleção magnífica da história lusa. Já em Aveiro, pela ria ou pelas ruas e ruelas, descubra ou conheça melhor a Veneza portuguesa. Boas férias!

# SOMOS UMA DAS EMPRESAS MAIS **ATRATIVAS** PARA TRABALHAR

Conquistámos o 1º lugar na categoria “Empresa mais atrativa para trabalhar no setor dos transportes”, no estudo Employer Brand Research 2022, da Randstad.

A cerimónia de entrega dos troféus decorreu no dia 26 de maio, no La Distillerie, em Lisboa, e, em nome dos CTT, receberam esta distinção Marisa Garrido, Diretora de Pessoas e Cultura, e Miguel Salema Garção, Diretor de Comunicação. Num mundo em constante mudança, é fundamental perceber os fatores de atração e retenção do talento. O Randstad Employer Brand Research é um estudo independente, que se realizou pelo 7º ano consecutivo, para analisar a perceção da população em relação aos 150 maiores empregadores de 31 países, incluindo Portugal.

Além de revelar o ranking das empresas e dos setores mais atrativos para trabalhar, permite identificar os critérios mais relevantes numa decisão de emprego e as melhores estratégias para a gestão de employer branding. Como critérios mais atrativos para os profissionais em 2022 destacam-se: salários e benefícios atrativos (72%); conciliação entre vida pessoal e profissional (72%); ambiente de trabalho agradável (67%); estabilidade profissional (64%) e progressão na carreira (64%).

Estamos todos de parabéns! LP



## NUNO VIEIRA VENCE PRÉMIO DE **MELHOR** INVESTOR RELATIONS OFFICER

Nuno Teiga Vieira, Diretor de Relações com Investidores dos CTT, venceu o prémio de melhor Investor Relations Officer nos Investor Relations and Governance Awards (IRGAwards), em reconhecimento pelo trabalho realizado na empresa. A cerimónia decorreu na noite de 26 de maio, no Convento do Beato, em Lisboa.

Os IRGAwards são uma iniciativa promovida pela Deloitte, há mais de 30 anos em Portugal, com o propósito de premiar as pessoas e organizações que mais e melhor tenham contribuído para tornar o mercado de capitais mais eficiente, transparente, socialmente responsável e útil à economia e à sociedade portuguesas.

Os prémios são atribuídos anualmente e contam com um corpo de jurados



independente e reconhecido, que este ano foi composto por Vítor Bento, António Esteves, Álvaro Nascimento, Clara Raposo, Duarte Pitta Ferraz,

João Moreira Rato, Luís Amado, Nuno Fernandes e Patrícia Teixeira Lopes. IF

## CTT **RECEBEM** DELEGAÇÃO DA UPAEP

No passado dia 4 de maio, uma delegação da UPAEP (União Postal das Américas, Espanha e Portugal), composta pelo recentemente eleito Secretário-Geral



daquela União, Franklin Castro, e pelo Gestor Administrativo e Financeiro da UPAEP, Alvaro Psetizki, foi recebida na sede dos CTT, pelo Diretor do Gabinete de Relações Institucionais, João Caboz Santana.

Durante o encontro foram abordadas diversas questões de interesse mútuo, designadamente no âmbito do trabalho de cooperação para o desenvolvimento, bem como a edição de 2022 do Programa de Desenvolvimento dos Recursos Humanos (PDRH), o prestigiado e internacionalmente premiado programa de formação de quadros ministrado pelos CTT, que já realizou 13 edições e, desde o seu lançamento, tem contado com a presença de formandos também oriundos de toda a América Latina.

A UPAEP é uma organização internacional de carácter intergovernamental, fundada em 1911, na cidade de Montevidéu (Uruguai), tendo como membros 28 países (órgãos reguladores e operadores postais) e cuja missão primordial é a promoção da cooperação técnica entre os operadores postais dos países membros.

Em 2025, a UPAEP realizará o seu 25º Congresso em Portugal. ED

## PRESIDENTE DA ECT - **CORREIOS DO BRASIL** VISITA CTT

No dia 19 de maio, recebemos, em Lisboa, a visita do Presidente da ECT - Correios do Brasil, Floriano Peixoto Vieira Neto. Realizada no espírito de estreitamento das relações entre os CTT e a Empresa de Correios e Telégrafos do Brasil, o Presidente desta empresa manteve uma reunião com os administradores executivos Guy Pacheco e João Gaspar da Silva, tendo ainda tido a oportunidade de visitar o Centro de Produção e Logística Sul.



No final da referida visita, foi visível a satisfação e interesse demonstrado pelo ilustre visitante, bem patente nas inúmeras questões colocadas durante a visita e na partilha de experiências trocadas. ED

## “OS CORREIOS PORTUGUESES 1853-1900 NOS 500 ANOS DO CORREIO EM PORTUGAL” **DISTINGUIDO PELA FEPA**

O livro “Os Correios Portugueses 1853-1900 nos 500 anos do Correio em Portugal” recebeu a medalha de Excepcional Estudo Filatélico e Pesquisa de 2021, uma distinção atribuída pela FEPA (Federação Europeia de Associações Filatélicas).

A obra é da autoria de Pedro Vaz Pereira e foi editada pelos CTT e pela Federação Portuguesa de Filatelia. ED



## CONTACT CENTER DOS CTT E NEWSPRING SERVICES **DISTINGUIDOS NO APCC BEST AWARDS 2022**



O Contact Center dos CTT conquistou dois troféus no APCC Best Awards 2022, que se realizou no dia 17 de maio. A Linha CTT Empresas foi distinguida com o troféu “Prata” e a Linha CTT recebeu o galardão “Bronze”.

Por seu lado, a Newspring Services, empresa adquirida recentemente pelo Grupo CTT, também foi reconhecida no evento, com os prémios “Gold”, na Multicare, e “Silver”, na Fidelidade.

Os prémios foram entregues no âmbito da 19ª Conferência Internacional APCC 2022, subordinada ao tema “Contact Centers Portugal: People Are Our Core To Success!”.

Os troféus APCC Best Awards, promovidos pela Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC), têm como principal objetivo reconhecer as organizações que mais se destacam na implementação de boas práticas organizacionais na atividade de Contact Centers em Portugal. ED

# FROTA ALTERNATIVA REFORÇADA COM 160 CITROËN AMI CARGO

Vamos reforçar a nossa frota sustentável com 160 Citroën AMI Cargo, que serão utilizados na distribuição postal, nas principais cidades portuguesas. Trata-se de uma solução de micromobilidade elétrica, que contribui para a melhoria da qualidade do ar dos grandes centros urbanos. Com uma bateria de 5.5 kWh e um motor elétrico de 6 kW, os AMI atingem uma velocidade máxima de 45 km/h e uma autonomia de 75 quilómetros. As suas dimensões permitem a circulação nas ruas mais estreitas das nossas cidades e facilitam o estacionamento nas constantes paragens dos carteiros. Temos vindo a realizar uma forte aposta na frota alternativa e na redução da dependência de veículos a combustão tradicional. Assim, oferecemos mais conforto e comodidade aos

trabalhadores e contribuimos para um ambiente mais saudável, com impacto positivo na saúde de todos.

A nossa frota sustentável conta, atualmente, com mais de 400 veículos e disponibilizamos uma oferta de entregas verdes, em veículo 100% elétrico, aos clientes empresariais.

Em 2021, os quilómetros percorridos pelos veículos da nossa frota alternativa aumentaram 57%, face a 2020. De realçar, ainda, que já operamos com cinco Centros de Entrega totalmente elétricos: Arroios, Junqueira, Cascais, Porto Santo (Madeira) e Graciosa (Açores), prevendo-se a expansão a outros Centros. RS



## DISTRIBUIÇÃO 100% ELÉTRICA NA GRACIOSA E NO PORTO SANTO

Os arquipélagos dos Açores e da Madeira contam com novos Centros onde a distribuição é feita sem emissões poluentes. São eles os CDP da Ilha Graciosa, no arquipélago dos Açores, e de Porto Santo, na região autónoma da Madeira.

A Graciosa conta com 1800 domicílios, onde percorremos anualmente mais de 70 mil quilómetros. Já no Porto Santo,

contam-se mais de 2500 domicílios, sendo que percorremos anualmente cerca de 50 mil quilómetros. Em ambos os locais, a distribuição é feita com uma frota adaptada às necessidades. Este investimento na mobilidade elétrica é mais uma prova de que a Empresa aposta na adoção de formas de transporte mais sustentáveis, contribuindo para um mundo mais verde. ED



### Apresentação da frota elétrica na Graciosa

Duarte Silva, Diretor Operacional da Graciosa, André Espínola, Diretor do Serviço de Ambiente e Alterações Climáticas da Ilha da Graciosa, Paula Silva, Gestora de Loja e Centro de Entrega de Santa Cruz da Graciosa, Adolfo Vasconcelos, Vice-presidente da Câmara Municipal de Santa Cruz da Graciosa, Ana Cláudia Correia, Diretora Operações dos Açores, Conceição Rocha, Comercial da Loja Santa Cruz da Graciosa, Maria Perpétuo Fraga, Gestora Comercial. Em baixo: João Patrocínio, Diretor Operações Internacionais e Regiões Autónomas, Ronald Silva, Augusto Espínola e Adriana Melo, Carteiros.



### Apresentação da frota elétrica no Porto Santo

Manuela Silva, chefe de loja do Porto Santo, Luís Sousa, gestor comercial da Madeira (B2B), João Patrocínio, Diretor Operações Internacionais e Regiões Autónomas, Nuno Batista Presidente da Câmara Municipal do Porto Santo, Filipe Neves Gestor do CAD do Porto Santo, Mariana Vasconcelos, Vereadora do Ambiente da Câmara Municipal do Porto Santo, Francisco Lino, Diretor da área de operações da Madeira, Artur Ferreira Vice-presidente da Câmara Municipal do Porto Santo.



# CAPITAL *MARKETS* DAY 2022

Cerca de 200 pessoas estiveram presentes no Convento do Beato, para assistir ao Capital Markets Day dos CTT, onde foram apresentadas as estratégias e metas financeiras da empresa até 2025



Os CTT realizaram o seu Capital Markets Day a 23 de junho. Analistas e investidores passaram em revista a estratégia de transformação ancorada nos serviços Business & Commerce, a nova estratégia e as metas ESG e financeiras para o período 2022-25. Adicionalmente, a empresa também confirmou o guidance para 2022. Relativamente à ambição (guidance) financeira 2020-25, os CTT divulgaram que pretendem atingir (1) um crescimento de 7-10% por ano para atingir receitas consolidadas, em 2025, no intervalo de 1.100M€-1.250M€, e (2) crescimento de 14-19% por ano para alcançar um EBIT recorrente consolidado em 2025 no intervalo de €100M- €120M entre 2022-25. Para alcançar esta meta, os CTT irão manter um propósito de investimento: o capex consolidado que deverá situar-se entre €160M-€180M para o período 2022-25, equivalente a €40M-€45M por ano, visando



aumentar a capacidade de sorting em Portugal e Espanha, desenvolver a rede de cacifos em Portugal, desenvolver as TI para melhorar a experiência e eficiência do cliente e melhorar a qualidade de serviço. Adicionalmente, os CTT divulgaram os seus objetivos ESG, dos quais

destacamos a ambição de reduzir a sua pegada de carbono e tornar-se net-zero em emissões de carbono até 2030.

# “SABER DE CONTAS” VEM AJUDAR NA LITERACIA FINANCEIRA DOS PORTUGUESES



**SABER DE C**  **NTAS**

Um projeto de educação financeira para todos

**APB** ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE BANCOS

O novo site de literacia financeira “Saber de Contas”, procura explicar de forma simples temas como: poupança, investimento, crédito, sobre-endividamento, segurança digital, orçamento familiar, entre outros

Os portugueses contam atualmente com mais literacia financeira do que há 10 anos, no entanto o nível ainda está longe de ser o de excelência, e Portugal é um dos países da União Europeia com menor literacia financeira, de acordo com um estudo feito pelo Banco Central Europeu, em 2020.

Procurando combater esta questão, a Associação Portuguesa de Bancos (APB), lançou no final de maio o site [Saber de Contas](#), que tem como objetivo aumentar o conhecimento e literacia

financeira, ajudando a população a tomar decisões mais conscientes e responsáveis na gestão do dia a dia. Trata-se de um site transversal, que reúne conteúdos úteis e informativos, numa linguagem simples e acessível, sobre temas complexos como o crédito, poupança, segurança digital, meios de pagamento, orçamento familiar, entre outros.

O site Saber de Contas tanto ajuda um jovem a entender a importância do dinheiro e a gestão financeira

como apresenta aos mais velhos a facilidade e possibilidades dos meios digitais, permitindo o desenvolvimento de algumas competências digitais, explicando como é que se pode fazer operações de uma forma mais desmaterializada, ou seja, sem recurso ao papel, contribuindo também para uma educação sustentável. Tem dúvidas sobre qual o melhor produto de poupança para si ou quando começar a planear a reforma? Quer pedir o seu primeiro empréstimo e não sabe

The screenshot shows the Saber de Contas website with a navigation menu including: Quem Somos, Vídeos, Contactos, BANCOS, ORÇAMENTO FAMILIAR, CRÉDITO, POUPANÇA, PAGAMENTOS, and SEGURANÇA ONLINE. The main content area features three article cards:

- Article 1:** "Que cuidados devo ter com o meu cartão?" (28 de Setembro, 2021). Category: CARTÕES. Image: A smiling woman holding a credit card.
- Article 2:** "Cuidados a ter quando contacta o seu banco" (26 de Abril, 2022). Category: CLIENTE BANCÁRIO. Image: A woman wearing a headset in a call center.
- Article 3:** "Como fazer pagamentos online com cartão" (22 de Fevereiro, 2022). Category: VÍDEOS. Image: A smartphone displaying a banking app interface.

Below these are three more article cards under the "ORÇAMENTO FAMILIAR" section:

- Article 4:** "Quais as vantagens de pedir um empréstimo?". Image: A couple sitting on the floor surrounded by cardboard boxes.
- Article 5:** "Como escolher o melhor seguro de saúde". Image: A hand stacking wooden blocks with medical icons.
- Article 6:** "Todos os passos para que saiba fazer o IRS". Image: A desk with a calculator, glasses, and a pen on a document.

por onde começar? Sabe os cuidados a ter quando faz um pagamento na Internet? Gostava de conseguir gerir melhor o seu orçamento familiar? Estas são algumas das questões que qualquer utilizador poderá encontrar ao consultar o site Saber de Contas. O projeto também pode ser acompanhado no Facebook e Instagram que divulgam os artigos e dicas mais recentes. Este é o mais recente projeto de várias iniciativas de Educação Financeira, promovidas pela APB, dirigidas a

diferentes públicos-alvo, com o objetivo de promover uma maior, mais abrangente e mais inclusiva cultura financeira em Portugal. As iniciativas são dinamizadas por um Grupo de Trabalho de Educação Financeira, constituído por diversos bancos associados, do qual o Banco CTT também faz parte. "Um bom nível de literacia financeira protege os clientes bancários e os consumidores em geral, favorece a estabilidade financeira e contribui para o desenvolvimento económico e a

prevenção da fraude", referiu o vice-governador do Banco de Portugal, Luís Máximo dos Santos, na sessão de lançamento do site. Este projeto reflete uma preocupação conjunta e um trabalho contínuo do setor bancário português no reforço dos níveis de literacia financeira da população em geral e, consecutivamente, numa maior resiliência do sistema financeiro. [Clique aqui](#) e assista a uma breve apresentação do projeto. RITA PRESAS



# NÃO PODEMOS PARAR DE **FALAR** SOBRE SEGURANÇA RODOVIÁRIA!

Quem o afirma é José Guilherme, Responsável pela Segurança Rodoviária e Eficiência de Frota da Direção de Recursos Físicos e Segurança e Coordenador do Programa de Prevenção Rodoviária dos CTT, do qual nos fala no texto seguinte, da sua autoria

Nos países mais desenvolvidos, o sistema rodoviário é planeado e gerido tendo em conta a segurança rodoviária. As próprias estradas são melhoradas, de forma a eliminar os locais que podem apresentar riscos para os utentes. Os veículos são cada vez mais seguros e o socorro às vítimas cada vez mais eficiente.

