

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL



APOIOS:



CONTINENTE

Ei Assessoria
Migratória

FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808

minsoit
An Indra company

randstad



MULTIPESSOAL

LIDERAR ATRAVÉS DA MUDANÇA E DA INOVAÇÃO

A APOSTA EM TECNOLOGIA DE PONTA, ATESTADA PELO DESENVOLVIMENTO E IMPLEMENTAÇÃO DO CLAN, REFORÇA O COMPROMISSO EM LIDERAR A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NO SECTOR DOS RECURSOS HUMANOS (RH)

A

transformação digital está no cerne da missão e visão da Multipessoal. Desde a fundação da empresa, há mais de 30 anos, que tem vindo a pautar o caminho pela inovação e adaptação, enquanto motores de crescimento. Em entrevista à Executive Digest, André Ribeiro Pires, Chief Operating Officer da Multipessoal, explica os principais desafios e oportunidades do sector para o futuro.

Quais são os principais objectivos da Multipessoal na área da transformação digital?

Na transformação digital, como em tudo aquilo em que a Multipessoal se envolve, o nosso objectivo tem sido liderar através da mudança e da inovação, criando soluções que optimizam e simplificam a gestão de pessoas. Isso significa que trabalhamos muito para estar na vanguarda da tecnologia, antecipando tendências e oferecendo as melhores ferramentas digitais para ligar empresas e profissionais de forma eficiente e humanizada. O objectivo final é sermos a

escolha de referência, tanto para candidatos como para as empresas.

Como é que a transformação digital se alinha com a missão e a visão da Multipessoal?

A transformação digital está no cerne da missão e visão da Multipessoal. Desde a fundação da empresa, há mais de 30 anos, que temos vindo a pautar o nosso caminho pela inovação e adaptação, enquanto motores de crescimento. É com esses argumentos que somos competitivos face a outros players do sector com dimensão e alcance maiores do que os nossos. A aposta em tecnologia de ponta, atestada pelo desenvolvimento e

implementação do Clan, reforça o nosso compromisso em liderar a transformação digital no sector dos Recursos Humanos (RH).

Quais são as principais tendências de transformação digital que tem observado no sector de Recursos Humanos?

São cada vez menos os sectores económicos que não têm sido, de uma forma mais ou menos directa, influenciados pelo processo de transformação digital, e o sector dos RH não é excepção. Entre as principais tendências dessa transformação encontramos a digitalização da jornada do colaborador, para a qual muito temos vindo a





EMPREGO

CAMINHAMOS PARA UM FUTURO EM QUE O EMPREGO VAI SOFRER MAIS UMA GRANDE TRANSFORMAÇÃO, UMA NOVA REVOLUÇÃO ESTÁ A ACONTECER NESTE MOMENTO E JÁ SE VERIFICA UMA MUDANÇA NOS EMPREGOS, SEJA NA QUANTIDADE DE OFERTAS, COMO NA QUALIFICAÇÃO NECESSÁRIA



contribuir com o Clan. Tem-se observado também a crescente automatização de tarefas repetitivas como a triagem de currículos ou o agendamento de entrevistas, por exemplo, libertando os profissionais para se concentrarem em tarefas estratégicas onde o factor humano é diferenciador. A tomada de decisões também beneficia dessa transformação, uma vez que os motores de inteligência artificial (IA) permitem uma análise muito mais célere de indicadores chave de performance, tendências de mercado e perfis de candidatos, acelerando e melhorando decisões. Em qualquer caso, à Multipessoal interessam as mudanças capazes

» Se há coisa que a evolução tecnológica nos tem vindo a ensinar ao longo destes mais de 30 anos de Multipessoal, é que é extremamente difícil prever o futuro

de, por um lado, acrescentar valor às empresas que agora recebem mais e melhores perfis e, por outro, aos candidatos que beneficiam de processos de recrutamento mais ágeis, transparentes e cómodos.

Quais as tecnologias digitais que têm sido fundamentais no processo de transformação digital da Multipessoal (inteligência artificial, big data, automação etc.)?

A IA tem sido, sem dúvida, um game changer. Ao contrário das visões mais fatalistas, não achamos que a IA venha acabar com determinados empregos ou áreas de negócio, mas acreditamos que, no futuro, o sucesso está reservado para as empresas e profissionais que melhor souberem tirar partido das potencialidades destes motores. Por outro lado, tal como referido, a automação de processos e a análise de dados têm-nos permitido uma eficiência muito maior na gestão dos recursos que temos à nossa disposição e na qualidade dos serviços que prestamos. Acima de tudo, mais do que a tecnologia utilizada, o foco deve ser na experiência do utilizador, seja ele candidato, colaborador ou cliente. É isso que nos diferencia e que nos faz ser reconhecidos e premiados como a referência na experiência tecnológica em Portugal.

Como é que a Multipessoal está a utilizar a tecnologia para melhorar os seus processos de seleção e recrutamento?

A criação do Clan foi absolutamente transformadora. Depois de três anos de desenvolvimento

tecnológico interno, lançámos no mercado esta que é a primeira solução de emprego 100% digital em Portugal, trazendo grandes vantagens, tanto para quem procura emprego como para quem procura os melhores profissionais. Aos utilizadores permite percorrer todos os passos da jornada de emprego, desde que são candidatos até que se tornam colaboradores, de forma totalmente online, incluindo a assinatura do contrato, transformando a procura de emprego num processo menos moroso e burocrático. Já as empresas que nos procuram, beneficiam de uma área de cliente através da qual podem aceder a dados sobre os processos de recrutamento que têm em aberto: análise e gestão de colaboradores e candidatos; dados de performance e faturação; e dados públicos sobre emprego relevantes, como o número de desempregados por região e área profissional, que permitem definir com mais exatidão as melhores zonas do país para recrutar. De um lado, os profissionais que vêm facilitada a tarefa de encontrar a melhor oportunidade para si. De outro, as empresas que têm acesso a processos de recrutamento cada vez mais refinados e que apresentam candidatos cada vez mais alinhados com o que efectivamente pretendem.

De que forma as tecnologias digitais ajudaram a Multipessoal a personalizar produtos ou serviços para melhor servir os clientes?

As tecnologias digitais têm sido



» André Ribeiro Pires, Chief Operating Officer da Multipessoal

que optimizam investimentos e reduzem custos associados aos seus processos internos de recursos humanos.

Quais são as estratégias da Multipessoal para garantir a segurança e privacidade dos dados dos clientes durante o processo de transformação digital?

A segurança dos nossos processos no digital é tão importante como já era no modelo tradicional e suportado em papel. O que verificamos é que através do digital o controlo e a segurança são elementos realmente potenciados desde que tudo seja feito com essa mesma premissa, a experiência por defeito. Tudo o que fazemos tem em conta a base que tem de ser de fácil utilização, acessível a qualquer pessoa em qualquer dispositivo, livre de formação preliminar e segura por natureza.

Somos auditados e avaliados e o resultado foi termos sido eleitos como a melhor solução digital de recursos humanos em Portugal, na recente avaliação da Best Tech Experience que considerou o Clan como o melhor dos melhores.

Como olham para o futuro da Multipessoal em relação à transformação digital nos próximos 5 a 10 anos?

Se há coisa que a evolução tecnológica nos tem vindo a ensinar ao longo destes mais de 30 anos de Multipessoal, é que é extremamente

difícil prever o futuro. Se em 1993 nos falassem da existência de inteligência artificial ou mesmo de uma solução como o Clan, pensaríamos que se tratava de um futuro longínquo. Hoje, temos tudo isto à distância de um clique ou na ponta dos nossos dedos. Daí que o objectivo da Multipessoal seja liderar através da mudança, da antecipação de tendências – na tecnologia e no mercado de trabalho – e da capacidade de sermos muitas vezes os primeiros a tirar partido da inovação que surge todos os anos. Assim, só podemos olhar para a transformação digital do futuro com entusiasmo, porque sabemos que o nosso sector estará em constante mudança, mas acreditamos que temos todas as condições para acompanhar essa transformação.

Caminhamos para um futuro em que o emprego vai sofrer mais uma grande transformação, uma nova revolução está a acontecer neste momento e já se verifica uma mudança nos empregos, seja na quantidade de ofertas, como na qualificação necessária. Resulta da mudança dos processos de trabalho causada pela sua automação e pela forma acelerada como a Inteligência Artificial entrou na vida das empresas, facilitando o seu crescimento, mas também reduzindo e evoluindo os empregos do futuro e o futuro é agora. A nossa transformação estará sempre associada à evolução do emprego e a tendência diz-nos que vamos estar sempre um passo à frente dessa evolução. É nisso que estamos focados todos os dias. ●

importantes para a diversificação das possibilidades que oferecemos a quem nos procura. Um dos nossos objectivos nos últimos anos tem sido alargar o espectro de áreas em que trabalhamos sem perder a excelência daquilo que fazemos nos serviços “tradicionais” de RH. O recruitment marketing entrou recentemente na nossa lista de serviços e tem ajudado clientes a criarem um storytelling dedicado ao seu processo de recrutamento e beneficiando de ferramentas digitais para chegar aos melhores perfis. Simultaneamente, prestamos consultoria digital, através do qual ajudamos empresas a modernizar os seus activos e a desenvolver planos de acção

! A CRIAÇÃO DO CLAN FOI ABSOLUTAMENTE TRANSFORMADORA. DEPOIS DE TRÊS ANOS DE DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO INTERNO, LANÇAMOS NO MERCADO ESTA QUE É A PRIMEIRA SOLUÇÃO DE EMPREGO 100% DIGITAL EM PORTUGAL



A melhor experiência tecnológica na área dos Recursos Humanos é connosco!

O Clan – solução de emprego 100% digital da Multipessoal – foi distinguido com o prémio Best Tech Experience pela Escolha do Consumidor. Esta distinção faz de nós a única marca do setor dos recursos humanos em Portugal a ganhar este reconhecimento tecnológico.





CONTINENTE

DAR A MELHOR EXPERIÊNCIA DE COMPRA AOS CLIENTES

A ESTRATÉGIA DE DIGITALIZAÇÃO PARTE
DE UM ENTENDIMENTO PROFUNDO DA
JORNADA DE COMPRA DO CONSUMIDOR

A

tecnologia é, sem dúvida, um forte aliado do sector do retalho e o Continente, como até agora, pretende manter-se na vanguarda da inovação, estando atento à criação e introdução de novas ferramentas e serviços no sector.

A evolução do digital não veio provocar mudanças na missão do Continente, mas sim ampliar as ferramentas e os meios que a tornam possível.

Os clientes querem uma experiência mais simples, mais autonomia, mais ágil, ter mais acesso a informação, comparar mais rapidamente preços entre retalhistas e querem soluções mais personalizadas.

