

14

Revista Institucional da Nestlé Portugal



AMAMENTAÇÃO

Benefícios, evolução social,
investigação e mitos

VICTOR MANUEL MARTINS

O Diretor do negócio NESCAFÉ
EMENA Portugal confessa
que tem sido «muito
compensador» criar este
novo negócio de Cafés

ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

O Ministro do Ambiente
aborda o tema, os seus
impactos e a necessidade
de estratégias preventivas





EDITORIAL

- 3 Uma Companhia com Ambições de futuro em Portugal

PESSOAS E FAMÍLIAS

I&D

- 4 MAGGI combate carência de ferro
5 Cereais integrais: essenciais, mas ainda pouco conhecidos

À CONVERSA

- 6 Victor Manuel Martins

VIDA SAUDÁVEL

- 9 Dicas para se divertir na cozinha com os mais novos
10 Aveia, o novo aliado de uma vida saudável

REPORTAGEM

- 12 Amamentar, porque os bebés e as mães merecem o melhor

PRODUTOS

- 16 CERELAC lança bolachinhas biológicas, *snacks* e pacotinhos nutritivos
16 Novas variedades NESTUM com aveia e pedaços de fruta
17 NESPRESSO celebra época festiva
17 MERITENE MOBILIS®: tripla ação para revolucionar o movimento

INICIATIVAS

- 18 Cultura, tradição e equilíbrio na alimentação
20 Obesidade: combater um flagelo global
21 Produtos Nestlé vão ter apenas ovos de galinhas criadas ao ar livre

EFEMÉRIDES

- 22 Tudo começa com um NESCAFÉ®

COMUNIDADES

PARCEIRO

- 24 A escola que «namora» com as empresas

INICIATIVAS

- 26 Formação inovadora para mais emprego
27 Nestlé desafia empresas a «saírem da casca»
28 Pequeno no tamanho, grande no coração
30 Há toques que fazem a diferença
31 Progressos no combate ao trabalho infantil
32 Novos começos com «My Own Business»
33 Café com impacto positivo

PLANETA

PARCEIRO

- 34 Um caminho a fazer por todos

AMBIENTE

- 36 Produtos biológicos: por um mundo mais sustentável
38 Distinção no combate às alterações climáticas

Resumo da edição

Nos últimos 20 anos, a percentagem de mães portuguesas que amamentam em exclusivo até aos três-quatro meses quase duplicou. Uma evolução de que falamos na reportagem desta edição, na qual abordamos os benefícios da amamentação, a investigação feita pela indústria alimentar, em concreto pela Nestlé, e desmistificamos algumas ideias.

O Diretor do negócio NESCAFÉ EMENA Portugal, Victor Manuel Martins, é o protagonista da rubrica À Conversa, onde fala de desafios e conquistas e sobre como tem sido criar o novo negócio de Cafés da Nestlé.

Esta edição conta ainda com a participação especial do Ministro do Ambiente, João Pedro Matos Fernandes, que num artigo de opinião aborda o tema das alterações climáticas, os seus impactos e a necessidade de apostar em estratégias preventivas.

Por fim, assinalamos os 80 anos de NESCAFÉ®. As comemorações, iniciadas no Dia Internacional do Café, prolongam-se durante 2018, tornando este ano mais intenso e apaixonante.

Ficha técnica

Revista Institucional Nestlé Portugal Propriedade: Nestlé Portugal S.A. Rua Alexandre Herculano, 8 – 2799-554 Linda-a-Velha, www.nestle.pt, faleconnosco@pt.nestle.com Edição: Direção de Comunicação Responsável Editorial: Gonçalo Granado Coordenação Editorial: Vera Ferreira Tiragem: 500 exemplares Papel: SATIMAT GREEN, certificado de acordo com as normas FSC – Forest Stewardship Council, 60% fibras recicladas 40% fibras virgens de florestas certificadas Produção Editorial e Gráfica: Choice – Comunicação Global, Lda. Impressão e acabamento: Communis Portugal, Unipessoal, Lda. Depósito Legal n.º 332097/11 Distribuição Gratuita Proibida a reprodução total ou parcial do conteúdo desta publicação sem autorização prévia do editor.

UMA COMPANHIA COM PROPÓSITO E FUTURO EM PORTUGAL

PAOLO FAGNONI,
Diretor-Geral da Nestlé Portugal



Tenho o privilégio de ter começado o ano 2018 com o aliciente desafio de liderar a Nestlé em Portugal, um país onde a Companhia pretende consolidar o seu compromisso de criação de valor e reforçar a sua posição de referência em Nutrição, Saúde e Bem-Estar. Vamos fazê-lo trabalhando de acordo com o nosso propósito: melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável.

O ano 2017 revelou-se especialmente importante para a Nestlé ao reafirmar o seu compromisso de melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável com impacto em três pilares fundamentais de atuação – Pessoas e Famílias, Comunidades e Planeta. Neste novo ano, em Portugal, iremos participar ativamente para alcançar as ambições estipuladas ao nível global, atuando com um foco muito direcionado para a inovação do portefólio e para a promoção de uma melhor alimentação. Iremos reforçar a nossa responsabilidade para com os nossos Consumidores, Clientes e Fornecedores no sentido de desenvolver produtos, marcas e categorias – todas as nossas categorias beneficiarão de uma forte componente de inovação e renovação, com vista à otimização nutricional dos nossos produtos. Outro objetivo que conduzirá ao reforço da promoção de estilos de vida saudáveis é levar a nossa mensagem a mais pessoas – nomeadamente, abrindo novas portas de contacto com a geração *Millennial*, que privilegia canais de informação digitais e revela padrões de consumo muito distintos dos tradicionais.

Assistimos a transformações importantes no modelo de consumo e no paradigma tradicional da alimentação e a Nestlé Portugal pretende assumir-se como um agente dessa mudança. Para isso, pretendemos dar continuidade, juntamente com os nossos Parceiros, à prossecução do nosso propósito que passa também por garantir que as marcas e os produtos contribuem para um futuro mais saudável ao longo de toda a cadeia de valor: comprando melhor, produzindo melhor e distribuindo melhor.

Para isso, continuaremos, sempre que possível, a maximizar a aquisição junto dos Fornecedores nacionais no que se refere a matérias-primas, material de embalagem e serviços. Apostaremos no desenvolvimento de produtos cada vez melhores e que respondem às novas tendências, nomeadamente nos segmentos biológico – no qual a Nestlé Portugal entrou em 2017 –, orgânico, natural e sem glúten, por exemplo. Para que este processo seja abrangido de ponta-a-ponta, não podemos esquecer o desafio de melhorar a distribuição dos nossos produtos. Alcançando estes objetivos, estaremos a oferecer às famílias vantagens óbvias para a saúde e a beneficiar o planeta, promovendo práticas sustentáveis.

Em 2018, iremos também comprovar o nosso compromisso com Portugal através do investimento, nomeadamente na ampliação do Centro de Distribuição de Avanca, já em fase de conclusão. A criação de valor no país passará ainda por consolidar a Nestlé enquanto entidade empregadora, atualmente com mais de 1900 Colaboradores em Portugal. Durante este e os próximos anos, pretendemos criar novas oportunidades de emprego e desenvolver novas competências em todos os nossos locais de atividade, assim como continuaremos a investir em ações que beneficiam a entrada dos jovens no mercado de trabalho, como a iniciativa Nestlé Empego Jovem e a Aliança para a Juventude.

Com o espírito de abertura e de inclusão que nos caracteriza, continuaremos a promover a diversidade, procurando posicionar-nos como Companhia com equilíbrio de género e como empresa que respeita outras formas de pensar e outras culturas. É com esta atuação responsável que desejamos contribuir para o desenvolvimento da Nestlé Portugal e do país.



O PODER DE MAGGI NO COMBATE À CARÊNCIA DE FERRO

Cientistas da Nestlé encontraram a forma certa para combater um dos maiores problemas nutritivos que afetam a população em África: a carência de ferro. A solução passa pelos simples cubos de caldo MAGGI, aos quais é adicionado ferro sem recorrer à alteração da cor e do sabor.

A anemia causada por carência de ferro é a doença nutricional mais comum do mundo, afetando mais de mil milhões de pessoas. A proporção e o perigo do problema são particularmente preocupantes em África e têm sido mais significativos em mulheres e crianças, o que levou a que o professor Tetanye Ekoe, médico e professor emérito de Pediatria na África Ocidental, alertasse para as possíveis consequências: «a redução da maturação cerebral em bebés e a depressão materna são apenas duas das patologias associadas. (...) A carência de ferro não tratada em mulheres grávidas vai passar para o bebé. Se não for tratada durante a lactância, pode continuar até à infância e adolescência».

O ferro tem como função ajudar o nosso corpo a produzir glóbulos vermelhos e a sua destruição excessiva pode provocar a falta de oxigénio no cérebro e, consequentemente, em casos mais graves, originar danos nos órgãos ou mesmo a morte.

Mais do que uma descoberta, uma salvação

Sendo África um continente em desenvolvimento, o risco acrescido de falta de ferro fez soar o alarme relativamente à saúde das populações neste território. Os pro-

gramas de fortificação de alimentos básicos têm sido bem-sucedidos na redução da carência de nutrientes e, como tal, a Nestlé decidiu procurar novas formas de fortificação com ferro nos países em desenvolvimento.

A investigação da Nestlé permitiu chegar à solução do problema através dos cubos de caldo MAGGI, um produto vendido em grande quantidade em toda a África Central e Ocidental. «Os caldos MAGGI são largamente consumidos em toda a região, tornando-se num veículo ideal para a fortificação com ferro», explica Petra Klassen Wigger, Conselheira Científica do departamento de Nutrição, Saúde e Bem-Estar da Nestlé. O objetivo passou por adicionar este nutriente aos cubos sem alterar o seu sabor ou cor, garantindo também a fácil absorção pelo organismo e, igualmente importante, sem aumentar o preço.

Esta solução tem tido um impacto positivo na África Central e Ocidental desde 2012. Os cubos MAGGI, fortificados com ferro, conduziram à melhoria deste nutriente na dieta de milhões de pessoas, sem qualquer mudança dos seus hábitos.

A fortificação de alimentos não é a única chave para suprimir a carência de ferro. O controlo de doenças como a malária, o VIH/SIDA e outras infeções tem um papel importante para o não-agravamento da anemia.

Refira-se que, juntamente com o iodo, a vitamina A e o zinco, o ferro é um dos «quatro grandes» macronutrientes, essenciais para o crescimento e desenvolvimento. No caso específico do ferro, a supressão da sua carência contribui para vidas mais saudáveis e para o aumento da produtividade das Comunidades – desde os resultados das crianças na escola ao contexto laboral.



Mais de mil milhões de pessoas sofrem de anemia causada por carência de ferro, tornando-a na doença nutricional mais comum do mundo.



CEREAIS INTEGRAIS: ESSENCIAIS, MAS AINDA POUCO CONHECIDOS

Indispensáveis para uma alimentação equilibrada, os cereais integrais são considerados essenciais na prevenção da obesidade e de várias doenças crónicas. Apesar de reconhecerem o seu valor, os Consumidores revelam um desconhecimento significativo nesta matéria, nomeadamente em relação à quantidade diária recomendada a incluir na sua dieta.

A pesar de estarem convictos da importância dos cereais integrais para uma dieta equilibrada, a maioria dos Consumidores desconhece ainda quais os alimentos que os contêm e a quantidade que devem ingerir. Esta é a principal conclusão de um estudo feito a mais de 16 mil pessoas em todo o mundo pela Cereal Partners Worldwide (CPW), uma *joint venture* entre a Nestlé e a General Mills, para a produção de cereais de pequeno-almoço.

Mais de oito em cada dez pessoas (82%) consideram importante comer cereais integrais. No entanto, quase o mesmo número (83%) revelam não saber a quantidade que devem ingerir por dia e apenas menos de metade (47%) estão convencida de que consomem o suficiente.

Mais de um terço (38%) dizem não saber quais os alimentos que contêm cereais integrais. Uma em cada dez pessoas pensa que as bananas contêm cereais integrais, perto de uma em cinco diz que é possível encontrar cereais integrais no pão branco e 14% acreditam que o arroz branco é composto por estes cereais. Existe ainda a per-

cepção errada (28% e 21%, respetivamente) de que as sementes e as nozes contêm cereais integrais. Na realidade, nenhum destes alimentos contém cereais integrais. Estes podem ser encontrados na composição dos cereais de pequeno-almoço, do arroz, pão e massa integrais, assim como nos flocos de aveia.

Os cereais integrais são indispensáveis para uma alimentação equilibrada e a prevenção da obesidade, da diabetes tipo 2, do cancro do intestino, assim como para a redução do risco de doenças cardíacas. A Organização Mundial da Saúde recomenda, por isso, um aumento do consumo de cereais integrais, tal como de fruta, legumes e nozes.

«Sabemos que os cereais integrais nos fazem bem e que constituem uma parte importante de uma dieta equilibrada. Foi por essa razão que demos passos significativos, na última década, para melhorar os nossos cereais de pequeno-almoço, tornando os cereais integrais no ingrediente principal na maioria dos nossos cereais e melhorando o perfil nutricional dos nossos produtos», sublinha David Homer, Vice-presidente e

CEO da CPW. Desde 2003, a Nestlé adicionou 28 mil milhões de porções de cereais integrais à dieta dos Consumidores, reduziu o açúcar em mais de 30% e retirou oito mil toneladas de sal.

