



António Saraiva de Reffóios

O lado mais pessoal do Administrador-
-Delegado da Nestlé Portugal

Criação de Valor Partilhado

Do conceito à prática em território nacional

Avanca

**Onde tudo
começou
há 87 anos**



Índice

Revista Institucional Nestlé Propriedade Nestlé Edição Relações Corporativas Nestlé Conselho Editorial Relações Corporativas Nestlé Tiragem 500 exemplares Papel SATIMAT GREEN, certificado de acordo com as normas FSC – Forest Stewardship Council (Conselho de Manutenção da Floresta) 60% fibras recicladas/40% fibras virgens de florestas certificadas Morada Nestlé Portugal, S. A. Rua Alexandre Herculano, 8 – 2799-554 Linda-a-Velha E-mail faleconnosco@pt.nestle.com Produção Editorial e Gráfica Choice Comunicação Global, Lda. Distribuição Gratuita Proibida a reprodução total ou parcial do conteúdo desta publicação sem autorização prévia do editor.

Editorial

- 3 O início de um novo ciclo

I&D

- 4 Fique mais viciado...
5 Nova geração de bolachas

À conversa

- 7 António Saraiva de Reffóios

Produtos

- 10 Nutrição Clínica
12 Bebidas de Cereais
13 Nestea de Pêssego
13 Maggi Directo ao Forno

Resultados

- 14 Estudo da Sociedade Portuguesa
de Ciências da Nutrição e Alimentação

Reportagem

- 16 Fábrica de Avanca

Valor partilhado

- 24 Partilhar para ter mais e melhor
25 Farinhas com Baixo Teor
de Pesticidas

Bem-Estar

- 27 NaturNes

Prémios

- 28 Quatro produtos do ano
28 Marcas de Confiança
29 Gourmet ao mais alto nível

Ambiente

- 32 Reciclagem Nespresso

Iniciativas

- 33 Entrevista ao Director
de Recursos Humanos

Curiosidades

- 36 Fábrica de Chocapic na KidZania

Cozinhar é fácil

- 37 Sopa branca com puré de batata Maggi,
queijo e camarão

Nestlébook

- 38 “Como ter um Coração Saudável”

Agenda

- 38 Eventos 2010

Resumo da edição

Neste primeiro número da Revista N vamos ao berço da Nestlé, em Portugal, para descobrir como tudo começou na zona de Estarreja. Existente desde 1923, a fábrica de Avanca é hoje uma referência no País e no mundo, ao produzir diariamente as farinhas lácteas, cereais de pequeno-almoço e bebidas de cereais que há muito fazem parte da nossa alimentação. Nesta reportagem, damos voz a quem está por trás desta unidade e faz da fábrica a sua casa desde há gerações.

António Saraiva de Reffóios, Administrador-Delegado e Director-Geral da Nestlé em Portugal revela-nos o seu lado mais pessoal: como gere o dia-a-dia e qual o segredo para estar há cerca de trinta anos à frente de uma marca líder.

Em destaque na edição está também a Criação de Valor Partilhado, um conceito nascido na Nestlé e que pretende fazer da partilha de conhecimentos a base de sucesso dos negócios.

E por falar em sucesso, Pedro Pires, director de Recursos Humanos da Nestlé, explica-nos porque razão as pessoas são o elemento mais valioso de uma empresa. “N” razões para uma boa leitura.

Relações Corporativas



O início de um novo ciclo



António Saraiva de Reffóios

Seja bem-vindo à Nestlé. É com especial prazer que o convido à leitura da primeira edição da Revista N. Trata-se de uma publicação elaborada a pensar especialmente nos nossos parceiros, fornecedores, amigos – todos os que contribuem, dia após dia, para fazer da Nestlé a empresa que é hoje. Apesar da familiaridade da marca e do trabalho desenvolvido diariamente ao longo de quase nove décadas, havia ainda uma porta por abrir. Hoje começa um novo ciclo.