No mesmo sentido, os trabalhadores querem funções que não sejam repetitivas e que sintam que acrescentam valor à organização, o que leva as empresas a ajustar a sua cultura para acompanhar tanto as tendências do mercado de trabalho, como as necessárias evoluções que o digital proporciona para ganhos efetivos de produtividade.

Assim, a estratégia de digitalização parte de um entendimento profundo da jornada de compra do

consumidor que permite identificar todas as áreas em que as soluções digitais podem contribuir para a melhoria da experiência de cliente. Essas oportunidades são priorizadas para maximizar o impacto nesta experiência e o resultado manifesta-se em várias ações e ativos digitais colocados ao serviço dos clientes.

«Hoje sentimos uma conexão mais forte do que nunca com o cliente. Juntos percebemos o que faz

sentido, sendo a digitalização uma ferramenta para aprimorar a experiência e não um objetivo por si», diz Luís Cardeal, da equipa de transformação digital MC.

Este processo de inovação é conduzido de forma descentralizada, dando independência suficiente às equipas para responder às necessidades e experimentar soluções.

São exemplo disso a comunicação digital (redes sociais, fo-





MARCO

2001 FOI UM MARCO NA JORNADA DIGITAL DA MC COM O LANÇAMENTO DO CONTINENTE ONLINE. DESDE ENTÃO TEMOS ALARGADO A NOSSA OFERTA DE PRODUTOS E AS ZONAS ONDE FAZEMOS ENTREGAS ONLINE

CONTINENTE



“HOJE SENTIMOS UMA CONEXÃO MAIS FORTE DO QUE NUNCA COM O CLIENTE. JUNTOS PERCEBEMOS O QUE FAZ SENTIDO, SENDO A DIGITALIZAÇÃO UMA FERRAMENTA PARA APRIMORAR A EXPERIÊNCIA E NÃO UM OBJETIVO POR SI.”

LUÍS CARDEAL - EQUIPA DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL MC

lhetos, folhetos personalizados), o site e app de e-commerce até à app Cartão Continente.

O CONTINENTE É A MARCA MAIS SEGUIDA NAS REDES SOCIAIS

De facto, o Continente tem como objetivo dar a melhor experiência de compra aos seus clientes, tanto nas lojas físicas como no canal online, garantindo simultaneamente a liderança nos preços

baixos. E a transformação digital ajuda a potenciar cada um destes objectivos: usar o digital para criar experiências e serviços para cliente e também como ferramenta para ganhos recorrentes de eficiência e produtividade.

UM PROGRAMA DE FIDELIZAÇÃO DIGITAL

Um ponto relevante desta transformação é o trabalho de digitalização que se fez no Cartão

Continente, centralizando todo o programa na aplicação. Hoje é possível consultar o saldo, ver os cupões disponíveis para as próximas compras, ver os selos que estão disponíveis na caderneta, usar a app em loja e parceiros para fidelizar as compras e até mesmo fazer a recuperação dos cupões que poderia ter utilizado e que foram esquecidos em compras passadas. A aplicação oferece ainda um acesso direto à sua caderneta, permitindo um fácil acompanhamento dos selos acumulados em campanhas de fidelização. Além das compras nas lojas Continente, o utilizador da aplicação consegue desfrutar dos benefícios em empresas do Grupo Sonae tais como a Wells, Zu, Note como também em empresas parceiras, como a Galp e a Ibersol.



“A DIGITALIZAÇÃO DO CARTÃO CONTINENTE PERMITIU-NOS EVOLUIR A EXPERIÊNCIA QUE OFERECEMOS AOS NOSSOS CLIENTES, DISPONIBILIZANDO TODO O PROGRAMA DE FIDELIZAÇÃO NA APLICAÇÃO À DISTÂNCIA DE UM CLIQUE.”

RUI ROCHA - DIRETOR DO PROGRAMA
CARTÃO CONTINENTE

«A digitalização do cartão continente permitiu-nos evoluir a experiência que oferecemos aos nossos clientes, disponibilizando todo o programa de fidelização na aplicação à distância de um clique», explica Rui Rocha, Director do programa Cartão Continente

**UMA EM CADA QUATRO
TRANSAÇÕES DO
CONTINENTE É FIDELIZADA
COM A APLICAÇÃO
CARTÃO CONTINENTE**

Com a digitalização do programa

Aceda aos seus cupões
e poupe nas suas marcas favoritas.



Instale já a App
Cartão Continente

perseguiu-se igualmente um objectivo de sustentabilidade em duas vertentes. Por um lado, dar ao cliente de forma digital a informação sobre os seus cupões (que até então só seria possível consultar nas cartas enviadas para casa) e, que para os clientes da App, pode deixar de ser enviado (se assim o quiserem). Outro ponto está relacionado com a adesão à factura eletrónica. Quando um cliente decide aderir, para além de passar a receber todas as suas facturas no email, também deixa de as imprimir na loja, o que

significa uma poupança de várias toneladas de papel todos os anos.

UMA JORNADA DE COMPRA NA LOJA FÍSICA

A maioria do negócio do Continente acontece na loja física. É assim importante fazer um mapeamento constante da jornada que o cliente faz dentro das lojas para garantir que recebe a melhor experiência possível. O digital é assim um aliado, ajudando a criar soluções para os maiores problemas dos consumidores.

Atualmente, o cliente tem disponível vários facilitadores na sua jornada.

Na preparação de compra o cliente pode consultar o folheto digital ou até mesmo o folheto personalizado, criado com base nos produtos que costuma comprar.

Já dentro de loja, o cliente pode optar por usar a Aplicação Continente Siga – que permite o registo autónomo de produtos (self-scanning). Esta funcionalidade garante uma maior autonomia e rapidez no registo de produtos e no processo de pagamento e checkout.

Em algumas lojas, ao fim de semana, mais de 5% dos clientes usam a Aplicação Siga para terminar as suas compras.

O cliente pode ainda retirar a sua senha de forma digital utilizando a app, reduzindo o tempo de espera em locais mais concorridos, como o balcão de atendimento. Além disso, a aplicação fornece também a possibilidade de consultar informação sobre stock e localização de produtos.



Para terminar a compra, para além do Continente Siga e das caixas tradicionais, tem sido implementadas soluções autónomas de checkout (os self-checkouts). É uma resposta direta à evolução das necessidades dos clientes, que querem ser mais rápidos e autónomos no seu processo de registo e pagamento.

Nos grandes Continentes 50% dos clientes escolhe os self-checkouts para terminar a sua compra.

Ao mesmo tempo, estão a ser gradualmente implementada nas lojas físicas etiquetas eletrónicas, que por serem atualizadas centralmente garantem que os preços marcados são sempre corretos proporcionando maior transparência no processo de compra.

Se tiver um problema com a compra ou necessitar de ajuda com um tema pode utilizar o assistente virtual, sendo suportado em Gen AI, que consegue responder às perguntas usando linguagem natural.

UMA PROPOSTA DE VALOR ONLINE NACIONAL

2001 foi um marco na jornada digital da MC com o lançamento do Continente Online. Desde então a oferta de produtos e as zonas onde se fazem entregas online tem sido alargada. Hoje, já é possível enviar a maioria dos produtos do Continente para qualquer parte do país.

! NA PREPARAÇÃO DE COMPRA O CLIENTE PODE CONSULTAR O FOLHETO DIGITAL OU ATÉ MESMO O FOLHETO PERSONALIZADO, CRIADO COM BASE NOS PRODUTOS QUE COSTUMA COMPRAR

Desde o COVID, as encomendas do Continente online mais do que triplicaram

A proximidade e a conveniência também feito expandir a capacidade de entregas em loja (Click & Go), estando este serviço disponível em várias lojas.

UMA CULTURA DE TRABALHO MAIS AGIL

Para acompanhar a evolução digital, a organização tem ajustado a sua cultura, focando-se em aumentar a produtividade, e os seus processos internos, promovendo um ambiente de inovação constante. Neste âmbito, a empresa implementou a metodologia ágil no desenvolvimento das suas soluções digitais onde equipas dedicadas garantem o desenvolvimento dos seus produtos, além de recorrermos a parceiros que ajudam a responder a esses desafios.

A agilidade no lançamento das novas soluções digitais é outro ponto crítico. Para o mitigar, o Continente adota uma estratégia de realização de pilotos que permitem tomar decisões mais informadas no que toca ao produto final, antes de escalar as soluções para outras lojas.

Além disso, nos últimos anos, o Continente tem investido fortemente no reskilling e upskilling dos seus colaboradores, com foco em vários temas como, por exemplo, programação e advanced analytics. ●



EI! ASSESSORIA MIGRATÓRIA

TORNAR O PROCESSO MIGRATÓRIO MAIS SIMPLES E EFICIENTE



» Gilda Pereira,
CEO da Ei!

A EXPERIÊNCIA DE UMA DÉCADA NA ÁREA DE MIGRAÇÃO E MOBILIDADE INTERNACIONAL É EXTENSA E ALICERÇADA EM ANOS DE ACTUAÇÃO DEDICADA A AJUDAR EMPRESAS E PROFISSIONAIS A NAVEGAR COM SUCESSO NOS COMPLEXOS PROCESSOS DE IMIGRAÇÃO

O objectivo da empresa é tornar o processo migratório o mais simples e eficiente possível, permitindo que as empresas de IT se foquem no crescimento do negócio, enquanto cuidam de todos os detalhes relacionados à mobilidade internacional. Em entrevista à Executive Digest, Gilda Pereira, CEO da Ei!, explica os principais desafios e oportunidades de todo o processo de gestão e mobilidade de talento global em outsourcing.

Na sequência das necessidades geradas pela mobilidade geográfica dos dias de hoje, a Ei! tem como objectivo facilitar a vida a todos os que decidam procurar novos desafios. Nesse sentido, ao nível do processo migratório, como podem ajudar as empresas de IT a recrutar talento global?

A Ei! não é uma empresa de recrutamento, no en-

tanto, pode oferecer uma ampla gama de serviços especializados para ajudar as empresas de IT a recrutar e integrar talento global, facilitando o processo migratório de forma eficiente e sem complicações. Alguns dos principais apoios incluem:

Gestão de Vistos e Autorizações de Residência: Assistimos no processo burocrático de obtenção de vistos de trabalho e autorizações de residência para profissionais qualificados que venham para Portugal, garantindo que toda a documentação necessária esteja em conformidade com as exigências legais.

Assessoria especializada em migração: Oferecemos suporte especializado às empresas, ga-

rantindo que todas as fases do processo migratório estejam em conformidade com as leis e regulamentos em vigor.

Consultoria de Relocação: Apoiamos o profissional e a sua família na transição para Portugal, oferecendo um portefólio alargado de serviços, desde procura de alojamento, orientação sobre escolas, obtenção de número de utente bem como outros aspetos práticos da mudança.

Suporte em Processos Fiscais e de Segurança Social: Asseguramos que os talentos internacionais sejam integrados correctamente no sistema fiscal e de segurança social em Portugal, garantindo o cumprimento de todas as obrigações legais na transição de não residente fiscal para residente fiscal.