Contudo, o mais recente estudo da CPW mostra que «as pessoas precisam de ajuda para perceberem que quantidade devem comer e, sobretudo, por que é tão importante adicionar mais cereais integrais à nossa dieta», acrescenta o responsável. Na sua opinião, trata-se de «uma oportunidade para que governos, académicos e indústria estabeleçam um compromisso mundial para ajudar a informar as pessoas sobre os cereais integrais, assim como para aumentar a disponibilidade de alimentos que os integrem». Para David Homer, «o primeiro passo nesta viagem passa por definir diretrizes globais no que diz respeito à quantidade diária recomendada para a ingestão de cereais integrais».



«CRIAR ESTE NOVO NEGÓCIO TEM SIDO MUITO COMPENSADOR»

Victor Manuel Martins, Diretor do negócio NESCAFÉ EMENA Portugal, chegou à Nestlé em 2004 no seguimento da aquisição do negócio europeu de *water coolers* do grupo Hutchison Whampoa e que levou à constituição da Nestlé Waters Direct. Continuou à frente deste negócio durante mais quatro anos, entrando em 2008 no mundo dos Cafés, onde continua. Lidera uma equipa com 235 Colaboradores e tem sob a sua responsabilidade marcas locais, que fazem parte da vida dos portugueses, como BUONDI, SICAL, CHRISTINA, TOFA, MOKAMBO, PENSAL, TOFINA, BRASA, BOLERO, e algumas das maiores marcas mundiais da Nestlé, como é o caso de NESCAFÉ®, NESCAFÉ® Dolce Gusto® e RICORÉ. «Uma equipa grande, diferentes canais e segmentos, várias tipologias e marcas de café, mas é tudo um único negócio e uma única equipa». Os seus dias estão longe de serem monótonos e é disso que gosta. Mas muito tem mudado, desde a incorporação da Nestlé Professional até à sua responsabilidade pelo negócio de Gelados e subsequente criação de uma divisão de Fora do Lar.

Em janeiro de 2017, houve uma grande mudança organizacional no negócio de Cafés da Nestlé. No que consistiu?

De facto, aconteceu uma grande mudança no negócio de Cafés da Nestlé: a decisão de juntar os dois segmentos, Lar e Fora do Lar, até então separados, nascendo assim uma nova estrutura designada NESCAFÉ EMENA Portugal.

Porquê a criação de uma nova estrutura?

A Nestlé decidiu, ao nível da zona EMENA, criar um negócio verticalizado, totalmente focalizado em Café, por reconhecer a importância e relevância de todas as mudanças e novas tendências deste mercado, tal como a evolução dos nossos principais Concorrentes locais e internacionais e a nossa ambição de querer continuar a liderar este importante mercado. Durante um ano, a Direção da Região esteve a preparar este importante passo que se iniciou no nosso país em janeiro de 2017. Também em Portugal o café assume uma enorme importância, pela dimensão e papel estratégico para o nosso mercado, e somos, adicionalmente, um dos poucos mercados que tem uma forte presença nos dois segmentos, tanto no Retalho como no Fora do Lar. Esta estrutura irá permitir-nos acompanhar da melhor forma as alterações que estão a acontecer no consumo de café e no mercado em geral, pois os Consumidores estão diferentes e os Concorrentes também.



Em 2017, os cafés Nestlé entraram para o Guinness World Records™ com o maior número de expressos tirados em apenas uma hora.

E para si o que significa esta mudança?

Para mim, esta mudança foi muito interessante e gratificante. Eu já não trabalhava o segmento Retalho há alguns anos e considero que tem uma enorme dinâmica e está cheio de desafios. Por outro lado, gostei muito de juntar as duas equipas numa só e conhecer toda uma equipa nova, que tem pessoas que eu já conhecia, mas não como agora, que muito admiro, respeito e com as quais lutamos juntos para vencer os nossos desafios. E adoro o *mix* que temos, em que misturamos pessoas com uma vasta experiência e conhecimento em áreas e canais muito diferentes, com os jovens cheios de vontade de aprender e de crescer, mas todos eles com um enorme desejo de fazer acontecer e de trabalhar em equipa. Gosto muito de ver a interação e o espírito de abertura e respeito que existe de ambas as partes. Um bom ambiente de trabalho gera essa facilidade de comunicação e de interação espontânea, independentemente da posição, idade ou experiência, contribuindo para uma forte união entre todos, como se de uma grande família se tratasse.

Criar este novo negócio na Nestlé em Portugal tem sido muito compensador, tanto em termos profissionais como pessoais. Portanto, foi um ano cheio de desafios, mas também de conquistas.

Quais são os desafios e quais as conquistas?

O desafio foi, logo à partida, a junção de dois negócios, duas equipas e dois canais bastante diferentes. Foi perceber onde manter o foco, por causa da grande diferença entre os canais e segmentos, e, ao mesmo tempo, perceber onde criar sinergias

e encontrar oportunidades para maximizar e reforçar o caminho do crescimento sustentável do negócio. Esta junção deu-me também a possibilidade de ter uma relação mais próxima com a Direção Regional, na Suíça, e com os outros mercados da zona EMENA, conhecendo melhor a Nestlé ao nível internacional.

Como conquistas diria também que abrimos uma porta para as nossas marcas internacionais poderem estar presentes de uma forma mais multicanal.

Em termos de resultados, houve determinados acontecimentos em 2017 que me deram muito prazer. O facto de as Bebidas de Cereais terem voltado a crescer e termos lançado os novos *blends* SICAL Origens e SICAL Orgânico, permitiu ganharmos quota de mercado e fortalecer a nossa imagem como especialistas em café.

No Fora do Lar, continuamos a crescer e a ganhar quota de mercado. E deu-me muito gozo lançar a nossa maior marca mundial, NESCAFÉ®, em café torrado para o canal Horeca. E com isto já ganhámos Clientes emblemáticos e tenho a certeza de que virão muitos mais. E digo «gozo» porque fomos o país pioneiro nesse alargamento da presença de NESCAFÉ® no Fora do Lar e também porque a fábrica escolhida para produzir NESCAFÉ® Torrado foi a nossa fábrica do Porto, que já está a exportar para cerca de 40 países. Em relação ao mercado, tenho a certeza de que com NESCAFÉ® e com as marcas BUONDI, SICAL, CHRISTINA e TOFA seremos ainda mais fortes no Fora do Lar.

Depois, temos NESCAFÉ® Dolce Gusto®, que, em 2017, celebrou o seu 10.º aniversário e que nos últimos anos mais contribuiu para a nossa liderança no mercado de café em Portugal e com isso acrescento

um agradecimento e admiração a todos os que colaboraram no passado para este enorme sucesso.

Há ainda uma área que tem sido muito interessante e compensadora trabalhar, que é a de *Office* e *Vending*. É das que tem tido um maior crescimento nos últimos anos e queremos continuar a apostar nela.

Para reforçarmos a nossa aposta na formação e liderança de tendências, abrimos, em 2017, a nossa Academia Barista, que tem uma crescente função também como pilar de fortalecimento da relação com os nossos Clientes.

Quanto às áreas de suporte do negócio, também aqui fizemos alterações para termos uma forma de trabalhar mais transversal e eficiente e que abre oportunidades de obtenção de conhecimento e crescimento profissional aos nossos Colaboradores.

Quero aproveitar para também agradecer a todas as áreas corporativas que nos apoiam no dia-a-dia e que em muito contribuíram para as conquistas e sucesso obtido ao longo de 2017.

Como se explica que um país como Portugal, que não é produtor de café, seja um grande consumidor?

Nós amamos o café, faz parte da nossa cultura, tem também um importante papel social sendo, muitas vezes, a bebida que despoleta encontros entre amigos e familiares. Somos fãs do expresso, mas há muitas novas tendências de consumo de café que já cá estão e que irão, seguramente, acelerar.

Que evolução podemos esperar neste novo ano?

Quero que, em 2018, este negócio assumisse o seu papel de forte contribuidor para o crescimento e sustentabilidade dos resultados da Nestlé.

E há novidades que possa revelar?

Além da dimensão, este negócio tem sido também um dos mais inovadores da Companhia. Exemplo disso é NESCAFÉ® Dolce Gusto®, que tem sido, claramente, nos últimos anos, um dos motores não só de crescimento, mas também de inovação.

MARCAS NESCAFÉ EMENA PORTUGAL
BUONDI • SICAL • TOFA • CHRISTINA

MOKAMBO • TOFINA • PENSAL
BOLERO • BRASA • RICORÉ

NESCAFÉ® • NESCAFÉ® Dolce Gusto®

E vai continuar a fazer um caminho de inovação para se diferenciar da concorrência e ganhar cada vez mais espaço e quota de mercado. Quando pensamos em inovação em NESCAFÉ® Dolce Gusto®, pensamos em novos *blends* de café, em novas máquinas e até em novos canais. Isto faz com que, normalmente, seja a marca com mais inovação durante o ano.

Mas a inovação não se fica por aqui, cada segmento, cada marca e cada canal tem um papel muito importante na sua contribuição para a totalidade das vendas e rentabilidade do negócio. As Bebidas de Cereais são o nosso pilar de nutrição, saúde e bem-estar, pois quando os portugueses olham para MOKAMBO, PENSAL, etc., veem estas marcas como uma alternativa saudável ao café.

NESCAFÉ® é a nossa maior marca e a mais estratégica em termos mundiais e que queremos que faça um caminho no sentido de se tornar mais *premium* e que esteja presente, cada vez mais, em novos canais. Estamos muito empenhados em fazer com que seja uma marca de sucesso também no Fora do Lar.

Somos um negócio de marcas locais e internacionais e todas são fundamentais. Apenas para termos uma ideia, 55% do nosso negócio vem das marcas locais. E são fabricadas em Portugal – as Bebidas de Cereais são produzidas em Avanca, os Cafés Torrados no Porto e o primeiro café torrado em grão NESCAFÉ® ao nível mundial está a ser produzido também no Porto!



O que levou à escolha de uma fábrica portuguesa?

A nossa fábrica é vista como um exemplo em termos de Café Torrado. Portugal é um dos países com maior experiência e até dimensão neste negócio e a decisão da Nestlé recaiu no Porto exatamente pelo facto de termos uma fábrica que pode dar resposta em termos de quantidade e qualidade. E já estamos a exportar para cerca de 40 países.

A sua equipa costuma celebrar as vitórias?

Sim, bastante. Todos procuram dar o seu melhor na sua área de responsabilidade e pelas suas marcas, mas há um grande trabalho de equipa e colaboração para que todas as marcas consigam fazer o seu caminho de crescimento e melhoria. Gostamos de reconhecer e celebrar, porque isso é gerador de orgulho. E termos orgulho nas nossas pessoas, nas nossas marcas e na Nestlé faz com que venhamos todos os dias para o trabalho com vontade. Valoro muito a felicidade no local de trabalho,

pois o sorriso contagia e a felicidade acaba por nos aproximar e fazer com que tudo seja mais fácil.

A Nestlé é a quinta empresa onde trabalho e considero, sem dúvida, a melhor. E digo isto com o maior orgulho e sem qualquer bajulação! É a empresa que conheço que mais vive os seus valores, que se preocupa mais genuinamente com aquilo que defende, seja ao nível dos Colaboradores, da Sociedade ou do Ambiente.

Como lida, no seu dia-a-dia, com a diversidade de universos que tem sob a sua responsabilidade?

É uma equipa grande, são vários canais, segmentos e marcas de café, mas é tudo café, uma equipa e um único negócio.

Onde se vê no futuro?

Este negócio tem um ano, portanto, o que vejo agora é uma grande dedicação em contribuir para que este seja consolidado e para que se maximize esta nova organização. Daqui a três ou quatro anos, logo se vê.

Livro: *O Velho e o Mar*, de Ernest Hemingway.

Filme: *Beleza Colateral*.

Música: The Rolling Stones, U2, *rock*, *pop*, *country*, música portuguesa.

Um sítio para viver: Lisboa.

Um sítio para visitar muitas vezes: Itália.

Uma recordação de infância: a família.

Nestlé na infância: sou NESQUIK *drinker* e CRUNCH *eater* desde pequeno.

Hobbies: viajar.

A maior conquista: a família.

Personalidade: sou persistente, competitivo, gosto muito de pessoas e do trabalho em equipa. Detesto a ideia de me aborrecer, a monotonia.

Caraterísticas que mais admira: honestidade, transparência, coragem e simplicidade. E admiro muito as pessoas que contribuem para um espírito positivo, construtivo, com ambição, que querem fazer a diferença.

Quando era criança, queria ser: ator (gosto muito de cinema e teatro, daí as nossas convenções internas, muitas vezes, serem inspiradas em tal) ou jogador de futebol.

Ídolo: a minha mulher.

Lema de vida: procurar a felicidade e mantê-la. Temos de trabalhar para manter a chama da felicidade.



6 DICAS PARA SE DIVERTIR NA COZINHA COM OS MAIS NOVOS

Sabia que as crianças que ajudam os pais a cozinhar comem mais alimentos saudáveis? Além de ser divertido, há estudos que evidenciam que envolver os mais novos no planeamento e confeção das refeições pode ter inúmeros benefícios. Saiba como incluí-los nestas tarefas com as dicas que reunimos para si.

1. Ponha a criatividade a funcionar

Torne a confeção das refeições numa diversão. Apresentar os alimentos com padrões, formas divertidas ou simplesmente decorando o prato são algumas ideias que podem constituir uma verdadeira excitação para as crianças. Desafie-as a fazer animais e caras engraçadas, árvores com brócolos e couve-flor ou um arco-íris com frutos. Para obter figuras criativas, como estrelas e corações, pode usar formas para biscoitos.

