

REVISTA

ctt

Nº 4_MAI_JUN_20



ÍNDICE

05 EDITORIAL

Regresso ao “novo” futuro

06 MOMENTOS

10 ELOGIOS

11 BANCO CTT

Banco CTT volta a ser distinguido na Satisfação do Cliente

Seguro Automóvel com condições especiais para colaboradores

12 +PREVENÇÃO

Condução ecoeficiente e segura

16 EVENTOS

e-Commerce Moments

Liberdade para escolher

Abrimos janelas de oportunidade

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** Arquivo CTT
Produção Comunicação e Sustentabilidade **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

Tiragem 21 000 exemplares. A revista CTT é impressa na Lidergraf – Artes Gráficas, S.A. Esta revista foi impressa em Royal Roto Silk de 115 gramas (miolo) e Magnum Satin de 250 gramas (capa). **Depósito Legal** 465461/19

PUBLICAÇÃO BIMESTRAL . DISTRIBUIÇÃO GRATUITA A revista CTT foi escrita ao abrigo do novo Acordo Ortográfico.

Agradecimentos pela cedência de fotos A todos os Colaboradores dos CTT que partilharam fotos.

26 CAPA

Tons de púrpura

30 INOVAÇÃO

Breves

32 SOU CTT

Novos parceiros, mais conveniência

34 FILATELIA

Unesco institui Dia Mundial da Língua Portuguesa

Viaje pelas rotas do correio antigo

Novo super-herói da coleção DC Comics

40 SAÚDE

Depois do confinamento, como regressar à “nova normalidade”?

42 LOJA CTT

Loja online CTT

46 OLHA EU AQUI

48 PASSATEMPOS

Há 7000 razões para pagar as suas contas com a Payshop.

Cada uma delas é um Ponto
de Pagamento CTT/Payshop
perto de si, onde pode pagar
todas as suas contas de
forma simples.

Água • Luz • Gás • TV • Net



ctt

Saiba mais em
payshop.pt



Miguel Salema Garção
Diretor de Comunicação e
Sustentabilidade

EDITORIAL

REGRESSO AO “NOVO” FUTURO

Portugal inteiro mostra-se ansioso por voltar à normalidade possível em todas as áreas e atividades. A nossa empresa não é exceção e, nos últimos meses, temos vindo a criar um conjunto de iniciativas e projetos que refletem bem a premência em vislumbrar um futuro sorridente para a nossa organização e para todos nós, enquanto seus embaixadores.

Exemplo disto, é o regresso em força do INOV+, para lançar um novo ciclo de desafios, mais precisamente, o nono. Com imagem renovada, mais intuitiva e divertida, a nova plataforma, desenvolvida dentro de portas, por colegas nossos, traz muitas novidades. Mas, no essencial, o objetivo continua o de sempre: envolver todos os colaboradores do universo CTT na procura de soluções que melhorem o dia a dia de todas as áreas, contribuindo para o aumento da qualidade de serviço, satisfação dos clientes, motivação dos colaboradores e incremento dos negócios.

Nas páginas desta edição, fique por dentro dos desafios agora lançados, saiba como participar, como submeter as suas ideias para a resolução dos mesmos e como ganhar prémios. Vai ver que não custa nada e o seu contributo é relevante para continuarmos a fazer a diferença e alcançarmos ainda melhores resultados. E porque qualquer crise transporta dificuldades, mas também novas oportunidades, a Responsável pela Área Gestão Retalho Sul 6, Rita Serrano, lançou um desafio, com carácter de urgência, a todos os profissionais na linha da frente da sua área: apresentarem ideias para captar novos clientes, incrementar o negócio e gerar mais receita, tanto nos negócios postais, como nos bancários. Luís Albuquerque, com funções de Comercial Banco CTT, na Loja dos Restauradores, aderiu de imediato.

Dada a pertinência do seu contributo, pode conhecer as suas sugestões nas páginas desta revista. A iniciativa mostra que a nossa rede tem colaboradores com talento, que vestem a camisola para levarem a nossa empresa mais à frente. Em tempo de confinamento, o comércio eletrónico adquiriu uma importância incontornável, registando crescimentos bastante expressivos em 2020, com muitos portugueses a estrear-se nas compras online. Na abertura do 3º E-commerce Moments, realizado em formato digital e em parceria com a TSF e o Dinheiro Vivo, o Presidente Executivo, João Bento, destacou a importância de desenvolvermos o e-commerce para «ser o melhor projeto dos retalhistas e das plataformas de venda online», permitindo «aos clientes dos nossos clientes, àqueles que compram e a quem nós entregamos em casa, a melhor experiência possível na sua atividade de compras online». No final do evento, ficou a certeza de que o e-commerce veio para ficar e os CTT estiveram à altura das exigências deste período conturbado. Mas o reconhecimento também nos chegou do exterior. “Mesmo à distância, sentimo-nos perto, graças a vocês”, foram as palavras enviadas pela Diretora Pedagógica da APPDA-Lisboa, Associação Portuguesa para as Perturbações do Desenvolvimento e Autismo, agradecendo aos CTT pela manutenção do funcionamento dos serviços. E, numa outra mensagem dirigida aos carteiros, a jovem Inês agradece o esforço e a exposição diária a grandes riscos destes profissionais, que exercem o trabalho sem hesitação, esperando “que esta carta lhes alegre o seu dia!”.

Somos CTT. Com entrega total!

DÁ A CARA POR ESTA CAUSA!

Este é o nome da ação, desenvolvida pela Federação Portuguesa de Futebol (FPF), que consistiu na transformação de dois mil cachecóis de apoio à Seleção Nacional em máscaras sociais. Deste modo, a FPF deu uma segunda vida a um dos principais artigos de apoio à Seleção para ajudar quem mais precisa, uma vez que o valor angariado na venda destas máscaras reverteu para a Rede de Emergência Alimentar do Banco Alimentar.

A venda das máscaras iniciou-se a 10 de junho, Dia de Portugal, podendo ser adquiridas em portugalstore.fpf.pt. Foram disponibilizados dois modelos, um de adulto e um de criança, podendo ser comprados individualmente (6,95€ e 5,95€, respetivamente) ou em pack de três (18,95€ e 15,95€). Estas máscaras são produtos reciclados “made in Portugal”, com Design Original da Seleção, sendo produzidas em fábrica e com materiais aprovados pelo CITEVE.

Desde a primeira hora que nos associámos a esta campanha: transportámos os cachecóis da sede da FPF, em Oeiras, até à fábrica, em Barcelos, onde foram transformados em máscaras sociais. Depois, a entrega das mesmas no domicílio dos portugueses (Continente, Açores e Madeira) foi, também, assegurada por nós, enquanto distribuidores oficiais. **RS**



APOIAMOS A PRESENÇA ONLINE DO COMÉRCIO LOCAL

Em associação com o Ministério da Economia e Transição Digital, no âmbito das medidas criadas pelo Governo para apoiar as PME no contexto de pandemia COVID-19, lançámos a aplicação CTT Comércio Local. Trata-se de um serviço digital que facilita a presença online de comerciantes locais e pequenos produtores, que tradicionalmente apenas mantinham atividade física. Com esta nova aplicação, passam a ter acesso a uma plataforma eletrónica para a venda dos seus produtos, gerando negócio através do comércio eletrónico.

De momento, estamos a lançar a oferta CTT Comércio Local em parceria com a Câmara Municipal de Viseu e com a Câmara Municipal das Caldas da Rainha, mas em breve será alargada a mais municípios, em todo o país.

A aplicação, desenvolvida em parceria com a empresa portuguesa Localshop, é fornecida às autarquias que, por sua vez, a disponibilizam a comerciantes e produtores locais, para que possam ter os seus produtos disponíveis em formato marketplace. Através do telemóvel e tendo em conta a sua localização, o consumidor poderá ver quais os comerciantes e produtores da região que estão presentes na aplicação, entrar nas lojas, efetuar as compras e pagar através de MB Way,



cartão de crédito ou cartão de débito.

Com esta nova oferta, damos mais um passo significativo no contributo para a promoção da sustentabilidade do tecido empresarial nacional, em linha com a nossa aposta em soluções digitais inovadoras para as diferentes necessidades de todos os clientes.

O lançamento da plataforma “Viseu compra aqui” teve lugar no dia 3 de junho, na autarquia viseense, numa cerimónia que contou com a presença da Ministra da Coesão Territorial, Ana Abrunhosa, da Presidente da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro, Isabel Damasceno, do Presidente da Câmara de Viseu, António Almeida Henriques, e do Presidente Executivo dos CTT, João Bento, entre outros. **RS**

PRESIDENTE EXECUTIVO DOS CTT **NOMEADO** PARA O BOARD DO IPC

O Presidente Executivo dos CTT, João Bento, foi nomeado para o Board do International Post Corporation (IPC) durante a Assembleia-Geral de Acionistas, que decorreu no dia 28 de maio de 2020.

Desde 1989, que o IPC define standards para a melhoria da qualidade de serviço e desenvolve tecnologia que ajuda os seus membros a, permanentemente, melhorar os seus serviços de correio internacional, encomendas e expresso. Ao reunir 25 operadores de entre os mais importantes da Europa, América do Norte e Ásia-Pacífico, o IPC representa 80% do volume mundial de correio e tem como pilares estratégicos, através de mais e melhor cooperação com e dos seus membros, ajudá-los a

manter e até ganhar vantagem competitiva num mercado em permanente transformação e na distribuição do e-commerce transfronteiriço.

Durante um mandato de três anos, João Bento, eleito em representação dos operadores do Sul dos Alpes (Portugal, Espanha, Itália, Grécia, Chipre e Croácia), estará, juntamente com onze CEO dos mais influentes operadores postais mundiais, no centro da discussão e acompanhamento dos projetos liderados pelo IPC, que têm uma influência decisiva no futuro do setor postal mundial.



Cacifos 24H

A solução certa para receber as suas compras online

Simplifique a entrega das suas compras online.

Receba as suas encomendas a caminho de casa ou do trabalho, num Cacifo 24H à sua escolha.

Recolha a qualquer hora, sem complicações e sem esperas.

Registe-se em ctt.pt/cacifos24h e encontre o seu cacifo



ctt.pt/cacifos24h

Linha Expresso 707 200 118
Dias úteis das 8h às 22h / Sábados das 8h às 14h

f Esfera CTT

in CTT - Correios de Portugal

ctt
a nossa entrega é total

OBRIGADO LOURINHÃ!

A Loja CTT da Lourinhã dinamizou uma ação em que três empresas locais, o Intermarché, a Era e a Caixa de Crédito Agrícola, enviaram um Chocotelegram com a mensagem “Obrigado” a três entidades da região: Bombeiros, GNR e Centro de Saúde. Um gesto de responsabilidade social e companheirismo, em tempo de Covid-19



Numa época em que o bem-estar, a saúde e a segurança assumem especial importância, todos ganhámos uma nova perspetiva acerca do trabalho das pessoas que estão na primeira linha desta “batalha” e garantem o funcionamento dos serviços e da sociedade. Conscientes disso e das manifestações sociais de agradecimento a estes profissionais, três empresas clientes da Loja CTT da Lourinhã, prestaram, de forma singular, esta homenagem, através de um Chocotelegram com a mensagem “Obrigado”.

A ideia partiu de Maria Lurdes Brito, gerente da Loja CTT da Lourinhã. Primeiro, a responsável pensou que aquele seria um bom produto para as empresas oferecerem aos seus colaboradores. Mas, dado que estes já estavam a reconhecer as suas equipas de outra forma, pensou noutra estratégia, ao recordar-se das vezes em que viu na televisão as palmas aos bombeiros e profissionais de saúde. Assim, a ação ganhou outras proporções, com as empresas da Lourinhã a enviarem o Chocotelegram não aos seus, mas a outras entidades que trabalham em prol de toda a população lourinhanense e que, por vezes, só são lembrados nos piores momentos: Corporação de Bombeiros,



GNR e Centro de Saúde. O Intermarché ofereceu aos Bombeiros, a Era à GNR e a Caixa de Crédito Agrícola ao Centro de Saúde. Ao todo, foram enviados 190 Chocotelegrams.

Maria Lurdes acompanhou as entregas e revela que os recetores da mensagem foram surpreendidos e ficaram tão agradados e sensibilizados com o gesto, «que até agradeciam também aos CTT». Recorda ainda uma história que foi partilhada consigo. «No Centro de Saúde, uma senhora enfermeira veio cá fora dizer que aquele gesto tinha sido muito importante. “Eu não vejo o meu filho há tantos dias, que nem imaginam o que significou esta mensagem”. Todos adoraram, ultrapassou as expectativas, foi muito bonito», recorda.

A responsável da Loja também é uma das pessoas que está na linha da frente e que vive de perto os

constrangimentos do distanciamento. «É tudo à distância, já não se pode cumprimentar ninguém». Mas, vai fazendo a sua parte, tentando passar mensagens motivadoras e tranquilizadoras. Acredita que dias melhores virão. «Nesta altura de tanta falta de afetos, estas mensagens fazem muita diferença, tal como o nosso sorriso ao balcão com os clientes, a nossa disponibilidade e as mensagens de esperança. São frases simples, mas as pessoas precisam de as ouvir e as empresas têm de mostrar que estão cá, que estão vivas e têm de se adequar ao momento».

Dado que na nossa oferta existem outros produtos que podem também ser utilizados para ações semelhantes, Maria Lurdes Brito já está a pensar na próxima ação de agradecimento e reconhecimento, desta vez, com recurso à gama de brindes CTT. Este é mais um exemplo da excelência das equipas comerciais e do nosso papel na sociedade. Obrigado Loja CTT da Lourinhã!

ELSA DUARTE

A entrega dos Chocotelegram foi acompanhada pelos meios de comunicação locais, a Rádio da Lourinhã e o Jornal Alvorada (fotógrafo Paulo Ribeiro), a quem agradecemos a cedência de imagens.

CHOCOTELEGRAM O *PRESENTE* IDEAL

O afastamento dos entes queridos, em tempo de confinamento, inspirou a Loja CTT da Covilhã a conseguir os melhores resultados na venda de Chocotelegram a particulares

A Loja CTT da Covilhã registou o maior número de vendas de Chocotelegram a particulares, a nível nacional. Foram vendidas 113 unidades com mensagens alusivas à Páscoa e ao Dia da Mãe.

«Percebemos, desde o primeiro momento, que a ação comercial do Chocotelegram constituía uma oportunidade extraordinária para ser um sucesso. Isto porque se reuniu um conjunto de circunstâncias únicas, que não poderíamos deixar de aproveitar: aproximava-se o Dia da Mãe, os clientes não as podiam visitar e o comércio em geral estava encerrado. Assim, a nossa estratégia passou essencialmente por resolver um problema que se colocava a todas as pessoas. O que oferecer às mães? Nós tínhamos a resposta», explicou José Ventura, Gerente da Loja.