O nosso objectivo é tornar o processo migratório o mais simples e eficiente possível, permitindo que as empresas de IT se foquem no crescimento do negócio, enquanto



EQUIPA

CONTAMOS COM UMA EQUIPA ALTAMENTE QUALIFICADA E ESPECIALIZADA EM TODAS AS VERTENTES DO PROCESSO MIGRATÓRIO, DESDE A OBTENÇÃO DE VISTOS E AUTORIZAÇÕES DE RESIDÊNCIA ATÉ À INTEGRAÇÃO PROFISSIONAL



nós cuidamos de todos os detalhes relacionados à mobilidade internacional. Os nossos clientes de IT confiam na Ei! para gerir todo o processo de gestão e mobilidade de talento global em outsourcing.

Sendo a vossa missão tornar a vida mais fácil a quem pretende entrar ou sair de Portugal, como definem a vossa experiência nesta área?

A nossa experiência de uma década na área de migração e mobilidade internacional é extensa e alicerçada em anos de actuação dedicada a ajudar empresas e profissionais a navegar com sucesso nos complexos processos de imigração. Temos vindo a aperfeiçoar os nossos serviços, acompanhando de perto as mudanças nas legislações, as necessidades das empresas e do mercado global, bem como das características dos recursos humanos e do talento disponível.

Contamos com uma equipa altamente qualificada e especializada em todas as vertentes do processo migratório, desde a obtenção de vistos e autorizações de residência até à integração profissional. Já trabalhamos com uma vasta gama de empresas, especialmente no setor de IT, onde a procura por talento internacional é constante, ajudando-as a atrair, reter e integrar os melhores profissionais de diversas partes do mundo.

Portugal aposta bastante na área tecnológica, tendo sido criados os programas Tech Visa e Start Up Visa. De que forma é que a vossa consultora pode assessorar os profissionais qualificados e empreendedores?

A Ei! Assessoria Migratória pode

oferecer um serviço completo (one-stop-shop) tanto para empregadores/empresas, como para profissionais qualificados e ainda para empreendedores que queiram beneficiar dos programas Tech Visa e StartUp Visa. O nosso objectivo é simplificar todo o processo e assegurar que os candidatos estejam em total conformidade com os requisitos dos programas. De que forma a Ei! pode assessorar os seus clientes:

Para profissionais qualificados (Tech Visa):

Elegibilidade e Preparação de Candidaturas: Avaliamos o perfil do profissional para garantir que cumpre todos os critérios exigidos pelo Tech Visa, como qualificações e experiência na área tecnológica. Ajudamos também na preparação de toda a documentação necessária, desde certificados académicos até comprovativos de experiência profissional.

Apoio no Processo de Visto e Autorização de Residência: Tratamos da submissão de pedidos de visto e autorizações de residência, garantindo que o processo seja eficiente e em conformidade com os prazos estabelecidos. Acompanhamos todas as fases até à obtenção dos documentos.

Integração e Relocação: Além do apoio jurídico e administrativo, também oferecemos serviços de relocação, como procura de alojamento, orientação sobre sistemas de saúde e educação, ajudando o profissional a se adaptar rapidamente à vida em Portugal.

Para empreendedores (Start Up Visa):



ONOSSE
CONTRIBUTO
PARA A
LEGISLAÇÃO
DE IMIGRAÇÃO
TEM-SE
FOCADO
PRINCIPALMENTE
EM OFERECER
CONSULTORIA
ESPECIALIZADA
E COLABORAR
COM
ENTIDADES
GOVERNAMENTAIS

Validação da Ideia de Negócio e Plano de Negócios: Ajudamos empreendedores a estruturar e validar a sua ideia de negócio, preparando um plano de negócios sólido que cumpra os critérios do StartUp Visa com o auxílio de parceiros. Auxiliamos na criação de estratégias de crescimento e inovação que tornem o projeto mais competitivo e alinhado com os objectivos do programa.

Apoio na Candidatura ao StartUp Visa: Orientamos o empreendedor em todas as fases do processo, desde a candidatura inicial até à submissão da proposta à Rede Nacional de Incubadoras. A nossa equipa garante que toda a documentação e requisitos sejam cumpridos de acordo com as orientações do StartUp Visa.

Networking e Parcerias: Com a nossa rede de contactos e parcerias com incubadoras, aceleradoras e empresas locais, conectamos empreendedores com o ecossistema tecnológico em Portugal, facilitando o acesso a recursos, investidores e oportunidades de desenvolvimento para que possam lançar e escalar as suas startups com sucesso.

Dentro do departamento de Relocation, quais são os serviços mais solicitados por parte das empresas e profissionais?

Dentro do nosso departamento de Relocation, os serviços mais solicitados por empresas e profissionais variam de acordo com as necessidades específicas de cada caso, mas geralmente incluem as seguintes áreas:



>> Board of directors - no aniversário da Ei!

1. Procura de Alojamento:

Este é um dos serviços mais procurados, especialmente por profissionais e suas famílias. Ajudamos na pesquisa e seleção da tipologia de alojamento (moradias, apartamentos, na cidade, campo, etc), tanto temporários como permanentes, em função das preferências de localização, orçamento e proximidade ao local de trabalho ou escolas.

2. Serviços de Integração e Acompanhamento Pessoal:

Este serviço envolve apoio prático na adaptação ao novo país, como:

Abertura de contas bancárias,
Registo no Serviço Nacional de Saúde (SNS),

Inscrição no sistema de Segurança Social,

Obtenção de Número Identificação Fiscal (NIF).

Bem assim, também suporte com a instalação de serviços domésticos, como eletricidade, água, internet e telecomunicações.



COM A NOSSA REDE DE CONTACTOS E PARCERIAS COM INCUBADORAS, ACELERADORAS E EMPRESAS LOCAIS, CONECTAMOS EMPREENDEDORES COM O ECOSISTEMA TECNOLÓGICO EM PORTUGAL, FACILITANDO O ACESSO A RECURSOS, INVESTIDORES E OPORTUNIDADES DE DESENVOLVIMENTO PARA QUE POSSAM LANÇAR E ESCALAR AS SUAS STARTUPS COM SUCESSO

3. Consultoria contabilística e Fiscal:

Muitas vezes, tanto empresas como profissionais solicitam apoio na orientação fiscal e legal para garantir o cumprimento das obrigações fiscais e tributárias no país, incluindo questões como dupla tributação e planeamento financeiro.

4. Suporte à Família:

Profissionais que se mudam com a família frequentemente solicitam ajuda na procura de escolas (internacionais ou locais) e creches, além de apoio em questões relacionadas à adaptação cultural. Organizamos serviços que facilitam a integração dos familiares, como cursos de língua portuguesa e diversas atividades de âmbito cultural para que se sintam confortáveis no novo ambiente.

5. Relocation de Bens Pessoais:

Facilitamos o processo de mudança de bens pessoais para Portugal, desde a contratação de serviços de transporte internacional até ao acompanhamento da chegada, desalfandegamento, e entrega dos pertences e/ou bens no novo local de residência, com suporte logístico para garantir que o processo seja tranquilo e sem complicações.

Como se diferenciam face à concorrência?

Aquilo que distingue a Ei! da concorrência é justamente a abordagem integrada, personalizada e altamente especializada no processo migratório e de relocation, oferecendo um serviço bem mais completo

que tão somente o básico, ou seja, tratamento administrativo da burocracia. Os principais factores que nos destacam no mercado são:

1. Abordagem Personalizada e Humanizada:

Cada cliente, seja uma empresa ou um profissional, tem necessidades únicas. Ao contrário de soluções padronizadas, oferecemos um acompanhamento individualizado, desenhando soluções à medida para cada caso específico. A nossa equipa faz questão de entender as particularidades de cada situação, desde as expectativas pessoais até os detalhes culturais que podem influenciar a adaptação e, consequentemente, a retenção do talento.

2. Experiência e Expertise Multidisciplinar:

Contamos com uma equipa multidisciplinar, composta por especialistas em várias áreas que trabalham de forma integrada. Isso permite-nos lidar com todos os aspectos de um processo migratório, oferecendo uma solução 360º que cobre desde a burocracia até a adaptação cultural, o que muitas vezes não é valorizado de forma tão abrangente pela concorrência.

3. Foco em Inovação e Tecnologia:

Utilizamos as mais recentes ferramentas tecnológicas para simplificar e acelerar o processo migratório. Desde plataformas digitais que permitem acompanhar em tempo real o status de cada etapa do processo, até soluções de integração que facilitam a comunicação entre os talentos internacionais e as empresas contratantes. Esse foco em tecnologia aumenta a eficiência e



EXPERIÊNCIA

A NOSSA EXPERIÊNCIA DE UMA DÉCADA NA ÁREA DE MIGRAÇÃO E MOBILIDADE INTERNACIONAL É EXTENSA E ALICERÇADA EM ANOS DE ACTUAÇÃO DEDICADA A AJUDAR EMPRESAS E PROFISSIONAIS A NAVEGAR COM SUCESSO NOS COMPLEXOS PROCESSOS DE IMIGRAÇÃO

Ei! Assessoria Migratória

proporciona maior transparência e controle para os clientes.

4. Suporte Integral, do Início ao Fim: O nosso serviço não se limita à obtenção de vistos, acompanhamos todos os passos do processo migratório, desde o momento em que o profissional considera mudar-se para Portugal até à sua completa integração no país, e continuamos a oferecer suporte mesmo após a mudança. Isso inclui ajuda com renovação de documentos, acompanhamento de familiares e assistência contínua em questões migratórias e fiscais.

5. Parcerias Estratégicas:

Mantemos fortes parcerias com instituições locais, incubadoras de empresas, instituições financeiras e/ou de financiamento, serviços públicos e associações empresariais, o que nos permite agilizar processos e oferecer vantagens exclusivas para os nossos clientes. Essas conexões ajudam-nos a abrir portas, especialmente em sectores como o da IT, onde a rapidez e eficiência no recrutamento de talentos internacionais são cruciais.

6. Foco no Bem-Estar e na Integração Cultural:

Ajudar os profissionais que escolhem Portugal para viver e trabalhar é uma prioridade para nós. Queremos verdadeiramente que o talento internacional se sinta em casa em Portugal. Para além dos aspectos burocráticos e logísticos, damos uma atenção especial à integração cultural e ao bem-estar dos profissionais e suas famílias. Auxiliamos com sessões de acolhimento, orientação sobre hábitos locais, cursos de português, apoio



psicológico e outros serviços que garantem uma transição suave e positiva, o que faz toda a diferença no sucesso de uma realocação, bem como na retenção dos quadros.