2. Envolver as crianças nas diversas tarefas

Os estudos não deixam margem para dúvidas: as crianças tendem a comer mais alimentos saudáveis quando participam na

confeção dos mesmos. Mas os benefícios não ficam por aqui: o envolvimento infantil permite também criar uma maior união entre as famílias, prevenir problemas comportamentais e pode mesmo contribuir para a obtenção de melhores resultados na escola. Por isso mesmo, deixe-os participar nas tarefas da cozinha. São muitas as funções nas quais podem ajudar. Lavar, triturar ou ralar são apenas alguns dos divertimentos.

3. Planeie as refeições em conjunto

Pense nas refeições que vai cozinhar em equipa. Planear as refeições com os seus filhos pode ser bem divertido, além de lhes permitir perceber a importância de ter uma alimentação equilibrada, recheada de fibras, legumes e cereais integrais, por exemplo. Aproveite este tempo para estimular o seu interesse pela comida e encoraje-os a serem criativos na cozinha.

4. «Cozinhe» momentos inesquecíveis

A cozinha pode ser um local fantástico para passar tempo de qualidade com os mais novos. Uma tarde a fazer bolachas

pode ser um momento inesquecível. Por isso mesmo, partilhe receitas deliciosas e crie memórias que perdurarão a vida inteira.

5. Ajude-os a adquirir novas competências

Cozinhar com os miúdos pode ser uma excelente oportunidade para ensinar-lhes novas competências. Aproveite para lhes explicar matemática enquanto está a determinar a quantidade de ingredientes ou a cortar fatias de bolo ou de piza. Pode também aproveitar para falar-lhes na importância da higiene ou segurança alimentar enquanto lava as mãos ou prepara a bancada da cozinha.

6. Não stresse com a barafunda

Tente não se preocupar com a confusão que poderá ficar instalada na cozinha enquanto está a cozinhar com os seus filhos. Faz parte, acredite! O importante é deixá-los brincar e sentirem-se envolvidos nas diversas tarefas. E quando terminarem podem e devem também fazer parte da «equipa de limpeza».



AVEIA, O NOVO ALIADO DE UMA VIDA SAUDÁVEL

A AVEIA É, CADA VEZ MAIS, UMA TENDÊNCIA NOS NOSSOS DIAS, ESTANDO A GANHAR TERRENO EM RELAÇÃO A OUTROS CEREAIS, NOMEADAMENTE AO TRIGO, SOBRETUDO DEVIDO AOS SEUS INÚMEROS BENEFÍCIOS PARA A SAÚDE.

Considerada como um dos cereais mais ricos em proteínas, cálcio, ferro e vitaminas indispensáveis ao nosso organismo, a aveia destaca-se por ter um elevado valor nutritivo. Contém também uma grande quantidade de fibras alimentares, especialmente betaglucana, o que lhe confere múltiplos benefícios: ajuda a reduzir o colesterol, a controlar o peso, a diabetes, a pressão arterial e a combater a obstipação. Mas não só, a Food and Drug Administration, responsável pela proteção e promoção da saúde pública nos EUA, reconheceu o contributo da

betaglucana na diminuição dos riscos de desenvolvimento de doenças cardiovasculares. Além disso, o consumo de aveia estimula o funcionamento da tiroide e melhora a resistência ao frio. À semelhança de outros cereais, a aveia é ainda uma boa fonte de ácido fítico, contendo assim várias propriedades anticancerígenas.

Para que a aveia seja comestível, tenha um sabor agradável e seja digerida pelo nosso organismo, é necessário que o grão seja moído. As diferentes apresentações deste cereal variam consoante o processo de moagem.

Flocos de aveia

A aveia em flocos é a variedade mais completa, uma vez que é produzida simplesmente pelo esmagamento dos grãos. A espessura dos flocos pode variar consoante o objetivo pretendido – por exemplo, para a produção de muesli são utilizados flocos maiores, enquanto que para as papas de aveia são mais pequenos, de forma a obter uma cozedura mais rápida. Apesar de diferirem no tamanho, têm as mesmas propriedades nutricionais.

Farelo de aveia

A aveia pode ser moída em frações mais finas ou mais grossas. A estas últimas dá-se o nome de farelo. Este é considerado a forma mais nutritiva de moagem, pois é obtido, sobretudo, a partir da casca do grão. Entre os diferentes tipos de aveia, o farelo é o que tem maior teor de fibras (betaglucana), proteínas, vitaminas e minerais.

Farinha de aveia

Esta é a versão mais fina da aveia. Durante a moagem, a farinha de aveia tende a aglomerar devido ao elevado teor de gordura. Assim, para que a farinha se mantenha solta, é utilizado ar para diminuir a acumulação de calor. Este tipo de farinha é utilizado na indústria principalmente para produzir cereais prontos a comer. A farinha de aveia tem maior teor de amido e menor teor de gordura e fibra do que o farelo.



A procura de um estilo de vida mais saudável e equilibrado e o conhecimento dos benefícios da aveia têm levado a um maior interesse por este cereal. A aveia começa a substituir outros ingredientes e conquistou um novo papel como componente essencial de leites, farinhas e até cosméticos.

PERGUNTAS E RESPOSTAS**A aveia contém glúten?**

No seu estado puro, ou seja, livre de contaminações cruzadas por parte de outros cereais, a aveia não contém glúten. No entanto, segundo a Associação Portuguesa de Celiacos, no nosso país, a aveia é tratada nos mesmos depósitos que outros cereais com glúten, pelo que não se pode garantir que esta se encontra livre de vestígios desta proteína. Assim, não se recomenda o consumo de aveia a pessoas que sofram de doença celíaca.

A aveia ajuda a perder peso?


Num estudo publicado em 2014, observou-se que os indivíduos que consumiam papas de aveia ao pequeno-almoço mantinham-se saciados durante quatro horas, ao contrário dos que não consumiam este cereal nessa refeição. Este prolongamento da saciedade deve-se à viscosidade da fibra betaglucana, a qual está associada a diferentes benefícios gastrointestinais, como atraso no esvaziamento gástrico e do trânsito intestinal.

A aveia diminui o colesterol?

São várias as investigações que dão conta de que a aveia pode ajudar a reduzir o colesterol. A European Food Safety Authority (EFSA) publicou, em 2010, um artigo que explica que a fibra betaglucana reduz o colesterol sanguíneo, diminuindo, assim, o risco de doenças cardíacas. Para que isto se verifique, o alimento deve fornecer no mínimo 3 g de betaglucana por dia e fazer parte de uma alimentação equilibrada.

A aveia ajuda a controlar a glicémia?

Há estudos que indicam que a aveia, como parte integrante de uma alimentação saudável, ajuda, significativamente, a reduzir os níveis de glicémia após uma refeição, bem como as respostas insulínicas. Tal efeito deve-se ao facto de a aveia ajudar a retardar o trânsito gastrointestinal, o que faz com que a absorção dos nutrientes, incluindo os açúcares, seja mais lenta, diminuindo a ocorrência de picos de glicémia. Deste modo, este cereal mostra ser benéfico no controlo glicémico em indivíduos com diabetes tipo 2.



AMAMENTAR, PORQUE OS BEBÉS E AS MÃES MERECEM O MELHOR

Cada vez mais, as mães decidem amamentar e fazem-no durante mais tempo. Hoje, conhece-se como nunca os benefícios únicos que esta decisão comporta para a saúde do bebé e da mãe. As famílias ganharam uma nova consciência e a legislação e as empresas acompanharam a evolução científica e social. E porque os bebés que não mamam também merecem o melhor, cresce a aposta em investigação para reproduzir as características nutritivas e protetoras do leite materno, considerando-o o *gold standard*.

Nas últimas duas décadas, a percentagem de mulheres portuguesas que amamentam até aos três-quatro meses de vida dos filhos quase duplicou, passando de 35% para 60%. Estes dados resultam de um estudo do Departamento de Epidemiologia do Instituto Nacional de Saúde Doutor Ricardo Jorge e da Escola Nacional de Saúde Pública, divulgado no último trimestre de 2017. A investigação partiu de uma amostra de 5912 mulheres entre os 15 e os 55 anos, com base em quatro Inquéritos Nacionais de Saúde (1995/96, 1998/99, 2005/06 e 2014).

Esta evolução da prevalência e duração da amamentação resulta de inúmeras causas, desde um maior conhecimento sobre o tema até a fatores sociais.

Em 1981, a Organização Mundial da Saúde (OMS) lançou o *Código Internacional de Marketing de Substitutos do Leite Materno* (vulgo *Código da OMS*), com um conjunto de recomendações para os Estados-membros desta entidade. O objetivo é «contribuir para a provisão de uma nutrição segura e adequada, às crianças, através da proteção e promoção da amamentação, garantindo uma utilização apropriada de substitutos do leite materno, quando necessá-



A Nestlé ajuda a saber mais sobre a amamentação, em:

- Clube Bebê Nestlé: www.nestlebebe.pt;
- *E-learning* Começar Saudável Viver Saudável: <https://bit.ly/nestlebebe-elearning>;
- 10 benefícios da amamentação: <http://bit.ly/beneficiosamamentacao>.

MITO OU VERDADE?

• A ansiedade e o <i>stress</i> condicionam a produção de leite materno. Mas esta situação pode ser reversível quando a mãe estiver tranquila.	VERDADE
• A mulher precisa de beber muito leite para produzir leite.	MITO
• As mães de um menino produzem leite com mais 25% de energia.	VERDADE
• Mães que vivem em climas quentes têm um leite mais aquoso, para manter os bebés bem hidratados.	VERDADE
• No caso de gémeos, a mãe produz praticamente o dobro do leite.	VERDADE
• O bebé não pega na mama porque a mãe come alho.	MITO
• O leite materno não acaba, pois enquanto o bebé estimular, a mãe vai continuar a produzir leite.	VERDADE
• O leite pode diferir de mama para mama, daí aconselhar-se a trocar.	VERDADE
• Se a mãe só for capaz de amamentar numa das mamas, não vai produzir leite suficiente.	MITO

rios, com base em informação e circuitos de *marketing* e distribuição corretos», lê-se no documento. Este Código recomenda o aleitamento materno em exclusivo durante, pelo menos, os primeiros seis meses de vida do bebé.

O empenho em melhorar a saúde das crianças desde o primeiro momento estendeu-se a governos, organizações não-governamentais, associações profissionais, cientistas e à indústria alimentar. «Tem sido um esforço conjunto. Nunca existiu tanta informação e tão acessível como atualmente», enaltece Maria Helena Canário, Nutricionista da Nestlé Portugal.

Nutrir, proteger e amar

Hoje, sabe-se que o leite materno é o melhor para o crescimento e desenvolvimento do bebé, com um duplo efeito nutritivo e protetor, e também para a mãe. Para não falar do aspeto prático da amamentação – sempre disponível, à temperatura ideal e gratuito.

«O leite materno tem uma dinâmica única do ponto de vista nutricional e ajusta-se às crescentes necessidades do bebé e à sua

velocidade de crescimento», destaca Diana Rodrigues, Nutricionista da Nestlé Portugal. Muda de cor e consistência ao longo de três fases. O colostro (primeiros cinco dias após o nascimento) tem muitas proteínas, água e sais minerais e pouca gordura. Segue-se o leite de transição (6 a 14 dias após o nascimento). Nessa altura, a quantidade aumenta e torna-se gradualmente mais parecida com a do leite maduro (cerca de duas semanas após o nascimento). Este último comporta menos de metade da proteína do colostro e mais gordura.

Mesmo ao longo do dia, o leite materno altera-se em função das necessidades do lactente: é mais rico em lactose de manhã, enriquece em lípidos a meio do dia e à noite prevalectem as proteínas. Durante cada mamada, o leite adapta-se também às exigências do bebé. No início, é quase transparente e muito generoso em água e açúcar, para satisfazer a sede; depois, torna-se mais espesso e abundante em lípidos e proteínas, para saciar.

Perfeitamente adaptado às necessidades nutricionais do bebé, o leite materno é baixo em sódio, «hipoalergénico» e contém

o equilíbrio ideal de vitaminas, minerais, hidratos de carbono, proteínas, enzimas e ácidos gordos essenciais. Ao conciliar-se de forma natural com o sistema digestivo do recém-nascido, diminui o risco de diarreias, obstipação e flatulência. Outra vantagem é o facto de ser rico em anticorpos e de possuir culturas probióticas ativas, os quais fortalecem o sistema imunitário e, conseqüentemente, reduzem o risco de infeções bacterianas e a suscetibilidade a doenças infantis. Os benefícios estendem-se ao longo do tempo e poderão influenciar a vida futura, pois têm um efeito preventivo de várias doenças metabólicas, tais como a obesidade, a hipertensão ou a diabetes tipo 2.

Por outro lado, o leite materno proporciona uma experiência sensorial intensa, ao mudar de sabor de acordo com a alimentação da mãe. A amamentação é a continuação natural da educação progressiva do palato do bebé, iniciada a partir da 12.^a semana de gravidez, e ajuda, mais tarde, na diversificação alimentar. «Daí a importância de a mãe fazer uma alimentação variada e equilibrada», explica Diana Rodrigues.

Não obstante as vantagens ao nível da nutrição, um dos aspetos mais singulares da amamentação transcende o ato de alimentar. Trata-se de um momento ímpar de cumplicidade entre a mãe e o bebé, que nesse período estabelecem e fortalecem laços afetivos únicos.