A equipa promoveu o produto junto dos clientes presenciais, mas também da sua rede de contactos e as vendas não se fizeram esperar. «É um presente diferenciador, exatamente quando não a podiam entregar em mão e não tinham sequer onde comprar», defende José Ventura. Um exemplo da versatilidade e conveniência dos produtos CTT e da excelência comercial das nossas equipas. «Com foco, muita ambição e empenho de toda a equipa, foi possível construir este resultado», acrescenta o responsável.



aos



E, dado o sucesso de vendas, o fornecedor Sweets4you, também reconheceu o trabalho desta equipa, com o envio de um Chocotelegram

colaboradores da Loja.
Parabéns Loja CTT da Covilhã!
ELSA DUARTE



a nossa entrega é total

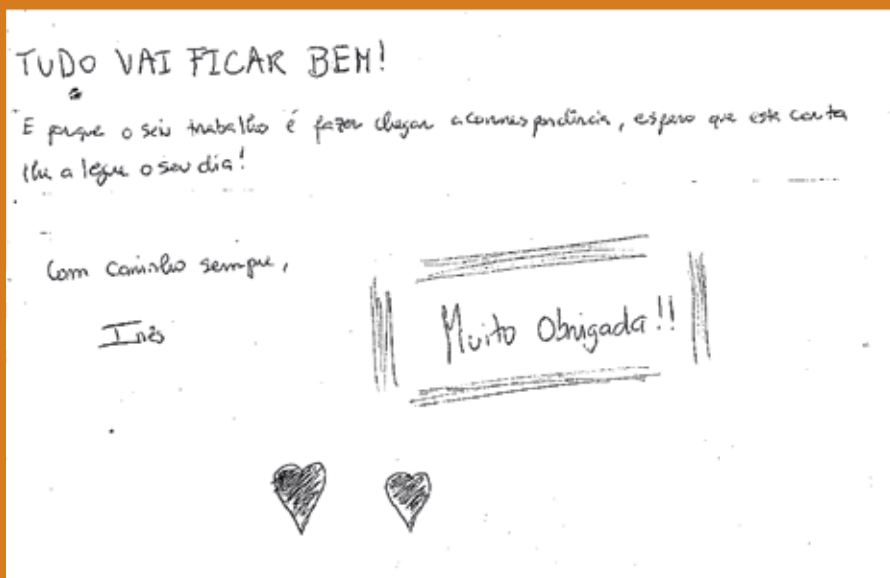
SENTIMO-NOS PERTO, **GRAÇAS** A VOCÊS

"Contacto-vos enquanto Diretora Pedagógica da APPDA-Lisboa, Associação Portuguesa para as Perturbações do Desenvolvimento e Autismo. Venho por este meio congratular-vos por manterem os serviços em funcionamento! Apoiamos perto de 250 pessoas com Perturbação do Espectro do Autismo, dos 2 aos 60 anos. Nesta fase atípica de confinamento, tivemos de encontrar formas alternativas de apoiar as famílias que estão habituadas a ter-nos por perto. Perante a dificuldade que algumas têm em aceder a material enviado por e-mail e apoio on-line, recorremos aos CTT para enviar material de apoio à estruturação de rotinas em casa e material pedagógico. Mesmo à distância, sentimo-nos perto, graças a vocês. Muito obrigada".



#OBRIGADA POR **SAIR** DE CASA

"Sr. ou Sra. Carteira ou Distribuidor, esta carta é para si! Leia por favor!". Assim começa a missiva enviada pela jovem Inês, expressando o seu agradecimento ao trabalho de todos os que em "tempos complicados", "todos os dias se levantam para fazerem chegar o correio a todas as pessoas (...) mesmo com tempo de chuva, sol ou muito vento; vocês exercem sempre o vosso trabalho sem hesitação. Acho que posso falar por todos os portugueses, em que agradecemos por este esforço feito todos os dias (...) que agora mais do nunca, se expõem a grandes riscos e ao final do dia o maior desejo é ir ter com as vossas respetivas famílias e estar em segurança. (...) E porque o seu trabalho é fazer chegar a correspondência, espero que esta carta lhe alegre o seu dia!". Em nome de todos os nossos profissionais da distribuição, aqui



deixamos, também, o nosso agradecimento à Inês, pelas suas simpáticas palavras de reconhecimento.

BANCO CTT VOLTA A SER **DISTINGUIDO** NA SATISFAÇÃO DO CLIENTE



Este prémio é da exclusiva responsabilidade da entidade que o atribuiu

O Banco CTT foi novamente distinguido como o Banco nº 1 na satisfação do cliente em Portugal pelo ECSI Portugal (Índice Nacional de Satisfação de Cliente). O ECSI Portugal é um estudo reconhecido internacionalmente que avalia a qualidade de bens e serviços de diferentes setores, entre os quais a Banca, em nove dimensões: imagem, expectativas dos Clientes, qualidade apercebida, valor apercebido, satisfação, reclamações, confiança, lealdade e presença digital. Com uma pontuação de 8,01 (numa escala de 1 a 10), o Banco CTT apresenta o melhor índice de satisfação do cliente e

das dimensões avaliadas pelo ECSI. Temos sido distinguidos com um prémio tão importante no mercado bancário, enche-nos, a todos no Banco CTT, de muito orgulho. É o reconhecimento da atenção que damos aos mais de 500 mil clientes e da excelência com que respondemos às suas necessidades todos os dias do ano. Para um Banco com quatro anos de existência, este prémio vem comprovar a nossa implementação no mercado e aceitação dos portugueses da oferta de produtos e serviços simples, transparentes e sempre próximas das necessidades dos clientes.

SEGURO AUTOMÓVEL COM **CONDIÇÕES ESPECIAIS** PARA COLABORADORES

Se o seu seguro vai renovar e o valor do prémio atual é inferior ao da simulação do Seguro +Auto, oferecemos um desconto de 5% do prémio de renovação da sua atual seguradora, durante a 1ª anuidade, na contratação do Plano 1 (cobertura obrigatória). Esta campanha aplica-se aos seguros transferidos de outras companhias, cujo tomador seja um colaborador do universo CTT (limite de três apólices por colaborador), com pagamento anual e que apresentem histórico de baixa sinistralidade (quatro ou mais anos sem sinistros). Apenas válida para seguros de veículos ligeiros, monovolumes e todo-o-terreno. Relembramos que o Seguro +Auto disponibiliza três planos com diferentes coberturas que se adequam às diversas necessidades de proteção de cada um.

A oferta inclui ainda diversas vantagens como:

- Assistência em viagem em Portugal e no estrangeiro;
- Serviço Auto na hora, um serviço de resposta rápida para o reboque do veículo que esteja impedido de circular, com indemnização de tempo de espera superior a 1 hora
- Serviço AccidentCare, que em caso de acidente ou avaria e sempre que solicitado um reboque, um representante da Generali deslocar-se-á ao local para dar todo o apoio necessário
- Serviço de táxi, como complemento à garantia do veículo de substituição, para que o segurado possa recolher e entregar o veículo alugado na rent-a-car
- Serviço de peritagem automóvel ao domicílio
- Acesso a uma rede de oficinas



recomendadas com vantagens

- Prémio anual com possibilidade de fracionar o pagamento mensal, trimestral ou semestral

Para conhecer em detalhe as condições e vantagens do seguro automóvel, visite-nos numa Loja Banco CTT e peça uma simulação.

RITA PRESAS

CONDUÇÃO *ECOEFFICIENTE* E SEGURA



As diversas fontes de energia podem ser classificadas em renováveis e não renováveis. Se a utilização das renováveis (energias solar, hídrica e eólica) não provoca uma redução da quantidade de energia disponível na natureza, já as não renováveis, disponíveis na natureza em quantidades limitadas, podem esgotar-se, se a intensidade de utilização for superior à capacidade que a natureza tem de as regenerar

Atualmente, um dos problemas ambientais mais graves da utilização intensiva de fontes de energia não renováveis é o efeito de estufa e o consequente aumento da temperatura média da superfície da Terra. Assim, a gestão da energia é um dos maiores desafios da atualidade: os recursos são limitados e os impactos negativos associados ao seu consumo são cada vez mais sentidos. Sendo o modo rodoviário responsável por parte significativa da energia final consumida, é imperativo o desenvolvimento de políticas e medidas que visem a sustentabilidade dos transportes.

Atualmente, as soluções distribuem-se em três áreas de atuação: desenvolvimento tecnológico, gestão da mobilidade e mudança comportamental.

O papel do condutor e o tipo de condução praticada pelo mesmo têm grande influência nos consumos médios, independentemente do veículo conduzido. A eco condução é uma boa prática que, nos últimos anos, tem sido alvo de grande atenção.

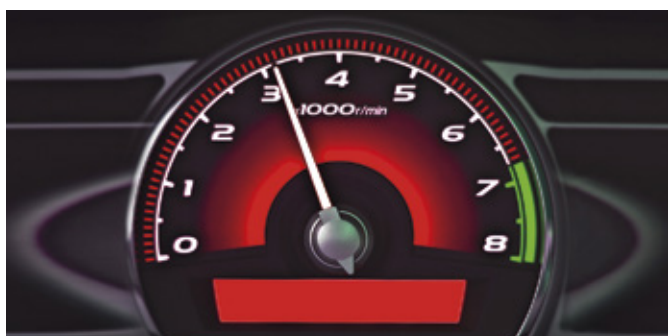
Condução por antecipação

Tal como na condução defensiva, a condução por antecipação é a base da eco condução. Uma condução por antecipação, na qual o condutor não se limita a observar o veículo da frente, permite reduzir o número de acelerações e travagens (especialmente as mais bruscas), melhorando também os consumos médios e aumentando o conforto a bordo. De notar que, quanto maior é a velocidade de circulação, mais reduzido será o ângulo de visão.



Conduzir a baixas rotações

Uma boa gestão da caixa de velocidades é um dos maiores segredos da eco condução. Sempre que possível devemos utilizar rotações do motor baixas, gerindo a caixa de velocidades, de modo a utilizar a mudança mais alta possível.

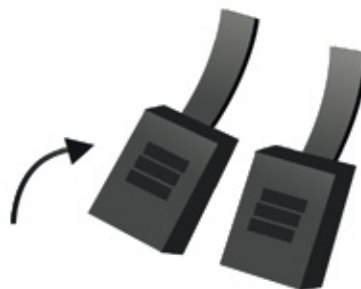


Acelerar e desacelerar suavemente

A potência necessária para acelerar um veículo será tanto maior quanto maior for a velocidade de circulação e a aceleração efetuada. Uma aceleração brusca resultará num maior consumo de combustível do que uma aceleração suave e numa maior emissão de poluentes atmosféricos e

ruído ambiente.

O antecipar de uma travagem, iniciando a redução lenta da velocidade uns metros antes do ponto previsto de paragem, permite aproveitar melhor o combustível injetado no motor. É importante considerar, também, a velocidade de circulação. Um aumento em 10% da velocidade de cruzeiro pode levar a um aumento de cerca de 40% de consumo de combustível.



Nas descidas e travagens, manter uma mudança engrenada

Um veículo com tecnologia moderna corta a injeção de combustível quando, estando em movimento, se retira o pé do acelerador e se mantém uma mudança engrenada. Esta situação permite o aproveitamento da inércia do veículo para prolongar o seu movimento, sem ser necessário consumir mais combustível.



Prevenção



Evitar situações ao ralenti

Um automóvel gasta aproximadamente 1 litro de combustível por hora ao ralenti (cerca de 0,7 l/h num veículo a gasóleo). Em poucos segundos, o gasto energético associado à ligação do motor é compensado pelo período em que o motor permaneceu desligado. Adicionalmente, um automóvel ao ralenti contribui para o ruído ambiente e para o aumento da poluição atmosférica. Por isso, são cada vez mais os automóveis que, de série, vêm equipados com sistemas, vulgarmente designados por "stop-start", que desligam o motor nestas situações.



Saber analisar os consumos

Para se conseguir melhorar a condução, no sentido de a tornar mais eficiente, é essencial perceber como se gasta o combustível. Atualmente, há diversas ferramentas que permitem monitorizar as viagens. Exemplo disso, são os computadores de bordo que, em grande parte dos automóveis recentes, permitem a visualização do consumo médio e do consumo instantâneo. Este último indicador é particularmente interessante, pois permite ver no momento a relação causa-efeito dos comportamentos de condução. Assim, estas ferramentas devem ser utilizadas, sempre que possível, pois são uma boa forma de ganhar sensibilidade para os diferentes estilos de condução.



Outros aspetos importantes

Pressão dos pneus

A pressão dos pneus deve ser verificada regularmente, especialmente antes de um percurso longo, e sempre com os pneus a frio (não ter percorrido mais de 2-3 km), já que a utilização de pneus com pressão adequada diminui o seu desgaste e reduz o consumo de combustível.

Ar condicionado

Em percursos muito curtos, particularmente em tráfego urbano, a utilização do ar condicionado pode ser pouco vantajosa, uma vez que a refrigeração do habitáculo poderá demorar mais tempo do que a própria viagem. Adicionalmente, é nas situações de maior tráfego que o sistema de ar condicionado consome mais, podendo chegar a representar cerca de 20% do combustível utilizado.

A eco condução (adoção de melhores práticas, ajustadas às atuais tecnologias automóveis), permite obter diversos benefícios. São eles:

- Redução de consumo médio de combustível.
- Redução da emissão de gases com efeito de estufa, nomeadamente o CO².
- Redução da emissão de poluentes atmosféricos locais, como o monóxido de carbono e as partículas.
- Redução dos níveis de ruído ambiente.
- Diminuição do desgaste do veículo e consequentes custos de manutenção e reparação.
- Aumento do conforto a bordo.
- Aumento da segurança rodoviária.

+ Prevenção



Selos personalizados The Flash

À venda nas Lojas CTT e em ctt.pt



THE FLASH



DC THE FLASH and all related characters and elements
© & TM DC Comics, WB SHIELD © & TM WBGL (L20)

Comece já a colecionar os selos personalizados DC, composta por Booklet no valor de 2,12€ e Folha de Colecionador no valor de 7.50€.

Em breve mais DC Comics.

CTT / GPR / DIADA CRIANÇA / 2020 - 05/10

ctt.pt

Linha CTT 707 26 26 26
Dias úteis e sábados das 8h às 22h



CTT
Correios
de Portugal



CTT
Correios
de Portugal



CTT
Filatelia



DEBATE

e commerce moments

Em tempo de confinamento, o comércio eletrónico adquiriu uma importância ainda maior nas nossas vidas. O 3º e-Commerce Moments foi dedicado a esta realidade, numa edição realizada em formato digital



A terceira edição do e-Commerce Moments, uma parceria entre os CTT, a TSF e o Dinheiro Vivo, realizou-se no dia 29 de maio, em formato digital.

No decurso do evento, foi analisada a atividade referente ao e-commerce no nosso país, centrada no contexto de confinamento, em que as compras online adquiriram especial importância e as empresas tiveram de se adaptar rapidamente às necessidades dos clientes.