Mas sabemos que, entre as causas que contribuem para os acidentes, estão na grande maioria dos casos os comportamentos de risco, alguns muito bem conhecidos como a velocidade excessiva, o abuso de álcool ou drogas, o uso do telemóvel, o desrespeito pelas regras do código da estrada, etc.

E, por isso, entre muitas outras medidas,

a comunicação é muito importante para a consciencialização de todos!

Os CTT têm definido um Programa de Comunicação para a Segurança Rodoviária, que integra o Programa de Prevenção Rodoviária dos CTT e que é revisto anualmente.

Procuramos, com estas ações de sensibilização, chamar a atenção de todos para os comportamentos de risco que realizamos e, muitas vezes, não temos consciência. Estas ações são desenhadas tendo em conta a tipologia de acidentes mais frequentes, os melhores meios de comunicação (e possíveis). Associamo-nos a campanhas realizadas a nível nacional, para aumentar o impacto das mesmas, e

avaliamos regularmente os resultados obtidos.

Esta “atuação” sobre o comportamento apresenta-se hoje como uma grande oportunidade de melhorar, reduzindo o número de acidentes e diminuindo a gravidade das consequências dos que ainda ocorrem, designadamente lesões e danos materiais. É, ainda, reforçada com ações de outro tipo, como o reconhecimento das melhores equipas e a maior responsabilização. A importância da atuação sobre o comportamento, de forma a reduzir a exposição ao risco, é reafirmada pela Assembleia Geral das Nações Unidas no âmbito da Década de Ação para a Segurança Rodoviária 2021-2030.

## Relembrar as boas práticas

Além da comunicação, há outras formas de atuar: A legislação rodoviária, o ensino nas escolas, a habilitação de condução, a fiscalização e as penalizações. Estas últimas são instrumentos para encorajar os utentes das vias públicas a adotar comportamentos seguros e a criar as melhores condições para se garantir a aplicação, em cada caso, das sanções mais adequadas aos infratores, face ao perigo que os comportamentos verificados representam para a segurança rodoviária de todos.

No caso particular do ensino das crianças e jovens, desenvolvido pelo sistema educativo, devemos salientar a importância do exemplo dos mais velhos na condução, importante para que os jovens interiorizem atitudes e comportamentos que privilegiem a segurança rodoviária.

Atualmente, a atuação no âmbito da Segurança Rodoviária encontra-se repartida por cinco diferentes campos de atuação, necessariamente coordenados, designadamente, a infraestrutura, o veículo, o comportamento humano, a gestão do sistema e o socorro à vítima. O comportamento humano é, portanto, um dos cinco pilares da segurança rodoviária, existindo um número muito elevado de acidentes em que as ações e as reações dos intervenientes tiveram uma contribuição significativa para a sua ocorrência.

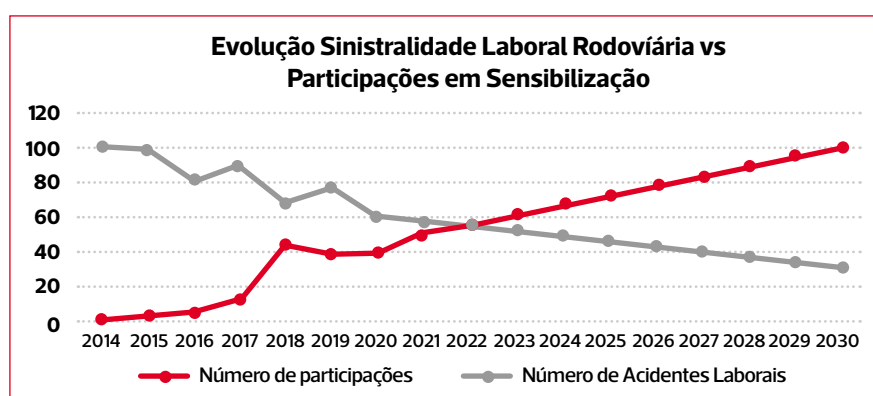
E porque é necessário comunicar permanentemente sobre segurança rodoviária?

Comportamentos de risco, mesmo que reconhecidos pelos próprios utentes, são difíceis de eliminar permanentemente. Quando a comunicação se interrompe ou um plano de intervenção é suspenso, é inevitável a ocorrência de comportamentos de risco, voltando os acidentes, cada vez mais graves. Por isso, é responsabilidade de todos recordar, permanentemente, as boas práticas a adotar para uma condução segura.

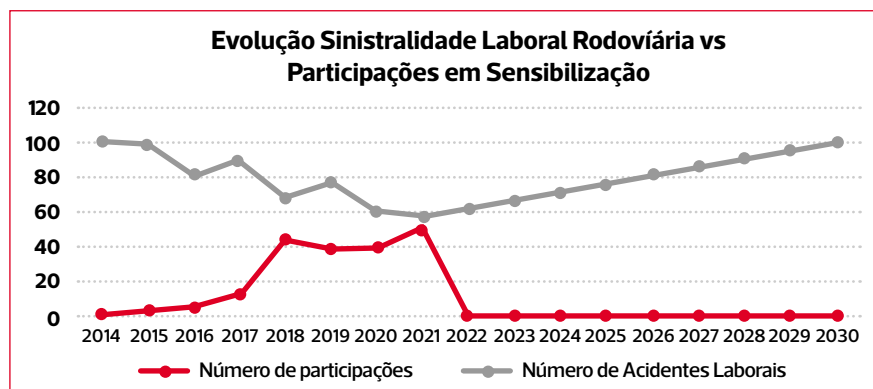
Considerando o cenário do

## CONTINUAMOS A AUMENTAR E A MELHORAR A SENSIBILIZAÇÃO DE TODOS PARA A SEGURANÇA RODOVIÁRIA E PREVEMOS ATINGIR A META DEFINIDA PARA 2030 (METADE DOS ACIDENTES LABORAIS COM CAUSA RODOVIÁRIA QUE TIVEMOS EM 2021)

desenvolvimento do atual programa, continuamos a aumentar e a melhorar a sensibilização de todos para a segurança rodoviária e prevemos atingir a meta definida para 2030 (metade dos acidentes laborais com causa rodoviária que tivemos em 2021).



Outro cenário, não desejado, é a suspensão do atual programa. Cessando a sensibilização para a segurança rodoviária, irá registar-se um aumento gradual da sinistralidade laboral com causa rodoviária.



Este cenário, fictício, iria conduzir a mais 1800 acidentes laborais com causa rodoviária, a perda de mais de 30 mil dias de trabalho, muito sofrimento e, certamente, várias mortes. É, por isso, responsabilidade de todos recordar e adotar, permanentemente, as boas práticas para uma condução segura!

**Seja responsável.  
A segurança rodoviária depende de todos!**

**Prevenção**



# OS CACIFOS CTT AGORA SÃO Locky

Ninguém em casa?  
Dia atarefado?  
De um lado para o outro?  
Locky recebe e espera por si.  
Locky é a nova marca de cacifos  
aberta a qualquer  
operador de distribuição

A marca Locky, a nova rede de cacifos que visa gerir o negócio a nível ibérico, foi apresentada no dia 17 de maio. O evento contou com a presença do CEO dos CTT, João Bento, do Administrador Executivo, João Sousa, do CEO da Havas Portugal, Pedro Graça, e do Diretor Criativo da Havas, Alexandre Mendes, entre vários convidados. O encerramento da sessão esteve a cargo do CEO do Locky, Francisco Travassos, que explicou esta alteração «Os cacifos CTT agora são Locky. É mais uma aposta que estamos a fazer nesta rede de cacifos». Além do «posicionamento mais moderno, mais jovem, que é assim que nos queremos posicionar e é a nossa proposta de valor», o objetivo é facilitar a receção de encomendas. Nas palavras do Administrador João Sousa, «é um grande orgulho, porque estamos a criar mais facilidades e maior comodidade, para que as pessoas não tenham medo de fazer compras online. Portanto, é trazer comodidade e conforto aos consumidores nacionais». «Estamos muito orgulhosos porque





Alexandre Mendes



João Bento

achamos que é um passo único em Portugal, estarmos a lançar uma marca própria e, ainda por cima, estamos a fazer lockers com a indústria nacional», acrescentou.

### Um desafio de inovação

Alexandre Mendes, Diretor Criativo da Havas, a empresa responsável pelo desenvolvimento da identidade da marca Locky, revela que «foi um desafio de inovação», dado o pioneirismo do conceito. «Foi algo novo, para nós, mas desafiante, criar uma marca para os primeiros cacifos em Portugal. Tal como a compra online parece-nos ser um momento especial para nós, um momento de alegria, também queríamos que a identidade traduzisse isso».

### Para todos os operadores

O objetivo desta nova marca é que os clientes particulares que efetuam as suas compras online possam usar estes lockers, independentemente do operador de distribuição, para levantamento das suas encomendas, a qualquer hora e em qualquer lugar.

Fruto da aposta dos CTT no desenvolvimento da rede líder de cacifos para e-commerce em Portugal, a Locky ambiciona instalar 1000 cacifos até ao final deste ano, ficando, assim, dotada da maior e mais capilar rede a nível nacional. Sendo uma solução de enorme conveniência, quer para quem compra, como para quem vende online, os cacifos vêm também



João Sousa



Francisco Travassos

complementar a rede de pontos de entrega dos CTT, com uma solução inovadora, reforçando o posicionamento diferenciado da Empresa na cadeia de valor do e-commerce e fortalecendo a ligação de proximidade dos CTT com os clientes.

A rede de cacifos Locky apresenta-se como uma solução de enorme conveniência para os clientes que privilegiam a sua autonomia no momento em que fazemos suas compras online, mas também traz significativas vantagens a nível ambiental.

ELSA DUARTE



?????????

# CTT EM DESTAQUE NO ESTORIL OPEN



O evento mais importante de Ténis de Portugal contou com a nossa entrega total

Entre 23 de abril e 1 de maio, o Clube de Ténis do Estoril voltou a acolher o Millennium Estoril Open e, este ano, o nosso apoio ao torneio teve uma visibilidade especial. Fazendo jus à nossa missão de ligar pessoas e empresas com entrega total, tivemos a oportunidade de entregar as bolas de ténis no campo, antes de um dos jogos. A entrega foi feita com recurso a uma viatura ecológica. Para o Administrador Executivo, João Sousa, «foi uma ideia muito bem conseguida e, por isso estamos muito

contentes, principalmente por ter sido feito num jogo onde João Sousa, o melhor tenista português». A par desta ação, tivemos também um espaço destinado aos visitantes do evento. Lá promovemos os Cacifos CTT através de uma atividade relacionada com o ténis e foram muitas as pessoas que tentaram a sua sorte e ganharam prémios. Por outro lado, na zona VIP, o lounge CTT era um espaço destinado aos clientes. Nas palavras de João Sousa, dada a abrangência nacional da marca CTT e

as características do evento, «fazia todo o sentido» estarmos presentes, principalmente por ser «um evento que nos permite trazer os nossos clientes e passar tempo com eles». «Estamos muito contentes pelos resultados até agora e acreditamos que vai ser um sucesso », acrescentou.

ELSA DUARTE







Stand CTT



Stand na Zona VIP



Antes de um dos jogos, a entrega das bolas foi feita com recurso a uma viatura elétrica dos CTT.



# DEI QUASE DUAS VOLTAS A PORTUGAL!



As sessões de autógrafos promovidas pelas Lojas CTT levaram-no a percorrer o país, num giro incansável para dar a conhecer o seu mais recente título. Finalizada em 2021, a primeira edição d'A Mais Breve História da Rússia foi lançada em fevereiro de 2022, coincidindo com o conflito geopolítico entre a Rússia e a Ucrânia, tendo registado, desde logo, um êxito expressivo, que obrigou a sucessivas novas edições. Na tarde de 19 de maio, José Milhazes, o grande especialista português da Rússia e presença assídua na televisão desde a invasão da Ucrânia, esteve na Loja CTT dos Restauradores, em Lisboa, para assinar perto de oito dezenas de livros, conversar com os seus leitores e responder a algumas questões para a nossa revista



VIDEO



### **Esperava este grande sucesso das sessões nas nossas lojas?**

Não. Para mim foi uma grande surpresa. Primeiro, eu não sabia que os CTT estavam a trabalhar desta forma no campo de venda de livros. Daí, que só posso dar-vos os parabéns e desejar-vos felicidades, porque têm um trabalho incrível e chegam a todo o lado, obrigando-me a ir a lugares onde ainda não tinha ido. Por exemplo, ir a Vila Real. Fazer uma viagem entre Oeiras – Vila Real, Vila Real – Oeiras e Oeiras – Albufeira no mesmo dia! Dei quase duas voltas a Portugal!

### **Tem ideia de quantos livros já vendeu nos CTT?**

Não faço ideia dessa contabilidade e nem sequer tenho tempo para perguntar se já estou milionário ou não, se já posso construir a casa junto ao mar... Isso aí nem sequer me interessa. O que me interessa é que as pessoas fiquem contentes com o meu livro e não seja uma perda de tempo.

### **Para lá do contexto atual - a guerra na Ucrânia, que outros ingredientes do seu livro podem cativar o leitor?**

A história da própria Rússia. Em Portugal, não existia uma obra publicada deste tipo, nem traduzida, nem escrita em português. Daí, que foi essa a minha decisão para escrever o livro. A guerra da Ucrânia foi uma coisa absolutamente accidental que aconteceu e o principal objetivo foi mesmo escrever uma história da Rússia acessível a toda a gente, que possa ser lida e que as pessoas possam compreender a história daquele país. Pois faltava uma obra que

explicasse muitas das características dos povos da Rússia, que são muitos, e da forma de governar. Este livro é um acrescento àquele que escrevi anteriormente sobre as minhas aventuras, que é mais pessoal e cobre um período temporal mais pequeno, em comparação com a história da Rússia, que é milenar.

### **O que pensa do papel dos CTT no apoio à cultura e divulgação dos autores portugueses (venda livros e sessões autógrafos)?**

Só posso pensar bem e apoiar. E dizer força e continuem, com mais força ainda!