Para a mulher, os benefícios também são inúmeros. Uma das hormonas libertadas durante a amamentação – a oxitocina – auxilia o útero a recuperar o seu tamanho, forma e tonicidade. Entre outras funções, ajuda a relaxar e favorece a remineralização óssea, o que diminui o risco de osteoporose após a menopausa. Estudos científicos indicam ainda que a amamentação a longo prazo diminui o risco de cancro da mama, ovários e útero. Além disso, ao amamentar, o organismo aumenta a taxa de gasto energético, ajudando a mãe a perder peso. Em alguns casos, a amamentação exclusiva e frequente pode mesmo funcionar, durante essa fase, como um contraceptivo natural.

«Todos podem ajudar»

Preparar a etapa da amamentação e mantê-la requer apoio coletivo. Esta premissa deu o mote à Semana Mundial do Aleitamento Materno de 2017, com o tema «*Sustaining Breastfeeding Together*». Esta é uma das iniciativas a que a Nestlé se associa todos os anos. Para celebrar a efeméride, em 2017, desenvolveu a campanha «Amamentar é um trabalho de equipa». Conforme explica Helena Canário, o intuito foi realçar que, para amamentar, a mãe precisa de todos: «dos profissionais de saúde; dos colegas de trabalho que colaboram para que a recém-mamã possa ausentar-se para extrair leite ou ir para casa; do marido e restantes familiares que asseguram um ambiente tranquilo e ajudam nas tarefas domésticas». E o pai não deve ser esquecido no processo de aleitamento, pois «pode dar biberão, igualmente com muito amor e carinho, com o leite materno».

Empresas amigas dos bebés

Para a maior preponderância e duração da amamentação contribuem também as licenças parentais mais longas e flexíveis. A lei portuguesa estipula que a mãe cumpra



O pai não deve ser esquecido no processo de aleitamento, pois «pode dar biberão, igualmente com muito amor e carinho, com o leite materno».

seis semanas de licença após o parto e que inicie de seguida uma licença parental por um período de 120 a 180 dias, que pode ser partilhada por ambos os progenitores.

Porém, muitas mulheres ainda regresam ao trabalho antes de o bebé completar seis meses, o que leva a que algumas interrompam a amamentação em exclusivo e antecipem a diversificação alimentar. «Umás vezes, porque a mãe gostaria de ser ela a dar a primeira sopa ou papa; outras porque voltar ao ativo e continuar a amamentar torna-se num desafio», comenta Helena Canário.

De modo a minimizar eventuais constrangimentos, algumas empresas têm ido ao encontro das necessidades das mamãs criando espaços apropriados onde podem extrair o leite, de forma tranquila e confortável, e conservar os biberões. A Nestlé é um dos exemplos, disponibilizando mais de 300 salas para esse efeito, em todo o mundo, incluindo o Cantinho da Amamentação, na Sede em Portugal. A Companhia defende o aleitamento materno, tendo sido a primeira empresa a abraçar o *Código da OMS*. «O nosso compromisso diário é “Começar Saudável, Viver Saudável!” E isso significa começar com leite materno, sempre que possível», sublinha Helena Canário.

Todos os bebés merecem o melhor

Seja por opção ou por impossibilidade, algumas mulheres não amamentam. Para garantir alternativas de nutrição adequadas e seguras, a indústria alimentar tem vindo a apostar na investigação. É o caso da Nestlé, com uma experiência de mais de 60 anos e várias unidades dedicadas a esta área de pesquisa, como o Nestlé Research Center e o Nestlé Nutrition Institute. Aliás, ajudar recém-nascidos que não podem ser amamentados faz parte da génese da Companhia – começou com a farinha láctea criada por Henri Nestlé.

A Companhia considera que o leite materno é o *gold standard* e, como tal, é o ponto de partida da investigação que realiza na área dos substitutos maternos. «Todos os bebés merecem o melhor. Por isso, queremos perceber de que forma é possível aproximarmos-nos, cada vez mais, do leite materno», explica Diana Rodrigues. Recentemente, a Nestlé deu um passo gigante nesse sentido. «Até há pouco tempo, só tinha sido possível reproduzir características nutritivas do leite humano, como aproximar a proteína, o equilíbrio da gordura e os hidratos de carbono. Agora, conseguimos copiar duas moléculas que conferem efeitos protetores. É extraordinário!», comenta entusiasmada a mesma

responsável. A Nestlé foi pioneira mundial nesta conquista e Portugal foi o segundo mercado a lançar a nova fórmula infantil que reproduz estas moléculas.

Rigor desde a composição ao marketing

Como defensora do aleitamento materno em exclusivo nos primeiros seis meses de vida do bebé (pelo menos), a Companhia rege-se ao nível global pela *Política e Procedimentos da Nestlé para a Implementação do Código Internacional de Marketing de Substitutos do Leite Materno da OMS*. Criada em 1982, já foi revista e melhorada várias vezes, em colaboração com entidades como a OMS, a UNICEF e organizações da sociedade civil. Além disso, cumpre as disposições da Diretiva 2006/141/CE da Comissão, de 22 de dezembro de 2006, relativa às fórmulas para lactentes e fórmulas de transição. Em Portugal, a Nestlé respeita também o Código da Associação Nacional da Indústria de Alimentação Infantil e Nutrição Especial.

Entre outros aspetos, as diversas normas existentes regulam a composição, rotulagem e comercialização das fórmulas para lactentes e proíbem a publicidade, oferta de amostras ou qualquer outro tipo de promoção direta ao Consumidor relativas a leites dos zero aos seis meses. Este tipo de práticas também não pode chegar ao público através dos profissionais de saúde.

Por isso, «só partilhamos evidências científicas», esclarece Helena Canário.

E se uma mãe contactar o Serviço ao Consumidor da Nestlé a pedir informações ou sugestões sobre substitutos do leite materno? «Não podemos dar essa informação nem fazer qualquer recomendação. Reforçamos que o leite materno é o melhor para o bebé e que antes de optar por qualquer fórmula infantil deve consultar o seu profissional de saúde», explica. Quando a equipa de Nutrição Infantil faz apresentações dirigidas a mães ou grávidas, o procedimento é igual, não apresentando marcas nem produtos.

Além de monitorizar as suas próprias práticas, a Nestlé submete-se, regularmente e em diferentes países, a auditorias independentes para verificar a conformidade com o *Código da OMS*.

A atuação comercial responsável da Companhia permite que esteja incluída, desde 2011, no FTSE4Good Index, o único índice de responsabilidade de investimento global com critérios claros sobre o marketing de substitutos do leite materno. «Fomos a primeira empresa de substitutos do leite materno a conseguir entrar neste índice e temo-lo renovado consecutivamente», conta com orgulho Helena Canário. Mais uma conquista com o propósito de continuar a melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável.



A amamentação desempenha um papel fundamental na saúde e no desenvolvimento das crianças:

- Fornecendo a nutrição ideal para o crescimento e desenvolvimento saudáveis;
- Ajudando a construir um sistema imunológico forte;
- Incentivando um forte vínculo entre a mãe e o bebé.

Também é benéfica para a saúde da mãe:

- Permitindo que recupere mais rápido após o parto;
- Protegendo-a contra certas doenças.

Excerto da *Política e Procedimentos da Nestlé para a Implementação do Código Internacional de Marketing de Substitutos do Leite Materno da OMS*.



Cantinho da Amamentação, na Sede da Nestlé Portugal.

CERELAC LANÇA BOLACHINHAS BIOLÓGICAS, SNACKS DIVERTIDOS E PACOTINHOS NUTRITIVOS

Bolachinhas Biológicas de Maçã, Nutripuffs Banana Laranja e Pacotinhos Multifrutas e Banana Pêssego são as grandes novidades de CERELAC que prometem dar que falar.

As Bolachinhas Biológicas de Maçã são o primeiro produto biológico para bebés da Nestlé. Especialmente desenvolvidas a pensar nas necessidades dos bebés mais crescidos, as bolachinhas biológicas de maçã são fáceis de mastigar e apresentam a textura ideal para bebés a partir dos dez meses, sendo uma ótima opção como complemento de um lanche equilibrado.

Também CERELAC Nutripuffs Banana Laranja, um *snack* nutritivo de cereais com arroz, trigo integral e fruta, foi desenvolvido especialmente para os bebés a partir dos 12 meses aprenderem a comer sozinhos e a explorar a mastigação. Além de nutritivo e divertido, este *snack* não tem açúcares adicionados, contendo os açúcares naturalmente presentes.

No que toca à gama de Pacotinhos, CERELAC tem também uma grande novidade: os novos pacotinhos CERELAC Multifrutas e CERELAC Banana Pêssego! Com um formato prático que pode levar para todo o lado, os dois pacotinhos CERELAC são um alimento lácteo que combina os benefícios nutricionais do leite e dos cereais com o delicioso sabor da fruta, oferecendo aos bebés um lanche equilibrado!



NOVAS VARIEDADES NESTUM COM AVEIA E PEDAÇOS DE FRUTA



Como o pequeno-almoço é a refeição mais importante do dia, NESTUM lançou novas variedades, para surpreender, deliciar e contribuir para uma vida mais saudável: NESTUM com Aveia e Morango e NESTUM com Aveia e Maçã.

Com estas saborosas combinações de sabor e textura, a marca reforça a sua gama de opções nutritivas, com o intuito de melhorar a qualidade de vida das famílias, juntando aos cereais integrais e 100% naturais pedaços de morango e de maçã, para um pequeno-almoço equilibrado.

NESPRESSO CELEBRA ÉPOCA FESTIVA COM NOVA COLEÇÃO E *LATTISSIMA ONE*



Inspirada pelo encanto da mais recente época festiva, Nespresso lançou, em colaboração com os artistas Craig & Karl, a Edição Limitada Variations Confetto. Esta coleção exclusiva foi baseada em doces que evocam memórias de nostalgia dos tempos de infância. Cada um dos Variations foi baseado no *blend* composto pelo café Nespresso Livanto, apresentando três sabores distintos: coco doce e baunilha (Snowball), casca de laranja e chocolate (Orangette) e especiarias e doces de alcaçuz (Liquorice).

A outra novidade permite aos portugueses descobrirem o barista que há em si.

A marca lançou a nova máquina *Lattissima One*, compacta e de utilização intuitiva, ideal para apreciadores de receitas de café com leite, como *cappuccino* ou *latte macchiato*. Para utilizar, basta encher o recipiente de leite, até ao nível correto para a receita de leite escolhida, pressionar um botão e esperar que a *Latissima One* faça o resto, extraindo a sublime espuma de leite e o café diretamente para a chávena. Com um *design* diferenciador, possui uma combinação moderna de acabamentos brilhantes e mate, estando disponível em duas cores sofisticadas: *Silky White* e *Mocha Brown*.



MERITENE MOBILIS®: TRIPLA AÇÃO PARA REVOLUCIONAR O MOVIMENTO



Nestlé Health Science lançou MERITENE Mobilis®, um novo suplemento alimentar com uma fórmula única de tripla ação. Com o objetivo de garantir a flexibilidade articular, força muscular e proteção óssea, este produto *premium* proporciona benefícios nos três pilares do movimento através do efeito sinérgico dos seus ingredientes. Combinando proteínas de alto valor biológico, vitaminas e minerais, colagénio hidrolisado e ácido hialurónico, é indicado para desportistas que pretendem manter a sua mobilidade, indivíduos que sintam dor, desconforto ou rigidez nas articulações e músculos e para situações de falta de flexibilidade articular e/ou perda de massa muscular.

- Flexibilidade articular: a vitamina C contribui para a normal formação de colagénio e para o funcionamento normal das cartilagens. O manganês contribui para a normal formação de tecidos conjuntivos.
- Força muscular: o magnésio contribui para o normal funcionamento muscular e as proteínas contribuem para o crescimento e manutenção da massa muscular.
- Proteção óssea: a vitamina D contribui e o cálcio é necessário para a manutenção de ossos normais.
- Não deve ser utilizado como substituto de uma dieta equilibrada e variada. É importante seguir uma dieta variada e equilibrada acompanhada da prática de exercício físico.

CULTURA, TRADIÇÃO E EQUILÍBRIO NA ALIMENTAÇÃO

O Dia Mundial da Alimentação é comemorado em mais de 150 países e visa sensibilizar para a importância de uma alimentação saudável e equilibrada e um estilo de vida ativo. É, por isso, uma data incontornável para a Nestlé e que culminou na realização de iniciativas especiais para várias gerações.

Um pequeno-almoço muito internacional

O Dia Mundial da Alimentação, assinalado em 16 de outubro, foi o mote para a Nestlé juntar à mesa «virtual» do pequeno-almoço turmas de Portugal, Angola e Moçambique, que partilham a língua e laços afetivos. Recorrendo às novas tecnologias, a Companhia organizou uma aula internacional, via Skype, no âmbito do programa educativo Nestlé Crianças Saudáveis. O objetivo foi sublinhar a importância da primeira refeição do dia e dar a conhecer as semelhanças e diferenças entre os três países, no que diz respeito à alimentação.

Para o efeito, a Escola Secundária do Restelo recebeu 20 alunos do 4.º ano da Escola Básica de Caselas, com nove e dez anos, que aprenderam dicas saudáveis para o pequeno-almoço, partilharam os seus hábitos alimentares à primeira hora do dia e ficaram a conhecer as tradições dos colegas de Angola e Moçambique.