7. Conhecimento Profundo da Legislação e Programas Locais:

Temos muita experiência em programas específicos, como o Tech Visa e o StartUp Visa, e acompanhamos de perto as mudanças legislativas que afetam a imigração e o recrutamento de talentos internacionais. A nossa proximidade com essas regulamentações permite-nos



AQUILO QUE DISTINGUE A EI! DA CONCORRÊNCIA É JUSTAMENTE A ABORDAGEM INTEGRADA, PERSONALIZADA E ALTAMENTE ESPECIALIZADA NO PROCESSO MIGRATÓRIO E DE RELOCATION

>> Filipa Abreu - Head of legal da Ei!

oferecer aconselhamento atualizado e garantir que as empresas e profissionais estejam sempre em conformidade com as exigências legais em matéria de imigração e fiscalidade.

8. Capacidade de Actuar em Diferentes Sectores:

Embora tenhamos uma forte presença no setor de IT e ecossistema digital, a nossa capacidade de atuação abrange diversos setores, como engenharia, investigação e desenvolvimento, finanças, saúde e educação. Isso amplia o nosso alcance e torna-nos uma escolha versátil para empresas de diferentes indústrias que desejam atrair e reter talentos globais.

9. Serviços Complementares:

Enquanto muitas empresas de relocation focam-se apenas no processo de mudança, nós oferecemos uma gama mais ampla de serviços complementares sendo considerada uma one-stop-shop.

10. Satisfação do Cliente e Reputação:

O nosso compromisso com a satisfação do cliente é uma das nossas maiores prioridades. Orgulhamo-nos de construir relações de confiança duradouras com os nossos clientes e parceiros, oferecendo-lhes uma experiência de transição de país tranquila e eficaz. O feedback positivo que recebemos é um reflexo do nosso empenho em fornecer serviços de excelência, e muitas vezes, são os nossos clientes se tornam nossos maiores promotores. ●



FIDELIDADE

JORNADA FOCADA NO CLIENTE

A TECNOLOGIA TEM SIDO AO LONGO DOS ANOS UM ELEMENTO ESSENCIAL PARA A TRANSFORMAÇÃO DE MODELOS DE NEGOCIO, FORMAS DE TRABALHAR E ATÉ DE PRODUTOS E SERVIÇOS NAS ORGANIZAÇÕES

Em entrevista à Executive Digest, Teresa Rosas, Head of Technology and Business Support, e Sérgio Carvalho, Head of Marketing, explicam os principais desafios e oportunidades da transformação digital.

Quais são os principais objectivos da Fidelidade na área da transformação digital?

Teresa Rosas: A Fidelidade tem vários objectivos na área da transformação digital, muito alinhados com os desafios de negócio e com as oportunidades que vemos a tecnologia trazer, mais do que nunca, a produtos, a serviços e à experiência que criamos para Clientes, para parceiros e para as nossa próprias Pessoas. Esta foi uma jornada que iniciámos há muitos anos focada, quer nas mudanças no comportamento dos clientes, quer nos avanços tecnológicos a que assistimos.

Para tal criámos pilares de actuação que guiam esta transformação - o foco na melhoria da experiência do cliente, o aumento da eficiência operacional e a capacidade de criação de produtos/serviços inovadores.

Temos assim investido na digitalização de processos internos e externos para agilizar operações, melhorar a eficiência e reduzir custos. Isso inclui desde a automação inteligente de tarefas administrativas

até ao investimento no self service para Clientes e Parceiros, oferecendo uma experiência mais rápida e conveniente.

O tratamento de sinistros, momento particularmente crítico na vida dos nossos Clientes, tem sido também outra prioridade, com uma experiência cada vez mais simples e digitalizada, quer por parte do cliente, quer através dos nossos parceiros de negócio. Através da AI e sua integração com processos de negócio, facilitamos o report de ocorrências e aceleramos o processo de análise e pagamento de sinistros, o que nos permite avaliações mais rápidas e respostas mais eficazes aos clientes. Integramos ainda nestes processos a utilização de tecnologias como tratamento de imagem/video e

realidade aumentada, o que nos permite remotamente proceder a avaliações sem qualquer perda de rigor e com uma extensão muito significativa de capacidade.

Como é que a transformação digital se alinha com a missão e a visão da Fidelidade? E como promovem uma cultura de inovação?

Sérgio Carvalho: Na Fidelidade, estamos a implementar, desde há já alguns anos, processos de automação de última geração, baseados em modelos de machine learning e inteligência artificial, e a reformular a Experiência do Cliente através da digitalização e da construção de Ecossistemas, digitalmente habilitados, que vão muito para além dos seguros e combinam serviços





específicos e outros market places que nos permitem proporcionar a cada cliente uma experiência global e surpreendente ao longo da sua jornada.

Estamos também a promover a profissionalização dos nossos agentes e parceiros de negócio e a dotá-los das melhores ferramentas para que possam evoluir e continuar a prestar o melhor e mais personalizado serviço a cada cliente.

Mas para que isso aconteça sabemos que também temos de promover uma organização ágil a nível empresarial e garantir uma organização com talento capaz de dar resposta a modelos de trabalho futuros.

Se considerarmos o modelo de negócio, seguimos uma cadeia de valor específica, onde as principais tendências são identificadas e validadas pelo CFT - Centre For Transformation, uma equipa da Fidelidade, dedicada à inovação. Passamos então à fase seguinte - Desenho Estratégico. Nesta fase ficamos a conhecer utilizadores e os seus problemas, para passarmos à Idealização, Definição e Prototipagem.

Finalmente, chegamos à Transformação, ou seja, lançamos um MVP no mercado. Validamos a solução e as suas funcionalidades, a forma como o utilizador se relaciona com ela, o preço, os canais de distribuição, a comunicação. Fazemos tudo isto seguindo o método “lean startup”: construir, medir, aprender.

Quando nos sentimos preparados, passamos às New Ventures para escalar rapidamente ini-

ciativas com maior maturidade, assegurando simultaneamente um spin-off bem-sucedido, quer através da integração com Unidades de Negócio ou empresas do grupo, quer através da criação de novas empresas.

Relativamente à Inovação Corporativa, temos as Apps que cruzam seguros e serviços: Muticare Vitality, Fidelidade Drive e MySavings;

Como programas de inovação aberta e empreendedorismo interno, desenvolvemos o Programa XLab, para promover a inovação e o empreendedorismo dentro da organização.

Depois temos três projectos em curso: FIXO, uma plataforma de serviços ao domicílio com uma oferta seleccionada e preços fixos, que oferece mais de 70 serviços diferentes; Just In Case, uma aplicação Web de seguros de viagem a pedido que oferece serviços adicionais e uma ferramenta integrada de planeamento de viagens; Sofia, uma plataforma única para seniores que oferece uma gama de serviços para a população com mais de 60 anos, incluindo prestadores de cuidados, exercício e nutrição.

E o Protechting, um programa internacional de inovação aberta, desenvolvido em colaboração com a Fosun e o Hospital da Luz Learning Health, que visa impulsionar

» Teresa Rosas, Head of Technology and Business Support da Fidelidade



TECNOLOGIA
INICIAMOS A MUDANÇA TECNOLÓGICA CRIANDO UMA ARQUITECTURA DIGITAL ASSENTE EM INTEGRAÇÃO DE FUNCIONALIDADES CORE DISTINTAS, QUE ATRAVÉS DE APIS SE INTEGRAM EM EXPERIÊNCIAS COMPLETAS QUE DISPONIBILIZAMOS A CLIENTES E PARCEIRO

a transformação tecnológica nos sectores dos seguros e da saúde através de startups inovadoras.

Por fim, a Fidelidade é também investidora âncora de dois fundos de capital de risco: Shilling e Start Ventures.

Quais as tecnologias digitais que têm sido fundamentais no processo de transformação digital da Fidelidade (inteligência artificial, big data, automação etc.)?

T.R.: A tecnologia tem sido ao longo dos anos um elemento essencial para a transformação de modelos de negócio, formas de trabalhar e até de produtos e serviços, nas organizações. Na nossa indústria em particular com desafios muito significativos para estarmos com os nossos Clientes no seu dia a dia, na prevenção de riscos, na sua protecção e não somente na resolução de problemas quando estes acontecem.

Iniciámos a mudança tecnológica criando uma arquitectura digital assente em integração de funcionalidades core distintas, que através de APIs se integram em experiências completas que disponibilizamos a Clientes e Parceiros. Através desta abordagem temos vindo a criar ecossistemas de produtos e serviços, que de forma transparente integram as nossas capacidades funcionais ou de outras organizações, enriquecendo a oferta e a experiência que proporcionamos.

Ao longo dos anos temos vindo a adoptar várias tecnologias que em muito impulsionam a transformação digital:



- Toda uma camada de Inteligência com a introdução de capacidades de Inteligência Artificial e análise avançada de dados, utilizada para personalizar a experiência do cliente, prever comportamentos e necessidades e automatizar processos internos, aumentando a eficiência e a precisão.

- Tecnologias que podemos associar a escalabilidade e automação, desde a Virtualização a Cloud Computing, facilitando crescimento, flexibilidade e segurança dos dados, permitindo uma gestão mais eficiente dos recursos e uma resposta mais rápida às necessidades do mercado.

- Tecnologias associadas à forma como interagimos com o mundo à nossa volta. Desde o tratamento de imagem e de vídeo ao tratamento de voz que associados a modelos inteligentes que apoiam a tomada de decisão, e sua integração com Agentes e Bots nos permitem criar experiências realmente diferenciadoras.

- A sensorização onde inserimos a Internet das Coisas (IoT), ou seja, a integração de dispositivos conectados que viabiliza a recolha de dados em tempo real, melhorando a monitorização e a gestão de riscos, além de oferecer novas oportunidades para desenvolvimento de produtos e serviços inovadores.

- As tecnologias de Robotic Process Automation que usamos para automatizar tarefas repetitivas e administrativas, libertando os colaboradores para outro tipo de actividades de maior valor acrescentado.

Como é que a transformação digital impactou a experiência dos clientes da Fidelidade? E de que forma as tecnologias digitais ajudaram a Fidelidade a personalizar produtos ou serviços para melhor servir os clientes?

S.C.: A transformação digital e adopção de tecnologias digitais têm-nos permitido reinventar o negócio, disponibilizar soluções mais dirigidas e adaptadas às necessidades de cada pessoa, dar mais autonomia aos nossos parceiros de negócio e agilizar também o seu trabalho para prestarmos um melhor e mais ágil serviço, contribuindo assim para uma melhor experiência ao longo da jornada de cada cliente. Tudo isto, aliado a um aumento na eficiência e simplificação de processos, traduzido também na diminuição de tarefas rotineiras que libertam tempo dos colaboradores para se dedicarem às pessoas, com muito impacto a nível dos canais presenciais, ou seja dos nossos Agentes e Corretores, traduzindo-se na maior disponibilidade para consultoria e aconselhamento.