### **Que primeira recordação guarda dos Correios?**

Na minha família tinha muitos emigrantes e pessoas que trabalhavam fora de Portugal. O meu pai, e grande parte dos homens da minha família, era pescador bacalhoeiro e lembro-me da alegria que era chegar uma carta, que às vezes demorava muito tempo, mas não era culpa dos CTT. Como o meu pai não sabia ler e escrever, tinha que arranjar alguém para lhe escrever a carta, depois a carta ia do navio para o navio-hospital, o Gil Eanes, e quando havia oportunidade é que a enviavam para terra, para o Canadá, e de lá era enviada para Portugal, para as Caxinas. Em África era a mesma coisa. Lembro-me que as cartas quando chegavam traziam sempre algo de importante, às vezes notícias muito tristes, mas as cartas são da minha infância e são recordações fortes, porque, quando chegava a casa uma carta, toda a gente se juntava para ouvir o que lá estava escrito.

### **Além desta iniciativa, que outra relação mantém hoje com os CTT? Frequenta alguma loja? Escreve cartas, postais ou ainda os recebe? Conhece o seu carteiro?**

Conheço a minha carteira. É uma menina fantástica e muito atenciosa! Chamo-lhe a mensageira, é muito simpática e sempre que alguma coisa não entra na caixa do correio, ela vem bater à porta. Não tenho nada de mal a dizer, pelo contrário. Ainda envio bastantes livros pelo correio. Agora, devo reconhecer que escrever já é um pouco mais complicado, devido aos computadores. A não ser quando se vai a algum lugar e se manda um postal. Mas, mesmo isso, é também já uma raridade.

### **Alguma vez escreveu um texto ou criou uma personagem ligados ao mundo postal?**

Ligado aos CTT, acho que não. Nos meus livros, deve haver alguém que levou uma missiva de um lugar para outro. Podia ser algum português na Rússia que levava uma mensagem ao czar russo ou cartas. No livro sobre as minhas aventuras não sei se falo das cartas que escrevi à minha mãe ou aos meus amigos, não tenho essa recordação exata. Já não me lembro, porque já escrevi tanta coisa!

ROSA SERÔDIO

# CANAL ESCRITO DO APOIO AO CLIENTE LANÇA PROJETO



## O arranque do projeto Tom de Voz do Canal Escrito tem como objetivo melhorar a qualidade das respostas do Apoio ao Cliente

No dia de 25 de maio, no auditório do Edifício CTT, teve lugar o arranque do projeto Tom de Voz da Marca CTT no Canal Escrito, da área de Apoio ao Cliente e Qualidade das Operações (ACQ). A apresentação contou com a presença de João Gaspar Silva, Administrador Executivo, Diogo Freitas Oliveira, Diretor de Apoio ao Cliente e Qualidade das Operações, Miguel Salema Garção, Diretor de Comunicação, Adriana Eugénio, Responsável de Comunicação Interna e Conteúdos, entre outros. João Gaspar Silva abriu a sessão relembando a importância do projeto para áreas operacionais e também para a sustentabilidade da organização, face ao impacto que as





Miguel Salema Garção, Diretor de Comunicação



Diogo Freitas Oliveira, Diretor de Apoio ao Cliente e Qualidade das Operações

**«O IMPACTO ESPERADO DESTE PROJETO SERÁ CERTAMENTE POSITIVO, RELATIVAMENTE À NOSSA POSTURA, ATITUDE E INTERAÇÃO COM OS CLIENTES E À FORMA COMO NOS DIRIGIMOS A ELES».**  
**ALCINO CARVALHO**

respostas dadas aos clientes têm na sua retenção. Também Diogo Freitas Oliveira reconhece a importância da equipa de Apoio ao Cliente, naquele que é um dos principais touchpoints dos CTT com o cliente.

### **Mais um passo no caminho da transformação**

O projeto Tom de Voz no Canal Escrito assinala mais um passo no caminho da transformação, não apenas dos CTT, como também do Apoio ao Cliente, procurando melhorar a empatia e aumentar a personalização das respostas para potenciar a satisfação dos clientes que, diariamente, nos contactam. Apostar em respostas claras e objetivas, que respondam àquilo que o cliente pediu e que reflitam a personalidade e os valores CTT, são o propósito deste projeto.

Os destinatários são os Assistentes que diariamente representam e respondem em nome dos CTT, tendo estes, segundo Miguel Salema Garção, a missão de «encontrar os clientes na fase mais baixa da sua curva de satisfação com a nossa empresa e fazer os possíveis para inverter isso», reforçando a sua confiança na marca CTT.

O projeto será implementado durante os próximos meses, esperando que se torne um processo recorrente, a partir de setembro, com alterações à forma como se avaliam os colaboradores de backoffice. Depois do kick-off, seguem-se outros workshops, onde é esperado que os Assistentes desenvolvam casos práticos, aplicando as recomendações do Guia de Boas Práticas no Canal Escrito, preparado pelas áreas de ACQ e Comunicação. Este Guia será em conjunto, por todos os colaboradores das áreas de Apoio ao Cliente, durante essas mesmas sessões.

Para Alcino Carvalho, Coordenador da Área de Apoio ao Cliente Nacional, «o impacto esperado deste projeto será certamente positivo, relativamente à nossa postura, atitude e interação com os clientes e à forma como nos dirigimos a eles». Também Carina Ribeiro, Técnica Administrativa da Área de Apoio ao Cliente Expresso, espera que o projeto seja «produtivo e uma mais-valia, em termos de conhecimento e formação ao nível de respostas, sendo benéfico para nós, Assistentes, e para os Clientes, que vão receber respostas com maior qualidade».

Diogo Freitas Oliveira realça, ainda, a importância da introdução de coaching individual periódico, a acontecer após a fase de workshops, «para que ajude os agentes de backoffice a melhorar a sua performance, tendo noção do que poderia ser feito de forma melhor no futuro».

Carina Ribeiro mostra-se expectante com esta ideia, pois, «por vezes, achamos que estamos a responder de acordo com a necessidade e expectativa do cliente e, depois, quando comparamos com a sua própria opinião, isso não se verifica.

Por isso, aprender é sempre uma mais-valia e o coaching individual poderá ajudar-nos com isso.»

CAROLINA ACÚRCIO





# DESAFIOS NA *SUPPLY CHAIN* 5 DIAS, 5 EMPRESAS

A sessão de encerramento do evento promovido pela APLOG, a Associação Portuguesa de Logística, decorreu no CPL S

A 8ª edição do evento “5 Dias, 5 Empresas”, promovido pela APLOG, Associação Portuguesa de Logística, contou com a participação dos CTT, que acolheram o encerramento do evento. Dedicada aos desafios da supply chain, durante esta edição, o grupo teve a oportunidade de visitar as instalações da Salsa, Super Bock Group, AutoEuropa, Sonae MC e CTT.

No dia 2 de junho, a sessão que decorreu no CPL S, iniciou-se com uma apresentação da professora associada do IST, Tânia Ramos, dedicada ao tema “Routing: como integrar as preocupações sociais e ambientais”.

De seguida, Paulo Silva, Diretor de Planeamento e Desenvolvimento das Operações dos CTT, falou acerca da “eficiência nas operações”.

Esta reunião incluiu também uma



Tânia Ramos, Professora Associada do Instituto Superior Técnico



Paulo Silva, Diretor de Planeamento e Desenvolvimento das Operações



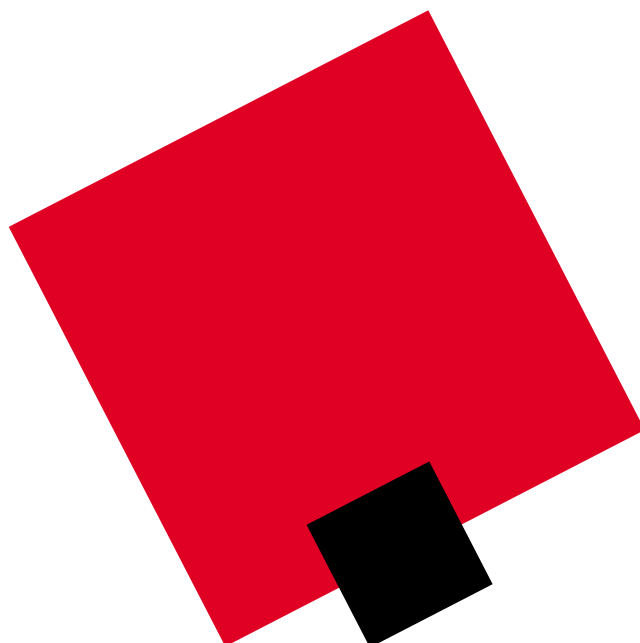
António Guilhoto, Diretor de Operações de Produção de Correio, e João Freire, Responsável pelo CPL S, explicaram o funcionamento daquela unidade operacional aos participantes



visita ao CPL S, com destaque para o tratamento automático. A visita foi realizada por António Guilhoto, Diretor de Operações de Produção de Correio, e João Freire, Responsável pelo CPL S, que deram a conhecer os vários processos e a inovação tecnológica existente nos CTT.

Nas palavras de Paulo Silva, é um orgulho para os CTT receber o convite da APLOG para participar neste evento que «proporciona, a quem nele participa, uma nova visão das diferentes operações que se passam nestas cinco empresas. Para os CTT, um privilégio estar junto com estes operadores logísticos a fazer parte de um workshop de referência como este».

ELSA DUARTE



# PONTOS CTT PREMIADOS

Saiba quais são os seis Pontos CTT que conseguiram os melhores resultados no terceiro trimestre de 2021 e que agora receberam os respetivos prémios, em reconhecimento do seu trabalho

Continuamos a reconhecer o esforço e dedicação dos Pontos CTT, que consideramos fundamental para a construção de um percurso conjunto de sucesso. Neste sentido, foi desenvolvida, no 3º trimestre de 2021, uma campanha de incentivos para premiar os melhores resultados nesse período.

Para terem acesso aos prémios da campanha, os Pontos CTT tinham

de cumprir o objetivo comercial do trimestre. Cumprindo este critério, foi avaliado o seu posicionamento face aos restantes Pontos CTT que concorriam no seu cluster de atuação, considerando o grau de realização do objetivo, volume de receita trimestral e crescimento face ao período homólogo.

Com base na avaliação deste ranking, foi premiado o TOP 3 dos clusters C1 e

C2, com vouchers, tecnologia ou outros produtos, no valor de 1000€, 750€ e 500€, correspondentes aos 1º, 2º e 3º lugares, respetivamente.

Aos três primeiros Pontos CTT vencedores de cada cluster (ver quadro) foram já entregues os respetivos prémios. Parabéns aos vencedores!

ROSA SERÔDIO

## OS VENCEDORES SÃO...

### Cluster C1

BRAGA PARQUE

CCEN

**Gestor de Parceiro:**  
Domingos Sousa  
Ribeiro



### Cluster C2

MONTE REAL

CCEN

**Gestor de Parceiro:**  
Antonieta Oliveira



MERCADO  
(PÓVOA DE VARZIM)

CCEN

**Gestor de Parceiro:**  
José Sousa Sá



RAMALHAL  
(TORRES VEDRAS)

CCES

**Gestor de Parceiro:**  
Cristina Melo



SERRA NOVA  
(PÓVOA DE  
SANTA IRIA)

CCES

**Gestor de Parceiro:**  
Anabela Rosa



RITMO TV

CCEN

**Gestor de Parceiro:**  
Sara Santa Rita





# Da Filatelia à Cultura

Por cada livro vendido,  
vamos doar **5€\***



\* **1€** a cada instituição apoiada e os restantes **2€** mediante uma votação do público

Submeta aqui o seu voto:



CENTRO NACIONAL DE CULTURA



APOIARTE CASA DO ARTISTA



união audiovisual

\*Campanha válida até 31 de dezembro de 2022.  
Exclusiva para livros filatélicos.

**ctt.pt**

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



CTT  
Correios  
de Portugal



CTT  
Correios  
de Portugal



CTT  
Filatelia



# “LOJA DO MÊS” CONTINUA A *DISTINGUIR* LOJAS ONLINE

Dando continuidade à iniciativa “Loja do Mês”, com a qual pretendemos divulgar as histórias e as pessoas que estão por detrás de alguns dos projetos de sucesso da nossa solução Criar Lojas Online, damos a conhecer as lojas eleitas em maio e junho



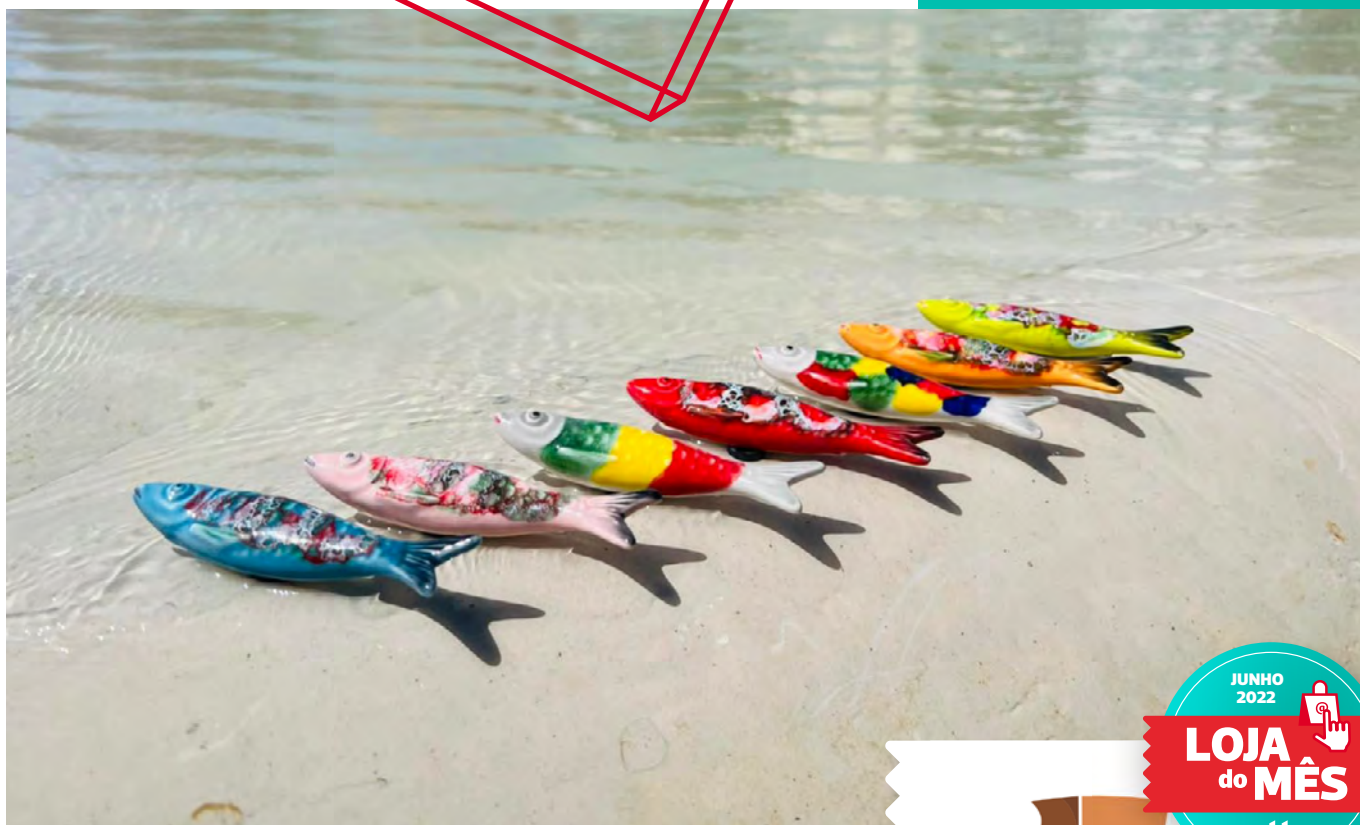
**HMS**  
SPORTS STORE

## **HMS Sports Store é a loja do mês de maio**

A **HMS Sports Store** é vocacionada para a venda de artigos desportivos relacionados com atletismo, triatlo e ciclismo. A nutrição e a eletrónica constituem, igualmente, áreas de atuação. A oferta integra produtos de qualidade a bom preço (calçado, relógios, fatos isotérmicos, capacetes, óculos, acessórios, bebidas, barras energéticas) de marcas líderes de mercado, como a New Balance, Hoka, Garmin, Met, GoldNutrition, Orca, Huub, Continental, Sidi, Muc-Off e Look.