A ideia foi «pôr em contacto crianças que têm alguns hábitos diferentes, mas também muito em comum e mostrar como conseguimos surpreender a mesma necessidade de formas distintas», refere Ana Leonor Perdigão, Nutricionista da Nestlé Portugal. Uma das diferenças está, desde logo, na designação da refeição que no nosso país chamamos de pequeno-almoço e que os angolanos e moçambicanos conhecem como mata-bicho. «As crianças em Portugal acharam muita graça e algumas lembraram-se que os avós, às vezes, usam esta expressão. E as de Angola e Moçambique também se mostraram muito curiosas com a nossa designação», comenta a responsável.



Outra das diferenças foi o tipo de alimentos consumidos na primeira refeição do dia. Em Portugal, o pequeno-almoço pode ser composto por pão – simples ou torrado – com manteiga, fiambre, queijo ou compota, cereais, fruta, leite, iogurte ou água. Em Angola, as opções passam por pão, cereais, fubá, mandioca ou batata-doce e café com leite. Já em Moçambique, pode «matar-se o bicho» com pão com manteiga e doce, acompanhado de chá e leite, papa instantânea, batata-doce, mandioca ou fruta da época.

As crianças dos três países terminaram a aula a cantar e a dançar a música *Apetece-me uma canção*, importante para sublinhar também o papel da atividade física.

Primeiro live streaming

O Dia Mundial da Alimentação foi também a ocasião ideal para uma outra iniciativa diferenciadora: o primeiro *live streaming* na página de Facebook Nestlé Saboreia a Vida. Subordinada ao tema «As dez perguntas mais frequentes sobre nutrição e bem-estar», esta sessão proporcionou aos seguidores a oportunidade de verem as suas dúvidas esclarecidas, em direto, pela Nutricionista Ana Leonor Perdigão.

«Aquilo que as pessoas mais querem saber sobre nutrição é o que devem fazer no dia-a-dia para terem uma alimentação mais saudável. Se devem, por exemplo, comer pão ou beber água às refeições, ou se as inúmeras dietas que estão na moda são ou não saudáveis», explica.



O *live streaming* alcançou 23 758 pessoas, teve 6810 visualizações e 180 reações, comentários e partilhas.

Roda da Alimentação Mediterrânica

A data que realça a importância de uma alimentação saudável e equilibrada e de um estilo de vida ativo foi ainda assinalada junto dos Colaboradores da Nestlé Portugal, por exemplo, através da oferta de fruta.

À hora do almoço, os Colaboradores ficaram a conhecer, de forma mais aprofundada, a Roda da Alimentação Mediterrânica e a saber como aplicá-la no dia-a-dia. Além de materiais de comunicação sobre o tema e de um individual colocado nos tabuleiros de refeição a ilustrar as porções ideais, foram disponibilizadas opções mais saudáveis no menu do dia.

Recorde-se que, em 2013, a UNESCO elegeu a Dieta Mediterrânica como Património Imaterial da Humanidade. Esta dieta tem por base a diversidade alimentar, os produtos locais e da época, a predominância dos vegetais frescos, do azeite como gordura principal, de ervas aromáticas para acrescentar sabor e diminuir o sal, a confeção de cozinhados simples, como a sopa, e a ingestão regular de leguminosas e de frutos secos.

Segundo a Nutricionista Ana Leonor Perdigão, «o que esta nova Roda faz é, dentro de cada um dos grupos já existentes, apontar como exemplos os produtos mais nossos, mais mediterrânicos. Para fazer uma alimentação saudável, adequada às nossas ne-

cessidades, não é preciso ir buscar alimentos a outras regiões do mundo. Nós temos, na nossa tradição, os alimentos de que precisamos em cada altura do ano».

Tão importante como os alimentos é a partilha das refeições com a família e os amigos e a prática de atividade física. E estas dicas foram, igualmente, lembradas.



Em 2013, a UNESCO elegeu a Dieta Mediterrânica como Património Imaterial da Humanidade.

OBESIDADE: COMBATER UM FLAGELO GLOBAL



Com o intuito de contribuir para vidas mais saudáveis e felizes, a Nestlé está empenhada em reduzir em 5% os açúcares adicionados em todos os seus produtos alimentares até 2020.

A obesidade constitui um problema de saúde pública global e aumenta o risco da diabetes tipo 2. Segundo as Nações Unidas, a indústria alimentar desempenha um papel vital no que diz respeito a ajudar as pessoas a terem uma vida mais saudável. Uma opinião partilhada pela Nestlé e que tem conduzido à redução gradual do açúcar, sal e gordura saturada em todos os seus alimentos e bebidas, para melhorar os resultados na área da saúde e reduzir o risco de doenças como a diabetes.

Por outro lado, a Nestlé pretende aumentar a utilização de ingredientes e nu-

trientes que são determinantes para uma alimentação saudável, como as proteínas, a fruta, os cereais integrais, as vitaminas e os minerais.

Entre 2014 e 2016, a Nestlé reduziu os açúcares adicionados, em média, em 8%, abrangendo 1900 produtos em todo o mundo, o que perfaz 39 000 toneladas de açúcar – o equivalente a um cordão de cubos de açúcar capaz de dar a volta ao globo três vezes! Exemplo disso são os cereais de pequeno-almoço da Nestlé, onde o açúcar foi reduzido em 30%.

A Companhia comprometeu-se a reduzir a quantidade de açúcar em todos os seus

produtos até 2020, tendo como objetivo uma redução de 5%, que vai ao encontro das recomendações da Organização Mundial da Saúde. Ainda assim, a Nestlé considera que melhorar o perfil nutricional dos seus produtos não é suficiente. Ao estabelecer parcerias, criar programas educativos ao nível da nutrição e fornecer receitas e dicas saudáveis, o Grupo pretende também ajudar os pais, cuidadores e professores a promoverem comportamentos mais benéficos para as crianças.

PRODUTOS NESTLÉ VÃO TER APENAS OVOS DE GALINHAS LIVRES



A META ESTÁ TRAÇADA E SERÁ
IMPLEMENTADA EM TODO O MUNDO
ATÉ 2025. CUMPRE O DUPLO OBJETIVO
DE GARANTIR O BEM-ESTAR
DOS ANIMAIS E DE CONTRIBUIR
PARA UM FUTURO MAIS SAUDÁVEL
DOS CONSUMIDORES.

Para promover uma melhor qualidade de vida e um futuro mais saudável para os Consumidores, garantindo também o bem-estar dos animais, a Nestlé compromete-se a usar apenas ovos de galinhas criadas ao ar livre em todos os seus produtos alimentares, em todo o mundo, até 2025.

A Nestlé estabeleceu como objetivo implementar esta transição na Europa e nos EUA até ao final de 2020. Nos restantes mercados, esta meta deverá ser atingida até 2025.

Na Europa, mais de 40% dos ovos utilizados nos produtos da Nestlé provêm de galinhas livres de gaiola. No entanto, a Companhia considera que esta mudança pode ser mais desafiadora noutras regiões. Esta alteração em todo o mundo exigirá tempo e investimento, mas a Nestlé irá gerir a transição de forma sustentável e económica, assegurando sempre que os Consumidores continuem a poder adquirir alimentos de qualidade a preços acessíveis.

TUDO COMEÇA COM UM NESCAFÉ®

NESCAFÉ® está a celebrar 80 anos de paixão pelo café. Uma história que nasceu de uma oportunidade derivada da crise mundial gerada pelo *crash* da Bolsa de Nova Iorque, em 1929. A necessidade de escoar o excedente de café no Brasil, o maior produtor na época, abriu portas à inovação tendo em vista desenvolver um método que permitisse conservar este produto e evitar a sua destruição. Oito anos depois, a Nestlé apresentou ao mundo o primeiro café solúvel. Afinal, «tudo começa com um NESCAFÉ®».



NESCAFÉ® é a maior marca de café no mundo, sendo saboreada por milhões de pessoas, todos os dias. É o resultado de 80 anos dedicados à seleção, torrefação e mistura dos melhores grãos de café. Tudo começou quando, em 1930, o governo brasileiro pediu à Nestlé para ajudar a escoar o excedente de café resultante do *crash* da Bolsa de Nova Iorque. O desafio era criar um café solúvel, que retivesse o sabor natural deste produto e pudesse ser preparado apenas com água. Após oito anos de investigação, surgiu NESCAFÉ®, o primeiro café instantâneo em todo o mundo.

Durante a Segunda Guerra Mundial, NESCAFÉ® tornou-se na bebida mais consumida pelas Forças Armadas dos EUA, o que contribuiu para o aumento da sua popularidade também na Europa. A facilidade de preparação em qualquer local levou a que, em 1953, acompanhasse os primeiros alpinistas que subiram ao Monte Everest. Em 1969, chegou ainda mais longe, ao pisar a Lua com Neil Armstrong.

Durante as décadas de 1960 e 70, ocorreram avanços significativos. Na Europa, a marca foi pioneira no uso da liofilização. Além disso, as latas foram trocadas por frascos de vidro. Ao longo do tempo, tanto estes como as tampas foram aperfei-

1938

Lançamento do primeiro café solúvel: NESCAFÉ®.



1953

NESCAFÉ® é escolhido para acompanhar os primeiros alpinistas a subir ao Monte Everest e torna-se na primeira marca de café a chegar ao topo do mundo.



1958

Portugal dá início à comercialização de NESCAFÉ®.

1969

NESCAFÉ® vai à Lua com Neil Armstrong.



1973

NESCAFÉ® começa a ser fabricado em Portugal, o que se prolonga durante quase 20 anos.

1988

Lançamento de NESCAFÉ® Gold em Portugal.



çoados e, hoje, têm mais qualidade, são mais leves e amigos do ambiente.

O café e a inovação são duas paixões de NESCAFÉ®, o que explica que esta seja a marca de café que mais investe em investigação e desenvolvimento. Em 2007, NESCAFÉ® revolucionou a forma como os Consumidores preparam o café em casa. Com o sistema NESCAFÉ® Dolce Gusto®, a marca foi pioneira no lançamento de uma máquina com *design* inovador e tecnologia de alta pressão que permite preparar bebidas quentes e frias com recurso a uma pequena cápsula e disponível nas principais cadeias de retalho. Hoje, é uma referência no segmento de cápsulas.

Uma verdadeira REDvolution

Em 2014, pela primeira vez na sua história, NESCAFÉ® passou a adotar uma imagem unificada em todos os produtos e em todos os países. Foi a REDvolution: a marca ganhou uma nova identidade visual, a icónica caneca vermelha surgiu estilizada e foi introduzida a assinatura «Tudo começa com um NESCAFÉ®». Simples e inspirada no espírito vanguardista do produto, a nova linha expressa a ideia global de que NESCAFÉ® ajuda os Consumidores a aproveitarem as oportunidades do dia-a-dia.

O Novo Mundo do Café

NESCAFÉ® iniciou a comemoração dos 80 anos no Dia Internacional do Café, 1 de outubro de 2017. Para festejar com os Consumidores em todo o globo, a marca decidiu assinalar a data com a campanha #GoodMorningWorld, que surpreendeu os apreciadores com NESCAFÉ® Mixology. De Seul a Sydney, de Pequim a Berlim, de Milão a Kingston, a iniciativa deu aos Consumidores a oportunidade

de saborearem especialidades exclusivas e criativas, assim como de verem os seus baristas em ação. Em Lisboa, o local escolhido para a loja *pop-up* foi a Av. Dom João II, no Parque das Nações.

A propósito da comemoração, Teresa Roseta, Responsável de Marketing de Bebidas Solúveis da Nestlé Portugal, afirma: «Acreditamos que NESCAFÉ® melhora os relacionamentos e a vida, e que o café continua a funcionar como um motor social, independentemente de nunca ter sido tão fácil estarmos ligados. Por isso, queremos desafiar as pessoas e as comunidades a explorarem os limites do café e proporcionar-lhes novas e estimulantes experiências, multisensoriais, alinhadas com o Novo Mundo do Café».

Um Plano para o futuro do café

Como marca defensora do café, NESCAFÉ® não pensa apenas no que bebemos atualmente. Em todo o mundo, o café está sob ameaça devido a fatores como as mudanças climáticas, as pragas e outros. Para assegurar o futuro sustentável do café e das comunidades que dependem dele, a marca trabalha com mais de um milhão de agricultores através do Nescafé Plan. Criou também parcerias com a Rainforest Alliance, a Sustainable Agriculture Network (SAN) e o Código Comum para a Comunidade do Café (4C).

CURIOSIDADES

- NESCAFÉ® está presente em mais de 180 países.
- Existem mais de 5000 produtos NESCAFÉ®.
- A cada segundo, são tomadas cerca de 5500 chávenas de NESCAFÉ®.

1991

Chega ao mercado NESCAFÉ® Cappuccino.



2007

A marca inova e entra no segmento das cápsulas com NESCAFÉ® Dolce Gusto®.



2011

Surge NESCAFÉ® Galão e a marca aprofunda a ligação às gerações mais jovens.



2014

Rebranding e unificação mundial da imagem da marca, a par da introdução da assinatura «Tudo começa com um NESCAFÉ®». Lançamento de NESCAFÉ® Creme e NESCAFÉ® Intenso.



2017

Lançamento de NESCAFÉ® torrado para o canal Horeca, sendo produzido na fábrica da Nestlé Portugal, no Porto.



A ESCOLA QUE «NAMORA» COM AS EMPRESAS

A Escola Profissional de Aveiro (EPA) é uma instituição de âmbito regional, que cobre os 11 municípios da Região de Aveiro, assumindo, em particular, uma dimensão qualificante e técnica, associada, sobretudo, às necessidades efetivas das empresas e do tecido socio-económico da região. Fruto do seu modelo próprio de trabalho junto das empresas, e em observância dos resultados alcançados, a EPA tem vindo a ter uma projeção crescente dentro e fora do país.