Por outro lado, todas as ferramentas digitais e de IA que estamos a utilizar têm tido também um papel importante na personalização da comunicação e da oferta de valor, já que permitem que estas sejam mais relevantes, ajudando, dessa forma, no processo de decisão. Este impacto é mensurável não somente nos indicadores de negócio, mas também nos níveis de satisfação dos Clientes.

Na verdade, a Fidelidade dispõe de um AI recommendation engine, sustentado por modelos de Ma-



» Sérgio Carvalho, Head of Marketing da Fidelidade

chine Learning, que identifica os produtos e serviços mais indicados para cada Cliente de acordo com o seu perfil. Esta informação reverte depois, não só na geração de oportunidades comerciais que apoiam os nossos parceiros de negócio, como também na realização de campanhas direccionadas, quer através da selecção do público alvo adequado, quer na personalização de todos os elementos da proposta de valor, incluindo a forma e o conteúdo dessas comunicações.

T.R.: A utilização da IA na Fidelidade está também a impactar o atendimento ao cliente. A implementação de chatbots e speechbots permitem melhorar a experiência do Cliente no atendimento, reduzindo tempos de espera, realizando um maior número de chamadas tratadas, trazendo redução de custos no servicing e aumentando a eficiência da resposta.

A “Maria”, um speechbot dotado de inteligência artificial, é um exemplo disto.

A Maria, desenvolvida por equipas internas - Fidelidade Assistance e Centro de Inteligência Artificial e Analytics - com recurso a serviços cognitivos dos principais Cloud providers e complementada com as tecnologias de tratamento de voz, permite à Fidelidade Assistance atender um maior número



NA FIDELIDADE, ESTAMOS A IMPLEMENTAR, DESDE HÁ JÁ ALGUNS ANOS, PROCESSOS DE AUTOMAÇÃO DE ÚLTIMA GERAÇÃO



FUTURO

CONTINUAREMOS A UTILIZAR AS NOVAS TECNOLOGIAS PARA MELHORAR A AUTOMAÇÃO DE TAREFAS ROTINEIRAS QUE NOS PERMITEM LIBERTAR AS PESSOAS PARA SE DEDICAREM ÀS PESSOAS, PARA PERSONALIZAÇÃO APRIMORADA, QUER DA OFERTA QUE DISPONIBILIZAMOS, QUER DA COMUNICAÇÃO

FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808

de clientes, reduzir tempos de espera e estar disponível 24/7. O seu auxílio à operação da Fidelidade destaca-se ainda mais nos períodos de horas de ponta, de sazonalidade como as férias e em eventos extremos (e.g. desastres naturais) uma vez que conseguimos responder de forma mais célere nestes períodos caracterizados por picos de chamadas.

Quando liga para a linha de atendimento da Fidelidade Assistance, o cliente pode ser prontamente atendido. Todo o contacto é contextualizado e o cliente é identificado automaticamente através da sua matrícula e/ou de outras informações que permitem proporcionar uma interacção rigorosa e robusta. Esta tecnologia tem a capacidade para identificar palavras-chave e sugerir as respostas adequadas a cada cenário, ajudando, assim, a providenciar a assistência que os clientes necessitam.

Quais são as estratégias da Fidelidade para garantir a segurança e privacidade dos dados dos clientes durante o processo de transformação digital?

T.R.: A maior abertura das organizações a novos ecossistemas de negócio, a criação de novas experiências para Clientes e Parceiros e até as novas formas de trabalhar internas têm trazido desafios que sabemos muito exigentes no que toca à segurança das organizações, dos seus sistemas e da sua informação. O programa de ISMS endereça as várias dimensões desta temática desde aspectos mais tecnológicos, a aspectos mais organizacionais

onde continuamos a considerar a Pessoa o elemento fundamental para o que fazemos e a forma segura como o fazemos. Assente numa abordagem Zero Trust desenvolvemos estratégias de implementação de infraestruturas, soluções e serviços onde endereçamos o facto de não existir o “100% seguro” e de continuamente introduzirmos formas mais seguras e robustas de se trabalhar.

Noutra dimensão sabemos que a AI traz também desafios associados relativamente à privacidade dos dados e compliance. É imperativo garantir que as aplicações de AI e dos dados que as sustentam estão de acordo com as regulamentações legais, padrões de ética e transparência. Da mesma forma, é também essencial assegurar a qualidade e não enviesamento dos dados que sustentam os algoritmos, com um acompanhamento dos outputs destas soluções, por forma a controlar o risco operacional e a qualidade. São aspectos que temos vindo a trabalhar a par do desenvolvimento da própria tecnologia.

Como olham para o futuro da Fidelidade em relação à transformação digital nos próximos 5 a 10 anos?

T.R.: Temos muitos desafios pela frente, certos de que quanto mais estivermos dispostos a investir na transformação e inovação, utilizando as diferentes tecnologias ao nosso dispor, mais este caminho será enriquecedor, de aprendizagem e de diferenciação.

Até onde certas tecnologias nos levarão será difícil imaginar,



O TRATAMENTO DE SINISTROS, MOMENTO PARTICULARMENTE CRÍTICO NA VIDA DOS NOSSOS CLIENTES, TEM SIDO TAMBÉM OUTRA PRIORIDADE, COM UMA EXPERIÊNCIA CADA VEZ MAIS SIMPLES E DIGITALIZADA, QUER POR PARTE DO CLIENTE, QUER ATRAVÉS DOS NOSSOS PARCEIROS DE NEGÓCIO

normalmente é sobrevalorizado o que permite no curto prazo, mas subvalorizado no longo prazo. Acreditamos que é na capacidade de evoluirmos, seja mais incrementalmente, seja mais disruptivamente, que reside a essência de podermos percorrer este caminho e estarmos onde a oportunidade existe.

S.C.: Seguramente que, como em todas as áreas, a transformação digital, nomeadamente a utilização de inteligência artificial, continuará a desafiar e revolucionar os diferentes negócios, trazendo uma combinação de vantagens e desafios. Continuaremos a utilizar as novas tecnologias para melhorar a automação de tarefas rotineiras que nos permitem libertar as pessoas para se dedicarem às pessoas, para personalização aprimorada, quer da oferta que disponibilizamos, quer da comunicação. Exponencialmente isto permitir-nos-á alcançar um grau de desenvolvimento que permita uma alteração de paradigma nos seguros: passar da oferta de seguros padronizados, para uma apólice por cliente com diferentes seguros e soluções incluídos, de acordo com o seu perfil, comportamento e preferências.

T.R.: Também o foco nos factores ESG, coloca a tecnologia com um papel essencial na promoção de soluções mais sustentáveis, tanto em termos de produtos, quanto nas operações.

E claro, imperativo, continuar a investir na cibersegurança e na protecção e privacidade dos dados dos nossos clientes. ●



MINSAIT

«AS EMPRESAS TERÃO QUE SER MUITO MAIS DISRUPTIVAS»



PERANTE A CHEGADA DE VÁRIAS NOVAS SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS DE FORMA MASSIVA, EXPONENCIAL E RÁPIDA, JÁ NÃO É UMA QUESTÃO DE SOBREVIVÊNCIA PARA UMA EMPRESA TER DE INOVAR

A

s empresas terão que ser muito mais disruptivas e terão que se reinventar totalmente, algumas em alguns mercados se não o fizerem rapidamente desaparecerão, outras têm algum tempo mas o caminho tem que se iniciar já. Em entrevista à Executive Digest, Sérgio Pinto Diretor de Oferta e Operações da Minsait em Portugal (Indra Group), explica os principais desafios e oportunidades da transformação digital para as empresas.

Como definiria a transformação digital no contexto actual, especialmente em relação à IA e à Robotização?

Há cerca de 25 anos observámos a última grande revolução tecnológica, com o aparecimento e expansão da Internet. Novos negócios foram criados, indústrias inteiras foram “viradas do avesso” (retalho de consumo ou financeiras só para mencionar as principais) e, num estágio de

maturação posterior, a própria sociedade mudou radicalmente, com os smartphones, a conectividade constante, a informação sempre presente e generalizada, a facilidade em criar narrativas (verdadeiras, menos objectivas e falsas), a consolidação e a globalização do mundo em várias vertentes, como as sociais, comerciais, warfare e política.

Estamos agora perante a próxima grande e profunda revolução



minsait

An Indra company

tecnológica, com a Inteligência Artificial (IA) e a Robotização por software. No imediato, podemos pensar em automóveis sem condutor, drones (para entregas, vigilância, conflitos armados e não armados...), e podemos também pensar no impacto em funções cuja execução está sustentada na repetição de processos, procedimentos e algoritmos (advocacia, suporte administrativo e até partes do processo de diagnóstico de saúde entre, muitas outras).

E para o futuro. O que podemos antever?

É difícil prever o que ainda vai acontecer, pois as ferramentas que estão a ser criadas e melhoradas enquanto falamos, só dependem da imaginação dos seus criadores (e sabemos, com o devido tempo, que esta é praticamente infinita). Muitas funções hoje executadas por humanos desaparecerão, outras novas serão criadas. Muitos negócios e respectivos modelos serão “cortados pela raiz” e reinventados. Se o aparecimento da internet já o demonstrou, teremos uma segunda vaga na democratização do acesso a negócios e oportunidades comerciais. Uma boa ideia, um par de ferramentas tecnológicas disruptivas facilmente disponíveis “et voilà”: “inventei um novo negócio que chegará a milhares de milhões de pessoas”.

Obviamente que também assistiremos a falsas partidas e muitas experiências sem sucesso. Basta pensarmos nos chat bots (assistentes de conversação) que muitas empresas de serviços mas-

sificados utilizam para substituir os humanos no atendimento ao cliente. Curiosamente anunciados com pompa e circunstância como sendo uma melhoria considerável na qualidade do atendimento ao cliente, prometem soluções a todos os problemas a qualquer hora e de forma muito rápida. A verdade é que muitos desses “chatbots” ainda hoje deixam muito (muito) a desejar, e assistimos, enquanto clientes, a um degradar exponencial da nossa experiência, sempre que necessitamos de algum apoio. O certo é que uma grande parte dos problemas dos clientes ainda só se consegue resolver com o contacto directo com um assistente humano, que consiga racionalizar o problema e resolvê-lo. O problema é que, hoje em dia, conseguir chegar à “fala” com um agente humano é quase o santo graal para um cliente em apuros. Existe, portanto, um longo caminho a percorrer.

Quais são os principais impactos da IA e da Robotização nas empresas hoje e como é que isso afecta a forma como elas operam?