A iniciar a sessão, João Bento, CEO dos CTT, reafirmou a importância estratégica desta área de negócio para a empresa, bem como o posicionamento de liderança que assumimos no desenvolvimento do



João Bento

e-commerce em Portugal. Para o responsável, os CTT pretendem «ser o melhor projeto dos retalhistas

e das plataformas de venda online». E isto implica soluções logísticas de last mile, mas também de pagamentos, devoluções, call center, publicidade física, publicidade digital, etc. «Tudo aquilo que permite aos clientes dos nossos clientes, àqueles que compram e a quem nós entregamos em casa, a melhor experiência possível na sua atividade de compras online».

Entrega total em tempo de confinamento

Destacamos a oferta e-segue, que permite ao cliente escolher e alterar o local de entrega das suas encomendas, o Marketplace Dott.pt, bem como

o lançamento da plataforma CTT Logística, vocacionada para as PME, com tudo aquilo que estas empresas precisam para estarem presentes no ecossistema digital. Em tempo de Covid-19, lançámos também uma plataforma de criação de lojas online, que conta já com mais de 900 lojas criadas, bem como parcerias com a Uber ou a Associação Nacional de Farmácias.

E-commerce em Portugal



Alberto Pimenta

Alberto Pimenta, Diretor de e-commerce dos CTT, afirma que Portugal é ainda um país emergente neste domínio. «Tem evidenciado grandes crescimentos, nos últimos anos, a taxas cada vez mais aceleradas: 12,5% em 2017, 17% em 2018, em 2019 acima dos 20% e, este ano, como irão ver, os crescimentos serão ainda mais explosivos». No entanto, é um mercado, ainda, com uma relativa baixa digitalização ao nível das empresas e dos compradores. Neste contexto de pandemia, há vários aspetos a reter. Registou-se um crescimento explosivo do e-commerce em Portugal.

Houve uma alteração do perfil de produtos comprados. O foco deixou de estar no vestuário e calçado e passou a estar nos produtos de saúde, higiene, material de escritório e artigos ligados ao confinamento.

Verificou-se, também, um aumento das

compras em lojas e marcas nacionais, bem como dos marketplaces. Para o Diretor, os desafios que se colocam à logística e às entregas relacionam-se com a crescente relevância das entregas em casa, que pede soluções como lockers e entregas sem contacto; a tendência para o outsourcing e integração da logística com as entregas, de forma a conseguir maior fluidez no processo; a entrega no mesmo dia, que veio para ficar. A omnicanalidade também vai adquirir mais importância no retalho e exigir mais flexibilidade da cadeia de abastecimento. Quanto à resposta que os CTT deram neste contexto, Alberto Pimenta refere que «estávamos armados com três plataformas eletrónicas que são: o Marketplace Dott, uma plataforma de criação de lojas online e a CTT Logística, uma plataforma de soluções integradas, armazenamento e preparação da entrega».

O Futuro do Retalho. Resposta do comércio eletrónico durante a crise pandémica Decathlon



Francisco Dias

Para Francisco Dias, Responsável de e-commerce da Decathlon, o desafio passou por fazer esta transformação num curto espaço de tempo. A empresa posicionou-se como uma plataforma de apoio ao desporto e desenvolveu várias ações: a venda à porta das lojas,

«QUEREMOS SER O MELHOR PROJETO DOS RETALHISTAS E DAS PLATAFORMAS DE VENDA ONLINE». JOÃO BENTO

a possibilidade de, em parceria com os CTT, fazer a expedição a partir da loja, ou a recolha das encomendas sem sair do carro. Durante este tempo, os clientes puderam comunicar com os colaboradores das lojas via mensagem ou videochamada. Foi criado um showroom virtual, para simular o ambiente de loja, e ferramentas de realidade aumentada que permitiam simular, por exemplo, a existência de uma passadeira na sala do cliente. A Decathlon tem como ambição «ser o promotor da prática desportiva em Portugal. Acreditamos que temos essa responsabilidade», referiu Francisco Dias.

Delta



Patrícia Santos

Face ao aumento da compra de bens alimentares através do canal online e, dado que o consumo de café passou a ser feito totalmente em casa, a Delta foi fortemente impactada.

«PORTUGAL TEM EVIDENCIADO GRANDES CRESCIMENTOS NOS ÚLTIMOS ANOS, E, ESTE ANO, OS CRESCIMENTOS SERÃO AINDA MAIS EXPLOSIVOS».
ALBERTO PIMENTA

Patrícia Santos, responsável de e-commerce da Delta, revela que o volume de encomendas diárias neste canal teve um aumento de mais de 600%. Para a responsável, a compra online tem, principalmente para quem não estava habituado a esta realidade, três premissas: simplicidade, rapidez e confiança.

Para responder ao aumento da procura foi preciso reforçar as equipas alocadas a este canal de vendas, bem como garantir a agilidade dos processos, nomeadamente do processo logístico. A marca incluiu ainda outros produtos na loja online, antes exclusiva para a venda de café.

Patrícia Santos defende que a marca esteve à altura do desafio e aponta três fatores críticos de sucesso: a criação de novas propostas de valor, através da criação de packs, a otimização dos processos e os prazos de entrega razoáveis.

«As marcas que mostraram estar à altura do desafio neste período saíram favorecidas na relação com os seus clientes». Para o futuro, é preciso inovar, investir e superar.

La Redoute

Já na La Redoute, conhecida pela venda através de catálogo, mas que nos últimos anos desenvolveu um processo de transformação digital, foram tomadas três decisões para facilitar a compra: o aumento do prazo de devolução para 90 dias, a substituição da recolha de produtos em pontos de recolha pela entrega domiciliária e o reforço do atendimento ao cliente, para esclarecer todas as dúvidas e questões que os clientes pudessem ter.

Paulo Pinto, CEO da La Redoute, revela que, como resultado, tanto no mercado têxtil, que ao início sentiu alguma queda, como no mercado de produtos



Paulo Pinto

para a casa, foi registado um aumento das vendas.

Entre os produtos mais vendidos estiveram o vestuário de criança, produtos para a casa, roupa para estar em casa e têxtil lar. Registou-se também um aumento de tráfego ao site e muitos clientes novos, bem como a consolidação da performance da app. «O futuro passa por consolidar o serviço ao cliente, a pessoa mais importante do nosso negócio e a estratégia de omnicanalidade», concluiu Paulo Pinto.

Pc Componentes



Alexandre Santos

A Pc Componentes também opera exclusivamente em e-commerce e, registou, durante este período, um

aumento explosivo das vendas.

Alexandre Santos, Country Manager da Pc Componentes Portugal revela que, após a declaração do estado de emergência, surgiu o primeiro pico de vendas. Foi um aumento de mais de 200% em termos de faturação, com os computadores a liderarem a lista dos produtos mais vendidos, estando os componentes e periféricos também presentes entre os mais comprados. Para responder ao desafio logístico, a empresa aumentou em 300% a sua capacidade logística, com turnos 24/7, sem cruzamento entre colaboradores. Da mesma forma, as equipas de apoio ao cliente foram reforçadas.

«Somos um puro e-commerce. Temos de garantir que o cliente não tem receio de comprar, que não receia a segurança no manuseamento dos equipamentos e que o apoio ao cliente também é garantido», afirma Alexandre Santos, que acredita que muitos dos novos clientes fizeram, nesta altura, a sua primeira compra online.

Worten

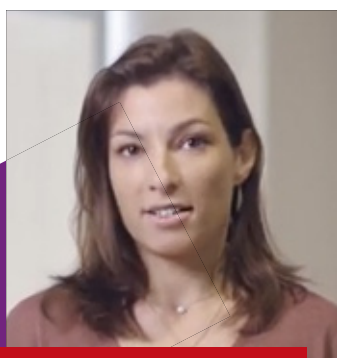
Para Joana Pina Pereira, Responsável de e-commerce da Worten, a Covid-19 ajudou a acelerar digitalmente Portugal e realça o papel das equipas neste processo: a capacidade rápida de adaptação das operações, a resposta das equipas das lojas que, do dia para a noite, criaram um drive-thru para as pessoas recolherem as suas encomendas e fazerem o pagamento de forma segura, a criação de assistência remota e as compras que chegaram a ser entregues no mesmo dia. Para a Responsável, esta realidade ajudou a criar uma relação mais humana e próxima no e-commerce, com a criação de chats online ou disponibilização do número de telefone das lojas.

No caso da Worten, Joana revela que

Painel DEBATE 1



A BOA EXPERIÊNCIA QUE OS CONSUMIDORES TIVERAM, DURANTE O CONFINAMENTO, CONTRIBUIRÁ PARA A MANUTENÇÃO DA TENDÊNCIA DE COMPRAR ONLINE EM LOJAS PORTUGUESAS



Joana Pereira

aquando dos primeiros casos de Covid e decreto do estado de emergência, houve alguma retração no comportamento dos consumidores mas, depois, com a emergência das necessidades inerentes a quem está em casa, que precisa de café, de fazer pão, que não quer ficar gordo e, principalmente, com o fecho das escolas e início da telescola «a subida foi absolutamente vertiginosa». Destaca ainda a procura muito evidente de categorias de produtos “secundários” como máquinas de fazer pão ou passadeiras de desporto e, após o início da telescola, de consumíveis e produtos para o apoio ao estudo das crianças. «Juntos conseguimos ganhos históricos de quota de mercado que temos grande confiança de que os vamos conseguir manter».

Em debate

Quem estivesse a assistir à sessão poderia colocar questões via whatsapp. O debate foi moderado por Paulo Tavares, jornalista da GMG. Questionados sobre a tendência registada, durante este período, para a compra online e em lojas portuguesas, dado que, até então, as compras online eram maioritariamente feitas em lojas estrangeiras, os participantes acreditam que a boa experiência que os consumidores tiveram, durante o confinamento, contribuirá para a manutenção da tendência de comprar online em lojas portuguesas. Sendo a compra um ato social, será necessário apostar na omnicanalidade e conjugar a compra física com a online. O volume de vendas online poderá decrescer um pouco, mas será uma tendência que veio para ficar. E de que modo esta nova forma de compra impactou o mercado de trabalho e a procura de novas profissões? Houve, por parte destas empresas, a necessidade de reforçar algumas equipas, nomeadamente as áreas de logística e atendimento ao cliente e de dar aos colaboradores novas competências. Para o futuro, será necessário ter pessoas com competências para analisar dados e prever tendências. E para quem está a iniciar um negócio

online, esta é uma boa altura? Sim, é sempre uma boa altura, mas os consumidores estão mais exigentes, por isso os negócios têm de estar bem estruturados.

De que forma o e-commerce pode salvar os pequenos negócios Dott



Gaspar D'Orey

Para Gaspar D'Orey, CEO do Dott, aquele Marketplace tem como missão ser um espaço dos portugueses e para os portugueses. Em época de pandemia, o Dott quis ajudar os portugueses a ficarem em casa e, desta forma, desenvolveu algumas ações, como a oferta da entrega dos produtos de supermercado ou o estabelecimento de parcerias no sentido de permitir às empresas venderem mais, trazendo-as

Painel DEBATE 2

O E-COMMERCE VEIO PARA FICAR E AS EMPRESAS TÊM DE ESTAR PREPARADAS PARA ESTA REALIDADE



para o Dott. Nesse sentido, foram estabelecidas parcerias com a Sonae Sierra que permitiu comprar, por exemplo, no Norteshopping através daquele marketplace. Destaca-se a primeira feira digital realizada em Portugal – A Feira de Queijos e Vinhos DOP, totalmente feita online e que permitiu a micro-empresários venderem os seus produtos para todo o país. O Dott orgulha-se de ter ajudado os empresas a transitarem do físico para o digital e afirma que continuará a fazê-lo. «Esperemos que o e-commerce continue a ser a regra, porque acreditamos que esta transição será muito positiva e que coexistirá muito bem com o físico. O cliente conseguirá ver que tem uma alternativa muito viável aos canais físicos».

Primeira feira digital de Queijos e Vinhos DOP

Esta feira surgiu para fazer face a uma necessidade clara. Os típicos locais de venda dos produtos foram encerrados, as feiras canceladas, as encomendas anuladas. Os produtores tinham em mãos um problema, dado que estes produtos não podem ser armazenados ou deixar de ser produzidos, explicou Jorge Brito, Secretário Executivo da CIM (Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra). Assim, para realizar o evento através do Dott, houve todo um processo de qualificação e literacia digital que teve



Jorge Brito

de ser feito com estes produtores e o evento foi um sucesso. Para Jorge Brito, esta «economia do conforto veio para ficar porque estamos todos confortáveis a receber um queijo DOP em nossa casa». O futuro passa por apostar na qualificação tecnológica dos produtores e das empresas para que, cada vez mais, possam estar no digital.

Olx

Sebastian Lemmens, Responsável pelo Olx em Portugal, também realçou a crescente procura de coisas online e revela alguns dados acerca do mercado português. 75% dos portugueses estão online, mas apenas 39% compram online. Esta é uma taxa inferior aos países europeus e, para Sebastian, é motivada pela falta de confiança nos processos associados à compra online, desde os meios de



Sebastian Lemmens

pagamento à política de devoluções e aos meios de entrega. Para compensar isto, defende que é preciso focar em três áreas: colocar o cliente primeiro, desenhar a customer journey a partir do nosso ponto de vista de consumidor e de acordo com o universo online; aumentar a conveniência da experiência online – mobile first e apostar na confiança e segurança, investindo em cibersegurança.

Fnac

O Marketplace da Fnac foi criado em 2013 e, atualmente, conta com 6 milhões de produtos à venda, um número que cresceu nos últimos tempos. E face ao crescimento explosivo durante este período, a Fnac lançou a campanha “Não faças pausa ao negócio”, para dinamizar a economia nacional. A empresa ofereceu dois

«HOJE OS CTT TÊM UMA OFERTA 360
PARA TODA A CADEIA DE VALOR DO
E-COMMERCE, DESDE A CRIAÇÃO DE LOJAS
ONLINE, À LOGÍSTICA À ENTREGA».
JOÃO SOUSA



Andreia Grave

meses de fee, para que as empresas pudessem experimentar, sem qualquer custo fixo. Os primeiros resultados são muito animadores, revela Carla Oliveira, Marketplace Manager da Fnac. «Acreditamos que temos um papel importante na aceleração digital dos portugueses, quer clientes, quer empresas. E a Covid veio acelerar e esperamos que haja mais empresas interessadas para que possamos ajudar», afirma Carla.

Espaço Casa



Carla Oliveira

Por seu lado, o Espaço Casa o processo de aproximação ao cliente, lançando a loja online. A marca estava a trabalhar

para lançar a sua loja online e acabou por acelerar essa implementação. Para isso, recorreu à plataforma lançada pelos CTT. «Criámos a loja online com os CTT e a nossa experiência está a ser muito positiva», afirmou Andreia Grave, Diretora de Marketing do Espaço Casa. Andreia destaca a facilidade do processo e revela que, no caso do Espaço Casa, a introdução de produtos foi gradual. «Começámos com 300 artigos. Para nós, foi importante, tínhamos um certo receio, estamos habituados a que o cliente vá à loja. Para nós, esta é uma realidade nova, ainda nos estamos a habituar. Atualmente, já temos 1000 artigos à venda na loja online».