À semelhança do posicionamento da empresa mãe, a HMS Sports, a ambição é que a loja online se torne uma referência, reconhecida por clientes, patrocinadores, fornecedores e parceiros como a melhor opção ao nível dos serviços e do relacionamento.

«Pretendemos proporcionar a melhor experiência ao utilizador, tendo em vista a adoção de um estilo de vida saudável e uma experiência desportiva de excelência, pois o nosso trabalho é pensado em prol dos atletas. Persistência, inovação e aprendizagem são valores que defendemos neste projeto», refere o seu fundador e Diretor Geral, Hugo Miguel Sousa.



**ARTESANATO DUARTE**  
CASA | DECORAÇÃO | JARDIM

### Artesanato Duarte é a loja do mês de junho

A [Artesanato Duarte](#) nasceu do sonho de duas pessoas, em 1997. Natural das Caldas da Rainha, o casal Duarte, primeira geração da família, lançou o negócio, inspirado pela tradição das loiças. Hoje é Jorge Duarte, filho dos fundadores, quem gere o negócio, trazendo uma nova dinâmica com o lançamento dos canais de venda online e a dinamização da loja física, no Fundão. Fiel ao compromisso de aliar a tradição ao que é nacional, o negócio evoluiu face às exigências do mercado e tem vindo a ampliar a sua gama de produtos, sendo hoje uma loja que vende artigos para casa, decoração e jardim. «A parceria com os CTT trouxe uma mais-valia e notoriedade à nossa loja. Com a promessa de encontrar “O melhor da tradição à distância de um clique”, na nossa loja pode encontrar as famosas andorinhas (símbolo de paz e reconciliação, disponíveis em 19 cores), o pássaro de água (que faz sucesso entre os mais novos), as sardinhas (que prometem ser um sucesso no mês dos Santos Populares) e as cerejas do Fundão», destaca o empresário.

À iniciativa “Loja do Mês” está associada uma campanha promocional. Assim, durante os meses de maio e junho, todos os clientes que efetuaram compras nestas lojas online, puderam beneficiar de um desconto de 10% em todos os produtos.

Temos vindo a assumir um papel fundamental na digitalização das empresas, independentemente da sua dimensão e setor de atividade. Em apenas dois anos, aderiram à solução Criar Lojas Online mais de 3000 comerciantes, na sua maioria Pequenas e Médias Empresas (PME) e micro negócios, que viram a oportunidade de começarem a explorar o canal e vendas online.

ROSA SERÓDIO

# CHEGOU O **SEU** PORTAL

# my ctt

My CTT é o nome do novo portal do/a Colaborador/a CTT que está disponível em <http://myctt.ctt.pt> e ao qual todos temos acesso



Considerando os atuais desafios que se colocam no setor onde operamos, é imprescindível disponibilizar ferramentas tecnológicas que facilitem e agilizem a relação entre a Empresa e as suas Pessoas.

Assim, nasceu o portal My CTT, que pretende:

- Promover a agilidade e eficiência, através de uma plataforma ágil e user-friendly, que suporta os principais processos de gestão de Pessoas e está disponível a todos os Colaboradores/as;
- Fomentar a integração e inovação, oferecendo uma experiência inovadora aos Colaboradores/as, por via da implementação de uma plataforma integrada, que permite administrar os principais processos de gestão de Pessoas;
- Estar orientado para as Pessoas, reforçando o compromisso da nossa empresa no desenvolvimento e na gestão das suas Pessoas, ao longo da respetiva permanência na organização.

### **Gestão de pessoas**

O My CTT tem por base uma nova plataforma tecnológica, que vem substituir o sistema HR Access, e suportar os principais processos de gestão de Pessoas:

- Gestão da avaliação de desempenho (intercalar e anual);
- Gestão dos dados de Colaborador/a;
- Gestão de formação;
- Gestão e planeamento de sucessões e carreiras;
- Gestão do processo de acolhimento e integração - onboarding;
- Gestão de recrutamento;

- Processamento salarial.

O My CTT ficou disponível no dia 25 de maio, com o lançamento do processo de avaliação anual de desempenho, referente a 2021. Este processo iniciou-se com a etapa de Autoavaliação, que todos os Colaboradores/as concretizaram até ao dia 5 de junho, e cujo objetivo foi promover a participação e o envolvimento de todos, através da reflexão sobre o seu nível de desempenho e possibilidade de melhoria. Após, e até ao dia 26 de junho, decorreu a fase de Avaliação.

Futuramente, serão disponibilizados outros módulos no My CTT, que virão melhorar a nossa experiência de Colaborador/a, em termos de comodidade, usabilidade e agilidade.

my ctt Página Principal Pesquisar ações ou pess...

Boa tarde! ctt

**Menu rápido**

- A minha equipa
- O Meu Perfil
- Organograma
- Centro de relatórios
- Lembretes
- Favoritos

**Links úteis**

- Intranet CTT**  
Todos ligados  
[Ver Detalhes](#)
- Site CTT**  
www.ctt.pt  
[Ver Detalhes](#)
- Teleponto**  
Portal do Colaborador  
[Ver Detalhes](#)
- Evoluir**  
Modelo de Avaliação de Desempenho  
[Ver Detalhes](#)
- EFR**  
Empresa Familiarmente Responsável  
[Ver Detalhes](#)
- Tou CTT**  
Linha de Atendimento  
[Ver Detalhes](#)

Suporte

## O ACESSO AO MY CTT PODE SER FEITO EM QUALQUER LOCAL, COM ACESSO À INTERNET, E EM DIFERENTES DISPOSITIVOS

### Em qualquer altura e lugar

O acesso ao My CTT pode ser feito em qualquer local, com acesso à internet, e em diferentes dispositivos: computador, tablet e smartphone.

Para entrar no portal <http://myctt.ctt.pt>, é necessário um username e uma password, tendo o processo de atribuição destas credenciais decorrido da seguinte forma:

- Para os colaboradores que têm e-mail corporativo, foi enviado um e-mail da

plataforma My CTT com as credenciais de acesso;

- Para os colaboradores sem e-mail corporativo, foram enviadas por carta, para o local de trabalho, as respetivas credenciais.

Vão, também, ser disponibilizados percursos formativos à distância para todos/as os/as Colaboradores/as que, em breve, irão receber a convocatória para realizarem a respetiva formação, a partir da nossa plataforma de formação

à distância, a Formare.

Entretanto, pode, desde já, aceder à página do My CTT na Intranet CTT, onde encontra toda a informação de que necessita, como manuais, guias de consulta rápida e vídeos explicativos.

Em caso de dúvidas, contacte a linha TOU CTT nº 800 210 010.

LUCÍLIA PRATES



## CARLA FRANCISCO PAULA, DA DIREÇÃO DE MÉDIAS EMPRESAS, & PAISAGINDO.BIO

Nesta edição da Revista CTT continuamos a destacar casos de negócios de sucesso, recentemente angariados pelos nossos Gestores de Cliente. Carla Francisco Paula e Carlos Correia Barata partilham as suas experiências e deixam alguns conselhos

### • Como surgiu esta oportunidade de negócio?

Este cliente de produtos biológicos, começou por utilizar uma plataforma de e-commerce para a comercialização dos seus produtos. Face ao crescimento do seu negócio, rapidamente surgiu a necessidade de recorrer ao nosso serviço Cargo.

### • O que lhe foi pedido pelo cliente Paisagindo.BIO? Que outras necessidades foram identificadas?

Aquando da apresentação da proposta Expresso/Cargo, o cliente partilhou que estava a desenvolver a sua própria loja online, motivo pelo qual fez todo o sentido explicar-lhe a nossa nova **plataforma de pagamentos Payshop – a POP**. O cliente acabou por fechar mais este negócio com os CTT, já que tem uma boa experiência connosco e considera-nos um bom parceiro para continuar a fazer crescer a sua empresa e a venda dos produtos biológicos “Feitos no Alentejo, com vagar”.

### • Como se prepara/quais os fatores diferenciadores de uma proposta comercial vencedora?

Em primeiro lugar, devemos conhecer o negócio do cliente, como é a sua atuação no mercado e perspetivas futuras.

### • Qual o feedback que tem tido do cliente?

Neste momento, o cliente ainda está a desenvolver uma loja online própria - <https://www.paisagindobio.pt/> - não havendo ainda data para o arranque da mesma. Consideram que

os CTT contribuirão fortemente para o crescimento do negócio, alavancado, igualmente, pela promoção da marca através dos meios de comunicação e de testemunhos de *influencers*.

### • Que conselhos deixa aos seus colegas para ajudar a potenciar o negócio dos CTT?

Escutar atentamente o cliente, de modo a poder avaliar onde os CTT poderão ser uma mais-valia para o seu negócio.



# CARLOS CORREIA BARATA, DA DIREÇÃO DE EMPRESAS SUL, & TUPPERWARE



## • Como surgiu esta oportunidade de negócio?

Depois de várias interações comerciais, esta oportunidade com a Tupperware iniciou-se com um teste, realizado em duas áreas geográficas do Continente (Aveiro e Gaia), que teve de evoluir para nova oferta, dado os novos atributos que são essenciais para a receção destes objetos.

## • O que lhe foi pedido pelo cliente Tupperware? Que outras necessidades foram identificadas?

O cliente pretende um **serviço de excelência na entrega** e, acima de tudo, sempre que surja algum contratempo, seja encetado um contacto prévio com os destinatários, de modo a garantir a entrega e evitar devoluções.

## • Como se prepara/quais os fatores diferenciadores de uma proposta comercial vencedora?

A proposta teve, ao longo deste período, vários ajustes e, com a nova oferta (CTT e-segure), foi possível atribuir fatores diferenciadores, como é o caso da 2ª tentativa de entrega, SMS e o avisado às nossas Lojas.

## • Qual o feedback que tem tido do cliente?

Nesta fase de arranque ainda é cedo, mas a expectativa é bastante elevada e está nas nossas mãos ganhar quota no cliente, porque o sucesso das entregas é o fator que determinará a preferência dos destinatários pelos CTT, como transportador preferencial.

## • Que conselhos deixa aos seus colegas para ajudar a potenciar o negócio dos CTT?

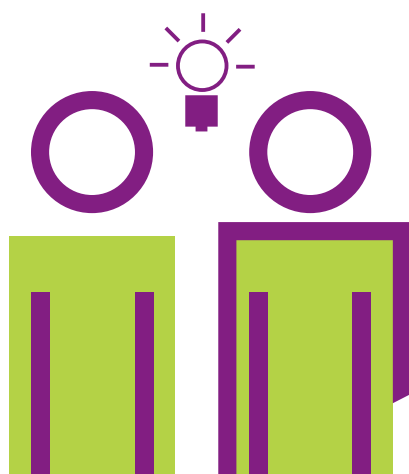
Nunca desistir e ser o mais assertivo possível. Muitas vezes o negócio não se concretiza no imediato, mas com a nossa persistência, acabamos por obter mais tarde excelentes resultados. Acima de tudo, interessa divulgar e apresentar as várias soluções que temos dentro do Grupo CTT e ouvir muito atentamente o cliente, aproveitando sempre esses inputs.

Também pode acompanhar esta rubrica na [Intranet CTT](#).  
LUCÍLIA PRATES



# A INOVAR *DESDE* 1520

No dia 27 de maio, no espaço LACS Anjos, em Lisboa, realizou-se a primeira sessão do CTT Sessions 1520 Let's Talk



**ctt** 1520  
StartUPProgram





O CTT 1520 StartUPProgram é um programa de interação com startups, que visa abrir a porta dos CTT ao respetivo ecossistema, procurando projetos que se enquadrem nos nossos negócios, potenciando áreas de colaboração conjunta e disponibilizando possíveis benefícios para as startups. Esta CTT Session teve como mote "Como podem as redes de parcerias acrescentar valor ao ecossistema de startups" e iniciou-se com a intervenção de João Sousa, Administrador Executivo dos CTT, que deu as boas-vindas aos convidados e declarou que «nós costumamos dizer que os CTT foram a primeira startup portuguesa. Somos uma empresa que fez 500 anos há dois anos e daí o nome deste programa, "1520", quando a atividade de correios teve início. A única forma de uma empresa durar tantos anos é através da inovação, olhando para os desafios e reinventando-se. Somos os orgulhosos herdeiros de quem fez todo este trabalho antes de nós, mas temos muitos desafios pela frente, porque hoje todas as revoluções são muito mais velozes e temos de tomar decisões bastante mais rapidamente e, se calhar, com menos certezas. Mas há uma certeza que temos: é que hoje, para se sobreviver no mercado global, é necessário fazer parcerias e ir buscar experiências, oportunidades e conhecimentos a outras entidades. Criar um ecossistema de parcerias é crucial para preparar os CTT para os próximos 500 anos».

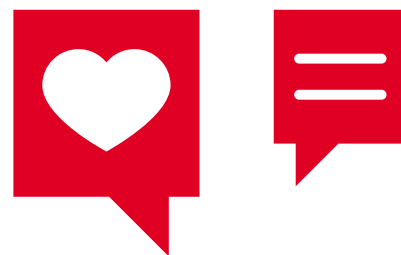
### A comunidade 1520

Seguiu-se a apresentação de Nuno Matos, Diretor de Digital, Transformação e Inovação dos CTT, que sublinhou que a transformação e a mudança estão no nosso ADN e a estratégia dos CTT passa por alcançar um crescimento sustentável e melhorar a rentabilidade de cada segmento de negócio (correio, expresso e encomendas, soluções empresarias,

serviços financeiros e retalho, e Banco CTT), atuando de forma mais rápida, mais ágil e mais verde. «Os nossos cinco pilares estratégicos são uma base bastante alargada para trabalharmos com parceiros que possam responder aos nossos desafios», afirmou, acrescentado que «uma das mensagens importantes para passar hoje é que, às vezes, o imaginário levamos a colocar os CTT muito próximos do correio ou do expresso, mas quando olhamos para o ecossistema que nos rodeia, o potencial é muito maior do que isso. Temos aqui cinco áreas de atividade onde cabe "o mundo" e muitas hipóteses de diversificação para o nosso portefólio».