Sem descurar a vocação de escola, na sua vertente de educação sociocultural, científica e tecnológica, a EPA preocupa-se, principalmente, em favorecer uma qualificação profissional ajustada e em propiciar uma formação que faça sentido aos jovens, às famílias e às empresas, querendo que os jovens obtenham boas

e sustentadas qualificações, capazes de proporcionar uma entrada rápida e com sucesso no mercado de trabalho.

Originariamente pensado para funcionar em contexto escolar, com recurso às tradicionais salas de aulas, laboratórios e oficinas, o modelo de ensino-aprendizagem disponibilizado pela EPA tem vindo a evoluir, aproximando-se, atualmente, muito mais do meio empresarial, das muitas zonas industriais da Região de Aveiro e, em alguns casos, indo até junto de cada empresa individualmente.

Neste sentido, e de um modo abrangente, respeitando os diversos setores de atividade – indústria, comércio e serviços –, a EPA tem vindo a relacionar-se de modo privilegiado com as empresas da região, por forma a poder colocar os seus alunos em formação em contexto real de trabalho e em estágios, querendo tam-

bém – e sobretudo – promover a efetiva empregabilidade dos seus jovens quando formados. A este modelo próprio de trabalho formativo temos vindo a chamar «do namoro ao casamento», justamente porque pretendemos que os jovens se relacionem intensamente com a empresa («namorem»), por forma a que, no final da sua formação, acabem por obter aí o seu emprego («casem»).

A escola das pontes

Esta é uma escola das pontes. Uma escola que assenta o seu projeto educativo, principalmente, num compromisso fundamental: servir bem os alunos, as suas famílias e as organizações empregadoras. Daqui resulta um sentimento interno, subscrito por toda a comunidade escolar e também pela comunidade educativa em geral, a necessidade de fazer mais e me-

lhores pontes entre todos, todos os dias. É uma «construtora de pontes» entre todos aqueles que serve, desejando que a educação da pessoa, das suas competências pessoais e sociais, seja o princípio ativo e primeiro para a construção de qualquer conhecimento técnico ou profissional. E este trabalho é feito degrau a degrau, o mais cedo possível.



A escola alfaiate

A EPA não tem tamanhos únicos, estilo pronto-a-vestir. É uma escola que está preocupada em chegar a todos, à medida de cada um. E, neste sentido, é uma espécie de empresa que faz «fatos» à medida de cada aluno, adaptando e ajustando os currículos aos seus interesses e motivações. Cada aluno tem à sua espera o desenvolvimento de um currículo que encaixa na medida das suas expectativas, das suas necessidades e ambições. As pedagogias diferenciadas de ensino-aprendizagem, em que se destaca o apoio individualizado, o trabalho cooperativo e colaborativo, são fundamentais para o sucesso de cada um.

A escola que não apoia a seleção

Nesta escola, não se apoia a seleção. É antes uma escola absolutamente inclusiva, que acredita que somos mesmo todos diferentes, a necessitar de serem incluídos. «Todos diferentes, todos diferentes!» (é um dos lemas).

Todos os professores, técnicos, pessoal auxiliar e dirigentes têm formação à altura

da diferenciação com que convivem. Todos são capazes de fazer coisas diferentes para gente diferente. Todos são capazes de atingir (bons) resultados diferentes nos outros diferentes.

Os espaços são diferentes, as capacidades são diferentes, as competências são diferentes. Tudo é feito de forma diferente conforme quem precisa do que precisa.

Os pais, os encarregados de educação, as entidades, as pessoas estão lado a lado nos projetos. Gente muito boa, competente e fundamental para incluir pessoas diferentes como todas as outras.

Uma escola de uma região

No âmbito da cultura de educação profissional instituída e conforme o seu Projeto Educativo, a formação qualificante da EPA encontra-se organizada por Unidades de Qualificação, as quais se organizam e se distribuem pelo território Região de Aveiro de acordo com duas lógicas: que sirvam necessidades próprias de qualificação profissional não colocando em causa a

unidade do Projeto Educativo da EPA; que sirvam o território de proximidade onde se instalam, não colocando em causa a unidade do território Região de Aveiro.

Neste momento, existem seis Unidades de Qualificação distribuídas pela Região de Aveiro e localizadas em seis municípios – Aveiro, Águeda, Sever do Vouga, Estarreja, Albergaria-a-Velha e Vagos –, as quais servem mais de 1200 alunos e empregam diretamente mais de 120 profissionais da educação profissional.

Nos próximos meses, prevê-se a abertura de Unidades de Qualificação nos restantes cinco municípios da Região de Aveiro.

Jorge de Almeida Castro

Administrador da Escola Profissional de Aveiro

FORMAÇÃO INOVADORA PARA MAIS EMPREGO

UMA DAS AMBIÇÕES DA NESTLÉ PARA 2030 É AJUDAR DEZ MILHÕES DE JOVENS EM TODO O MUNDO A ACEDEREM A OPORTUNIDADES ECONÓMICAS, TANTO ATRAVÉS DE FORMAÇÃO COMO DA CRIAÇÃO DE EMPREGO. COM ESTE OLHAR SOBRE O FUTURO, A NESTLÉ PORTUGAL ALIOU-SE À ESCOLA PROFISSIONAL DE AVEIRO PARA PROPORCIONAR FORMAÇÃO PROFISSIONAL EM CONTEXTO REAL DE TRABALHO.

Tão importante como a teoria é a prática. Por isso, no âmbito da parceria estabelecida, os alunos-formandos da Escola Profissional de Aveiro (EPA) iniciaram o ano letivo 2017-18 na nova unidade de qualificação profissional a funcionar nas fábricas da Nestlé em Avanca e no Porto. Nestas instalações, está a ser feita formação profissional 100% em contexto real de trabalho para os alunos do Curso de Técnico de Manutenção Industrial de Metalurgia e Metalomecânica. Trata-se de um modelo completamente inovador, que une duas unidades fabris da Companhia em Portugal, o seu centro de distribuição e uma instituição de ensino que tem vindo a aproximar-se do tecido empresarial com o intuito de promover a efetiva empregabilidade dos jovens.

Segundo a Diretora de Recursos Humanos da Nestlé Portugal, Maria do Rosário Vilhena, «esta é uma oportunidade de a Companhia, no cumprimento da sua política de responsabilidade social, contribuir

para a formação de jovens que procuram uma forma alternativa ao regime geral de ensino, através da partilha do *know-how* dos nossos Colaboradores com os jovens durante o seu percurso académico. Assim, proporcionaremos um conhecimento teórico aliado à prática regular, permitindo cimentar os conhecimentos com a experiência em contexto real de trabalho».

No âmbito da parceria estabelecida, a fábrica de Avanca recebeu também a visita de 22 alunos finalistas da EPA que participaram no *workshop* CV Clinic, tendo em vista a preparação para a entrada no mercado de trabalho. Esta iniciativa decorreu durante a 2.ª Semana das Competências Profissionais da Comissão Europeia e visou reforçar a capacidade de atração do ensino e da formação profissionais (*Vocational Education & Training – VET*), em linha com o trabalho que tem sido desenvolvido pela Nestlé através dos programas Nestlé Emprego Jovem e Aliança para a Juventude.



«Espero aprender com a prática e com os Colaboradores da Nestlé e construir o meu futuro aqui na Companhia. Penso que vai ser bom viver a realidade».

Pedro Garrido, 17 anos

CONQUISTAS EM PORTUGAL

2014-2017

Nestlé Emprego Jovem

404 estágios;

640 contratos de trabalho.

Aliança para a Juventude

Parceria com 18 empresas;

Mais de 65 000 contratos de trabalho;

Mais de 8000 oportunidades de formação e estágio em ambiente empresarial e industrial.

NESTLÉ E NOVA SBE DESAFIAM *STARTUPS* PARA PROJETOS «FORA DA CASCA»



FAZER DIFERENTE PARA FAZER A DIFERENÇA É A AMBIÇÃO DO NESTLÉ FORA DA CASCA. ESTE PROGRAMA DESAFIA EMPREENDEDORES E *STARTUPS* A CRIAREM SINERGIAS COM A NESTLÉ PORTUGAL NAS ÁREAS DA NUTRIÇÃO, SAÚDE E BEM-ESTAR.

Nestlé Fora da Casca é o nome do programa de inovação e empreendedorismo lançado pela Nestlé Portugal e pela Nova School of Business & Economics (SBE). O objetivo é «aprender a acelerar», promover uma cultura de experimentação e maior rapidez de execução da inovação para melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável – o propósito da Nestlé.

O programa pretende identificar e selecionar *startups* e empreendedores que queiram crescer através da exploração de sinergias e criar novos caminhos e futuros negócios com a Nestlé Portugal, num ambiente real, contando, para o desenvolvimento dos seus projetos, com sessões de mentoria e formação asseguradas por professores e oradores convidados de entidades relevantes na área do empreendedorismo.

Luís Ferreira Pinto, responsável da Companhia em Portugal pelo Programa Nestlé Fora da Casca, reforça a singularidade deste projeto «não só por assentar num

formato e numa parceria inédita entre uma empresa e uma instituição de ensino, mas também pelas áreas que visa desenvolver e que vão aportar valor às famílias portuguesas ao nível da sua saúde e bem-estar. É, literalmente, um projeto “fora da casca”».

As componentes estratégicas Nutrição, Saúde e Bem-Estar são uma constante dos projetos que *startups* e empreendedores tiveram de apresentar nas candidaturas para dar resposta a um dos cinco desafios do programa:

1. Como melhorar, até 2020, a qualidade de vida, nutrição, saúde e bem-estar das famílias, contribuindo para aumentar em 30% o número de anos de vida saudável?
2. Como proporcionar ou oferecer serviços personalizados de Nutrição, Saúde e Bem-Estar a cada família portuguesa?
3. Como eliminar o «sofrimento» de ir às compras, através de novos modelos *direct to consumer* e novas experiências nos pontos de venda?
4. Como encurtar em 50% a duração dos processos ou melhorar a sua eficiência, de forma *compliant*?
5. Como tornar mais útil uma das maiores bases de dados de mães e crianças portuguesas e gerar valor a partir desta?

O Nestlé Fora da Casca arrancou no final de setembro com 40 candidaturas, oriundas de dez nacionalidades e, durante o mês de novembro, foi feita a seleção das *startups* finalistas que, ao longo de 24 semanas, terão a oportunidade de avançar com o co-desenvolvimento dos seus projetos no espaço de *cowork* – THE INNOVATION BOX – localizado na Sede da Nestlé Portugal.

No fim deste período, caberá ao júri, constituído por elementos do Comité de Direção da Nestlé Portugal e da equipa do Nova SBE Venture Lab, eleger os três vencedores do programa. Os escolhidos receberão um financiamento de 10 000 €, 5000 € e 2500 €, respetivamente, para a realização de testes-piloto, implementação e integração dos projetos.

PEQUENO NO TAMANHO, GRANDE NO CORAÇÃO



Diana Rodrigues (Nestlé Portugal), Helena Canário (Nestlé Portugal), Filipa Carneiro (blogue Nionoi), Susana Fialho (Final Solution), Carla Caetano (proprietária da Knot), Paula Guerra (co-fundadora da XXS) e Cláudia Nunes Pereira (membro da XXS).

PARA AJUDAR A TORNAR A VIDA DOS BEBÉS PREMATUROS MAIS QUENTE E ACONCHEGANTE, A NESTLÉ PORTUGAL ASSOCIOU-SE, MAIS UMA VEZ, À XXS – ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE APOIO AO BEBÉ PREMATURO NA ANGARIAÇÃO DE GORROS E BOTINHAS DE LÃ.

XXS-XXL – *Pequeno no Tamanho, Grande no Coração* foi o tema da segunda campanha da XXS – Associação Portuguesa de Apoio ao Bebé Prematuro, com o objetivo de alertar para a realidade dos nascimentos prematuros e ajudar a dotar as Unidades de Cuidados Intensivos Neonatais (UCIN) de todo o país de material de conforto necessário e adequado a estes bebés.

No âmbito desta campanha, a Nestlé Portugal associou-se à iniciativa «Socks for Life». Para o efeito, algumas Colaboradoras realizaram um *workshop* de tricô, para aprenderem a tricotar gorros e botinhas de lã, os quais foram doados no Dia Mundial da Prematuridade, assinalado em 17 de novembro.

Através da campanha *XXS-XXL – Pequeno no Tamanho, Grande no Coração*, a XXS faz um apelo a todos os portugueses para tricotarem gorros e botinhas em lã com medidas mais pequenas,



adequadas a bebés de baixo peso à nascença. Com este gesto, é possível aquecer os corações dos bebés prematuros, dos seus familiares e dos profissionais de saúde que os acompanham diariamente nas UCIN de todo o país.

No total, foram angariadas 2300 peças, entre gorros e botinhas, entregues nas lojas Knot espalhadas pelo país e recolhidas por um elemento da Nestlé Portugal, que fez a distribuição pelas UCIN. O Clube Bebê Nestlé associou-se também à iniciativa, através da divulgação dos diversos *workshops* nas redes sociais. A campanha contou ainda com o apoio da Sociedade Portuguesa de Neonatologia e da Final Solution.

É sabido que os bebés prematuros têm tendência para arrefecer as extremidades do seu frágil corpinho e é muito importante que sejam aquecidos com estas peças de roupa, para manterem uma temperatura estável. Esta é também uma forma de promover o vínculo afetivo com os pais, através do Método Canguru. Esta técnica, com resultados muito positivos, consiste no contacto pele com pele, entre os pais e o bebé, permitindo um maior envolvimento no cuidado ao recém-nascido.