Lições e dificuldades

Moderado pelo jornalista João Tomé, da GMG, o segundo debate centrou-se nas lições tiradas pelas empresas perante esta aceleração das compras online e das dificuldades sentidas pelas pequenas empresas ao entrarem neste universo. Os intervenientes são unânimes: é preciso ter vontade de levar o negócio para este nível, depois, as estruturas das plataformas têm colaboradores especializados para ajudar no que for preciso. É, no entanto, necessário ter literacia digital para estar presente neste mercado e dar competências às pessoas. É ainda muito importante ter uma boa visão de negócio, com uma boa apresentação dos produtos a vender online e saber diferenciar-se da concorrência. Em análise estiveram ainda temas como a inteligência artificial e a omnicanalidade. O e-commerce veio para ficar e as empresas têm de estar preparadas para esta realidade.

Para o Administrador Executivo dos CTT, João Sousa, que encerrou o evento, o



João Sousa

confinamento serviu para demonstrar a criatividade dos empresários que «respondem muito bem a todos os desafios a que são submetidos». João Sousa defende que os CTT também estiveram à altura das exigências. «Os próprios CTT, no ano em que comemoram 500 anos (de atividade postal), tiveram de acelerar e ser bastante dinâmicos para dar soluções a estes grandes clientes. E achamos que foi bem conseguida a nossa resposta, uma resposta bastante rápida», usufruindo das ferramentas já existentes para o e-commerce de novas soluções desenvolvidas pela equipa CTT, que trabalhou arduamente durante este período. Por isso, deixou uma palavra de apreço à equipa CTT.

Hoje, os CTT têm uma oferta 360 para toda a cadeia de valor do e-commerce, desde a criação de lojas online, à logística e à entrega, sendo, por isso, o parceiro de excelência para o e-commerce em Portugal. «Podem contar com os CTT. A nossa entrega é total e vamos continuar a ligar pessoa e empresas. É esta a nossa missão».

ELSA DUARTE

LIBERDADE PARA *ESCOLHER*



Em abril, chegou ao fim a primeira fase de divulgação da campanha Keep Me Posted – Direito à Escolha do Cidadão. Conheça as reações dos portugueses a este movimento. E você, já aderiu?

A campanha Keep Me Posted – Direito à Escolha do Cidadão ou Keep me Posted Portugal, replica no nosso país a campanha europeia do mesmo nome. Porque esta é uma campanha internacional, os promotores da iniciativa nacional (CTT, APIGRAF e CELPA) decidiram manter a designação adotada nos países e entidades aderentes, que partilham os mesmos objetivos: promover o direito do cidadão de escolher a forma como quer receber a sua informação – em papel, digital, ou ambos – sem qualquer penalização ou custo adicional.

Até abril de 2020, os clientes que entraram em 519 das nossas Lojas e Pontos CTT ficaram a par da campanha através de cartazes e desdobráveis aí disponibilizados. Face à elevada procura, os iniciais 50 mil folhetos revelaram-se insuficientes, tendo sido produzidos mais 20 mil para distribuição nos nossos espaços.

O site <https://www.keepmepostedportugal.pt/> mantém-se ativo para dar a conhecer a campanha, os factos que levaram à sua criação, os dados de suporte à escolha e as informações necessárias para a adesão de qualquer cidadão, empresa ou entidade a este movimento. A campanha tem também presença constante nas nossas redes sociais.

Até ao momento, o site da campanha já conta com mais de 4800 visitantes, sendo que, em 2020, 63% entraram por pesquisa direta da campanha (resultado do impacto da divulgação nas Lojas e Pontos CTT) e os restantes através das várias das redes sociais dos CTT (aquando de publicações). O número de visitas mais relevante ocorreu na publicação feita a 15 de março, Dia dos Direitos do Consumidor.

O site é continuamente atualizado, sendo respondidos

O QUE DIZEM OS CIDADÃOS

Dos inúmeros comentários recebidos através de cartas, site da campanha e redes sociais, aqui deixamos uma amostra que reflete bem a importância desta iniciativa para os portugueses.

- Sou de opinião que não devemos ser obrigados nem a enviar nem a receber o que quer que seja apenas por meios informáticos. O Direito à Escolha é importantíssimo e daí o meu agradecimento pela iniciativa, que espero, venha a ter muitos apoiantes.
- Atualmente recebo tanto correio eletrónico, em duas caixas de correio, a pessoal e a do trabalho, que à maior parte das coisas faço delete e não leio. Enquanto que uma carta em papel levo para a mesa de cabeceira para ver à noite. Ler no telemóvel está fora de questão, é tudo pequenino e às vezes tenho dificuldade em voltar a encontrar uma coisa que me interessa ver.
- Gosto de receber cartas, detesto ter de me ligar a um computador ou ao telemóvel para ver/consultar os meus documentos. Quero continuar a receber os extratos do meu banco em papel, quero ter a conta da luz, gás e água em papel.
- As entidades devem enviar a informação em suporte físico e não exclusivamente por correio eletrónico, pois muita gente não tem acesso



à internet, nem a computadores. Infelizmente é uma realidade! Quem quiser receber exclusivamente por correio eletrónico, muito bem, mas quem não quiser ou não tiver acesso, não deve ser penalizado.

- Prefiro a fatura em papel porque já fui prejudicado pela fatura eletrónica, ao não reparar num aviso que a mesma trazia.
- Os meus pais não acedem à internet, e estando longe deles não lhes consigo levar os documentos em papel para que possam ir pagar ao MB. Certos operadores de

telecomunicações já não permitem suporte em papel, sem que se tenha custo adicional.

- Só hoje tomei conhecimento da campanha ao balcão dos CTT de Évora e não podia deixar de participar! Sou penalizada economicamente por optar pela faturação em papel, sentindo-a como um direito
- Nem todos podem aceder ou mesmo sabem utilizar e usufruir desta “janela para o mundo”. Sem desvalorizar a net e a sua inegável utilidade, o papel continua a ser uma mais-valia e não uma relíquia! O papel assegura o documento impresso, o contrato assinado no tablet, a certidão emitida online. É a segurança extra. Um não substitui o outro, complementam-se!
- Acho muito positiva esta ação. O meu banco informou-me que iria enviar os meus extratos por correio eletrónico. Solicitei que me continuassem a enviar os extratos por carta. Perguntaram-me porquê e eu respondi: “Trabalho nos CTT, motivo pelo qual desejo continuar a receber correspondência física”.

todos os pedidos de informação e comentários recebidos na mailbox da campanha (ver caixa: O que dizem os cidadãos). Em abril, um novo parceiro, a DECO, veio juntar-se à campanha. Eis o testemunho que nos enviou a Diretora Geral, Ana Cristina Tapadinhas: “Vivemos uma fase de transição digital, e é importante que os consumidores tirem o melhor partido destas novas ferramentas no seu dia a dia. Mas não devemos transitar, esquecendo um elemento fundamental para os consumidores: o seu direito de escolha. A DECO tem acompanhado com bastante preocupação as práticas de algumas empresas que obrigam ou penalizam o consumidor a aceitar modelos de faturação digital, sem que o mesmo possa escolher o modelo que mais se adequa ao seu perfil. Esta situação é especialmente problemática em serviços públicos essenciais, cujos destinatários são consumidores especialmente vulneráveis,

com ausência de literacia digital. Obrigar o consumidor a suportar um custo acrescido pelo envio de uma fatura em papel quando esta é a alternativa mais adequada, constitui uma violação grave dos direitos dos consumidores e deve ser combatida pelas entidades reguladoras. Existe um valor do qual a DECO nunca prescinde: da liberdade de escolha do consumidor. É, por isso, que nos aliamos a esta iniciativa, pois consideramos que a mesma promove exatamente essa liberdade, reforçando a importância de que os meios digitais constituam um elemento complementar, mas não substituto aos anteriores meios”.

ROSA SERÔDIO

ABRIMOS JANELAS DE OPORTUNIDADE

Em março, Rita Serrano lançou um desafio a todos os colaboradores de Lojas CTT e Lojas Banco CTT da sua área de gestão: apresentarem ideias para captar novos clientes, incrementar o negócio e gerar mais receita



Qualquer crise, seja de que natureza for, carrega em simultâneo um conjunto de atributos contraditórios. Se, de imediato surgem vários obstáculos, também, com a mesma rapidez se abre um campo inesgotável de oportunidades, fazendo jus ao ditado: “fecha-se uma porta, abre-se uma janela”. E como “a necessidade aguça o engenho”, a Responsável pela Área Gestão Retalho Sul 6, Rita Serrano, sentiu a urgência de pedir aos profissionais na linha da frente um tempo de reflexão, «acerca de nós próprios e do que nos rodeia, levando-nos a pensar novas formas de estar, de agir, de comunicar e de fazer negócio, numa conjuntura extremamente desafiante, em ambiente de exceção».

Em 24 de março, o desafio foi lançado. «Convidámos todos os elementos da nossa equipa em Lojas CTT e Lojas BCTT a pensar na sua função na empresa, incitando-os a conceber novas ideias ao nível de produtos, processos, rotinas, gestão de negócio e de pessoas,

novas oportunidades, etc.», explica Rita Serrano, que continua: «Coisas que tenham a ver connosco ou com a empresa, coisas mais específicas ou mais genéricas, mais sonhadoras ou mais terrenas, mais disruptivas ou mais conservadoras. Tudo valia. Coisas passíveis de serem implementadas, que dependem de nós, ou que carecem de apresentação e validação de terceiros». Até final de abril, chegou um número significativo de contributos, de ambas as áreas de negócio.

Patrícia Magalhães Rodrigues, da Loja CTT Santa Justa, partilhou algumas ideias importantes para incrementar a receita nas nossas Lojas. São exemplos, a colocação de mais jogos da Santa Casa junto dos clientes que já adquirem a lotaria, bem como proporcionar aos clientes uma experiência diferente em Loja, oferecendo-lhes um pequeno



Luís Albuquerque e Rita Serrano

espaço de lazer, que contemplasse a instalação de uma máquina de venda automática de café e snacks. A Responsável destaca as sugestões de Luís Albuquerque, com funções de Comercial Banco CTT, na Loja dos Restauradores, que «dada a sua experiência na área postal e na área

banco, deu um contributo dual e muito interessante, marcado precisamente por vantagens para os nossos clientes que usufruem de serviços em ambas as redes, com descontos nos nossos produtos e serviços, entre outras

ideias». (Ver caixa)
Satisfeita com a adesão ao desafio, Rita Serrano, conclui: «Estes contributos reforçam a ideia de que, efetivamente, temos uma rede cheia de colaboradores com talento, com

um sentido de missão único, que todos os dias vestem apaixonadamente a camisola para levarem a nossa empresa mais à frente. A nossa entrega na rede de Lojas é total!».

ROSA SERÔDIO

AS JANELAS DE LUÍS ALBUQUERQUE

Quais as mais valias ou vantagens para mim enquanto cliente Banco CTT no grupo CTT

Ou, enquanto cliente CTT, o que ganho na parte postal em me tornar cliente Banco CTT?

Partindo destas questões colocadas a si próprio, Luís Albuquerque reuniu o conjunto de sugestões, que apresentamos abaixo.

PARTICULARES

E-Commerce – Assegurar a escolha do consumidor pelos CTT num mercado cada vez mais competitivo e em constante crescimento.

OLX, DOTT – Cliente Banco CTT

CTT E – Segue com 2 opções:

- Desconto de X % no valor estipulado para seguro da mercadoria ou
- Desconto de X % ou total na metodologia entrega com 2ª tentativa.

Aqui pensei como poderia ser feito o reconhecimento por parte do OLX, DOTT de um cliente Banco CTT, sendo que os custos de IT para implementação desta teriam de ser o mais baixo possível, de forma ao maior retorno sobre investimento feito.

Uma sugestão passaria pela introdução do número do cartão Banco CTT e consequente envio através de sistema de um código de validação para o telemóvel do cliente.

- O objetivo aqui é: + Clientes no mundo CTT, nomeadamente Banco CTT.

AmazonStores – Fora do espaço Europeu

Pensei no tipo de clientes com necessidade de ter as suas encomendas da Amazon, fora do espaço europeu, em sua posse o mais rapidamente possível.

O que poderia ser feito no percurso da encomenda, no momento em que fica do nosso lado? Como podemos ajudar o cliente e recolher ganhos?

Via Normal

- Amazon -> Portugal (alfândega) / Tempo de retenção, burocracias, despacho alfandegário / -> entrega ao cliente->Receção do cliente

Via Proposta

- Amazon -> Portugal (alfândega) <-CTT Amazon Express -> Receção do Cliente

Adotando o último passo da metodologia CTT Morada Virtual (Nós desalfandegamos por si) e acrescentando o serviço expresso e as suas opções (janelas horárias, 2ª tentativa, seguro, Uber CTT (today), cacifos CTT). Efeito catalisador.

Anuidade cartão BCTT

Inclusão de uma opção para isenção de anuidade de cartão Banco CTT – Consumo anual produtos CTT. Exemplo: >igual 25 a 35€ ou 50 a 70 € em e-commerce com distribuição pelos CTT.

Cross APPS CTT e BCTT

Alargar as funcionalidades da APP BCTT ao mundo CTT

- Implementação ou transporte de simulador de envios, tracking.

Novidades e campanhas de envio

(exemplo: Desconto de X % em envios para o Brasil).

Por exemplo: Quando nós, comerciais, fazemos login no NAVE, uma janela abre com novidades CTT diárias, pitches de venda. Até que ponto pode ser estendido ao login nas apps para os clientes BCTT que autorizaram o consentimento de dados? Até que ponto é exequível em termos técnicos, custo/benefício uma APP para clientes CTT mais completa e simbiótica?

EMPRESARIAL

Penso que a procura por uma simbiose comercial entre CTT (banco + postal) e empresas com um robusto leque de mais valias e mútuo ganho poderá ser uma forte ferramenta de incremento de rentabilidade da empresa.

PUBLICIDADE ATRAVÉS DE COLABORADORES

Mochilas Banco CTT

Já não é a primeira vez que, no meu percurso diário, me deparo com colaboradores de outras instituições e as suas mochilas. Também não é a primeira vez que estes colaboradores são abordados no seu percurso diário, com perguntas sobre produtos comercializados nas instituições a que pertencem.

O Banco CTT, a meu ver, é um banco que ganhou e tem vindo a ganhar mais peso e consideração junto dos portugueses e estrangeiros residentes, como tal existe curiosidade e interesse destes no Banco CTT.

As simples mochilas podem abrir portas ao negócio!