Apresentou, então, o CTT 1520 StartUPProgram, que tem como principal objetivo apoiar e acelerar ideias ou soluções de negócio alinhadas com as necessidades e com os objetivos estratégicos do Grupo CTT. Por seu lado, os CTT têm para oferecer às startups suas parceiras diversas vantagens: descontos em produtos e serviços; acesso a soluções de marketing e envios expresso em condições promocionais, e a outros produtos e serviços que sejam relevantes para os projetos; possibilidade de usar os nossos meios de comunicação interna e

«HÁ UMA CERTEZA QUE TEMOS: É QUE HOJE, PARA SE SOBREVIVER NO MERCADO GLOBAL, É NECESSÁRIO FAZER PARCERIAS E IR BUSCAR EXPERIÊNCIAS, OPORTUNIDADES E CONHECIMENTOS A OUTRAS ENTIDADES»,  
JOÃO SOUSA



externa; aprendizagem através de mentores experientes das diferentes áreas corporativas e operacionais da empresa; oportunidades de networking com o ecossistema CTT, nacional e internacional (parceiros, outros operadores postais, entre outros); beta testers (os nossos colaboradores podem testar e dar feedback sobre os produtos e serviços em fase de teste); pilotos técnicos e de mercado das soluções e serviços e apoio no go to market dos produtos, com a possibilidade de integrar o nosso negócio; e financiamento para projetos de implementação, parceria ou aquisição (avaliados caso a caso). «A comunidade 1520, ao trabalhar com os CTT, tem acesso a estas componentes, que consideramos que constituem uma proposta de valor bastante interessante», realçou o Diretor de Digital, Transformação e Inovação. Como não queremos perder as boas oportunidades, a comunidade 1520 funciona durante todo o ano e a sua atividade desenrola-se em cinco fases distintas e consecutivas: candidatura (formulário de candidatura disponível online); pré-seleção das



«A COMPETIÇÃO  
PODE SER UMA  
OPORTUNIDADE, E NÃO  
UMA AMEAÇA, E AS  
REDES DE PARCERIAS  
PODEM, DE FACTO,  
ACRESCENTAR VALOR  
AO ECOSISTEMA DE  
STARTUPS».  
CARLOS BHATT



startups (análise das candidaturas para verificação da adequação da solução aos objetivos dos CTT); contacto personalizado (reunião face-to-face com a startup para aprofundamento da compreensão da solução e identificação das áreas onde poderão ser aplicadas); reunião de apresentação; reunião com as áreas que mais poderão beneficiar da solução submetida pela startup; e definição de framework (após validar o interesse das áreas na solução proposta pela startup, será necessário definir o modo como a colaboração mútua se irá processar). Para elevar o CTT 1520 StartUProgram e garantir as melhores condições às startups, celebrámos algumas parcerias com players institucionais, como a Microsoft for Startups, a Monday, a Portugal Ventures e o LACS. «São muito importantes para nós, não só para dar força ao que é o 1520, mas também porque acreditamos que reforçam muito a proposta de valor do programa. As startups que trabalham connosco têm acesso a condições especiais e a lógicas de interação, também especiais, com estas entidades», enfatizou Nuno Matos. «Por tudo isto, se acharem que têm

soluções interessantes, desafiem-nos, porque o nosso principal objetivo é mesmo conhecer startups que possam reforçar o que fazemos no nosso dia a dia e inovar. Têm aqui uma equipa ao vosso dispor». Por fim, apresentou três projetos desenvolvidos nos CTT em colaboração com startups: a solução de robotização e veículos autónomos implementada no CPLS, em parceria com a RoboSavvy; o projeto Criar Lojas Online, em parceria com a Shopkit; e o CTT Now, em parceria com Urban Dynamic Delivery.

### A mais-valia da colaboração

Com o objetivo de alavancar o programa 1520 foi lançado um site interativo, com todas as informações necessárias para concorrer ao programa, bem como uma newsletter, na qual se divulga a inovação que acontece nos CTT e a nossa interação com o ecossistema de startups. Os interessados devem aceder [aqui](#). Seguiu-se uma mesa-redonda, moderada por Carlos Bhatt, Responsável pela Gestão da Inovação dos CTT, e composta por Teresa Fuíza, Vice-Presidente da Portugal Ventures, Abel Aguiar, Executive Director & Partner

Channel da Microsoft, Inês Cabral, Head of Marketing do LACS, Diogo Romão, CEO da Monday, e João Henriques, Partner da Iberis Capital. Na conversa, foi abordado como esta rede colaborativa alargada de parcerias pode dinamizar o ecossistema de startups e quais as perspetivas para o período pós-pandemia. Foram, ainda, deixados alguns conselhos para reter as startups mais interessantes e com melhores projetos em Portugal: menos competição interna e mais cooperação, maior atenção (e mais cedo) ao que é feito no nosso país, mais apoios financeiros, melhores condições para o desenvolvimento de ideias e projetos, mais ambição num todo, enquanto comunidade.

«A competição pode ser uma oportunidade, e não uma ameaça, e as redes de parcerias podem, de facto, acrescentar valor ao sistema de startups», sublinhou Carlos Bhatt, que, referindo-se aos CTT, destacou que «as sinergias estratégicas são muito importantes e nós podemos ajudar as startups a crescerem connosco, ao mesmo tempo que nos ajudam a resolver problemas reais da nossa empresa. Com a vantagem de termos,

recentemente, criado um fundo de investimento Techtree que vem completar o ciclo de 1520 e permitir investir nas startups que realmente nos interessam e nos acrescentam valor».

### O que há de novo

Após o intervalo, foi possível assistir às apresentações de quatro startups. Mark Bastiaanssen, Co-Founder e CEO da Shiptimize, apresentou a parceria que estabeleceram com os CTT. A plataforma de shipping desenvolvida pela Shiptimize integra-se com a



de apoio; e um MVP que permite ler códigos de barras que estão em mau estado. Através da foto da câmara de alta velocidade instalada nas máquinas sorter, localiza-se o pacote e nele o código de barras, ajustando-o e tornando-o legível, com recurso a inteligência artificial.

Marcos Silveira, Gerente de Vendas da Tugbot, anteriormente integrada na RoboSavvy, fez uma apresentação do veículo Tugbot I, usado nos CTT, que é um robot móvel autónomo com capacidade para puxar qualquer carrinho, transportar e empilhar paletes, carregando até 200 Kg de peso. Falou, ainda, do novo Tugbot II que pode suportar até 600 Kg.

No final, Nuno Matos mostrou-se satisfeito com esta sessão. «Depois de tanto tempo confinados, era muito importante voltar a criar um sentido de comunidade à volta de um tema que é tão importante para nós, que é o trabalho com startups e com todo o ecossistema de inovação. A sessão de hoje foi muito boa, porque foi trazer

«SE ACHAREM QUE TÊM SOLUÇÕES INTERESSANTES, DESAFIEM-NOS, PORQUE O NOSSO OBJETIVO É CONHECER STARTUPS QUE REFORCEM O QUE FAZEMOS NO NOSSO DIA A DIA E INOVAR. TÊM AQUI UMA EQUIPA AO VOSSO DISPOR».

NUNO MATOS

ctt 1520  
StartUPProgram



oferta e-Segure dos CTT e permite às empresas que vendem online realizar, de forma integrada, todos os procedimentos para a expedição de encomendas via expresso.

A Famel esteve representada pelo seu CEO, Joel Sousa, que mostrou os protótipos dos dois novos modelos de motos 100% elétricas da marca, amigas do ambiente, e que se poderão enquadrar na política de "frota verde" dos CTT.

Miguel Freire, Co-Founder e CEO da Neural Shift, apresentou dois casos de uso com os CTT: o formulário self-service inteligente de contacto, que temos no site para os pedidos

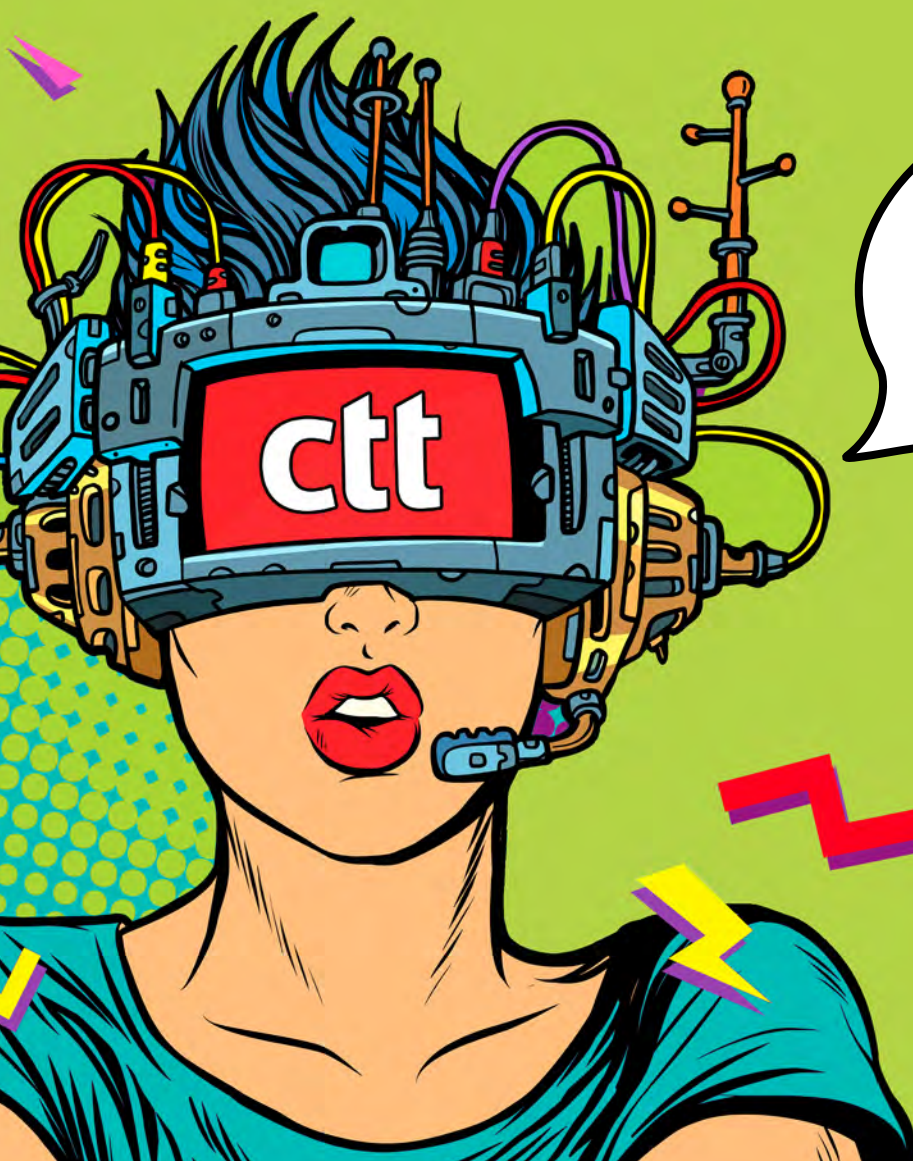
aqui parceiros, empresas amigas e, fundamentalmente, startups, para partilhar um pouco das nossas experiências e reflexões sobre como, neste mundo pós-pandémico, nos vamos ajustar e quais são os desafios e as oportunidades. Esta é uma iniciativa que queremos continuar a dinamizar, para criar esta lógica de comunidade à volta do 1520».

O evento terminou com um cocktail no terraço do LACS Anjos, onde foi possível trocar algumas impressões e conhecer melhor o trabalho desenvolvido pelas startups ali presentes.

Assista [aqui](#) ao evento na íntegra.

LUCÍLIA PRATES

# IDEIAS EM AÇÃO



**PITCH DAY  
INOV+**

Do 3º Pitch Day INOV+ saíram vencedoras as ideias “Desmaterialização do Aviso de Receção”, “Programa de Fidelização dos Cacifos CTT”, “Identificação Digital” e “Transporte de objetos CEP/Sensíveis (Insubstituíveis)”

Através de quatro desafios que estiveram ativos durante cinco meses, elegeram-se, em mais um Pitch Day INOV+, as melhores ideias de cada desafio a serem implementadas. A sessão decorreu no dia 17 de maio, em formato online, e contou com a participação dos elementos da Comissão Executiva dos CTT, dos Diretores que lançaram os quatro

desafios, demais Diretores de 1ª linha, e de uma plateia de cerca de duzentas pessoas, que assistiram em direto ao Pitch Day INOV+ do 11º ciclo de desafios, superando as visualizações do Pitch anterior. Foi moderada por Nuno Matos, Diretor de Digital, Transformação e Inovação, que, tal como dito pelo próprio, é o «mestre de cerimónias e a sua função é

passar a palavra aos artistas». Seguiu-se a abertura do evento, com algumas palavras do Presidente Executivo, Prof. João Bento, que referiu a importância da participação dos colaboradores, com novas ideias que contribuem para a inovação da empresa, uma vez que, mesmo que não sejam ideias vencedoras, podem sempre ser implementadas. Dá os exemplos das

ideias “Simplificar e agilizar o serviço dos carteiros” de Hugo Borges, do CDP 9000 Funchal, e “Farripas de Papel” de Ana Sílvia Santos, da CM/CIC, que estão a ser operacionalizadas. O Presidente acabou o seu discurso com uma frase que também o inspira «inovar é criar valor no contexto de mudança».

Depois, o responsável pela Gestão de Inovação, Carlos Bhatt, deu uma visão geral dos anteriores 9º e 10º ciclos do INOV+, referindo a evolução que esta iniciativa teve no 11º ciclo, bem como o seu impacto.

O principal destaque deste 11º ciclo foi «o aumento de dinamização, participação e colaboração em torno do programa INOV+, em cinco frentes muito específicas», sendo estas: as ações que

«É UMA IDEIA QUE CUMPRE O PROPÓSITO DO INOV+, MUITO SIMPLES DE IMPLEMENTAR, COM CUSTOS BAIXOS E QUE PODE TER UM IMPACTO GRANDE»,  
NUNO MATOS, REFERINDO-SE À IDEIA  
“IDENTIFICAÇÃO DIGITAL”

se fizeram, como os workshops de geração de ideias que incentivaram a colaboração de colegas de diferentes áreas na criação de ideias; o aumento da participação dos colaboradores, mais 47 participantes e 37 autores de ideias, relativamente ao anterior ciclo; a submissão e inão partir de mais ideias; e uma maior colaboração entre equipas.

### Os protagonistas da inovação

Após as boas vindas, a abertura do evento e o reminder das ideias dos ciclos passados, os autores das ideias passaram a apresentar as suas propostas, superando as expectativas com excelentes sugestões.

#### Desafio 1:

#### Como inovar o negócio de correio com soluções de correio Digital?



##### Ideia “Correio físico com oferta digital”, de João Miguel

**Cardoso, da direção OPC:** a Mailtec, quando fizer a entrega física também deve fazer o envio de um email para que o destinatário possa fazer o rastreamento do seu pedido.

##### Ideia “Desmaterialização do Aviso de Receção”, de Sofia

**Guilhoto, Rosário Caldeira e André Gonçalves Silva, da GPB2B, e Ricardo Almeida e Mónica Silva Santos, da OSE:** o objetivo é passar o Aviso de Receção na íntegra para o formato digital, através da recolha da assinatura pelo carteiro no PDA e, posteriormente, o remetente aceder aos ficheiros através da sua área de cliente.

#### Desafio 2:

#### Como podemos fidelizar clientes e angariar novos, com ideias “fora da caixa”?



##### Ideia “Caderneta de Selos Virtual”, de Jorge Marques, da ECL:

preenchimento de uma caderneta virtual por cada compra feita e, quando esta estiver completa, o cliente ganha um prémio ou desconto em produtos CTT.