Podemos tentar dividir, neste contexto, as empresas em três grupos. As empresas que consideram que é só uma moda, e que está tudo bem com os seus negócios, ignorando o que está a acontecer; as empresas que vêm na IA e na Robotização uma forma de otimizar processos internos e reduzir custos (me-



REVOLUÇÃO
ESTAMOS
AGORA
PERANTE A
PRÓXIMA
GRANDE E
PROFUNDA
REVOLUÇÃO
TECNOLÓGICA,
COM A
INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL
(IA) E A
ROBOTIZAÇÃO
POR
SOFTWARE.
É DIFÍCIL
PREVER
O QUE
AINDA VAI
ACONTECER,
POIS AS FERRA-
MENTAS QUE
ESTÃO
A SER CRIADAS
E MELHORADAS
ENQUANTO
FALAMOS, SÓ
DEPENDEM DA
IMAGINAÇÃO
DOS SEUS
CRIADORES

» Sérgio Pinto, director de oferta e operações da Minsait em Portugal (Indra Group)

lhorando, ou não, os resultados de cada processo); e, por fim, as empresas que vêm nesta revolução a oportunidade de romper com os paradigmas dos mercados onde operam (temos de incluir neste grupo as novas organizações criadas de raiz para abordar um mercado de forma nativa, suportada em novas soluções tecnológicas).

Na minha opinião, as primeiras desaparecerão mais tarde ou mais cedo (ou vão transformar-se em negócios de nicho), a forma como fazem chegar os seus produtos e/ou serviços ao mercado ficará obsoleta e deixará de funcionar. Seja porque os processos de produção ou gestão ficarão caros demais para serem competitivos, seja porque (mais provável) alguém aparecerá com uma forma totalmente nova de satisfazer a necessidade desse mercado.

Também nos iremos deparar com uma mudança radical em alguns mercados. A democratização no acesso a novas ferramentas, novas formas de aceder e consolidar conhecimento e acesso a agentes generativos de conteúdos com capacidades infinitas, causará uma disrupção no tipo de serviços e produtos procurados no mercado (principalmente no sector terciário).

No que diz respeito ao segundo grupo de empresas, provavelmente, mais adiante, acontecerá o mesmo do que às anteriores. Claro que esta consequência dependerá



muito do mercado onde estão inseridas e de como o mesmo evoluirá mas, com mais ou menos velocidade, todas acabarão por ter forte concorrência com formas e ferramentas mais efetivas.

Será, claramente, o terceiro grupo de empresas a vingar, pois tirarão proveito das novas tecnologias para fazerem chegar produtos e serviços inovadores (ou de forma inovadora, se pensarmos em produtos e serviços que não vão sofrer grandes alterações, nos sectores mais primários), estarão mais preparadas, serão mais eficientes, e terão condições para se adaptarem a um mundo e mercados cada vez mais complexos e cada vez mais rápidos a mudar.

O futuro trará, por isso, um mercado mais unificado no que diz respeito ao espírito inovador das empresas?

Obviamente que o que faço aqui é um exercício de generalização, e estou certo de que teremos empresas saudáveis nos dois primeiros grupos, mas tal será principalmente por actuarem em mercados mais conservadores, regulados ou controlados, em certa medida, pelas próprias.

Este é um desafio que as empresas enfrentam hoje: entender que o mundo da tecnologia está a mudar, que não basta apenas utilizá-lo nas suas formas mais óbvias ou básicas, sob pena de ficarem para trás no processo, sempre necessário, de inovação e resposta a mercados voláteis e em transformação. Perante a chegada de várias novas soluções tecnológicas de forma massiva, exponencial e rápida, já não é uma questão de sobrevivência



NOS PRÓXIMOS
ANOS, A
VELOCIDADE
COM QUE
VEREMOS
NOVAS
ABORDAGENS
AOS ACTUAIS
MERCADOS,
E A PRÓPRIA
CRIAÇÃO
DE NOVOS
MERCADOS
SERÁ
ESTONTEANTE

para uma empresa ter de inovar. Tem que o fazer de forma rápida e ainda mais ambiciosa.

Que estratégias podem as empresas adotar para se diferenciarem num cenário onde a tecnologia é, por vezes, similar entre os concorrentes? De que forma ajudam os vossos clientes?

Hoje em dia, o principal risco para as empresas é exactamente esse, adoptarmos as novas tecnologias para processos internos de “eficiência”, e facilmente ficar-se inebriado com os muitos e bons resultados possíveis. Só isto não chega (não que seja errado, há que fazer esse caminho) porque acabarão por ficar todas iguais, a oferecerem os mesmos produtos e serviços, da mesma forma e com o mesmo preço, levando à transformação de vários produtos e serviços em commodities, cujo único diferenciador será o preço (pensemos na electricidade, nas telecomunicações ou até nas grandes cadeias de restauração e retalho). Temos que pensar mais adiante. Enquanto profissional de uma empresa devo tentar entender como vai mudar o meu mercado, e como posso transformar os meus produtos e serviços para gerar maior valor e diferenciação.

Imaginemos que sou uma empresa de distribuição de encomendas, tenho uma frota de centenas de viaturas e motoristas. Vou necessitar destes motoristas num

futuro próximo? vou precisar de viaturas? (faço-o com drones?), não chegará ter os processos mais eficientes de compra e manutenção de viaturas, optimização de rotas e os melhores condutores do mundo, mais tarde ou mais cedo vou ficar fora do negócio (ou viro empresa de nicho para entregas de largo formato).

É este o principal desafio do trabalho que fazem junto dos clientes?

Sim, sem dúvida. Numa primeira fase, devemos encontrar formas de criar eficiência nos seus actuais processos, no entanto e mais importante, devemos conhecer bem como os nossos clientes abordam o seu negócio e como o mercado em que estão inseridos poderá mudar no futuro próximo, ajudando também na ligação dos clientes com os nossos parceiros que trabalham em soluções novas para esses mercados.

Não podemos ficar satisfeitos quando “fazemos o mesmo de forma muito mais rápida, com mais qualidade e menos custo”, mas sim perguntando sempre: “como podemos dar produtos e serviços diferentes ou ajustados e como ajudamos a criar um novo paradigma no mercado onde nos movemos?”.

Como é que a personalização da experiência do cliente pode ser uma



RISCO

O RISCO COM AS EMPRESAS É O MESMO, A AUTOMAÇÃO A TODO O CUSTO QUE LEVA A UM DISTANCIAMENTO ENTRE A EMPRESA E O SEU CLIENTE, E A RETENÇÃO DE CLIENTES PASSA A DEPENDER UNICAMENTE DO VALOR (QUANTO MAIS PEQUENO MELHOR) A COBRAR PELO PRODUTO/SERVIÇO

minsoit

An Indra company

vantagem competitiva num ambiente digital cada vez mais homogêneo?

Bom, remetendo-me à questão dos chatbots, esta é uma questão difícil. Se pensarmos na IA genérica (pesquisa, conversação e geração de conteúdos) e acessível a todos, um dos grandes riscos é exactamente o contrário, cada vez mais pessoas têm a mesma (boa ou má) informação, cada vez mais pessoas/empresas conseguem produzir os mesmos conteúdos, cada vez menos veremos novas ideias, novas formas de pensar e de abordar as questões que nos inquietam.

O risco com as empresas é o mesmo, a automação a todo o custo que leva a um distanciamento entre a empresa e o seu cliente, e a retenção de clientes passa a depender unicamente do valor (quanto mais pequeno melhor) a cobrar pelo produto/serviço.

Quem conseguir utilizar estas novas ferramentas para individualizar a sua interacção com os seus clientes, utilizar o conhecimento que têm para oferecer exactamente o que necessitam, procurando e fazendo com que as suas comunicações com os clientes sejam em algum momento humanas ou pelo menos emocionais (não no sentido de termos uma máquina a “fingir” emoções, mas sim capaz de criar essas emoções no receptor), terá uma vantagem enorme. Este é o grande desafio dos departamentos de marketing, desde sempre, e que agora acarreta uma complexidade ainda maior.

De que forma a inovação contínua é crucial para que as empresas

mantenham à sua face a rápida evolução tecnológica?

Nos próximos anos, a velocidade com que veremos novas abordagens aos actuais mercados, e a própria criação de novos mercados será estonteante. Copiar o que já se vai fazendo de bom, ou constantemente aumentar a nossa eficiência de produção, deixará de ser suficiente a médio prazo. Algumas ofertas e serviços já vão sendo conhecidos por antecipação e/ou premonição, e têm vindo a ser testados, como por exemplo o frigorífico que encomenda automaticamente as necessidades de um lar. De que forma é que esta inovação (quando funcionar de forma massificada) vai alterar o mercado de retalho de consumo? Veremos modelos de leasing/subscrição alargado de equipamentos domésticos, como forma de retenção de clientes? A própria agricultura, que poderá vir a ter robots e drones a observarem constantemente as culturas, a protegerem-nas e a colherem os seus frutos no momento certo (e enviados directamente ao cliente)? As possibilidades são verdadeiramente infinitas.

As empresas terão que ser muito mais disruptivas e terão que se reinventar totalmente, algumas em alguns mercados se não o fizerem



A DIFERENÇA ENTRE ESTA REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E AS ANTERIORES É A DIVERSIDADE DE POSSIBILIDADES E TECNOLOGIAS QUE PERMITEM UMA MIRÍADE DE COMBINAÇÕES, COM DIFERENTES POTENCIAIS E APLICAÇÕES, E QUE NÃO DEIXARÃO NENHUM MERCADO POR IMPACTAR

rapidamente desaparecerão, outras têm algum tempo, mas o caminho tem que se iniciar já. Mesmo mercados hiper-regulados, como o Financeiro, Saúde ou Justiça, (que se foram transformando de forma mais lenta desde o início da internet) serão alterados profundamente.

Na sua opinião, que tendências irão moldar o futuro da transformação digital nos próximos anos?

Além do que já referi anteriormente, não consigo prever onde e quando vamos ver as primeiras grandes alterações. Mas é claro que o passo de aumentarmos a eficiência, a velocidade e a qualidade está já a ser observado em muitas indústrias e mercados. No entanto, não assistimos ainda a um novo produto ou serviço que esteja a definir ou a moldar um mercado. Estará para chegar em breve. A diferença entre esta revolução tecnológica e as anteriores é a diversidade de possibilidades e tecnologias que permitem uma miríade de combinações, com diferentes potenciais e aplicações, e que não deixarão nenhum mercado por impactar. A globalização e personalização dos serviços e produtos (será possível uma empresa saber exactamente o que “desejo” ou “necessito” e canalizar os mecanismos para me vender algo, minutos após eu próprio sentir essa necessidade - e em muitos casos antes de eu sentir essa necessidade), os modelos de subscrição sem limites de consumo alargados a quase tudo o que adquirimos, os carros autónomos, a mão de obra robotizada, os diagnósticos médicos e legais, o céu é o limite. ●





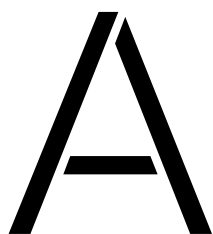
ESPECIAL

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

RANDSTAD

ALIADA NA CRIAÇÃO DE VALOR

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL CRIA AS CONDIÇÕES NECESSÁRIAS PARA RESPONDER RAPIDAMENTE A NOVAS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO



Ao focar na automação de processos, adoção de ferramentas colaborativas e melhoria da infraestrutura digital, a Randstad visa simplificar as operações, eliminar tarefas manuais e repetitivas, e dedicar mais tempo à criação de valor humano e à inovação. Em entrevista à Executive Digest, Gonçalo Vilhena, CIO da empresa, explica os principais desafios e oportunidades da transformação digital.