TONS DE *PÚRPURA*

O INOV+ by CTT estava a ficar roxo para regressar. Porquê roxo?
Porque é a cor da criatividade, da espiritualidade, da inspiração
e agora, também, da Inovação CTT

**ESTÁVAMOS
ROXOS PARA
REGRESSAR!**

INOV+



Por isso, está de volta para um novo ciclo de desafios, trazendo várias novidades, entre as quais, uma dinâmica de funcionamento mais simples, de modo a valorizar o mérito das ideias e dos seus autores, e, até, uma nova plataforma, mais intuitiva e com uma imagem divertida, criada por colaboradores dos CTT

Mas a essência mantém-se: o INOV+ continua a ser uma iniciativa integrada no programa +INOVAÇÃO by CTT, que pretende envolver todos os colaboradores do universo CTT na resolução de desafios e problemas que afetam o dia a dia da nossa atividade, em qualquer uma das áreas de atuação. O funcionamento assenta em ciclos de desafios (e já vamos no 9º ciclo!), com uma duração média de três meses cada um, e com três ou quatro desafios ativos de cada vez.



DESAFIE-SE

Neste 9º ciclo, a plataforma de gestão das ideias dos CTT tem quatro desafios ativos:



Como incentivar o self-care nos canais digitais?

Atualmente, disponibilizamos serviços que podem ser adquiridos no site CTT, nas lojas ou no Contact Center (ex: Encontrar Códigos Postais, Alterar Entregas, Agendar Recolha, Pedidos de Esclarecimento sobre Produtos e Serviços), sendo que os canais digitais são a via de acesso aos mesmos que representa menor custo para a empresa.

No site CTT e na App CTT disponibilizamos um conjunto de ferramentas que permitem ao cliente total autonomia, sem necessitar de contactar os Canais de Apoio ao Cliente. No entanto, em 2019, 37% dos pedidos para alterar entregas (antigo SIGA) foram efetuados via site CTT e quase 40% através de uma chamada para o Contact Center. Assim, é importante encontrar soluções concretas que potenciem mais a utilização dos canais digitais.



Como aumentar a afluência às Lojas CTT e a importância dos CTT?

Com o descréscimo do correio físico, o aumento das encomendas e a disseminação de alternativas eletrónicas ou físicas, externas aos CTT, para a prestação de serviços financeiros vários, verifica-se um declínio na perceção da importância dos CTT pelos seus clientes, com reflexo na diminuição da afluência às lojas.

O NOVO INOV+ FOI DESENVOLVIDO INTEIRAMENTE POR COLABORADORES DOS CTT

É, pois, urgente encontrar formas concretas de, por um lado e em geral, aumentar a sensibilidade dos cidadãos e clientes para o contributo social e económico que os CTT lhes podem prestar e, por outro e em particular, da conveniência e utilidade dos serviços prestados nas lojas atraindo mais clientes, criando condições para uma experiência distinta, agradável e positiva em loja, que faça com que os clientes partilhem e queiram repetir, levando-os a adquirir os múltiplos produtos e serviços. Procuram-se ideias originais e concretas sobre como reforçar estes dois vetores, criando valor, e que, desejavelmente, se possam concretizar no mais curto prazo possível.



Como incentivar o empreendedorismo dos colaboradores?

No passado, desenvolvemos iniciativas para criar condições de outsourcing de certas vertentes da atividade postal, nomeadamente das lojas – visando constituírem-se como soluções win-win (para a empresa e para os colaboradores aderentes). No entanto, ficaram aquém dos resultados esperados.

Volvidos alguns anos e num cenário de transformação digital, pretendemos propostas concretas que constituam soluções viáveis, concretizáveis no mais curto espaço de tempo possível e enquadráveis na nossa missão, para externalizar, em

TEM UMA DINÂMICA DE FUNCIONAMENTO MAIS SIMPLES, DE MODO A VALORIZAR MELHOR O MÉRITO DAS IDEIAS E DOS SEUS AUTORES

condições a definir, serviços CTT para os seus colaboradores que queiram assumir esse papel de empreendedores. Os serviços em questão, tanto podem ser os que a empresa já disponibiliza, como outros, inovadores, propostos pelos próprios colaboradores e que sejam compatíveis com o estatuto dos CTT. O empreendedorismo para o qual desafiamos os colaboradores visa culminar em acordos que sejam vantajosos para ambas as partes.

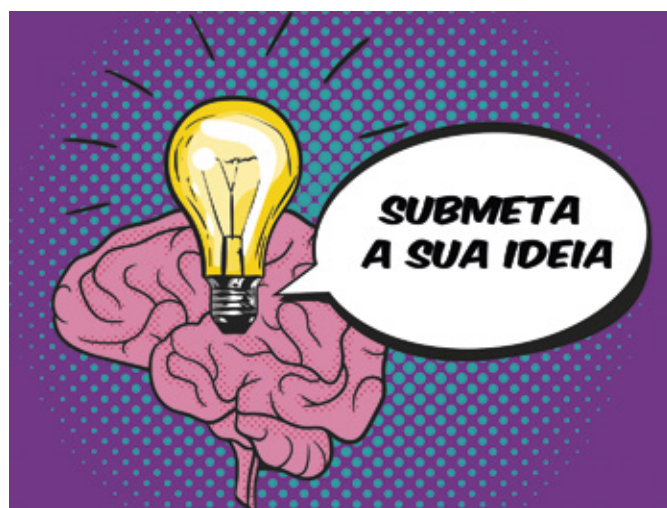


Como reduzir a pegada ecológica dos CTT, potenciando novos serviços?

A oferta CTT chega aos clientes pelos mais diversos canais (frota, carteiros, lojas) e disponibilizados produtos diversos (ex: embalagens, envelopes), cuja pegada ecológica é e pode ser ainda mais reduzida.

Eis exemplos, alguns já em uso na organização, para atingir este objetivo: utilização de veículos elétricos cada vez mais eficientes, de combustíveis mais amigos do ambiente, lojas em que a energia elétrica pode ser auto-gerada (painéis solares, películas transparentes nas vidraças), utilização de embalagens feitas de matérias recicláveis e/ou reutilizáveis. Estas são algumas das soluções que reduzem a pegada ecológica. Este desafio pretende captar junto dos colaboradores outras soluções, também utilizáveis pelos carteiros, por exemplo, em qualquer ponto da cadeia de valor da prestação da oferta CTT, que potenciem de uma forma inovadora aquela redução.

INSIRA IDEIAS



Agora que já conhece os desafios ativos, partilhe as suas ideias para a resolução dos mesmos, num novo formulário de fácil preenchimento.

Sinteticamente, explicamos o novo modelo de análise das ideias:

- Cada ideia é analisada preliminarmente pela equipa INOV+, para saber se responde ao desafio em que foi inserida e não está repetida;
- Cada ideia tem um autor e pode ter até quatro coautores;
- Cada ideia submetida e aceite permite ganhar ao autor e a cada um dos coautores cinco pontos;
- Para saber quais as ideias que já foram submetidas e aceites e poder participar no debate das mesmas, qualquer utilizador pode aceder à comunidade online no Teams. Os comentários não dão direito a pontos.

No final de cada ciclo, as ideias submetidas serão analisadas pela área responsável pelo desafio, que decide sobre o mérito da ideia e o potencial de implementação, no sentido de gerar valor para a organização, envolvendo as demais áreas que forem necessárias.

Posteriormente, haverá uma sessão pública por ciclo (em data a anunciar) em que os autores e coautores apresentarão as ideias selecionadas para “pitch” pelas áreas responsáveis pelos desafios.

COMENTE



Continua a ser possível conhecer e comentar as ideias dos outros utilizadores e acrescentar-lhes valor, porque há coisas que não mudam. Juntos continuamos a alcançar melhores resultados!

Para saber quais as ideias que já foram submetidas e aceites e poder participar no debate, aceda à comunidade online no Teams criada para esse efeito. Lá pode consultar as ideias já inseridas e enriquecê-las, mas ressalva-se que os comentários não conferem direito a pontos.

GANHE PONTOS E PRÉMIOS



Ao submeter ideias ganha pontos que pode trocar por vouchers de desconto no Dott. O fim do leilão é outra novidade. Agora, logo que acumule 50 pontos, pode imediatamente trocá-los.

JUNTOS CONTINUAMOS A ALCANÇAR MELHORES RESULTADOS!

Este é o resumo do novo sistema de pontuação:

- 5 pontos por ideia submetida e aceite – para cada autor e coautor;
 - 20 pontos por ideia selecionada para "pitch" – para cada autor e coautor;
 - 50 pontos se a ideia for vencedora do "pitch" – para cada autor e coautor;
 - 100 pontos por ideia implementada – para cada autor e coautor.
- Cada ideia implementada dá ainda pontos a:
- Pivot de Inovação, responsável pelo desafio da ideia implementada: 10 pontos;
 - Cada elemento da equipa de implementação do projeto: 50 pontos.

A qualquer momento pode saber o número de pontos que tem, enviando um e-mail para inovmais@ctt.pt, com o assunto "Pontos", ou através do preenchimento do formulário disponível na própria plataforma INOV+ by CTT.

Do que está à espera? Aceda a <https://inovmais.ctt.pt> e fique roxo também!

Com apenas cinco passos todos podemos fazer a diferença e ainda ficar a ganhar:



Aceda ao inov+ em <https://inovmais.ctt.pt>



Saiba o que mudou



Conheça os novos desafios



Visualize e comente ideias



Ganhe pontos e prémios

Nota: Os colaboradores sem endereço de e-mail CTT devem registar-se primeiro em https://bit.ly/Registo_Inovmais

LUCÍLIA PRATES

LA POSTE DESENVOLVE NOVA FERRAMENTA QUE **POSSIBILITA** A LIGAÇÃO FÁCIL A 700 SITES ADMINISTRATIVOS

Identité Numérique é um novo serviço online gratuito, criado pelo operador postal francês, La Poste, para evitar que os seus utilizadores tenham de inserir nomes e senhas de autenticação para se conetarem a um site administrativo, seja um serviço de finanças ou um seguro privado de saúde

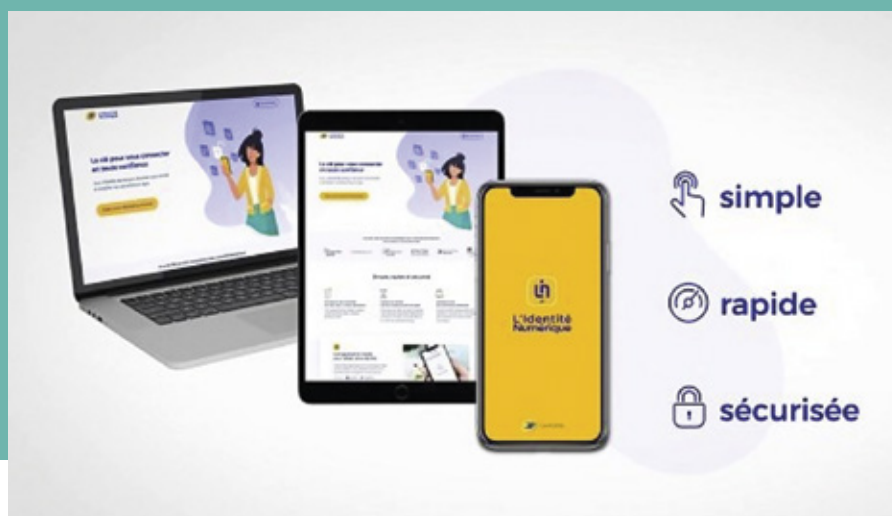
A La Poste lançou o serviço online Identité Numérique, que permite a autenticação em mais de 700 sites administrativos, públicos ou privados, online e de forma gratuita. Qualquer pessoa começa por digitalizar o seu bilhete de identidade, autenticando-se, de seguida, usando uma webcam (camera internet) em que o seu rosto será filmado de vários ângulos e terá, também, de pronunciar uma série de números em voz alta. Uma vez validada a identidade da pessoa, a La Poste envia um código de identificação por carta registada online. O utilizador terá, depois, de instalar o aplicativo móvel (disponível para iOS e Android), através do qual irá usar o serviço. Quando necessitar de provar a sua identidade num site administrativo, graças à sua identidade digital, receberá

uma notificação simples para confirmar a identificação.

O processo de criação de contas e os procedimentos de identificação subjacentes, obtiveram a certificação de segurança eIDAS da ANSSI (Agência Nacional de Segurança dos Sistemas de Informação), que garante o nível

de segurança válido em toda a União Europeia. O serviço está vinculado a todas as contas administrativas nacionais francesas, através do portal France Connecte, também, a uma variedade de contas privadas anexadas a bancos, seguros e outros serviços.

Fonte: Journal du Geek

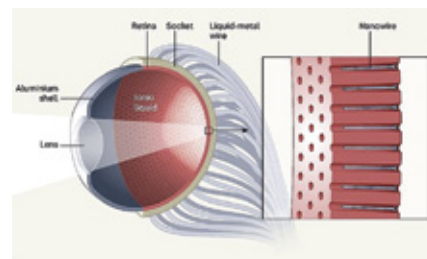


Cientistas criam olho “ciborgue” alimentado por energia solar que pode devolver a visão

A equipa do Dr. Zhiyong Fan, da Universidade de Ciências e Tecnologia de Hong-Kong, criou um olho artificial que se destaca por poder ser alimentado a energia solar. A sua utilidade pode passar por ajudar pessoas com dificuldades visuais ou mesmo cegos, na medida em que a prótese imita a estrutura do globo ocular humano, com um diâmetro de 2 centímetros. Segundo a publicação New Scientist, o olho ciborgue contém uma lente para focar a luz e uma retina hemisférica. Na

região traseira do olho encontram-se células fotossensíveis que geram impulsos elétricos para o cérebro. O seu centro está preenchido com um fluido condutor.

Os cientistas referem que a retina artificial é feita de óxido de alumínio poroso preenchido por nano-fios fotossensíveis. Estes são feitos de um material chamado Perovskita, já usado em painéis solares e, dessa forma, podem simular-se as células nervosas do olho humano, capazes de transmitir sinais elétricos quando são ativados



pela luz.

Fonte: Sapo TEK



O pneu do futuro: novo material de borracha reciclável que se autorrepara

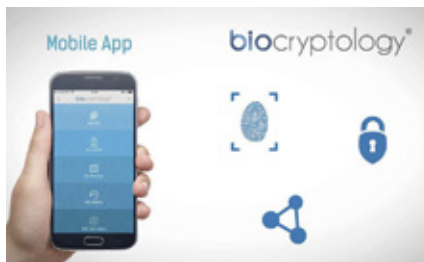
Imagine que a meio de um percurso tem um furo, mas em vez de trocar o pneu furado por um novo, apenas junta um produto químico que faz com que a borracha se derreta selando perfeitamente o furo.

Esta é a inovação que investigadores da Universidade Flinders da Austrália anunciaram ter descoberto e, melhor ainda, com um material que é feito de resíduos e pode ser facilmente reciclado.

O novo material é composto por mais de 50% de enxofre, misturado com um pouco de óleo de canola e um composto químico chamado dicitopentadieno (DCPD). Essa mistura incomum cria uma forma nova, versátil e sustentável de borracha.