##### Ideia “Assinatura CTT”, de Ana Catarina Dias, da RS, Sandra

**Cristina Ciriaco, da GPB2B e Paulo Manuel Gonçalves, da TI:** criação de uma plataforma com fidelização de uma assinatura mensal, que dá acesso ao cliente a produtos e serviços diferenciadores a preços competitivos fazendo, assim, uma garantia da satisfação do cliente através de cashbacks.

##### Ideia “Programa de Fidelização dos Cacifos CTT”, de Gonçalo

**Espirito André, da GFC, Teresa Filipa Palma, da CL e Miguel Madail Tavares, da TI:** adicionar na app CTT uma nova tab com atribuição de códigos e vales de oferta a cada e-buyer que recomende a utilização dos cacifos e fazer oferta de produtos CTT em troca de pontos.

«HOJE TEMOS 4 DESAFIOS, COM 10 IDEIAS A SEREM APRESENTADAS POR 27 AUTORES»,  
CARLOS BHATT

### Desafio 3:



**De que forma podemos melhorar a experiência digital dos nossos clientes, tanto no B2C como no B2B?**

**Ideia "Informação sobre objetos em atraso entre nós da rede, de João Miguel Cardoso, da OPC:** criação de um automatismo que verifica a entrada e saída de encomendas em nós de rede. No caso de se ter ultrapassado um certo tempo de espera, é enviada uma mensagem de aviso para ambos os nós.

**Ideia "Identificação Digital" de Regina Felipe, da GPB2C:** através do site CTT, o cliente poder fazer formulários, pagamentos e identificação digitalmente, reduzindo o tempo de deslocação e o custo de atendimento.

**Ideia "Canal Digital de Oferta de Produtos e Serviços CTT", de Daniela Pacheco Cunha, da Loja CTT Caldas das Taipas e de Luís Gordo Campos, da RS:** implementação de QR Code nas encomendas e nos cacifos, utilizando-os como uma ferramenta de marketing dos produtos e serviços CTT.

### Desafio 4:



**Que estratégias podemos implementar para solucionar a pressão colocada nas operações por picos de tráfego e outros imprevistos, com especial enfoque na circulação de objetos de organismos oficiais?**

**Ideia "Cadeia para organismos oficiais", de Artur Jorge Castro, da OLD:** elaboração de K7 ou Box com cores próprias, destinadas aos organismos oficiais, de modo a facilitar uma identificação rápida e a separação destes serviços nos Centros de Tratamento.

**Ideia "Transporte de objetos CEP/Sensíveis (Insustituíveis)", da junção de duas equipas, a primeira formada por Paulo Marta e Irene Pita Teixeira, da AP, Fátima Arvelos, da PC e Ana Costa Ribeiro, da Loja CTT Caldas das Taipas, e a segunda equipa constituída por Inês Dantas Coelho, da DTI, João Silva, da AQ, Isabel Guedes Ferreira, Pedro Ângelo Pereira e Fátima Madureira, da AP:** criação de um serviço Expresso Premium, com uma range numérica com prefixo específico, uma sinalização identificadora e, por fim, a utilização de um localizador no objeto, de forma a que transmita a geolocalização em tempo real, ao longo da rede, de modo a haver monitorização.

## Os vencedores

Após o briefing enriquecedor de ideias, passou-se à votação das melhores. O voto da Comissão Executiva e Diretores de 1ª linha presentes teve um peso de 50%, sendo que as votações dos colaboradores que assistiram à sessão representaram a outra metade. Os vencedores foram anunciados pelos Diretores responsáveis por cada desafio. São eles: Mário Vitorino Sousa, da GPB2B, Francisco Simões Travassos, da ED, Alexandre Guia, da GSB2C, Nuno Matos, da DTI, e Carla Cruz, da AP.

«AGRADEÇO POR AJUDAREM OS CTT NESTA FASE DE TRANSFORMAÇÃO, DE UMA EMPRESA TRADICIONAL PARA UMA EMPRESA DE DESAFIOS»,  
JOÃO BENTO



VÍDEO

## Inovar nunca é demais

Terminadas as votações, Nuno Matos reforça mais uma vez que «esta sessão teve características diferentes das anteriores, foi muito colaborativa e tivemos muitas ideias em coautoria e isso teve uma consequência muito prática: a qualidade das ideias e a profundidade com que foram trabalhadas». Além disso, também fez referência às restantes ideias que não venceram, mas, tal como nos ciclos passados, vão ser analisadas

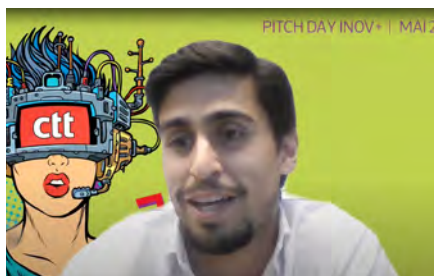
As ideias vencedoras foram as seguintes:

**Desafio 1:** Como inovar o negócio de correio com soluções de correio Digital?



“Desmaterialização do Aviso de Receção”, de Sofia Guilhoto, Rosário Caldeira, André Gonçalves Silva, Ricardo Almeida e Mónica Silva Santos, com 89,5% dos votos.

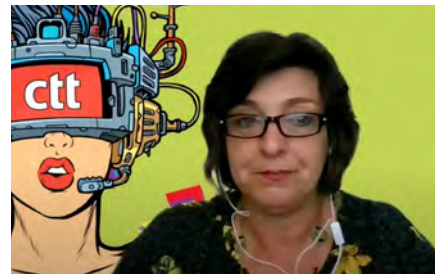
**Desafio 2:** Como podemos fidelizar clientes e angariar novos, com ideias “fora da caixa”?



“Programa de Fidelização dos Cacifos CTT”, de Gonçalo Espírito André, Teresa Filipa Palma e Miguel Madail Tavares, com 56,7% dos votos.

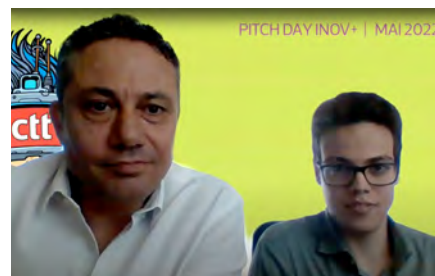
na perspetiva de serem exequíveis e implementadas. Por fim, agradeceu a participação de todos. A sessão foi encerrada pelo Prof. João Bento, que agradeceu a todos os que participaram, aos dinamizadores e desafiadores e, em especial, à equipa de Inovação. Segundo o Presidente Executivo «este é um processo que revela maturidade elevada e a melhor demonstração disso é a qualidade das propostas que tivemos, a variedade e,

**Desafio 3:** De que forma podemos melhorar a experiência digital dos nossos clientes, tanto no B2C como no B2B?



“Identificação Digital” de Regina Felipe, com 53,7% dos votos.

**Desafio 4:** Que estratégias podemos implementar para solucionar a pressão colocada nas operações por picos de tráfego e outros imprevistos, com especial enfoque na circulação de objetos de organismos oficiais?



“Transporte de objetos CEP/Sensíveis (Insubstituíveis)” de Paulo Marta, Irene Pita Teixeira, Fátima Arvelos, Ana Costa Ribeiro, Inês Dantas Coelho, João Silva, Isabel Guedes Ferreira, Pedro Ângelo Pereira e Fátima Madureira, com 79% dos votos.

como não podia deixar de ser, desafios que são muito alinhados com as nossas prioridades. É um dia de consagração». Desta forma, apela para que sejamos pessoas inquietas e insatisfeitas no sentido de ajudar os CTT a inovarem-se deixando de ser uma empresa tradicional para ser uma empresa que tem capacidade de transformação a partir da inovação.

INÊS FERREIRA

# TUGA INNOVATIONS: MICROMOBILIDADE NUM VEÍCULO ELÉTRICO MODULAR COM ADN PORTUGUÊS

A Tuga Innovations, uma empresa com ADN luso, que se divide entre Portugal, Canadá e EUA, encontra-se a desenvolver soluções para os desafios da mobilidade urbana

A empresa, que está cotada no Canadá e na Alemanha, partilhou os primeiros detalhes sobre um protótipo funcional do veículo elétrico da marca, que se caracteriza por se adaptar às diferentes necessidades das deslocações citadinas e está assente numa lógica modular, podendo ser configurado para diversos propósitos, nomeadamente, para funcionar como táxi, carro de entregas ou partilha de veículos (ridesharing). Uma das inovações deste veículo encontra-se no seu chassis expansível, uma nova abordagem ao conforto para

os assentos dianteiros e traseiros, para o qual submeteu um registo provisório de patente nos EUA. O veículo contará com uma autonomia inicial de 150 Km e uma velocidade máxima de 145 Km/h, estimando-se um preço de venda entre 15 mil e 25 mil dólares. O protótipo foi desenvolvido em parceria com a empresa portuguesa Vangest e pode ser visto em ação no vídeo ao lado. A visão da empresa passa ainda pela integração de realidade aumentada, realidade virtual e inteligência artificial na plataforma deste veículo 100% elétrico e digitalmente otimizado.

Fontes: Tuga Innovations | Fabernovel | Jornal de Negócios | Sapo TEK | Financial Post



## Parallel Systems: a disrupção chega ao transporte ferroviário de mercadorias



A startup norte-americana Parallel Systems, fundada por três ex-engenheiros da SpaceX, nasceu com o propósito de descarbonizar e flexibilizar o transporte ferroviário de mercadorias, que não sofria grandes alterações há décadas.

A ideia é simples, mas engenhosa: um sistema ferroviário autónomo, que consiste em unidades móveis individuais, mas que operam em pares, sobre as quais assentam contentores e outras unidades de transporte.

Estas unidades podem viajar separadamente ou em grupo, em chamados pelotões, durante parte de uma viagem e, simplesmente, separar-se em diferentes direções, dependendo do destino final. Todo o sistema é gerido por software com recurso a múltiplos sensores e tecnologias.

As unidades de rodas usam um potente motor elétrico síncrono de ímã permanente, alimentado por baterias, cada uma com um alcance atual de 800 Km.

Um vídeo demonstrativo do conceito pode ser visto aqui. A ideia vai permitir abrir o transporte ferroviário a novas oportunidades, aumentando a infraestrutura de utilização e melhorando o serviço, competindo diretamente com o transporte rodoviário de mercadorias.

Fonte: IEEE Spectrum | eletrive.com | Parallel Systems







## O advento da eletrônica auto-regenerativa

Imagine que em vez de uma onerosa ida a um centro de reparação, após acidentalmente deixar cair o seu telemóvel e partir o ecrã, este simplesmente se auto-reparava. O que antes seria considerado como ficção científica, pode muito em breve tornar-se realidade, graças ao trabalho de investigadores do Technion - Israel Institute of Technology.

A equipa, liderada por Yehonadav Bekenstein, da Faculdade de Ciências e Engenharia dos Materiais do Solid State Institute da Technion, reportou na publicação *Advanced Functional Material*, um nanocristal semiconductor auto-regenerativo e amigo do ambiente. "A nossa investigação centra-se na reconstrução estrutural de defeitos, que é reforçada em haletos de perovskite, devido à elevada mobilidade dos átomos e restauração de ligações quebradas", escreveu a equipa no seu artigo.

Este estudo, segundo Bekenstein, é um passo importante para a compreensão dos processos que permitem às nanopartículas de perovskite curarem-se a si próprias e abre caminho para a sua incorporação em painéis solares mais duradouros e sustentáveis, dispositivos eletrónicos e muito mais.

Fonte: *Advanced Science News*



## Goodyear testa pneus sem ar em robots autónomos de entregas

Depois de fabricar pneus com ar há mais de 100 anos, o fabricante americano Goodyear anunciou que se encontra a testar pneus sem ar, juntamente com o fabricante de robots autónomos de entregas Starship. Pneus sem ar marcam uma tendência incontornável para empresas que procuram aumentar o tempo útil de vida dos seus pneus, mas que procuram, ao mesmo tempo, usar materiais mais sustentáveis no processo de fabrico. Os pioneiros neste segmento foram os franceses da Michelin, que introduziram o conceito o ano passado.

As preocupações das empresas de entregas centram-se, principalmente, em aumentar o período de vida dos pneus das suas viaturas e, também, em reduzir as necessidades de manutenção da sua frota. Com isto em vista, a Goodyear fabricou, por medida, pneus que respondem a estes requisitos e as duas empresas encontram-se agora a testá-los no terreno, referindo que os primeiros dados apontam para aspetos positivos relacionados com o tempo de travagem, amortecimento de vibrações e menor desgaste da superfície de rodagem.

Fonte: *Interesting Engineering*



## Hyperloop para encomendas com entregas em 30 segundos?

O objetivo da startup norte-americana Pipedream Labs é criar, dentro de alguns anos, aquilo a que chamou "hyperlogistics", possibilitando a entrega de encomendas em 30 segundos.

A ideia é usar uma rede subterrânea de condutas, similar ao conceito de hyperloop da Boring Company, de Elon Musk, para receber encomendas de terminais centralizados, em que transportadores as recolhem para depois efetuar as entregas de última milha ou onde os clientes as vão buscar diretamente.

As entregas serão asseguradas por robots, que viajam numa rede urbana e efetuam entregas entre nós localizados em habitações ou em vizinhanças, mas que não viajam entre cidades, apenas asseguram a última milha em cidade, onde o custo por entrega é maior.

O tamanho de cada cápsula é de 46 cm de comprimento por 28 cm de largura, o que é suficiente para assegurar 95% das entregas destinadas a domicílios, e viaja a uma velocidade de 120 Km/h, estando dividida em duas secções: uma motora e outra de carga.

Ao lado pode ver um vídeo do conceito.

Fonte: *Singularity Hub*



## NeRF: tecnologia da Nvidia cria cenas tridimensionais a partir de fotos 2D

A Neural Radiance Field, ou NeRF, é o nome de uma tecnologia capaz de recriar cenas 3D a partir de fotos 2D. A "magia" acontece graças aos algoritmos de IA do software da Nvidia, que aprende a preencher as estruturas tridimensionais, inferindo o tamanho, a cor, a textura e a densidade, a partir de uma imagem.

Apesar de parecer um truque, esta técnica vai permitir avanços

tecnológicos significativos nas indústrias dos videojogos e condução autónoma, entre muitos outros. Tudo o que a NeRF precisa são alguns segundos para gerar uma cena 3D a partir de uma foto, o mesmo tempo que precisa para aprender um novo modelo, em que o computador é alimentado com várias fotos tiradas de ângulos diferentes, sendo bem-sucedido mesmo que existam elementos



obstruídos por outros, como pilares e peças de mobiliário.