Quais são os principais objectivos da Randstad na área da transformação digital?

A Randstad tem como objectivos na transformação digital o fortalecer da sua base tecnológica para maximizar a eficiência operacional e oferecer uma experiência excepcional tanto para clientes como para talentos. Com o novo posicionamento “Partner for Talent”, a Randstad pretende ser parceira dos talentos, ajudando os clientes a resolver todo o espectro de necessidades relacionadas com talento. A transformação digital permite-nos ser cada vez mais especializados e estar mais próximos das funções específicas do mercado, o que facilita uma abordagem mais personalizada e eficaz na resolução dos desafios dos nossos clientes. Este foco em tecnologia ajuda-nos a alcançar um equilíbrio entre eficiência e humanidade, garantindo que a transformação digital é uma verdadeira aliada na criação de valor.

Ao focar na automação de processos, adoção de ferramentas colaborativas e melhoria da infraes-

trutura digital, a Randstad visa simplificar as operações, eliminar tarefas manuais e repetitivas, e dedicar mais tempo à criação de valor humano e à inovação. A transformação digital, desta forma, cria as condições necessárias para estabelecer uma base sólida e ágil, que permite não só uma maior eficiência, mas também a capacidade de responder rapidamente a novas oportunidades de negócio.

Como é que a transformação digital se alinha com a missão e a visão da Randstad?

A transformação digital da Randstad está totalmente alinhada com a sua missão de ser a empresa de talentos mais equitativa e especializada do mundo, conectando “tech & touch”. A tecnologia é utilizada para automatizar tarefas, proporcionando mais tempo para os colaboradores se concentrarem naquilo que faz diferença: as relações humanas. Com a transformação digital, a Randstad consegue alavancar o poder da tecnologia para ampliar sua missão, criando condições para uma experiência mais rica e diferenciada, tanto para os clientes quanto para os talentos.

A visão de criar proximidade e um impacto positivo nas vidas de milhões de pessoas é ampliada pelas ferramentas digitais que permitem escalabilidade e eficiência, sem perder o foco na humanização dos processos. A transformação digital é um facilitador essencial para alcançar a excelência no atendimento, permitindo não só operar em maior escala, mas também aprofundar a relação personalizada com os talentos e com os clientes. Com a estratégia de especialização e o posicionamento “Partner for Talent”, a transformação digital facilita a personalização e especialização dos nossos serviços, tornando-nos mais capazes de nos adaptar às necessidades específicas dos nossos clientes e talentos, criando experiências que são realmente transformadoras.

Quais são as principais tendências de transformação digital que tem observado no sector de Recursos Humanos?

No setor de Recursos Humanos, a Randstad observa uma crescente adoção de ferramentas de automação de processos, algoritmos de matching, plataformas de gestão



RH

A RANDSTAD OBSERVA UMA CRESCENTE ADOÇÃO DE FERRAMENTAS DE AUTOMAÇÃO DE PROCESSOS, ALGORITMOS DE MATCHING, PLATAFORMAS DE GESTÃO DE TALENTOS, E TECNOLOGIAS QUE PROMOVEM A DIVERSIDADE, IGUALDADE E INCLUSÃO



de talentos, e tecnologias que promovem a diversidade, igualdade e inclusão. O uso crescente de soluções tecnológicas como a inteligência artificial e a análise avançada de dados tem vindo a transformar as formas de trabalho e os processos de tomada de decisão, permitindo um maior grau de personalização e precisão nos serviços oferecidos.

Também é evidente a integração de abordagens omnicanal, automação de tarefas administrativas, e maior uso da análise de dados para tomada de decisões baseada em insights. Estas tendências refletem a necessidade de agilidade e flexibilidade no setor de recursos humanos, para conseguir responder eficazmente às mudanças rápidas do mercado de trabalho e às expectativas dos talentos. No futuro, a adaptação e o reskilling de funções serão desafios crescentes, especialmente devido à pressão que a IA colocará sobre o mercado de trabalho, tornando essencial a requalificação contínua dos talentos. A Randstad acredita que o foco na requalificação e no desenvolvimento contínuo de competências será uma das principais tendências que moldará o futuro dos recursos humanos, ajudando

as empresas a adaptarem-se às novas realidades tecnológicas.

Quais as tecnologias digitais que têm sido fundamentais no processo de transformação digital da Randstad (inteligência artificial, big data, automação etc.)?

A Randstad tem utilizado tecnologias como Inteligência Artificial (IA) para aprimorar o matching de talentos, big data para gerar insights sobre o mercado e identificar necessidades futuras, e automação de processos para eliminar tarefas manuais e repetitivas. Estas tecnologias têm sido fundamentais para permitir uma maior agilidade e eficiência na forma como os processos são conduzidos, e para garantir que as operações são otimizadas ao máximo.

Também se destacam as plataformas digitais para gestão de talentos e clientes, que facilitam a interação e oferecem uma experiência personalizada. Estas plataformas ajudam a Randstad a estar mais próxima dos seus talentos e clientes, oferecendo soluções que são adequadas às necessidades específicas de cada um, e promovendo um relacionamento mais próximo



» Gonçalo Vilhena, CIO da empresa

e duradouro. A combinação de todas estas tecnologias permite uma abordagem integrada e eficiente da transformação digital, enquanto se mantém o foco na especialização e proximidade às funções específicas, fortalecendo a estratégia “Partner for Talent”.

Como é que a Randstad está a utilizar a tecnologia para melhorar os seus processos de selecção e recrutamento?

A Randstad tem investido fortemente na utilização de entrevistas digitais, o que permite entrevistar talentos de diferentes partes do mundo sem as limitações de deslocação. As entrevistas digitais trouxeram uma nova dinâmica ao processo de recrutamento, permitindo uma maior flexibilidade tanto para os candidatos como para os recrutadores. A tecnologia ajuda a tornar o processo mais célere

A RANDSTAD TEM SIDO MUITO CAUTELOSA NAS SUAS EXPERIÊNCIAS COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA), GARANTINDO SEMPRE QUE ESTAS ESTEJAM ALINHADAS COM OS NOSSOS PRINCÍPIOS ÉTICOS DE IA, QUE TORNÁMOS PÚBLICOS



e a possibilitar que a Randstad consiga identificar talentos em regiões remotas, expandindo o seu alcance e diversificando o leque de candidatos.

A Randstad tem sido muito cautelosa nas suas experiências com Inteligência Artificial (IA), garantindo sempre que estas estejam alinhadas com os nossos princípios éticos de IA, que tornámos públicos. Estes princípios norteiam todas as nossas práticas e garantem que utilizamos a IA de forma responsável e transparente. Sempre que utilizamos algoritmos para melhorar os nossos processos, estes são mediadores, mas a decisão final é sempre de um humano. Além disso, a Randstad opta por envolver um consultor especializado para mediar os resultados dos algoritmos, assegurando que as decisões tomadas são justas e estão em conformidade com os nossos valores fundamentais. Desta forma, o controlo sobre os processos de seleção e recrutamento permanece sempre com os nossos especialistas, reforçando que o “volante” está sempre nas mãos de um ser humano.

De que forma as tecnologias digitais ajudaram a Randstad a personalizar produtos ou serviços para melhor servir os clientes?

As tecnologias digitais têm permitido à Randstad personalizar os seus produtos e serviços com base em dados reais dos clientes e talentos. A análise de dados é usada para identificar as necessidades e preferências dos clientes, enquanto a automação



permite ajustar ofertas de serviço e criação de propostas únicas. A personalização é essencial para criar uma relação de confiança com os clientes e talentos, mostrando que as suas necessidades são reconhecidas e atendidas de forma eficaz.

As plataformas digitais também facilitam a interação direta com os clientes, garantindo experiências mais alinhadas com as suas expectativas e promovendo uma maior satisfação. Esta personalização está em linha com o posicionamento “Partner for Talent”, onde a Randstad atua como um verdadeiro parceiro, capaz de antecipar e responder a todas as necessidades relacionadas com talento. Com as ferramentas digitais, a Randstad consegue oferecer uma experiência de serviço que vai além da simples colocação de talentos, posicionando-se como um consultor estratégico para os seus clientes e um parceiro próximo dos seus talentos.

Além disso, as tecnologias de análise preditiva ajudam a Randstad a prever mudanças no mer-

cado de trabalho e a adaptar as suas ofertas em conformidade, garantindo que está sempre à frente das necessidades dos seus clientes. A capacidade de analisar e interpretar grandes volumes de dados permite à Randstad tomar decisões mais informadas, personalizando a sua abordagem de acordo com o perfil de cada cliente e talento, e garantindo que todos os processos são otimizados para maximizar os resultados.

Quais são as estratégias da Randstad para garantir a segurança e privacidade dos dados dos clientes durante o processo de transformação digital?

A Randstad reconhece a importância da privacidade e segurança dos dados dos seus clientes, e por isso adota princípios éticos e de “explainability” para assegurar a transparência no uso de algoritmos de IA. Garantir que os dados são tratados de forma responsável é uma prioridade para a Randstad, que implementa práticas rigorosas de segurança para proteger a privacidade dos



DADOS

A RANDSTAD RECONHECE A IMPORTÂNCIA DA PRIVACIDADE E SEGURANÇA DOS DADOS DOS SEUS CLIENTES, E POR ISSO ADOTA PRINCÍPIOS ÉTICOS E DE "EXPLAINABILITY" PARA ASSEGURAR A TRANSPARÊNCIA NO USO DE ALGORITMOS DE IA



seus clientes e talentos. Práticas de segurança avançadas, como criptografia e controle de acesso rigoroso, são implementadas para proteger os dados contra acessos não autorizados.

Além disso, existem processos de auditoria e verificação para garantir a conformidade com padrões de segurança e proteção de dados. A segurança é uma componente essencial na confiança que a Randstad pretende construir como "Partner for Talent". A Randstad também promove a educação dos seus colaboradores sobre questões de privacidade e segurança, garantindo que todos estejam cientes da importância de proteger os dados e de cumprir as melhores práticas de segurança. Ao adotar uma abordagem proativa para a gestão de dados, a Randstad reforça o seu compromisso com a segurança e com a proteção dos interesses dos seus clientes e talentos, assegurando que a transformação digital ocorra de forma segura e responsável.

Como olham para o futuro da Randstad em relação à transformação digital nos próximos 5 a 10 anos?