O código QR mostra uma animação sobre o conceito.

Fonte: New Atlas



Biocryptology desenvolve solução que evita fraudes no setor da logística

A Biocryptology, especialista em tecnologia para autenticação e identificação de utilizadores, fornece soluções de segurança aos setores da distribuição e da logística como elemento-chave na promoção do comércio online.

A sua tecnologia de identificação biométrica permite que as empresas do setor da logística possam provar a entrega correta dos seus pedidos, sem a necessidade de contato físico com o destinatário.

Para isso, o destinatário deve fazer o download do aplicativo gratuito da Biocryptology no seu smartphone e ler o código QR do rótulo da encomenda para se identificar e, assim, comprovar a entrega.

Essa tecnologia pode igualmente ser aplicada em parcel lockers, cacifos inteligentes localizados em shopping centers, estações de serviço, etc.

Fonte: Alimarket.es



Novo dispositivo movido a energia solar pode gerar eletricidade na sombra

Estamos já suficientemente familiarizados com o problema da energia solar: a sua intermitência. O que acontece quando não há sol? Agora, há investigadores que podem ter encontrado uma nova solução para isto. Trata-se de um dispositivo, apelidado de "gerador de energia com efeito de sombra", que pode gerar eletricidade mesmo quando parte dele está no escuro.

O Dr. Swee Ching Tan e a sua equipa, da Universidade Nacional de Singapura, criaram um dispositivo colocando uma camada superfina de ouro sobre silício. Assim, como nas células solares, a luz incidindo sobre o silício energiza os seus eletrões, só que desta vez, com a camada de ouro, o "gerador de energia com efeito de sombra" produz uma corrente elétrica também na parte do dispositivo que fica na sombra.

Fonte: Interesting Engineering

Sensores com base em células vivas vão "farejar" passageiros nos aeroportos para detetar explosivos e COVID-19

A startup norte-americana Koniku, que fez uma parceria com o construtor europeu de aviões Airbus, desenvolveu uma tecnologia que permite a identificação de produtos químicos perigosos e explosivos e que se destaca pelo fato de construir "processadores de silício com células vivas". Os sensores roxos, atualmente em fase de protótipo, pretendem imitar os processos encontrados na natureza. O sistema é capaz de detetar o cheiro, respirando o ar e depois transmitir as informações recolhidas. "O que fazemos é pegar em células biológicas ou células cerebrais e modificá-las geneticamente para terem recetores



olfativos", explica Oshiorenya Osh Agabi, fundador da empresa americana. O objetivo da Airbus é que a tecnologia comece a ser instalada nos seus aviões nos derradeiros meses de 2020 e que, no futuro, ajude também a identificar casos de COVID-19.

Fonte: Sapo TEK

Novo serviço de deteção inteligente de acidentes da Bosch pode salvar milhares de vidas a motociclistas

O novo serviço da Bosch, chamado Help Connect, através de uma unidade da medição de inércia de uma moto, já habitualmente usada em bicicletas para medição da velocidade de aceleração e movimento angular, pode detetar com elevada precisão se ocorreu um acidente. Se tal aconteceu, este serviço, uma vez ligado ao smartphone do motociclista via Bluetooth, liga-se automaticamente ao Centro de Serviços Bosch para obter uma assistência rápida dando informação da localização da ocorrência com recurso ao GPS.

Fonte: Interesting Engineering

SOU CTT

NOVOS *PARCEIROS*, MAIS CONVENIÊNCIA

Em tempo de confinamento, foram várias as marcas que se juntaram ao "Sou CTT", com produtos de elevada qualidade e descontos muito interessantes. Conheça estes e outros parceiros "Sou CTT" na nossa Intranet



Nestes dias de quarentena
Um churrasco vinha mesmo a calhar
Quem vive num apartamento
Esta é única forma de grelhar!



Sem a **FLAMA**
Para os meus vizinhos, os meus grelhados já ganharam fama!



Foto vencedora do passatempo Flama, da autoria de Nuno Miguel Ferreira



Flama



Sanjo



Delta Q



Queijaria Machado

A pensar no tempo em casa, estabelecemos uma parceria com a Flama. A Flama é uma marca portuguesa que produz e comercializa eletrodomésticos e louças metálicas. Com este acordo, podemos usufruir de descontos, que podem ir além dos 40%, num conjunto alargado de produtos: grelhadores a carvão, fritadeiras, ferros com caldeira, máquinas de café, robots de cozinha, liquidificadores e aspiradores verticais. E para fazer jus ao tempo de verão, desenvolvemos o passatempo “Rei/Rainha do Churrasco”. Para participar era preciso enviar uma foto com referência a churrasco e à Flama. Em causa estava um Mastergrill e um kit para churrasco, sendo que a foto vencedora foi da autoria de Nuno Miguel Ferreira, que trabalha no Edifício CTT, na área de Digital, Transformação e Inovação. Participante habitual dos passatempos

promovidos pelos CTT, Nuno ficou muito contente com a vitória e já tem planos para o prémio que ganhou. «O grelhador Master Grill da Flama será bastante útil no meu dia a dia, para poder fazer grelhados com menos fumo e cheiro dentro de casa. Para lá de que, após ter sido divulgada a minha vitória nos diversos canais, já tenho combinados imensos churrascos com colegas dos CTT». A Sanjo comercializa sapatilhas de elevada qualidade e design moderno, produzidas 100% em Portugal, e também faz parte do Sou CTT. Com esta parceria, a marca oferece 20% de desconto nos seus produtos. Para comprar, vá à loja online e introduza o código de desconto CTT_20. Sob o lema “Vamos fazer uma pausa”, a Delta ofereceu 25% de desconto na compra de café através da sua Loja Online. A promoção foi válida durante

o mês de junho para quem comprasse, pelo menos, oito tubos de 10 cápsulas. Ainda mantendo a coerência da promoção das marcas nacionais, a Queijaria Machado juntou-se ao Sou CTT, com a oferta de 10% de desconto nos seus produtos.

A Queijaria Machado localiza-se no Chiado e apresenta a melhor seleção de queijos artesanais e DOP de todo o mundo, com referências portuguesas: São Jorge, Évora, Serra da Estrela, e muitas outras. É membro da Academy of Cheese UK, posicionando-se como um parceiro de formação no nosso país. Atualmente, o projeto Sou CTT conta com mais de 150 parceiros, divididos em 12 categorias. Vá a Sou CTT, na Intranet CTT, e conheça as vantagens e os descontos associados.

ELSA DUARTE

UNESCO *INSTITUI* DIA MUNDIAL DA LÍNGUA PORTUGUESA



Em 2019, a UNESCO declarou 5 de maio como o Dia Mundial da Língua Portuguesa, em reconhecimento da importância internacional do português como língua global. Não quisemos perder a oportunidade de celebrar a data através da filatelia, numa emissão que evoca também os 30 anos da AICEP

5 de maio de 2020: Esta é a data que celebra o primeiro Dia Mundial da Língua Portuguesa. Sendo a língua mais falada no hemisfério sul e uma das mais faladas no mundo, a Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) decidiu, em novembro do ano passado, assinalar desta forma a importância do português como língua global e de comunicação internacional.

Para assinalarmos o primeiro Dia Mundial da Língua Portuguesa, lançámos uma emissão filatélica que evoca, igualmente, os 30 Anos da Associação Internacional das Comunicações de Expressão Portuguesa (AICEP), que se comemoram em 2020. Composta por

dois selos, com o valor facial de 0,65€ e 0,91€ e uma tiragem de 100 000 exemplares cada, a coleção foi desenhada pelo Atelier Design & e etc. Para Vergílio Ferreira, “não se pode pensar, fora das possibilidades da língua em que se pensa”, o que reforça o papel da língua como espaço de pensamento e de identidade: “mudar de língua já é mudar de pensar ou da tonalidade desse pensar”. Como escreve António Sampaio da Nôvoa, representante permanente de Portugal junto da UNESCO, na pagela desta emissão, “em tempos de globalização, temos de defender a diversidade linguística. Sem a pluralidade das maneiras de pensar que cada língua contém, o mundo ficaria reduzido à monotonia

de uma única cor, de um único som. O português é uma língua com grande vigor. Na cultura e na criação. No conhecimento e na ciência. Na comunicação e na cooperação. É uma das línguas que permitirá escrever a história do futuro”.

Tendo em consideração a sua história, a sua geografia e o seu património lexical, a língua portuguesa é “um navio que abriga a diversidade cultural e o diálogo entre as civilizações, e uma ponte que permite estreitar os laços entre as sociedades e diversificar as formas de expressão e de interação”, refere Sampaio da Nôvoa, para explicar a deliberação da UNESCO, “que reforça a CPLP e a nossa responsabilidade comum perante a língua e a sua



“O PORTUGUÊS É UMA LÍNGUA COM GRANDE VIGOR. NA CULTURA E NA CRIAÇÃO. NO CONHECIMENTO E NA CIÊNCIA. NA COMUNICAÇÃO E NA COOPERAÇÃO. É UMA DAS LÍNGUAS QUE PERMITIRÁ ESCREVER A HISTÓRIA DO FUTURO”.
ANTÓNIO SAMPAIO DA NÓVOA

projeção no mundo”, deixando o convite: “Celebremos, pois, este Dia Mundial da Língua Portuguesa, com palavras de António Ferreira, em carta a Pêro de Andrade Caminha: “Floresça, fale, cante, ouça-se, e viva/A Portuguesa língua, e já onde for/Senhora vá de si soberba, e altiva”.

30 anos a convergir

Com sede em Lisboa, a Associação Internacional das Comunicações de Expressão Portuguesa (AICEP) é a primeira associação empresarial dos Países de Língua Oficial Portuguesa e a única associação mundial que congrega Correios, Telecomunicações, Conteúdos (Televisão), Reguladores e Indústria, constituindo um espaço de

convergência dos parceiros do setor das comunicações, com extensos planos de formação e cooperação para o desenvolvimento.

Abrangendo o universo lusófono, em cinco continentes, numa extensão de cerca de 10.700 milhões de Km² e com cerca de 243 milhões de falantes de língua portuguesa, a AICEP representa cerca de 158.600 trabalhadores (82% Correios, 17,5% Telecomunicações e 0,5 % Reguladores).

Como afirma João Caboz Santana, Presidente da Direção, na pagela da emissão, “a AICEP é uma associação internacional de carácter não-governamental e sem fins lucrativos, que tem por objeto promover o estreitamento das relações entre os

seus membros, de modo a contribuir para a harmonização e modernização das comunicações dos países de língua portuguesa, designadamente através de ações de formação e de cooperação para o desenvolvimento. Sempre a convergir, a AICEP comemora 30 anos de existência, em 2020, e aproveita esta efeméride para saudar muito efusivamente a criação do Dia Mundial da Língua Portuguesa”.

ROSA SERÓDIO

VIAJE PELAS ROTAS DO CORREIO ANTIGO



Serviço Postal, óleo sobre madeira, Maria Keil do Amaral, 1942; foto Paulo Bastos. Coleção CTT Correios de Portugal à guarda de Fundação Portuguesa das Comunicações

A emissão Europa deste ano é dedicada às Rotas do Correio Antigo.

A nossa filatelia cumpriu a tradição ao produzir três selos para a competição internacional, promovida pela Posteurop, que elege o melhor selo europeu

A emissão Europa – Rotas do Correio Antigo, lançada a 25 de maio, é constituída por três selos (Continente, Açores e Madeira) de 0,86€, com uma tiragem de 100 mil exemplares cada, e três blocos com dois selos, cada um com uma tiragem de 38 mil exemplares. Desenhadas pelo atelier Design & etc / Hélder Soares, as peças reproduzem elementos iconográficos relevantes da nossa longa história postal de 500 anos. Na pagela ficamos a conhecer mais sobre o tema da emissão. Começando pelos mensageiros, na altura funcionários das casas reais, dos nobres e dos senhores da igreja, que percorriam a pé ou a cavalo as distâncias necessárias para cumprirem a sua missão. Mais tarde, entram sucessivamente em cena as diligências da mala-posta, as ambulâncias

ferroviárias (em Portugal, o primeiro comboio circulou em 1856) e os navios para trajetos mais longos. Até ao advento do caminho de ferro, o transporte do correio fazia-se por estrada. De Lisboa ao Porto, o trajeto percorria-se em 34 horas e utilizavam-se 23 estações de muda. Por comboio, que desde 1864 já ligava Lisboa a Gaia, o mesmo percurso realizava-se em 14 horas. Fora deste eixo fundamental (que incluía Caldas da Rainha, Condeixa, Leiria, Coimbra, etc.), os trajetos das cartas e encomendas faziam-se com recurso a almocreves ou recoveiros, que esperavam pelo correio nas localidades do eixo principal e se faziam à estrada com as suas réguas, ou seja, caravanas de mulas, que tanto levavam cartas como mantimentos para Braga, Guarda ou Viseu. Em meados do século XIX,

generalizaram-se os serviços particulares de diligências que ligavam as cidades do interior. Um dos primeiros foi a Companhia de Viação Portuense, com trajetos para Braga e Guimarães, em 1860.

As Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira tinham problemas de transporte específicos. Foi apenas em 1821 que D. João VI procede à criação oficial do correio marítimo para os Açores e para a Madeira. No interior das diferentes ilhas, a circulação de cartas ou encomendas era assegurada por particulares ou serviços camarários que contratavam caminheiros ou almocreves, sendo o barco muitas vezes utilizado por ser a forma mais simples de contornar as ilhas. Desde 1871, as ilhas dos Açores eram ligadas pelos navios da Empresa Insulana de Navegação,

a bordo dos quais também seguia o correio. Apesar do Porto do Funchal datar de 1756, apenas a partir de 1878 é que a Insulana passou a visitar a Madeira com regularidade e transportando o correio. Já os serviços aéreos regulares entre o Continente e a Madeira, com transporte de correio, apenas se estabeleceram a partir de 1937.

Vamos eleger o melhor selo Europa 2020

Todos os anos, desde 2002, a PostEurop promove a competição filatélica Melhor Selo Europa, que tem a vindo a contar com a participação assídua da nossa filatelia. A edição deste ano é dedicada às Rotas de Correio Antigo e é precisamente com os três selos desta emissão que estamos a concorrer.

O selo do Continente apresenta a carta de nomeação de Susarte da Fonseca para o ofício de Juiz de Órfãos do Concelho de Armamar, passada por D. Duarte, Duque de Guimarães, em 1560, e as armas de D. Manuel I, Livro do Armeiro-mor, por João do Cró, 1509.

O dos Açores exhibe o bilhete-postal ilustrado "Manuel de Arriaga", 1913, um bilhete-postal do serviço de propaganda, série "Campanha de Educação Popular", 1955, e as marcas de dia das Estações de Correios de Elvas e de Cerdeira, 1928.