Oito mil bebés prematuros nascem todos os anos, em Portugal

No nosso país, nascem, por ano, cerca de oito mil bebés prematuros, sendo que 10% ficam internados 60 dias, em média, em UCIN.

Assim, oito em cada 100 bebés nascem com menos de 37 semanas de gestação e 1% dos recém-nascidos tem menos de 1500 gramas. As crianças que nascem antes do tempo têm problemas específicos que exigem apoios especializados e representam um terço da mortalidade infantil no nosso país.

Sobre a Associação XXS

Fundada em 2008, a XXS – Associação Portuguesa de Apoio ao Bebê Prematuro é uma associação sem fins lucrativos. Foi criada em Portugal por um grupo de pais que viveram a experiência da prematuridade na primeira pessoa e tem como missão ajudar os bebés prematuros e as suas famílias.





HÁ TOQUES QUE FAZEM A DIFERENÇA

PARA ASSINALAR A LUTA CONTRA O CANCRO DA MAMA, OS CEREAIS FITNESS ASSOCIARAM-SE, UMA VEZ MAIS, À ASSOCIAÇÃO LAÇO. ATRAVÉS DE UMA CAMPANHA REALIZADA NA PÁGINA DE FACEBOOK DA MARCA, FORAM ANGARIADOS «TOQUES» FUNDAMENTAIS PARA A INVESTIGAÇÃO NESTA ÁREA.

Os cereais FITNESS apoiaram, pelo quinto ano consecutivo, a Associação Laço, com a campanha nacional «Há Toques que fazem a diferença». Esta iniciativa sensibilizou a população para a importância do diagnóstico precoce e apoiou o Fundo iMM-Laço na investigação, diagnóstico e tratamento do cancro da mama.

A Laço e o Instituto de Medicina Molecular uniram esforços em 2015 para apoiar projetos de investigação na área do cancro da mama. Para esse efeito, criaram o Fundo iMM-Laço: A Caminho da Cura que tem como objetivo permitir novas descobertas na procura das causas do cancro da mama e diminuir a sua incidência, assim como

os mecanismos que desencadeiam o cancro da mama metastático, uma área ainda muito pouco estudada.

Desde 2013 que os cereais FITNESS se associam à Laço, para que esta mensagem tenha um alcance cada vez maior. Em 2017, a aposta da marca foi feita na área digital, desafiando as pessoas a darem o seu «toque» na página de Facebook da marca, contribuindo para o Fundo iMM-Laço: A Caminho da Cura.

Esta ação decorreu em dois *lives* distintos, nos dias 17 e 30 de outubro. No dia 17, por cada segundo que o evento estivesse *live*, FITNESS comprometia-se a doar 0,50 € ao Fundo iMM-Laço. Para isso, bastava que cada pessoa reagisse com um ❤️

no *post* do evento, fazendo com que o vídeo se mantivesse em direto o máximo de tempo possível. Já no dia 30, por cada 🍷, os cereais FITNESS doavam 0,50 € ao Fundo iMM-Laço.

É importante sublinhar que esta é uma doença que constitui uma das principais preocupações ao nível mundial e Portugal não foge à regra. Segundo um estudo da GfK/Laço, feito em 2011, 70% das portuguesas revelaram que o cancro da mama é também a doença que mais as preocupa.

NESTLÉ PARTILHA PROGRESSOS NO COMBATE AO TRABALHO INFANTIL

A NESTLÉ PUBLICOU, PELA PRIMEIRA VEZ, O RELATÓRIO *TACKLING CHILD LABOUR*, EM CONJUNTO COM A INTERNATIONAL COCOA INITIATIVE, NO QUAL SÃO DIVULGADAS AS CONQUISTAS RESULTANTES DOS ESFORÇOS DESENVOLVIDOS NO COMBATE AO TRABALHO INFANTIL, BEM COMO OS DESAFIOS EXISTENTES.



RESULTADOS

- **5232** crianças estão a ser ajudadas através do CLMRS;
- **42** escolas construídas ou remodeladas;
- **1553** comunidades abrangidas e 163 407 membros da comunidade formados sobre temas relacionados com o trabalho infantil;
- **9869** ações de correção desenvolvidas;
- **5,5** milhões de francos suíços (equivalente a cerca de 4,7 milhões de euros) investidos no combate ao trabalho infantil em 2016.

Firmemente oposta a todas as formas de exploração infantil, a Nestlé está empenhada em eliminar este flagelo na sua cadeia de abastecimento. «Acreditamos que todas as crianças merecem a oportunidade de criar o seu próprio futuro», lê-se no relatório *Tackling Child Labour*. Em 2012, a Companhia tornou-se na primeira compradora de cacau a criar um Sistema de Monitorização e Correção do Trabalho Infantil (Child Labour Monitoring and Remediation System – CLMRS), como parte do Nestlé Cocoa Plan. Um dos principais Parceiros na implementação do CLMRS em todos os níveis da cadeia de abastecimento é a International Cocoa Initiative.

Os resultados estão à vista. O trabalho que começou por incluir duas cooperativas de cacau na Costa do Marfim abrange agora 75, alcançando 45 000 agricultores, o que representa mais de 130 000 toneladas do cacau fornecido.

Facilitar o acesso à educação é uma parte importante desta missão. Embora o governo da Costa do Marfim tenha proibido o trabalho infantil na indústria do cacau e tornado obrigatório o ensino primário, ainda não conseguiu disponibilizar escolas a todas as comunidades. A Nestlé decidiu investir 2,1 milhões de francos suíços na construção ou remodelação de 42 escolas naquele país. Em parceria com a Federação Internacional das Sociedades da Cruz Vermelha e do Crescente Vermelho (FICV), estão também a ser disponibilizadas instalações sanitárias nas escolas, assim como água potável e formação em higiene.

Além disso, a Nestlé tem proporcionado literacia básica às mães, ajudando a capacitá-las e contribuindo para que possam apoiar os filhos nas atividades escolares. Em paralelo, as mulheres têm beneficiado de atividades que lhes permitem gerar os seus próprios meios de subsistência e aumentar o rendimento familiar.

Outra das apostas da Nestlé é o recrutamento e formação de pessoas com ligação à comunidade, que ajudem a sensibilizar para o impacto negativo do trabalho infantil e a garantir que as crianças não estão envolvidas nestas atividades e que vão à escola.

Embora ainda haja um longo caminho a percorrer, o Sistema de Monitorização e Correção do Trabalho Infantil da Companhia revela-se eficiente. Uma avaliação interna realizada em 2017, com uma amostra de 1056 crianças, revela uma redução de 51% do trabalho infantil.

O CLMRS foi alargado ao Gana em 2016, prevendo-se que os primeiros resultados dos esforços feitos neste país sejam divulgados este ano.

NOVOS COMEÇOS COM «MY OWN BUSINESS»



O PROGRAMA «MY OWN BUSINESS», LIDERADO PELA UNIDADE DE NEGÓCIO FORA DO LAR – NESTLÉ PROFESSIONAL, NASCEU COM O COMPROMISSO DE PROMOVER O EMPREENDEDORISMO NA ÁFRICA CENTRAL E OCIDENTAL. ESTA INICIATIVA DE SUCESSO TEM AJUDADO MILHARES DE PESSOAS A GANHAREM A SUA INDEPENDÊNCIA FINANCEIRA.

«O que fazer quando muitas pessoas desejam comprar o seu café, mas não têm forma de o adquirir?». Esta questão de Stefania Diop, Diretora de Nestlé Professional na Costa do Marfim, foi o ponto de partida para um modelo de negócio que está a combater o desemprego jovem em vários países africanos. O programa “My Own Business” – conhecido localmente como MYOWBU – deu forma a um conceito inovador, que permite a milhares de pessoas dirigirem os seus próprios negócios de venda ambulante de NESCAFÉ®. A todos os vendedores é fornecido NESCAFÉ®, copos, termos e o *kit* de transporte para vender café na rua. A Nestlé faculta também formação em vendas, gestão, higiene, qualidade e segurança, ajudando ainda as pessoas a encontrarem áreas de cozinha adequadas com uma fonte limpa e segura de água a ferver.

Os operadores recrutam então mais vendedores da sua comunidade, estabelecem metas e horários de trabalho, gerem pagamentos, garantem a segurança do produto e fazem a manutenção do equipamento. Todo o trabalho de vendas é ressarcido com parte dos lucros.

O MYOWBU já ajudou mais de 4500 jovens, entre os quais 1000 mulheres, a começarem as suas próprias microempresas.

São milhares de *t-shirts* vermelhas que cruzam as ruas a vender café e que diariamente fortalecem a sua carteira de clientes, tornando-se verdadeiros embaixadores da Nestlé.

Histórias inspiradoras

Para Chrystèle Esso, dos Camarões, o MYOWBU foi a oportunidade ideal para mudar para uma vida melhor. Hoje, é dona de um negócio próspero com 35 vendedores em que cada um leva para casa um rendimento médio mensal de 130 francos suíços. «Ajudou-me a tornar-me mais disciplinada e mais madura na forma como faço a gestão do meu negócio. Os meus operadores dependem dos seus empregos para cuidarem das suas famílias. Também sou mais feliz porque gosto do que faço», afirma Chrystèle.

A história de Comfort Dorkutso é também inspiradora. Como vendedora de rua, em Acra, no Gana, ganha cerca de 200 francos suíços por mês, o que lhe permite alugar um apartamento e ajudar a família. Esta jovem empresária já faz planos para o futuro e está a economizar para construir a sua própria loja.

CAFÉ COM IMPACTO POSITIVO

HÁ MUITAS RAZÕES PARA GOSTAR DE BEBER CAFÉ – E NÃO FALAMOS APENAS DO AROMA E DO SABOR. A PRODUÇÃO DE CAFÉ INFLUENCIA POSITIVAMENTE A VIDA DE MILHÕES DE AGRICULTORES.

Em todo o mundo, bebem-se mais de dois mil milhões de cafés por dia. Se contribui para este número, há pequenos gestos que pode fazer para que o seu café tenha um impacto positivo na vida dos agricultores que o cultivam e no ambiente. Usar copos ou chávenas reutilizáveis, reciclar as embalagens e ferver apenas a quantidade de água necessária, são alguns exemplos.

Enquanto maior Companhia de café do mundo, a Nestlé está empenhada em influenciar positivamente o seu impacto nas comunidades cafeeiras. Eis as formas como contribui para fazer a diferença:

Emprego

A produção de café emprega milhões de pessoas, contribui para a educação e alimenta famílias em muitas regiões carenciadas. No entanto, o futuro está ameaçado por fatores como as alterações climáticas, as doenças das culturas, as técnicas agrícolas pouco desenvolvidas e a migração em massa das regiões agrícolas para as cidades. A Nestlé contribui para formar mais de 10 000 produtores de café por ano em métodos de agricultura sustentável que lhes darão melhores plantações e maiores rendimentos.

Igualdade de direitos

A agricultura do café ainda é vista como um trabalho para homens, o que nem sempre corresponde à realidade. A Nestlé criou um programa que forma mulheres das cooperativas de produção de café, ensinando-lhes desde a produção até à liderança e educação em saúde, para que elas partilhem esse conhecimento com as suas comunidades. Nos três primeiros anos, a formação levou a um aumento médio de 83% do rendimento das mulheres promotoras.

Redução da pobreza

Quedas acentuadas do preço do café já levaram à falência de muitos pequenos agricultores. Ao ajudar os produtores a melhorarem a eficiência, a reduzirem custos e a melhorarem a qualidade da sua cultura, a Nestlé contribui para que sejam menos afetados pelas flutuações de preços. Por exemplo, nas Filipinas, a marca NESCAFÉ® tem em curso programas de conservação de solos e água em plantações de café, que estão a revelar-se especialmente benéficos durante os meses secos. Disponibilizar microfinanciamento aos agricultores e projetos para melhorar a educação, saúde pública e abastecimento de água nas regiões produtoras de café também ajuda a reduzir a pobreza.



Meio ambiente

NESCAFÉ® promove a agricultura sustentável formando os agricultores sobre como conservar água e como limpar e reciclar a água utilizada no processo de moagem. Especialistas da Rainforest Alliance e da Sustainable Agriculture Network trabalham com a marca para incorporar métodos científicos modernos na sabedoria tradicional dos agricultores. Isto ajuda-os a conservar recursos naturais, proteger ecossistemas, melhorar a qualidade e diversificar. Para apoiar a sustentabilidade da produção de café foi desenvolvido o Nescafé Plan, com o compromisso de investir mais de 260 milhões de francos suíços entre 2010 e 2020.

Futuras colheitas

Quando as árvores de café envelhecem, produzem menos grãos e tornam-se mais vulneráveis às doenças. Na Colômbia, nos últimos anos, uma doença chamada ferrugem das folhas afetou gravemente as plantações. NESCAFÉ® está a trabalhar com a Federação Colombiana dos Produtores de Café para melhorar as reservas de árvores e já forneceu 28 milhões de novas árvores de elevada qualidade, resistentes à ferrugem das folhas – sem que os produtores fiquem obrigados a venderem o café à marca. Globalmente, mais de 4400 hectares de plantações de café foram renovados com árvores resistentes à ferrugem.