Nos próximos 5 a 10 anos, a Randstad prevê avançar ainda mais na

automação dos seus processos e na integração de soluções baseadas em IA e big data. A empresa pretende focar-se na criação de ambientes de trabalho mais inclusivos e digitais, enquanto se esforça para manter a humanização do recrutamento e gestão de talentos. A transformação digital será uma componente essencial para permitir à Randstad manter-se na vanguarda do setor, garantindo que oferece soluções que são não só eficientes, mas também adaptadas às necessidades específicas dos seus clientes e talentos.

A adoção de tecnologias como Web 3.0 e a regulamentação ética da IA serão também prioridades para garantir que a transformação digital seja benéfica não apenas para os negócios, mas também para a sociedade como um todo. A Randstad está empenhada em garantir que a tecnologia seja usada de forma responsável, respeitando os princípios de ética e transparência. Além disso, o foco estará cada vez mais na especialização e requalificação (reskilling) de funções, pois a pressão da IA tornará essencial a adaptação dos talentos. A Randstad está comprometida em ser um parceiro de confiança para o talento, ajudando tanto colaboradores quanto clientes a

navegar num mercado de trabalho em constante disrupção.

No contexto da transformação digital, é fundamental também reconhecer o papel do setor de Recursos Humanos na contribuição para o problema de alinhamento dos agentes de IA. Assim como os mecanismos de avaliação de desempenho nas organizações são projetados para garantir que os objetivos individuais dos colaboradores estejam alinhados com um bem comum, as práticas de gestão de talentos podem inspirar métodos eficazes para assegurar que os sistemas de IA sejam treinados e avaliados para agir de maneira ética e em benefício da sociedade. Esta abordagem de alinhamento, que é central ao papel dos RH, pode ser crucial para evitar que a IA se desvie dos interesses humanos e para promover o seu uso responsável e seguro.

Acreditamos que o futuro da transformação digital passará também por um aumento da colaboração entre empresas, clientes e talentos, através de plataformas digitais que promovam a partilha de conhecimento e inovação. A Randstad continuará a investir em tecnologias que permitam uma melhor comunicação e integração entre todos os stakeholders, criando uma rede de talento que esteja preparada para os desafios do futuro. Num mundo em constante mudança, o nosso compromisso é garantir que, através da transformação digital, continuamos a ser um parceiro relevante e confiável para todos aqueles com quem trabalhamos. ●





ESPECIAL GOLFE

WORLD CORPORATE GOLF CHALLENGE

ILHA DE HAINAN, CHINA



PORTUGAL CONQUISTA LUGAR NO TOP 10 DA FINAL MUNDIAL DO WORLD CORPORATE GOLF CHALLENGE

A FINAL MUNDIAL DO 2024 WORLD CORPORATE GOLF CHALLENGE (WCGC) DECORREU ENTRE 28 DE OUTUBRO A 1 DE NOVEMBRO, EM MISSION HILLS HAIKOU, NA ILHA DE HAINAN, NA CHINA. A COMPETIÇÃO DESTE ANO REUNIU EMPRESAS DE TODO O MUNDO PARA UM EMOCIONANTE CONFRONTO DE GOLFE



A EQUIPA JAPONESA ANA JAPAN SAIU VITORIOSA, conquistando o título mundial no conceituado Blackstone Course, que tem sido um prestigiado palco de torneios internacionais de golfe. O formato FourBall Better Ball da competição e as condições desafiantes do percurso criaram um evento emocionante.

Em representação de Portugal, o Avila Spaces alcançou um sucesso significativo ao vencer a final nacional portuguesa e participar na final mundial, conquistando um honroso 10º lugar, pertencendo ao TOP 10 dos melhores do mundo. O Avila Spaces, representado pelos golfistas Nuno Costa Alemão e Miguel Lourenço, garantiu o seu lugar ao vencer o torneio WCGC Portugal realizado no campo de golfe Praia D'El Rey Marriott Golf & Beach Resort, em Óbidos. Esta conquista destaca o compromisso do Avila Spaces com a excelência e as oportunidades de networking numa plataforma global, sublinhando a proeminência da marca no mercado dos espaços de trabalho flexíveis.

O World Corporate Golf Challenge (WCGC) em Portugal, o maior evento de golfe corporativo a nível mundial, conta com o apoio do município de Óbidos. Esta parceria fortalece o evento, já que Óbidos se destaca como um destino turístico e desportivo privilegiado em Portugal, apresentando infraestruturas de alta qualidade para a prática do golfe.

Além de promover o desporto, o apoio do município reflete um compromisso com o desenvolvimento económico e turístico da região, ao atrair empresas e jogadores de vários países e aumentar a visibilidade do local como um destino de excelência para eventos desportivos. Esta colaboração visa não apenas a promoção do golfe, mas também o incentivo ao turismo de negócios e o posicionamento de Óbidos como um centro atrativo para competições e encontros corporativos internacionais.

O World Corporate Golf Challenge Portugal tem sido, desde há muito tempo, um caminho para o envolvimento corporativo e visibilidade das marcas no panorama global, atraindo patrocinadores e participantes da rede empresarial.

O WCGC agradece o apoio dos patrocinadores e parceiros: AUDI, Município de Óbidos, Câmara Municipal de Sesimbra, Turkish Airlines, Axis Hotéis, B travel, Associação de Promoção da Madeira, Madeira Golf Passport, Philips, Sesimbra SPA & Hotel, Município de Ponte de Lima, Vila Baleira, Vista Alegre, Afirmar, Água Monchique, BDR, Coral, Brisa Maracujá, Distintus, Beirão D'Honra, Fundação Eugénio de Almeida, Per Se, Cigala, Nicola, Uriage, Santos e Vale, Fundação S. João de Deus, Floor Sensation e Associação Empresarial do Minho, Golftattoo, Golfe Press, Grupo Multipublicações (Executive Digest, Revista Marketeer, Human Resources), Greensavers, Evoque Mag, TNews e Revista Business Portugal. ●

PARTICIPANTES



» Portugal and Nigeria Team and Licensees



» Cerimónia de Abertura WCGC World Final 2024, China



» Equipa Avila Spaces, Miguel Lourenço e Nuno Costa Alemão

PARA QUEM GERE PESSOAS



ASSINE JÁ!

43€

1 ANO ASSINATURA
(12 edições)

76€

2 ANOS ASSINATURA
(24 edições)

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

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

Valores de assinatura válidos para Continente e Ilhas.



PÉ DE ORELHA

POR:

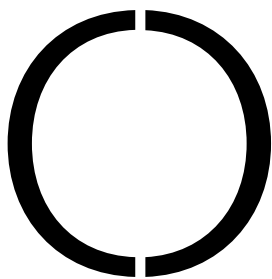
Comandante Paulo Simões

CHEFE DA INOVAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DO ESTADO-MAIOR DA ARMADA



O IMPACTO INTERNACIONAL DO EXERCÍCIO REPMUS

O papel de Portugal como anfitrião deste exercício posiciona o país no centro de discussões cruciais sobre a segurança marítima global



exercício REPMUS (Robotic Experimentation and Prototyping with Maritime Unmanned Systems), realizado anualmente em Portugal, está a tornar-se um dos eventos de maior relevância no âmbito da Defesa a nível global. Coorganizado pela Marinha Portuguesa, pela Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, pela OTAN e pela União Europeia (UE), este evento tem um

impacto notável na projeção internacional de Portugal, posicionando o país como um líder na inovação tecnológica militar e na colaboração internacional. Para um país com uma vasta zona marítima a proteger, esta liderança é tanto uma necessidade estratégica como uma oportunidade de afirmação global. O REPMUS não só promove a experimentação com sistemas não tripulados, vulgo drones, mas também estimula a integração rápida destas tecnologias nas operações de primeira linha. Esta colaboração é essencial para garantir que as nações aliadas da OTAN e da UE desenvolvam capacidades capazes de enfrentar as ameaças contemporâneas, como ataques híbridos e sabotagem de infraestruturas submarinas, uma questão crítica mencionada em vários dos artigos internacionais sobre o exercício.

O papel de Portugal como anfitrião deste exercício posiciona o país no centro de discussões cruciais sobre a segurança ma-

rítima global. O REPMUS 2024, por exemplo, reuniu forças de 23 países e testou tecnologias avançadas, como drones submarinos e outros veículos não tripulados, que podem ser usados tanto em operações de defesa como de vigilância e para ações cinéticas. Este tipo de desenvolvimento tem implicações significativas para a proteção das vastas fronteiras marítimas da Europa, desde a prevenção de tráfico de droga até à defesa de infraestruturas críticas, como os cabos submarinos.

Além disso, a projeção de Portugal no exterior, como evidenciado nos artigos de imprensa estrangeira, tem sido extremamente positiva. Os meios de comunicação internacionais elogiam a inovação e o espírito colaborativo que o exercício promove. O jornal italiano Corriere della Sera destacou o papel central de Portugal como líder no desenvolvimento de sistemas robóticos para a Defesa naval, enquanto sublinhou a capacidade de adaptação e inovação da Marinha Portuguesa. Este reconhecimento demonstra a relevância crescente do país no contexto geopolítico global.

O REPMUS vai muito além de um simples exercício militar. É um laboratório onde a inovação tecnológica e a segurança marítima se encontram, gerando benefícios tangíveis tanto para Portugal como para as organizações onde Portugal se insere. A capacidade de inovar no setor de Defesa, num momento em que as ameaças globais estão em ascensão, confere a Portugal um papel estratégico de liderança. Essa projeção, somada ao impacto direto nas operações da OTAN e da UE, coloca o país como um player essencial na defesa dos interesses europeus e transatlânticos.

Deste modo, o REPMUS não só fortalece a posição de Portugal como um pilar na segurança global, mas também reflete o compromisso do país com a inovação tecnológica e a colaboração internacional, assegurando um futuro em que a segurança marítima e a defesa tecnológica estarão na linha da frente. Publicar e reforçar esse impacto positivo é crucial para que os portugueses compreendam a importância de um exercício que não só protege a nossa costa, mas também nos projeta para o futuro da segurança internacional. ●

Nota: O autor escreve segundo o novo acordo ortográfico.

PARA OS EXCESSOS DO DIA A DIA



SENÃO, NÃO HÁ FÍGADO QUE AGUENTE.

Alguns cliques e está tudo tratado. Mais fácil era difícil.

A vida da Júlia Palha é feita de novelas, mas quando se trata da sua vida financeira, prefere a simplicidade aos dramas. Foi isso que encontrou no novobanco. Um banco onde é possível poupar, mudar de casa, viajar e gerir o dia a dia com toda a facilidade e com a comodidade de o poder fazer online. E para as decisões mais importantes, a Júlia sabe que terá sempre ao seu lado alguém com quem pode contar. Olhos nos olhos. Se procura um banco assim, estamos aqui para si. Fale connosco.

Por isso,
sou **novobanco**