Já no selo da Madeira, estão representados o sobrescrito de 1.º dia da "Emissão Alusiva à Madeira (Lubrapex)", Cândido Costa Pinto, 1968, e o marco postal n.º 983, 1940.

A votação online, no site da PostEurop, está aberta ao público em geral, até ao dia 9 de setembro. Uma vez que cada pessoa apenas pode votar num selo, convide também familiares e amigos a votar num destes selos portugueses, ajudando assim a nossa premiada filatelia a conquistar mais uma distinção internacional. Os vencedores serão anunciados em outubro próximo, durante a Assembleia Plenária da Posteurop.

A emissão Europa representa a cooperação entre os operadores postais europeus e promove a filatelia, dando a conhecer as raízes, cultura, história e objetivos comuns dos vários países.

Vá a <https://www.posteurop.org/europa2020> e ajude a eleger o seu selo favorito como o melhor da Europa!

ROSA SERÓDIO



ATÉ 9 DE SETEMBRO, VOTE NUM DOS NOSSOS SELOS E AJUDE A ELEGER O SEU SELO FAVORITO COMO O MELHOR DA EUROPA!



NOVO *SUPER-HERÓI* DA COLEÇÃO DC COMICS

Depois de Harley Quinn e Joker, é a vez de Flash integrar o universo filatélico

A coleção filatélica da DC Comics continua a apresentar os seus personagens em selo e a dar a conhecer o universo de uma das maiores editoras norte-americanas. Agora, é a vez de Flash, o homem mais rápido do mundo, aquele que consegue deslocar-se a uma velocidade sobre-humana, chegar à filatelia!

Está disponível uma folha de colecionador com quatro meuselo ((7,50€) e um booklet (2,12€). Flash é um conhecido super-herói que tem o poder da força da velocidade. Reza a lenda deste imaginário dos super-heróis que, desde o tempo da segunda guerra mundial, um homem vestido de vermelho consegue deslocar-se a velocidades impossíveis, usando esta capacidade para salvar pessoas e defender aqueles que não o podem fazer por si próprios. Em breve, os colecionadores poderão também contar com o Super-homem, que será o próximo lançamento, nos mesmos moldes. À venda nas Lojas CTT e na Loja CTT Online.

ELSA DUARTE



Expresso para Hoje

ESTAFETAS EM REAL TIME

Entregas em 2 horas nas principais cidades do país,
agora também em parceria com a UBER



- ◆ Disponível em Lisboa, Porto, Braga, Aveiro, Coimbra, Évora, Funchal e Algarve.
- ◆ Descarregue a App CTT Now ou aceda a ctt.pt
- ◆ Faça o seu pedido online
- ◆ Acompanhe o envio em real time

Disponível em:



ctt.pt

Linha Expresso 707 200 188
Dias úteis das 8h às 22h / Sábados das 8h às 14h



CTT
Correios
de Portugal



CTT
Correios
de Portugal



CTT
Empresas
Esfera CTT

ctt

DEPOIS DO CONFINAMENTO, COMO REGRESSAR À “NOVA NORMALIDADE”?



No regresso a uma “nova normalidade” depois do estado de emergência, a prevenção continua a ser fundamental para conter a propagação do coronavírus. Conheça os cuidados a ter no desconfinamento

O novo coronavírus veio alterar significativamente a forma como vivemos e obrigou-nos a um confinamento inesperado. As medidas de restrição, aplicadas por governos um pouco por todo o mundo, revelaram-se uma forma eficaz de desacelerar a propagação do vírus. Agora, ao fim de várias semanas neste regime, é altura de começar a regressar à normalidade. Mas, nem por isso deve descurar as

medidas de prevenção, pelo bem da sua saúde e da dos outros.

Que cuidados deve ter?

Desde cedo, a Direção-Geral da Saúde alertou para a necessidade de novas rotinas e novos cuidados aquando do regresso à atividade profissional e escolar. Em vista está o objetivo de prevenir a infeção pelo novo coronavírus e assegurar a continuidade dos bons resultados

conseguidos até ao momento.

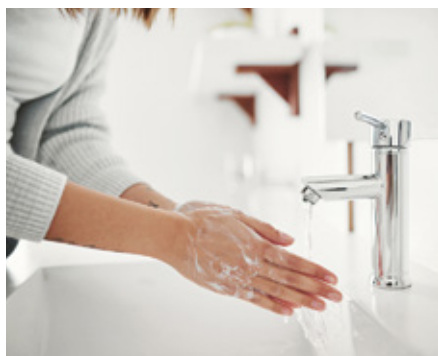
Numa altura em que uma parte da população regressa aos seus locais de trabalho e os espaços públicos voltam a receber visitantes, é importante manter em mente a necessidade de evitar o contágio entre pessoas, mas também o contacto com superfícies infetadas. Afinal, o surto ainda não chegou ao fim e não é altura de baixar a guarda. Deste modo, a nova realidade implica que todos cumpramos algumas condições de segurança incontornáveis.

- Mantenha uma distância de pelo menos dois metros das outras pessoas em espaços fechados, o que implica alguns ajustes nos locais que habitualmente frequentamos.

As empresas, por exemplo, devem assegurar que os colaboradores têm espaço suficiente entre secretárias enquanto trabalham. Garanta este distanciamento no dia a dia e especialmente em locais de maior concentração de pessoas.



- Utilize uma máscara comunitária ou cirúrgica como medida de barreira adicional em locais públicos fechados. Lave as mãos antes de colocar a máscara e garanta que fica bem colocada para evitar ter de a ajustar com frequência. Deve ser usada por um período máximo de 4-6 horas e deve ser mudada sempre que estiver húmida. Não a retire para espirrar ou tossir.
- Evite cumprimentos que impliquem proximidade ou toque. Isto significa que abraços, apertos de mão e beijos devem ser evitados em qualquer contexto.



- Cumpra as regras de etiqueta respiratória, cobrindo a cara com o braço ou um lenço descartável na eventualidade de espirrar ou tossir. Pode utilizar o antebraço, a zona interior do cotovelo ou um lenço de

papel descartável – que deve colocar no lixo imediatamente depois de utilizar – e lave as mãos a seguir. Se, por acaso, usar inadvertidamente as mãos para cobrir a boca ou o nariz, lave-as de imediato ou, se não for possível, use uma solução desinfetante. O mesmo sempre que tiver de se assoar.

- Não partilhe objetos pessoais como telemóveis, teclados ou talheres. No local de trabalho deve evitar-se a partilha de dispositivos.



- Pratique uma correta higienização das mãos, seja através da lavagem com água e sabão ou, caso seja impossível, de uma solução desinfetante de base alcoólica (70%).
- Garanta a desinfecção frequente de superfícies comuns, como maçanetas, corrimãos e interruptores de luz, uma vez que o vírus pode permanecer algum tempo em superfícies. Opte por luvas e avental de plástico, ou similar, durante a desinfecção (lave as mãos antes e depois de colocar as luvas). Utilize lixívia diluída em água após lavar com água e detergente. Depois da limpeza, pode desinfetar mobiliário e alguns equipamentos, como comandos ou telemóveis, com toalhotes humedecidos em desinfetante ou álcool a 70°C.
- Reduza as saídas de casa e, sempre que possível, opte pelo teletrabalho. Apesar do gradual regresso à normalidade, importa que evite saídas desnecessárias de modo a salvaguardar a contenção do vírus.

NENHUMA DESTAS LIMITAÇÕES É IMPEDITIVA DE UMA CONVERSA OCASIONAL COM AQUELES QUE LHE SÃO QUERIDOS

A socialização no “novo normal”

Permanecem, por enquanto, algumas dúvidas sobre quando poderemos retomar os hábitos sociais sem restrições do período pré-COVID-19. Nos próximos tempos, o mais provável é que a socialização com outras pessoas envolva o uso de máscaras, o distanciamento mínimo de um metro e a suspensão temporária de cumprimentos não verbais – como beijos, abraços ou apertos de mão. Nenhuma destas limitações é impeditiva de uma conversa ocasional com aqueles que lhe são queridos.

Opte também por explorar as várias opções de entretenimento atualmente disponíveis que lhe permitem conhecer pessoas novas ou desfrutar de momentos em comunidade.

Algumas ideias:

- Desfrute de concertos de música, espetáculos de teatro e outros eventos culturais, muitos dos quais gratuitos, que tantos artistas têm realizado nos respetivos websites ou nas suas redes sociais.
- Junte-se a grupos privados para sessões de cinema à distância. Existem, inclusive, aplicações que possibilitam ver filmes em simultâneo com outras pessoas.
- Participe em jogos online que possam ser disputados entre várias pessoas. Muitos deles permitem trocar mensagens de texto, voz ou vídeo com os outros jogadores.
- Inscreva-se em sessões de formação e conviva com outras pessoas enquanto investe na sua educação.

MÉDIAS

LOJA CTT

LOJA ONLINE CTT

Conheça os produtos disponíveis
na Loja Online CTT, em ctt.pt



Máscara de utilização civil (pack de 10)

Preço: 8,10 €

Máscara facial descartável de 3 camadas de alta qualidade com presilhas elásticas, ponte nasal ajustável para um bom ajuste e tecido que não agride a pele. Eficiência de filtração bacteriana acima de 90%.



Blister viseira light

Preço: 4,31 €

Fornecer conforto e proteção, não embacia e é lavável. A mais leve do mercado.



Pegas

Preço: 2,99 €

Evita o toque direto em superfícies de risco!
Vendido à unidade.
Medida: 10x8cm



Álcool Gel (200 ml)

Preço: 4,22 €

Formulado de acordo com as recomendações da Direção Geral de Saúde. Este gel desinfetante de mãos é eficaz no combate ao Covid-19. Contém agentes hidratantes para manter a pele saudável.



Preço: 39,00 €

Festas e Romarias – Lugares de Fé

Paulo Mendes Pinto

Clube do Colecionador dos Correios

Com uma tradição milenar, seria longa e inesgotável uma lista dos lugares de romaria e de festa cíclica em Portugal. Na impossibilidade de fazer o levantamento exaustivo de todos esses eventos nesta edição, a escolha feita pelo autor – Professor Paulo Mendes Pinto – pautou-se por uma certa representatividade, seja geográfica ou temática, pela importância relativa destas ocorrências, mas também por motivos de escolha pessoal.



Preço: 42,00 €

Museus Centenários de Portugal

Volume 2

Cristina Cordeiro

Clube do Colecionador dos Correios

No levantamento dos principais museus que, em Portugal, assinalaram o seu centenário até 2018, a escritora Cristina Cordeiro e o fotógrafo Manuel Aguiar elegeram vinte e cinco destas mansões de saber que, apesar dos sobressaltos vividos, sempre se reinventaram, e continuam a dedicar-se à investigação, à conservação e à divulgação de coleções com inegável valor cultural, histórico ou científico.



Preço: 14,00 €

1001 razões para mudar tudo

Luísa Castel-Branco

Descubra aqui mais de 30 projetos de tricot, crochet e costura pela mão de Luísa Castel-Branco, dos mais simples paninhos aos trabalhos mais complexos.

Neste livro, a autora partilha um dos seus amores e revela como as artes manuais podem ser uma terapia e uma paixão. Mude a decoração da sua casa, ofereça presentes feitos por si. Saiba que mudar a sua vida está mesmo nas suas mãos.



Preço: 14,39 €

Os nossos filhos estão longe. Contos sobre saudade

A saudade, esse sentimento de que os portugueses se apropriaram, inventando uma palavra de sete letras para o definir, é o tema deste livro. Esta coletânea de contos inéditos orgulha-se de manter e alimentar essa tradição, ajustando-a à atualidade, abordando a saudade nos seus contornos modernos do afastamento de pais e filhos por causa da emigração em massa das novas gerações.



Beleza Natural

Maria do Céu Painhas

Preço: 13,44 €

Aprenda a usar produtos naturais, em casa, e descubra como pode manter-se jovem, bonita e saudável.

- Máscaras para o cabelo, rosto, corpo, pés, mãos e olhos
- Tratamentos específicos para celulite, flacidez, rugas, acne, manchas e desidratação
- Óleos, infusões, peelings e esfoliantes
- Plano de exercício físico
- Introdução à meditação

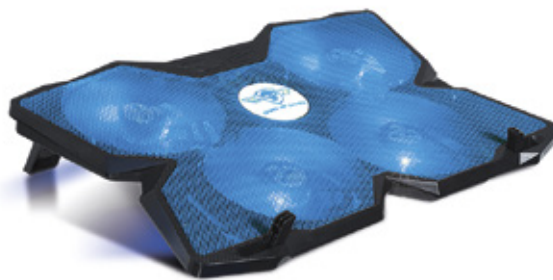
O poder curativo e regenerador da natureza e de alguns cuidados diários são mais fortes do que imaginamos.



Bundle Gaming mouse + Pad control

Preço: 29,90 €

Bundle Gaming mouse + Pad control "ELITE M10" Bundle Gaming rato + tapete / Sensor High Definition Optic AVAGO A3050



Base de refrigeração

Preço: 24,99 €

Base Refrigeração Spirit Of Gamer AirBlade 500 - 17.3" - Azul USB

Para Computadores Portáteis até 17.3"

Velocidade máxima: 1200 RPM

Altura regulável: Ajuste a inclinação de 7° a 14°

Dimensões: 40.5 x 28.5 x 3 cm



Microfone Gaming com fio

Preço: 19,99 €

Microfone Gaming Com fio SPIRIT OF GAMER MIC-EKO

Micro USB: ideal para streaming / compatível com TWITCH, SKYPE, DISCORD, TEAMSPEAK



Mala Go Kart da Playmobil

Preço: 12,99 €

Prepara-te para a velocidade com esta mala de coleção Playmobil Action. No seu interior vais encontrar um veículo e um Playmobil, cones e um bidon de gasolina. Recomendado para crianças a partir dos 4 anos.



Panzer Glass Samsung A30/A50 Black

Preço: 19,99 €

Proteção de ecrã transparente para telemóvel.



Mala Polícia da Playmobil

Preço: 12,99 €

Pronto para trazer ordem para a tua cidade? Este divertido kit é composto por uma pasta que contém: uma motocicleta, um boneco Playmobil totalmente equipado com óculos de sol (desenhados), capacete, arma, bastão, lanterna, algemas e um sinal para trazer ordem na estrada.



Tangram da Games4you

Preço: 5,59 €

Jogo educativo adaptado a crianças.

Descobre:

- O que é o tangram
- A origem deste puzzle
- As figuras geométricas que compõem um tangram
- O que são polígonos
- As fantásticas construções que podes fazer



Edição especial mel de eucalipto e tablete de chocolate

Preço: 11,47 €

Conjunto Edição Especial - Mel de Eucalipto (149g)
Embalado em cortiça 100% natural e uma Tablete de
chocolate negro 55% cacau (125g)

Peso: 510 g

Fornecedor: Dulicy



Bombas de banho da Science4you

Preço: 7,99 €

Personaliza o teu banho com o kit Bombas de Banho da Science4you! Quem não gosta de um banho relaxante e efervescente? Este incrível brinquedo científico permite-te criar fantásticas bombas de banho enquanto aprendes toda a ciência associada às mesmas. Diverte-te com incríveis experiências educativas e dá asas à tua imaginação!