Fonte: *Sapo Tek*

# RECOLHEMOS MAIS DE VINTE QUILOS DE RESÍDUOS NAS PRAIAS



Quatro dezenas de colaboradores e seus familiares viveram um sábado diferente, em defesa do ambiente, ao participarem em ações de limpeza nas praias de Canidelo e Algés, desenvolvidas em parceria com a Liga para a Proteção da Natureza

No dia 28 de maio, 42 colaboradores e seus familiares participaram numa ação de voluntariado ambiental, que consistiu na remoção de lixo marinho, levada a cabo nas praias de Canidelo e Algés. Cada pessoa teve direito a um kit com uma t-shirt, pack alimentar, água e luvas. Em cada praia, esteve presente um coordenador, que explicou a dinâmica da ação e a forma como deveria ser feita a recolha dos resíduos. No final, foi pesado todo o lixo recolhido, por categoria de materiais: plástico, vidro, papel e cartão, têxtil e beatas, entre outros. Destacamos a recolha de plástico, com um total de 10,7Kg, e de 1726 beatas. Aqui ficam os resultados da ação em cada uma das praias:

**Algés . Participantes:** 24  
**Plástico:** 3Kg  
**Vidro:** 1,1Kg  
**Papel e Cartão:** 0,30Kg  
**Lixo Indiferenciado:** 4,4Kg  
**Beatas:** 1511 unidades



**Canidelo . Participantes:** 18  
**Plástico:** 7,7Kg  
**Vidro:** 1,2Kg  
**Papel e Cartão:** 0,50Kg  
**Têxtil:** 1,7Kg  
**Madeira processada:** 1,7Kg  
**Metal:** 0,05kg  
**Lixo Indiferenciado:** 2,5Kg  
**Beatas:** 215 unidades



## TOTAIS

**Plástico:** 10,7Kg  
**Vidro:** 2,3Kg  
**Papel e Cartão:** 0,80Kg  
**Têxtil:** 1,7Kg

**Madeira processada:** 1,7Kg  
**Metal:** 0,05kg  
**Lixo Indiferenciado:** 6,9Kg  
**Beatas:** 1726 unidades

Agradecemos a participação de todos e esperamos continuar a contar com a vossa colaboração em próximas ações.  
 INÊS FERREIRA

# OS NOSSOS *RESÍDUOS* GANHAM UMA SEGUNDA VIDA!

Em menos de um ano, encaminhámos para reciclagem cerca de 23 mil máscaras descartáveis, o que equivale a cerca de 70 quilos



“Do mais para o menos importante, quais os verbos que formam a Política dos 3 R?”. Os seis primeiros participantes (Lurdes Barreira, Cláudia Vanessa Afonso, Sandra Cristina Trindade, Jorge Cardoso, Ana Margarida Correia e Magda Rodrigues Sanches) responderam corretamente (Reduzir, Reutilizar, Reciclar) e receberam um destes cabides.

Sabia que 100 destes cabides contêm, aproximadamente, 900 máscaras cirúrgicas descartadas e dois sacos médios de rafia CTT?

Continue a colaborar com o projeto de reciclagem de máscaras e aguarde a chegada de novos produtos!

ROSA SERÔDIO

Este é o balanço do projeto de recolha e reciclagem de máscaras de proteção contra a Covid-19, criado pela TO BE GREEN, ao qual nos associámos em julho de 2021.

O projeto, inicialmente implementado nos Centros de Produção e Logística de Cabo Ruivo e da Maia e no Centro de Logística e Distribuição de Taveiro, foi depois alargado à sede da empresa, em Lisboa, e ainda a dois Centros de Operações Expresso (MARL e Perafita). As máscaras usadas e depositadas nos contentores pelos colaboradores

em funções nestes locais foram transformadas, através de um processo químico, num material resistente, que foi utilizado para a criação de novos produtos. Em dezembro, foram produzidos pequenos enfeites para a árvore de Natal. Agora, as máscaras descartáveis e os sacos de rafia utilizados nas nossas operações deram origem a cabides CTT/TO BE GREEN. No Dia Internacional da Reciclagem, celebrado a 17 de maio, lançámos um desafio aos colaboradores, que responderam prontamente à questão:



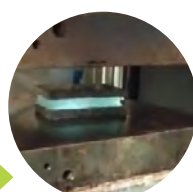
Sacos de Rafia



Máscaras



Trituração



Compressão



Placas de material reciclado

# O FUTURO DO **PLANETA** PELOS OLHOS DAS CRIANÇAS

O Dia da Terra foi celebrado com um passatempo em que pedimos aos filhos e às filhas de quem trabalha no CTT que partilhasse a sua visão sobre o planeta em que vão viver

Leonor Salgueiro . 5 anos



Francisco Fernandes . 6 anos



Os que temam que a visão das crianças reflita as preocupações ou até o cinismo dos mais velhos, descobrirão que a inocência da infância e o otimismo andarão sempre de mão dada.

A Maria Leonor Salgueiro, de 5 anos, fez o desenho de si própria a passear com a irmã de um ano, de balão em vez de carro. Sónia Santos Salgueiro descreveu a ideia por trás do desenho, dizendo que "há um céu com dois sóis porque é preciso muito solinho para as flores e abelhinhas crescerem". Nas palavras de Daniela Correia Costa, a sua filha de 6 anos, Beatriz Costa da Silva, divertiu-se bastante com o desenho e apostou num planeta mais frondoso, com árvores de todas as cores.

A ideia de que não existe alternativa ao nosso planeta parece não limitar os sonhos de Francisco Fernandes. Aos 6 anos, o filho de Tânia Oliveira não se limite aos confins da Terra e imaginou um futuro estelar, com foguetões e astronautas a explorar outros mundos. Uma coisa é certa, numa versão interplanetária da humanidade, os correios continuarão a existir e o Francisco parece estar a voluntariar-se para a função de carteiro-astronauta.

Maria Inês Correia, filha de Nuno Correia, partilhou aquela que será a visão mais preocupada. Se pensarmos que os últimos dois dos seus 9 anos de vida foram marcados por uma pandemia à escala global, é natural que o tema de um planeta de máscara acabasse por surgir.

Beatriz Correia . 6anos



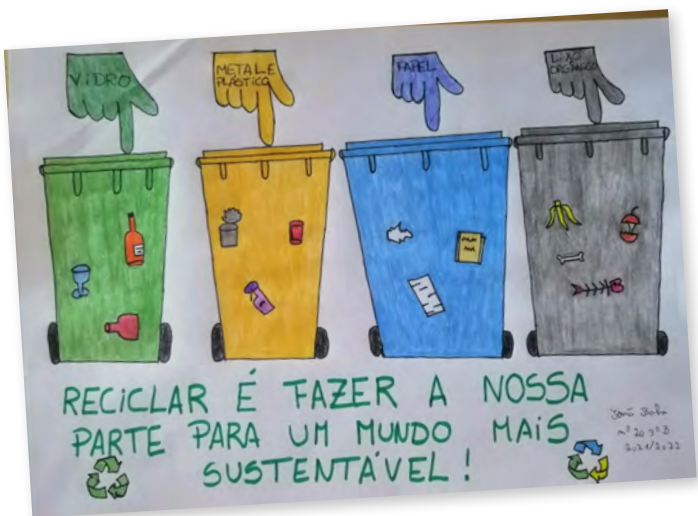
Maria Inês Correia . 9 anos

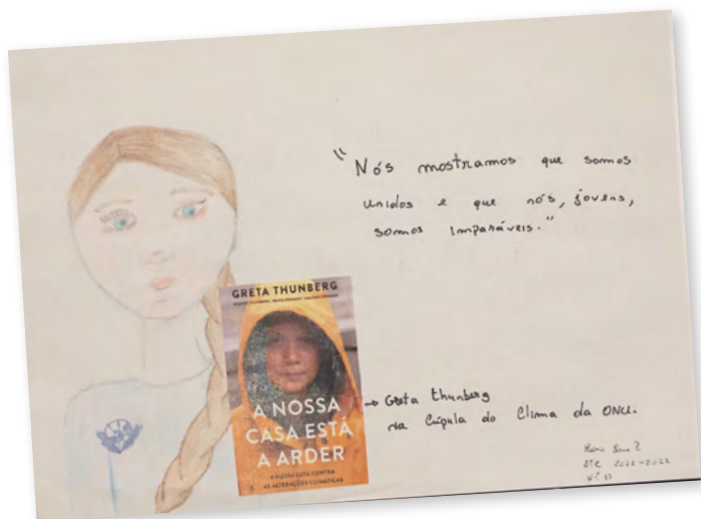
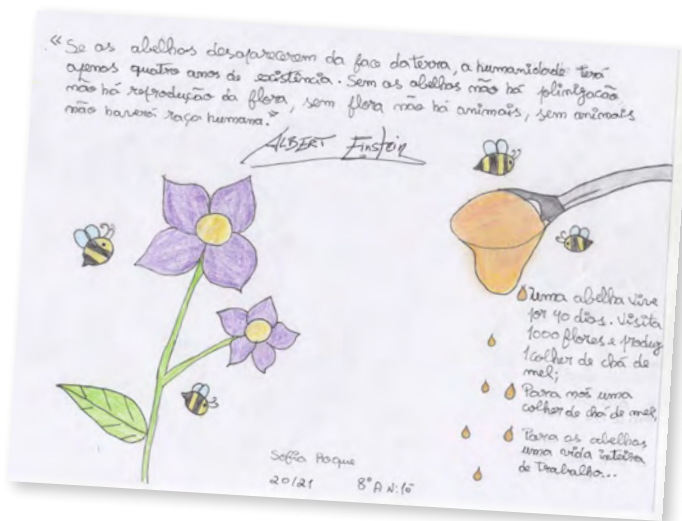


Ao mesmo tempo, em Montemor-o-Novo, distrito de Évora, um conjunto de alunas e alunos do 7º ao 9º ano de escolaridade emprestou a sua criatividade para responder a um desafio lançado pelo Gabinete de Filatelia

Estes jovens autores desenvolveram trabalhos sobre temas ambientais, passíveis de figurar num Meuselo. Os trabalhos versaram sobre os assuntos mais variados da atualidade, da figura do Secretário-Geral das Nações Unidas, António Guterres, a citações de Pitágoras, Goethe, Greta Thunberg e de um provérbio atribuído a povos indígenas da América do Norte. Não podiam deixar de tocar assuntos que lhes estão próximos, como o papel dos sobreiros e da cortiça, ou a escassez de água, uma questão particularmente premente na região alentejana. Mas não deixaram de abordar questões que estão próximas de todos nós, como a importância das fontes renováveis de energia e da reciclagem e até os temas da atualidade, como a Guerra na Ucrânia, estiveram presentes. Num caso particular, até houve um ponto de contacto com os trabalhos das nossas crianças CTT: a vida das nossas abelhas!

MIGUEL MAIA





# LIVRO FAINAS *ÉPICAS* DO MAR PORTUGUÊS

A relação entre o Mar e Portugal sempre foi muito forte. Desde os Descobrimentos, com a descoberta das especiarias, pedras preciosas e conhecimentos náuticos, chegando até aos nossos tempos, com as fainas do atum, baleia e bacalhau







Recolha de redes de um barco de mar, na Nazaré  
Coleção Estúdio Horácio Novais | FCG-Biblioteca de Arte e Arquivos  
© Horácio Novais

O autor desta edição, o Professor Álvaro Garrido, é um especialista nas grandes fainas, assim como nas matérias que as envolvem. Ao longo de toda a obra, além das descrições das fainas, apresenta-nos também o ponto de vista económico ou demográfico, bem como as suas consequências sociológicas nas regiões e no próprio país.

Este é um livro com uma linguagem muito acessível a todos, mas não deixa de ser também um repositório de ciência e de história útil para qualquer pesquisador.

Edição bilingue, de tiragem limitada e numerada a 4000 exemplares, contendo a emissão filatélica Fainas Épicas de Portugal, de 2022, com 3 selos e 1 bloco, no valor facial total de €5,57.

**Autor:** Álvaro Garrido

**Design:** Atelier Folk Design

**Revisão (da versão portuguesa):** Graça Margarido

**Tradução:** Mick Greer

**N.º de páginas:** 288

**Impressão e Acabamento:** Orgal Impressores

**PVP:** 42€



Venda de peixe no Cais da Ribeira, em Lisboa  
Coleção Estúdio Horácio Novais | FCG-Biblioteca de Arte e Arquivos  
© Horácio Novais

SOUCTT

# SOUCTT TEM NOVOS PARCEIROS

O programa de parcerias "Sou CTT" continua a atrair a atenção de muitos parceiros que oferecem condições especiais para colaboradores dos CTT



 **Cultura e Entretenimento**  
MY CAMP



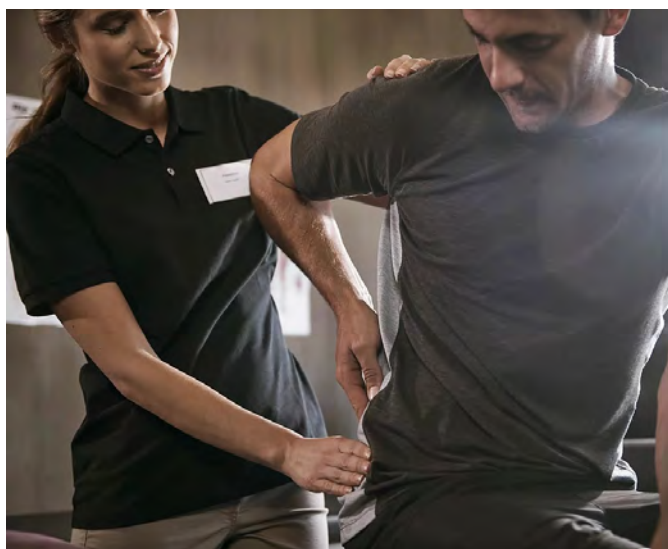
A pensar no tempo de férias, a My Camp, uma empresa que promove campos de férias para os mais jovens, tem uma oferta especial para os CTT. Experiências de qualidade em Campos de Férias ajudam as crianças a desenvolver autoestima, carácter, responsabilidade, desenvoltura e cooperação. Saiba mais [aqui](#).

 **Cultura e Entretenimento**  
AQUASHOW



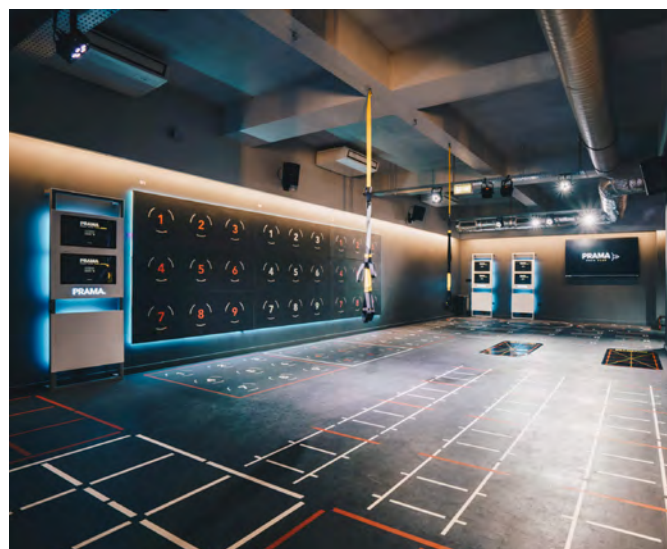
Também em tempo de calor, o Aquashow, no Algarve, já está de portas abertas para proporcionar divertimento e animação para toda a família. Saiba mais [aqui](#).

 **Saúde e Bem Estar**  
CENTRO DE FISIOTERAPIA HA SAÚDE



O Centro de Fisioterapia Há Saúde, em Matosinhos, é um espaço dedicado ao bem-estar e aderiu recentemente ao programa de parcerias “Sou CTT”. Conheça as condições especiais para colaboradores [aqui](#).