UM CAMINHO A FAZER POR TODOS

Por **João Pedro Matos Fernandes,**
Ministro do Ambiente

As múltiplas dimensões dos efeitos à escala global das alterações climáticas confrontam-nos com um dos maiores desafios para a humanidade. Os seus impactos fazem-se sentir em todos os setores de atividade, acentuam as vulnerabilidades económicas, sociais e ambientais e têm tendência a incrementar a pressão sobre os recursos e os fenómenos de poluição.

O ano 2017 foi marcado por fenómenos meteorológicos extremos que afetaram as populações mais vulneráveis em diversos pontos do Mundo. A temperatura média global do planeta alcançou, em 2017, um dos valores mais elevados de que há registo, atingindo 1,1 graus centígrados acima dos níveis pré-industriais. Recorde-se que o Acordo de Paris tem como objetivo limitar o aumento da temperatura média global a 2 graus centígrados e fazer progressos para que este não ultrapasse 1,5 graus centígrados. Estamos, portanto, muito perto de alcançar este ponto de viragem.

Por sua vez, mantém-se a tendência de aumento da concentração global de dióxido de carbono na atmosfera. Em 2016, foram atingidas 403 partes por milhão (ppm), superando o valor de 400 ppm verificadas em 2015. Torna-se cada vez mais claro que os custos da inação são elevados e que, se ultrapassados os limiares identificados, os efeitos das alterações climáticas podem estar aquém da nossa capacidade de adaptação, com graves implicações no funcionamento da economia e da sociedade.

A nossa atuação deve, assim, pautar-se pelo real sentido de urgência e por uma maior ambição, de forma a cumprir o Acordo de Paris. Este desafio é travado em duas dimensões distintas, mas complementares: a mitigação das alterações climáticas, que contempla todos os esforços de redução de emissões de



gases com efeito de estufa; e a adaptação às alterações climáticas, visando aumentar a resiliência e reduzindo as vulnerabilidades às mudanças do clima.

Portugal é dos países da Europa mais afetados pelos efeitos das alterações climáticas, situando-se num *hot spot* que engloba toda a zona mediterrânica. Os cenários climáticos para o nosso país apontam para a mudança dos padrões de precipitação, o aumento da temperatura e da intensidade e frequência dos fenómenos meteorológicos extremos. Estas alterações do clima terão como consequência o aumento dos riscos de seca, inundações, ondas de calor e incêndios florestais.

É, pois, necessário apostar em estratégias preventivas e não de mera resposta à emergência, o que só se faz com a integração da dimensão da adaptação na gestão territorial e no planeamento.

Nesse campo, Portugal deu passos importantes com o Programa AdaPT, suportado pelo Mecanismo de Financiamento do Espaço Económico Europeu, no âmbito do qual foram desenvolvidas 27 Estratégias Locais de Adaptação às Alterações Climáticas. Também estão neste momento em curso um conjunto de estratégias que permitirão olhar de forma integrada para a adaptação ao nível regional. Foi ainda constituída a Rede de Municípios para a Adaptação Local às Alterações Climáticas para partilha de informação e boas práticas ao nível local.

Além destas medidas, iniciámos recentemente um ciclo mais focado na ação. Este é o tempo de colocar no terreno propostas concretas de resposta às alterações climáticas.

É necessário, por exemplo, tornar os espaços urbanos mais resilientes, criando espaços verdes e planos de água, de forma a evitar ilhas de calor. Temos de reduzir as vulnerabilidades do território, minimizando os efeitos da seca, adotando soluções de reutilização das águas residuais tratadas e de águas pluviais e promovendo a eficiência hídrica nos vários setores de atividade. Impõe-se que reduzamos o risco de inundações, adotando, sempre que possível, soluções de base natural que promovam também a melhoria do ecossistema natural. A necessidade de adaptação deve também ser incluída nas decisões de investimento, que têm de encarar os recursos como algo de valioso e escasso, devendo ser usados de forma eficiente.

No que respeita à mitigação das alterações climáticas, Portugal está empenhado em dar o seu contributo. Este Governo assumiu em 2016, em Marraquexe, o objetivo de atingir a neutralidade carbónica até 2050, confirmando o posicionamento de Portugal entre aqueles que assumem a liderança no combate às alterações climáticas e o apoio ao Acordo de Paris.

Para a concretização deste objetivo, foi lançado, no passado mês de outubro, o Roteiro para a Neutralidade Carbónica 2050. Este Roteiro definirá o caminho e as medidas para atingirmos essa meta, processo que pretendemos que seja participado pela sociedade. O ano 2050 pode parecer distante, mas só com uma visão de futuro, partilhada por todos, poderemos assegurar que a transição se fará de forma-custo eficiente e socialmente ancorada.

É necessário repensar os processos, produtos e serviços com um olhar no futuro. Mais de metade das emissões mundiais de gases com efeito de estufa são associadas à produção de materiais básicos. Só com um modelo de economia circular, que mantenha os bens durante mais tempo no seu mais elevado valor económico, poderemos atingir as metas de Paris.

Outro desafio consiste em tornar a mobilidade sustentável, requalificando os transportes públicos, abraçando a mobilidade partilhada, criando condições para modos suaves e elétricos de transportes. A neutralidade carbónica exige também uma clara aposta na promoção de uma floresta sustentável que potencie o sequestro de carbono.

A descarbonização da economia só será possível com o apoio de todos. O Governo está a criar o roteiro para que tal seja possível. Cabe a cada um de nós garantir que esse objetivo seja atingido.



Este desafio é travado em duas dimensões distintas, mas complementares: a mitigação das alterações climáticas, que contempla todos os esforços de redução de emissões de gases com efeito de estufa; e a adaptação às alterações climáticas, visando aumentar a resiliência e reduzindo as vulnerabilidades às mudanças do clima.

A photograph of a man and a young boy in a greenhouse. The man, wearing a blue cap and a green apron over a blue and white checkered shirt, is handing a red tomato to the boy. The boy, wearing a colorful plaid shirt, is holding the tomato. They are surrounded by rows of tomato plants in the greenhouse.

PRODUTOS BIOLÓGICOS: POR UM MUNDO MAIS SUSTENTÁVEL

Parece já não haver dúvidas de que os produtos biológicos vieram para ficar. Além de mais saudáveis, respeitam o meio ambiente, protegendo o planeta e os recursos para as gerações futuras. Em Portugal, são cada vez mais os Consumidores que fazem esta opção. No nosso país, a produção biológica tem crescido 20% ao ano.

A agricultura biológica é um modo de produção que tem como objetivo produzir alimentos saudáveis e de elevada qualidade, ao mesmo tempo que promove práticas sustentáveis e de impacto positivo no ecossistema agrícola. Através do uso adequado de métodos preventivos e culturais, tais como as rotações, os adubos verdes, a compostagem, as consociações e a instalação de sebes vivas, fomenta a melhoria da fertilidade do solo e a biodiversidade. Não recorre à aplicação de pesticidas, de adubos químicos de síntese, nem ao uso de organismos geneticamente modificados.

Considerando que o solo é a base de toda a cadeia alimentar, a principal preocupação da agricultura biológica começa aqui. Neste contexto, toda a prática agrícola tem como objetivo conservar e melhorar a fertilidade do solo. Ao optar por adubos naturais, garante a preservação das águas superficiais e subterrâneas.

Também a produção animal biológica se pauta por normas de ética e respeito, praticando uma alimentação adequada à fisiologia dos animais e facultando condições que permitam expressar os seus comportamentos naturais. Não são utilizadas hormonas nem antibióticos como promotores de crescimento.

Efetivamente, a produção biológica – seja agrícola ou animal – respeita o equilíbrio natural do meio ambiente e atua de acordo com quatro princípios definidos pela Inter-

national Federation of Organic Agriculture Movements: saúde, ecologia, equidade e preocupação.

Legislação específica

Na Europa, a agricultura biológica é sujeita a legislação específica. O Regulamento (CE) n.º 834/2007 do Conselho de 28 de junho, relativo à produção biológica e à rotulagem dos produtos biológicos, estabelece normas detalhadas, cujo cumprimento é controlado e certificado por organismos



acreditados para o efeito.

Estes produtos são reconhecidos pelo logótipo europeu de agricultura biológica. A certificação é um sistema de controlo, com um regulamento específico europeu e uma norma portuguesa, que orienta as práticas dos intervenientes da cadeia de produção, transformação, distribuição, armazenamento, importação e exportação dos produtos biológicos.

Agricultura biológica cresce 20% ao ano em Portugal

Em Portugal, a produção biológica tem registado um crescimento exponencial, cerca de 20% ao ano, e a área agrícola aumentou 20 vezes no espaço de apenas 15 anos. De acordo com os últimos dados disponíveis, relativos a 2015, a superfície com agricultura biológica em Portugal Continental é de 239 864 hectares, o que corresponde a um acréscimo de 12% relativamente a 2014.

No nosso país, só a partir dos anos 90 é que a área cultivada com agricultura biológica começou a ter algum peso económico e social, contribuindo para este incremento os apoios financeiros às explorações agrícolas, assim como o aparecimento de organizações associativas como a AGROBIO – Associação Portuguesa de Agricultura Biológica.

O desafio global que o setor biológico enfrenta consiste em garantir um crescimento constante da oferta e da procura e gerar produtos diferenciados, com maior valor acrescentado, preservando, ao mesmo tempo, a confiança dos Consumidores.



Biológico = orgânico = natural?

Produtos biológicos são também conhecidos como orgânicos (Brasil e países de língua inglesa), ecológicos (Espanha e Dinamarca) ou naturais (Japão). Contudo, existem diferenças entre produtos biológicos e naturais. Embora estes últimos se refiram a tudo o que provém diretamente da natureza, podem utilizar pesticidas ou fertilizantes químicos, antibióticos ou hormonas de crescimento, aditivos alimentares e sementes geneticamente modificadas, além de não serem certificados. Ou seja, podem seguir práticas contrárias às dos produtos biológicos.

PRINCÍPIOS DA AGRICULTURA BIOLÓGICA



PRINCÍPIO DA SAÚDE

Manter e melhorar a qualidade dos solos, da saúde das plantas, dos animais, dos seres humanos e do planeta como organismo uno e indivisível.



PRINCÍPIO DA ECOLOGIA

Ter como base os sistemas ecológicos vivos e seus ciclos, trabalhando com eles e contribuindo para a sua sustentabilidade.



PRINCÍPIO DA JUSTIÇA

Ter como base relações justas no que diz respeito ao ambiente comum e às oportunidades de vida.



PRINCÍPIO DA PRECAUÇÃO

Fazer uma gestão cautelosa e responsável de modo a proteger o ambiente, a saúde e o bem-estar das gerações atuais e futuras.

Fonte: IFOAM – International Federation of Organic Agriculture Movements.

NESTLÉ DISTINGUIDA NO COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

O DESEMPENHO DA NESTLÉ NA ÁREA DAS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS VALEU-LHE, UMA VEZ MAIS, O ACESSO AO PRESTIGIADO RANKING ANUAL *THE CLIMATE 'A' LIST*, DO CLIMATE DISCLOSURE PROJECT (CDP).

A Nestlé foi reconhecida como líder mundial no que diz respeito à implementação de medidas para combater as alterações climáticas, ganhando mais uma vez um lugar no prestigiado *ranking* anual *The Climate 'A' List*, do Climate Disclosure Project (CDP).

Esta distinção é o reconhecimento do compromisso da Nestlé em reduzir as emissões de gases com efeito de estufa em toda a sua cadeia de valor, mitigando

as alterações climáticas e apostando numa economia de baixo carbono. Apenas 5% das empresas que submeteram informação ao CDP relativa ao seu desempenho ambiental conseguiram integrar *The Climate 'A' List*.

A liderança da Nestlé no que diz respeito às alterações climáticas faz parte do seu propósito de melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável. Nos últimos dez anos, a Nestlé registou resultados de destaque nesta

matéria, tendo conseguido reduzir as emissões de gases com efeito de estufa em 39% por cada tonelada produzida, aumentando ao mesmo tempo a produção em 46%. A Companhia está, assim, no bom caminho para alcançar o objetivo de, até 2020, reduzir as emissões em 35% (comparativamente a 2010) por cada tonelada de produto.





INSPIRADO PELA NATUREZA

Quando pensa no futuro do seu bebê, sabemos que se preocupa com a **qualidade** da sua nutrição mas também com a sua **origem**.

É por isso que o novo **NAN Bio 2** combina o elevado padrão de qualidade de ingredientes com **certificação biológica** com mais de **150 anos de experiência em nutrição infantil**.

Desenvolvido para dar ao seu bebê um começo saudável, que o acompanha toda a vida.

A natureza é a nossa maior inspiração.

Descubra como NAN Bio 2 combina a qualidade da agricultura biológica com os mais recentes avanços da ciência em www.nestlebebe.pt

NOTA IMPORTANTE: O leite materno é o melhor alimento para os bebés durante os primeiros 6 meses de idade e a amamentação deverá prolongar-se durante o maior tempo possível. Antes de utilizar uma fórmula infantil, consulte um profissional de saúde. Leite e ingredientes derivados do leite podem ter origem em diversas proveniências geográficas.


Nestlé
Começar Saudável
Viver Saudável

O que significa Biológico?

 Procurar

MELHORAR A QUALIDADE DE VIDA E CONTRIBUIR PARA UM FUTURO MAIS SAUDÁVEL



Good Food, Good Life



PARA AS PESSOAS E FAMÍLIAS

Possibilitando vidas mais saudáveis e mais felizes



PARA AS NOSSAS COMUNIDADES

Ajudando a desenvolver comunidades prósperas e resilientes



PARA O PLANETA

Protegendo os recursos para as gerações futuras