Conjunto miniaturas de vinho do Porto

Preço: 10,01 €

Conjunto com miniaturas de
vinho do Porto (5cl) tawny e white.
Um dos símbolos da nossa história
são os azulejos, representados
nesta linda embalagem.

Peso: 275g

Fornecedor: Dulicy



Atlas Infantil

Preço: 4,99 €

A Coleção Tomate e
Tangerina traz-nos um novo
livro: o Atlas Infantil!



Folha do Colecionador DComics

Preço: 7,50 €

A coleção filatélica da DC Comics tem mais um super-herói:
Flash, o homem mais rápido do mundo, aquele que
consegue deslocar-se a uma velocidade sobre-humana.

OLHA EU AQUI!

Queremos partilhar as fotografias do seu dia a dia, da sua equipa, dos lugares mais especiais da sua terra e até da sua família.

Eis algumas fotos que chegaram à nossa redação.

Envie a sua fotografia (min. 1,5MB) por e-mail, para participe@ctt.pt, com o assunto "Olha eu aqui!".

Indique o seu nome, nº de colaborador, local de trabalho ou de residência e contacto telefónico.

Participe e reveja a sua foto na revista da empresa.

Bruno Gomes, Devesas



Elsa Simões, Santa Comba Dão



Manuel Bacelo, Ribeirão

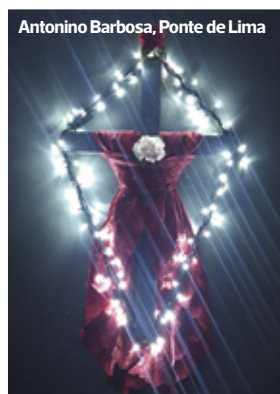


Manuel Lomar, Barcelos



Paulo Vinagre, Vila Viçosa

Antonino Barbosa, Ponte de Lima



Paulina Soares





Paula Freitas, Ponta do Sol



Manuel Bacelo, Ribeirão



António Viegas, Tondela



Pedro Stop



Agostinho e João Afonso, Riachos



Cláudia Cunha, Abrantes



Susana Bento, Viseu



Cláudia Barros, Lisboa



Antonino Barbosa, Ponte de Lima



Elsa Simões, Santa Comba Dão

Uma árvore pela floresta

Escreve uma frase para receberes uma árvore em casa!

Desde há seis anos que os CTT e a Quercus têm vindo a plantar árvores com o projeto “Uma Árvore pela Floresta”. Estamos muito satisfeitos porque já plantámos mais de 97 mil árvores e este ano queremos plantar mais.

Sabias que as árvores produzem oxigénio e as florestas são o habitat de animais de muitas espécies?

Pinta esta árvore, que representa um freixo (em latim chama-se *fraxinus angustifolia*), com cores bonitas!

Escreve, também, uma frase sobre a importância das árvores no planeta para receberes uma árvore pequenina, em cartão (até às primeiras 30 participações).

2020
7ª EDIÇÃO



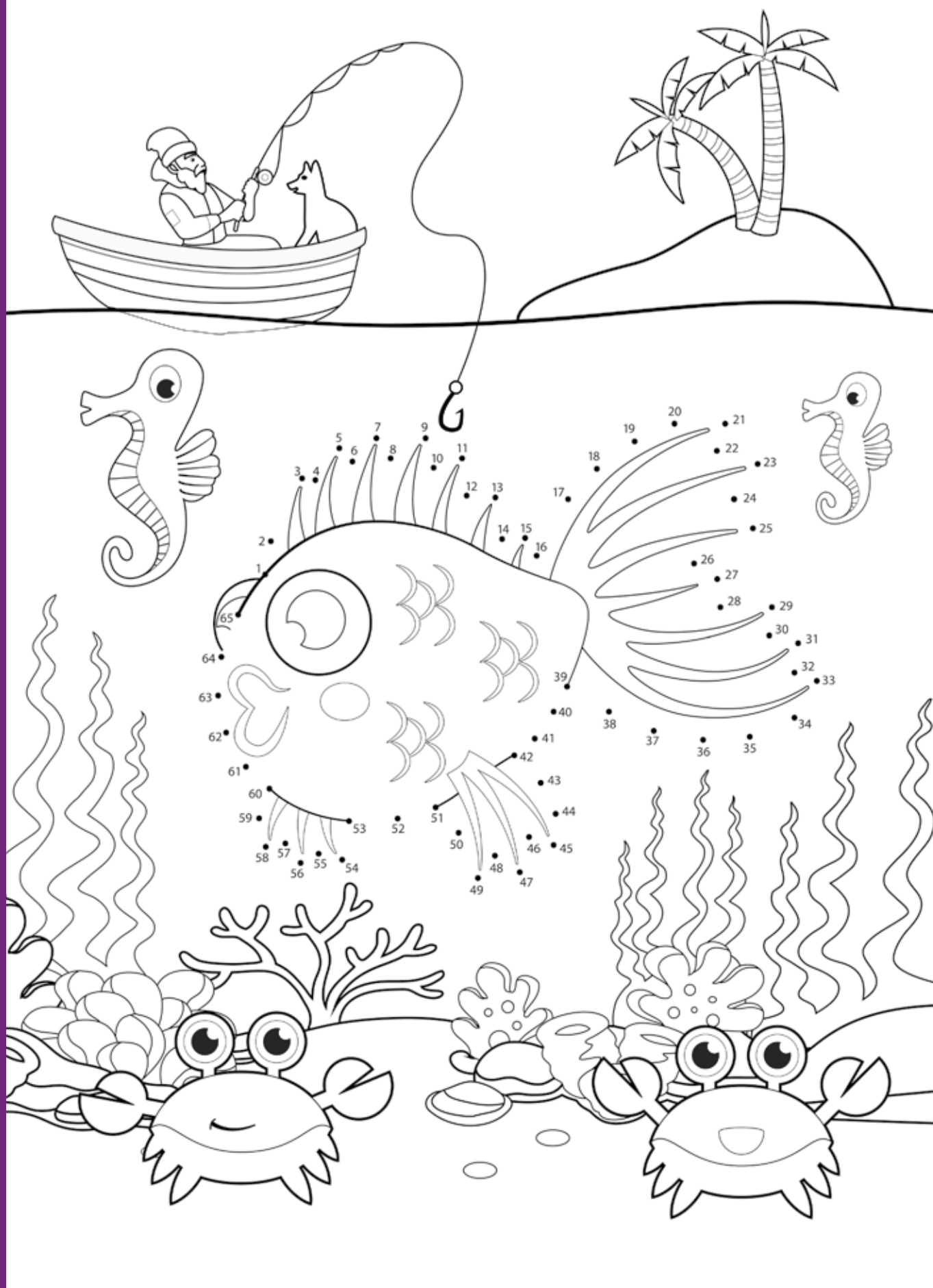
Participa!

Envia a fotografia do teu desenho e da tua frase para sustentabilidade@ctt.pt



ctt

VAMOS UNIR OS PONTOS E COLORIR





QUANTOS CÃES E GATOS ENCONTRAS?



Sopa de letras

U I H H G B V N C O N C H A S
P M O N T A N H A S W A C D G
R G T H N J M U M P G F B E E
A R E I A O Z T P R Y U R J L
N T L Y B U N T O A L H A D A
C B O L A V P B H I U I C P D
H M J N B O I A R A E D A W E
A C A M P I S M O Y U I D P I
E H T U G T C E V I A G E M R
P I Q U E N I Q U E K L I B A
V N B I L U N Y H T G R R E S
W E A T A V A C B H N J A I J
M L R H D F A M I L I A S W S
E O C B O R A Q U E T E S B N
H S O Y H U B I Q U I N I B H

PALAVRAS PARA ENCONTRARES

CAMPO	CONCHAS
PRAIA	BARCO
MONTANHA	VIAGEM
TOALHA	GELADEIRA
AREIA	FAMÍLIA
CAMPISMO	BRAÇADEIRAS
CHINELOS	BOLA
GELADO	RAQUETES
PISCINA	PRANCHA
HOTEL	BIQUÍNI
BOIA	PIQUENIQUE

CRUZADAS

HORIZONTAIS: 1 - Conheça os benefícios do Mindfulness – em que consiste esta técnica e como praticar, assim como os seus principais benefícios para a (...) da mente e corpo. 2 - Mistura de gases que envolve a Terra; planta marinha de onde se extrai a soda. 3 - Porção de líquido que se engole de uma vez; espécie de dança escocesa. 4 - Examinei cuidadosamente. 5 - Pessoa ou coisa de género feminino de que se fala; reflexão sobre uma nova realidade – tudo mudou num (...), menos a nossa vontade de continuar a fazer o que de melhor nos define: ligar pessoas e empresas. 6 - Aquelas. 7 - Já conhece a Loja Online CTT? – em tempo de recolhimento, conheça a (...) da Loja Online, em ctt.pt – há produtos de correio e filatelia, mas também livros, jogos, tecnologias, sabores. 8 - Cada uma das divisões naturais de certos frutos, como a laranja. 9 - Hectare (abrev.); aviso impresso, dactilografado ou manuscrito, de carácter informativo ou publicitário, afixado em lugar público. 10 - Aguço. 11 - Terceira vogal (pl.); elemento de formação de palavras que exprime a ideia de doce. 12 - No segundo volume do livro Museus Centenários de Portugal, a autora Cristina Cordeiro volta a conduzir-nos numa visita a 12 museus (...) que abriram as portas entre 1905 e 1918. 13. Enfurecer; discurso.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									

VERTICAIS: 1 - Sociedade Anónima (abrev.); os CTT e Electrão assinam protocolo com vista à colaboração num projeto de (...) de pilhas, baterias, carregadores e telemóveis, através das lojas CTT; níquel (s.q.). 2 - Diz-se do cavalo cuja pelagem do pé direito é branca; aguçar. 3 - Ovario dos peixes; alimento que se põe no anzol, para atrair o peixe. 4 - Contr. da prep. de com o adv. ali; "juntos valemos mais" foi o lema da 4ª Reunião Geral Banco CTT, que em fevereiro reuniu em Lisboa mais de 300 colaboradores do (...) Banco CTT; caminhar. 5 - A pessoa ou coisa masculina de que se fala; contr. da prep. de com o art. def. o. 6 - Calamidade; indivisível. 7 - Não continuei; relativo à vista ou aos olhos. 8 - Medida itinerária chinesa; mantenha a (...), muitos contam consigo – a preocupação com a propagação do Covid-19 é uma constante e aumenta sempre que ouvimos notícias ou vemos o olhar dos que nos são queridos; apetite sexual dos animais em determinados períodos. 9 - Personagens dos (...) da DC Comics, uma das maiores editoras norte-americanas, apresentadas em coleção filatélica – Harley Quinn e Joker já estão à venda; o conjunto das aves de uma região ou país.

SUDOKU

Complete com números de 1 a 9.

	8		4					1
			8	6	3			
	6	7			1			
	5						3	9
9				2				5
7	4						6	
			6			7	5	
			5	4	9			
6					8		4	

GRAU DE DIFICULDADE: ★★★★★

6	1	5	3	7	8	9	4	2
2	7	3	5	4	9	8	1	6
8	9	4	6	1	2	7	5	3
7	4	2	9	3	5	1	6	8
9	3	8	1	2	6	4	7	5
1	5	6	7	8	4	2	3	9
5	6	7	2	9	1	3	8	4
4	2	1	8	6	3	5	9	7
3	8	9	4	5	7	6	2	1

SUDOKU:

Caes e gatos: cães 14, gatos 13.

9. Galo: lado dir. 10. Estrutura horizontal superior.

6. Ombrão carteiro, 7. Objecto no tapete lado dir., 8. Pilar frontal.

3. Sombra carteiro, 4. Caminho CTT, 5. Botão camisa carteiro.

DIFERENÇAS: 1. Bolso cotele carteiro, 2. Viseta carteiro.

8 - El; calma; omis.

4 - Dali; grupo; ir; 5 - El; do; 6 - Angel; aftar; 3 - Ova; isca.

VERTICAIS: 1 - Sai; recolha; nl; 2 - Praga; uno; 7 - Parei; ocular.

11 - Is; dula; 12 - Nacionalis; 13 - Iran; oro.

5 - Ela; apice; 6 - As; 7 - Oferta; 8 - Como; 9 - Ha; placar; 10 - Afio.

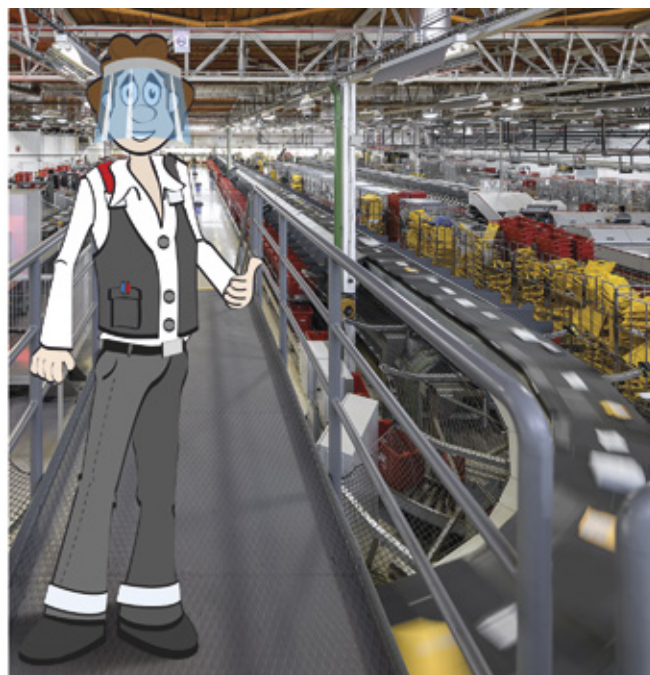
HORIZONTAIS: 1 - Saúde; 2 - Ar; alcali; 3 - Cole; nl; 4 - Revl.

PALAVRAS CRUZADAS:

SOLUÇÕES:

DIFERENÇAS

Procure as dez diferenças entre os desenhos.



Obrigado aos nossos
mais de **500 mil** clientes

Ser nº1 na satisfação
é o melhor prémio que um
Banco com apenas **4 anos**
pode receber

Sermos distinguidos com o prémio do Índice Nacional de Satisfação do Cliente, enche-nos a todos, no Banco CTT, de orgulho. É o reconhecimento da atenção que damos aos nossos Clientes e do compromisso que assumimos em responder às suas necessidades. Este é o melhor prémio que um Banco com apenas 4 anos pode receber. Obrigado!



Prémio atribuído em 2020 pelo ECSI Portugal
– Índice Nacional de Satisfação do Cliente,
no sector da Banca. Este prémio
é da exclusiva responsabilidade
da entidade que o atribuiu.

banco**ctt**