 **Desporto**  
CIRCLES



O Circle é um clube de treino e saúde, cujo propósito é elevar o potencial humano através da condição física, da saúde e do movimento. O conceito baseia-se numa abordagem integrativa que cruza cinco pilares: Movimento, Nutrição, Recuperação, Respiração e Mindset, e acreditamos que da otimização destes pilares nascem infinitas possibilidades. Conheça este novo parceiro [aqui](#).

Com o programa de parcerias “Sou CTT”, os colaboradores têm acesso a descontos e condições especiais em dezenas de marcas. Conheça todos os parceiros na [página “Sou CTT”, na intranet](#).

ELSA DUARTE

sou **ctt**

# PROPOSTAS DONA OFERTA

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

5%

Descontos em produtos CTT

10%

Os preços indicados já incluem o desconto



## X61 Cabo Silicone USB – Apple, Micro e Type-C

Preço: 4,49 €



## LS30 Conversor de Áudio Type-C – Jack

Preço: 7,19 €



## J81 Power Bank 10000mAh 22.5W com LED

Preço: 26,99 €



## J59 Power Bank 10000mAh 2 USB com LED

Preço: 17,99 €



### N9 Carregador 10.5W USB - Apple, Micro e Type-C

Preço: 12,59 €



### N8 Adaptador de Corrente 2 entradas USB

Preço: 9,89 €



### CW6 Carregador Rápido Wireless 15W

Preço: 14,39 €



### CA88 Suporte Magnético para Telemóvel

Preço: 8,09€



### W30 Auscultadores Sem Fios Bluetooth

Preço: 29,69€



### ES52 Auriculares Bluetooth Preto - TWS

Preço: 26,99 €



### Lâmpada inteligente LED Filamento ou Cores (9W) E27

Preço: 12,59€



### Câmara de Vigilância Inteligente

Preço: 35,99 €

Para conhecer todas os descontos e vantagens que a Dona Oferta tem para si, aceda à [Intranet CTT](#).

# 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?

A realização de um check-up pode ser solicitada pelo Médico de Medicina Geral e Familiar e implica a realização de uma bateria de exames.

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, alerta a Organização Mundial da Saúde, no comunicado sobre o Dia Mundial Sem Tabaco, que se celebra a 31 de maio. 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 percepção dos aromas e sabores dos alimentos.

#### 72 horas

Começa a notar melhorias na respiração. A maior oxigenação do organismo contribui para o bem-estar, concentração, memória e 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 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.

MÉDIS

### Embora sejam muitas vezes inespecíficos, o cancro do pulmão tem alguns sintomas comuns associados



- ✓ Tosse que não desaparece e que piora com o passar do tempo
- ✓ Dor constante no peito
- ✓ Tosse acompanhada de sangue (hemoptise)
- ✓ Falta de ar, asma ou rouquidão
- ✓ Problemas recorrentes com pneumonia ou bronquite
- ✓ Inchaço do pescoço e do rosto
- ✓ Perda de apetite ou de peso
- ✓ Fadiga

# A VENEZA *PORTUGUESA*



Assim designada pela profusão de canais que atravessam o centro urbano, Aveiro foi elevada a cidade em 1759, por D. José. A navegar pela ria ou a caminhar pelas ruas, perca-se na cidade para melhor a conhecer



Aveiro é capital de distrito, com o mesmo nome, e localiza-se na Região Centro. A primeira referência a Aveiro data de 959, num documento de doação testamentária da Condessa Mumadona Dias ao Mosteiro de Guimarães. Foi elevada a vila já no século XIII e, na altura da crise dinástica 1383-1385, deu-se perto de Aveiro uma batalha entre tropas castelhanas e portuguesas que resultaram em vitória lusa. Um período mais instável entre os séculos XVI e XVII, com fecho do canal de comunicação entre o mar e a ria, resultou no encerramento do Porto de Aveiro e numa crise económica e demográfica. De facto, as condições de insalubridade criadas pela estagnação das águas levou à emigração de muitos habitantes da zona. Contudo, em 1759, D. José eleva Aveiro a cidade. A profusão de canais à volta dos quais está localizado o centro da cidade deu origem ao epíteto de Veneza Portuguesa.

Na cidade que combina a beleza dos passeios naturais com o património edificado, poderá dar início à sua visita na Praça das Arcadas. Localizada em pleno centro histórico, com um obelisco no centro, e uma boa quantidade de cafés e lojas, deverá ser este o início do percurso obrigatório pelas ruas e ruelas de Aveiro, onde se poderá perder, no bom sentido. No decurso do passeio contemple a Igreja do Convento de S. João Evangelista, de inícios do século XVII. D. Brites de Lara, viúva de Pedro de Médcis, ordenou a construção de um palácio para sua habitação, solicitando, mais tarde, a D. João IV, autorização para aí fundar um convento. Num processo demorado, só em 1658 chegaram a Aveiro as primeiras freiras carmelitas. No início do século XX, o edifício sofreu alterações que retiraram parte das suas fundações originais. A igreja, datada já do século XVIII, combina a talha dourada com as cores azul e branco dos azulejos. Destaque-se a bela capela-mor com um retábulo também em talha dourada, com um trono com a imagem de Nossa Senhora da Conceição.



### Aprecie Aveiro

Mais adiante, visite a Sé Catedral. Este edifício compreendia a Igreja de Nossa Senhora da Misericórdia e um convento dominicano. Após obras, que decorreram nos séculos XVI e XVII, as naves laterais foram transformadas em capelas devocionais. O convento, no século XIX, foi transformado em quartel militar, sendo consumido por um incêndio, mais tarde. Resta a igreja, com um magnífico portal barroco e quatro colunas salomónicas, entre outras maravilhas arquitetónicas que poderá admirar.

Datada do século XIX, a Estação Ferroviária de Aveiro é outro ponto de visita, sobretudo o antigo edifício, com uma fantástica fachada de azulejos policromados em azul e amarelo que representam variadas cenas ferroviárias. Foi construído, na altura, como um exemplo regional do estilo chamado “Casa Portuguesa”.

Com bonitos exemplos de arquitetura, Aveiro é uma cidade que convida a agradáveis passeios. É obrigatório o passeio de barco moliceiro pelos canais, onde poderá ver os pontos globais e ter uma explicação sobre a história da cidade. Um dos locais emblemáticos por onde passa e que deverá visitar, posteriormente, é a Ponte dos Laços. Em 2004, dois estudantes universitários começaram a pendurar laços nas estruturas da ponte como símbolo de amor ou amizade e lançaram o desafio



para que o gesto fosse repetido por quem por lá passasse. Em pouco tempo, a ponte ficou repleta de laços, resultando num efeito visual fenomenal. Passeie, também, no Jardim do Rossio junto aos canais da Ria. É nas várias docas deste jardim que poderá partir em viagem de moliceiro ou simplesmente passear na zona verde.

No âmbito cultural, destaca-se o Museu de Aveiro (ou Santa Joana), localizado num antigo convento dominicano feminino, onde viveu Santa Joana Princesa. Poderá visitar o edifício e admirar a sua beleza e história e, claro, na parte museológica ver o espólio que reúne obras de pintura, escultura, talha, azulejo e ourivesaria.

Finalize o seu passeio com uma visita obrigatória à maravilha gastronómica de Aveiro: os ovos moles. Bom apetite!

# MUSEU DO *TESOURO* REAL



**Em Lisboa, faça uma visita cultural diferente: vá até ao Palácio Nacional da Ajuda e passe uma hora agradável no Museu do Tesouro Real, admirando uma coleção magnífica da nossa rica história**

Num projeto conjunto do Turismo e da Cultura, este espaço exhibe uma exposição permanente, que reúne mais de 700 peças e 18 mil diamantes. Por 10€ por pessoa, poderá mergulhar na História de Portugal e observar o rico espólio das joias e utensílios do Tesouro Real, com especial enfoque nos séculos XVIII e XIX. Com magníficos retratos da realeza portuguesa destes séculos, o museu está dividido em 11 coleções principais, cada uma contendo variadas peças. No início, à entrada, poderá ler sobre a história do edifício, antes de passar à primeira coleção composta por ouro e diamantes do Brasil, com especial destaque para um enorme torrão de ouro, em exposição central. Daí, passa para a coleção mais pessoal da Coroa Portuguesa, com exposição de moedas e medalhas, joias e ornamentos, ordens honoríficas e de

mérito e insígnias reais. Nesta parte, sobressai a Ordem do Tosão de Ouro. Depois de passar pela Prata da Coroa, poderá observar as coleções particulares de grandes figuras da nossa história: D. Fernando II e D. Luís, que reuniram, entre aquisições e ofertas, um rico espólio, embora diminuído na sequência de partilhas reais e da implantação da República. No piso superior, poderá visitar as extensas ofertas diplomáticas e a coleção da capela real para, subindo mais um piso, deleitar-se com a coleção da Mesa Real e respetiva história. Esta coleção está exposta de maneira a simular uma refeição real e suas disposições. Finalmente, poderá ver tudo o que era utilizado pela família real nas suas viagens. Dê importância à cultura e à história do nosso país. Veja, na página seguinte, a apresentação do museu e não deixe



de se deslumbrar, ao vivo, com o nosso Tesouro Real. Boa visita!

coleções



coleção  
**Ouro e Diamantes do Brasil**



coleção  
**Moedas e Medalhas da Coroa**



coleção  
**Joias**



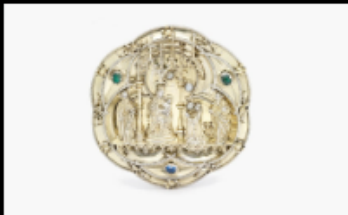
coleção  
**Ordens Honoríficas**



coleção  
**Insígnias Régias**



coleção  
**Prata de Aparato da Coroa**



coleção  
**Coleções Particulares**



coleção  
**Ofertas Diplomáticas**



coleção  
**Capela Real**



coleção  
**Mesa Real**



coleção  
**Viagens do Tesouro**



# DESAFIO PARA CAMPEÃS

Novos caminhos recheados de desafios para descobrir novos talentos. Vamos a isto, “meninas” da comunicação? E não é que, sem que lhes pudéssemos marcar falta, disseram: “presente”! Com alma, coragem e muita curiosidade, aceitaram as tarefas e rapidamente conquistaram espaço, quer pelo empenho, quer pela simpatia. Bem vindas!





## COMEÇOU A MINHA VIAGEM PELOS CTT

Dezembro de 2021, assinala a minha entrada nos CTT, através da 5ª edição do Programa de Trainees. Um programa com a duração de um ano, que me permite conhecer diferentes Direções da empresa, não apenas pelas rotações que temos oportunidade de fazer, como também por todas as atividades hands on (“mão na massa”) que temos vindo a desenvolver, como passar um dia com um Carteiro e ficar a par do tratamento de encomendas, no MARL e CPLS. Esta ampla perspetiva que conseguimos ter das diferentes dinâmicas e processos de trabalho, ajudam-nos a perceber a organização como um todo e de que forma tudo se relaciona.

Com uma licenciatura em Gestão de Recursos Humanos e um Mestrado na mesma área, cheguei muito focada à minha entrevista final e com a (grande) certeza de que esta seria a única área que me iria preencher, em termos profissionais. Enganei-me! E quem se cruza comigo percebe que, ao longo destes três meses na Direção de Comunicação, os meus olhos também têm um brilho diferente. O “bichinho” da Comunicação sempre esteve por perto. Inspirada no negócio da minha família, criei um projeto próprio e faço a gestão da sua presença nas redes sociais. Mas a passagem pela área de Comunicação Interna e Conteúdos veio mostrar-me que sou, de facto, feliz a fazer outras coisas para lá daquela que é a minha formação académica. Encontrei uma equipa acolhedora e disponível para ajudar, o que me deu ainda mais a certeza de que a oportunidade que temos de nos cruzar com as pessoas certas, também é fraturante para o nosso sucesso. E, quanto a isso, não poderia estar mais satisfeita!

Tenho a certeza de que a minha viagem pelos CTT acabou de começar!

CAROLINA ACÚRCIO



## A VIDA DÁ MUITAS VOLTAS...

Ao fim de três anos e uma licenciatura em Comunicação Social, foi-me solicitado que realizasse um estágio curricular para completar o curso. Queria muito estagiar na área da Comunicação e surgiu a oportunidade de trabalhar nos CTT.

Inicialmente, o meu estágio iria durar apenas um mês. Contudo, e com muito gosto, tive a oportunidade de poder prolongá-lo, ficando dois meses na área de Comunicação Interna e Conteúdos (CIC), da Direção de Comunicação (CM). Aqui, apreendi bastantes conhecimentos, tanto para a minha vida profissional, como para a pessoal.

Aqui, fiquei a conhecer a missão de cada área desta Direção. Todos os colaboradores se mostraram acessíveis e dispensaram um pouco do seu tempo para me receber e transmitir informação. Assisti a várias reuniões, que são importantes para que exista coerência entre todas as áreas. Tive a oportunidade de ir a diversos eventos e perceber que os CTT têm iniciativas muito interessantes para as diferentes faixas etárias. Percebi, acima de tudo, que não é fácil trabalhar nesta área. É preciso ser-se flexível e estar disposta aos imprevistos. Sem dúvida, saio daqui uma pessoa mais experiente, tanto em soft como em hard skills.

Por fim, o facto de me terem acolhido nesta família, da melhor forma possível, foi também um grande impulsionador para que o estágio se tornasse ainda mais enriquecedor. Foi, sem dúvida, uma experiência com entrega total.

Quero agradecer aos meus colegas da CIC, por me ensinarem a ganhar experiência e por me terem ajudado a definir que a área da comunicação é, certamente, o futuro que quero seguir. Contudo, o meu agradecimento especial vai para a Adriana Eugénio, por todos os desafios que me propôs e para a Margarida Moita Santos, por ter sido uma orientadora presente e acolhedora.

A vida dá muitas voltas e nunca se sabe se, numa dessas voltas, eu volto aos CTT.

INÊS FERREIRA

## Cartão de Crédito

# O cartão que lhe dá vantagens na mão

O Cartão sem comissão de disponibilização e que **devolve 4%** das suas compras.

Sub Total:

IVA:

TOTAL: Só vantagens

Campanha válida de 1 de março a 31 de dezembro de 2022, para todas as modalidades de pagamento com limite mensal de cashback de 10 C, creditado mensalmente na conta cartão, em compras efetuadas em supermercados, restaurantes, plataformas de entrega de comida e em Lojas CTT.

**TAEG 15,8%**



TAEG 15,8% para um limite de crédito de 1.500 C, reembolsado em 12 meses. TAN 12,53%. Informe-se no BNP Paribas Personal Finance, S. A., Sucursal em Portugal, através da linha de apoio Cartão de Crédito Banco CTT 212 697 144 (chamada rede fixa nacional), 7 dias por semana, das 8h às 24h. Crédito sujeito à aprovação pelo Cetelem – uma marca do BNP Paribas Personal Finance, S. A., Sucursal em Portugal. O Banco CTT atua como intermediário de crédito vinculado sem exclusividade. Condições válidas no 2.º trimestre de 2022 e sujeitas a alterações conforme campanha e legislação em vigor.

Saiba mais em  
**bancocctt.pt**

**Banco CTT, S.A.**

**banco ctt**