Através da Revista N, queremos dar um enfoque diferente ao que fazemos: desvendar as intenções por trás de cada acção – o que nos inspira, o que nos dá força e o que nos leva a superarmo-nos a cada passo; demonstrar que somos líderes pelos melhores motivos na área da Nutrição, Saúde e Bem-Estar em Portugal e no Mundo; que somos verdadeiramente relevantes no mercado, tanto quanto dentro da casa dos portugueses.

Nesta primeira edição trazemos reportagens e artigos do universo Nestlé que, acreditamos, nos farão chegar mais próximo de si. Será o nosso interlocutor privilegiado e, tal como no dia-a-dia, também aqui será parte da nossa rotina e da nossa atenção. O sucesso consegue-se através do trabalho de todos e cada um tem uma palavra a dizer.

Com a Revista N iniciamos um elo de ligação regular e activo com os nossos parceiros, destacando, sobretudo, o papel das pessoas dentro e fora da empresa. Daremos a conhecer as acções desenvolvidas interna e externamente, os produtos lançados e as iniciativas que prometem ficar na memória. Pretendemos ainda divulgar as mais recentes apostas da Nestlé em Investigação & Desenvolvimento, os bons modelos de Criação de Valor Partilhado dentro e fora de Portugal e exemplos de boas práticas na gestão do Meio Ambiente. Teremos ainda um espaço reservado para curiosidades do universo Nestlé, para uma sugestão de receita culinária e de livro.

Os objectivos e as ambições para 2010 já estão em pleno curso e, de certo, serão considerados boas referências num futuro próximo. Neste pressuposto não podemos deixar de aproveitar para destacar a reputação da Nestlé como empresa socialmente responsável. Desejamos crescer em paralelo aos nossos consumidores, continuando a adaptar a nossa oferta comercial aos seus novos hábitos e preferências. Este tem sido, aliás, o rumo seguido desde o início da marca em Portugal.

Ontem, como hoje, contamos consigo.



Fique mais viciado...

Os apaixonados por chocolate têm agora mais um motivo para não lhe resistir. Desta feita, não são apenas chocolates, mas verdadeiras obras de arte produzidas através de cacau puro.



A Nestlé passou a ser verdadeiramente especialista na confecção daquele que é, para muitos, o principal distintivo da marca: o chocolate. Na presença do CEO (*Chief Executive Officer*) da empresa, Paul Bulcke, foi inaugurado em Setembro do ano passado o Novo Centro de Excelência em Chocolate, em Broc, na Suíça. Trata-se do primeiro centro de pesquisa e de desenvolvimento integralmente dedicado aos chocolates finos e de gama *premium*.

O Centro de Excelência em Chocolate reúne uma equipa de especialistas Nestlé, que inclui cientistas em cacau, especialistas sensoriais, mestres chocolateiros, especialistas em *design* de embalagens e especialistas em consumo. A estes técnicos junta-se, ainda, a inspiração artística de um painel de mestres chocolateiros independentes como Pierre Marcolini, Tristan Carbonatto e Roger vo Rotz.

Um espírito de inovação complementado ainda pelas parcerias entre o Centro e reconhecidas instituições de *design*, como o California Art Center e a ECAL University of Art and Design, em Lausanne. ■



Nova geração de bolachas: o mesmo sabor, menos remorsos

A partir de agora, vamos ter ainda mais uma boa razão para as consumir, de forma despreocupada. A Nestlé inaugurou, no Chile, um Centro Global de Investigação e Desenvolvimento de bolachas à base de cereais. Ali estão reunidos especialistas de diversas áreas, como nutrição, engenharia, desenvolvimento de produtos e controlo de qualidade.

Do trabalho intensivo destes profissionais resultam bolachas mais equilibradas: mais ligeiras, com menos açúcar e menores níveis de gordura. E o melhor: sem modificar o seu sabor ou textura. Neste Centro, também são desenvolvidas bolachas com ingredientes bioativos que melhoram a saúde digestiva, assim como produtos enriquecidos para corrigir as de-

ficiências de micronutrientes. Os produtos são adaptados aos gostos e necessidades locais.

"A investigação neste Centro proporcionará oportunidades para a inovação numa categoria de produto muito importante. Permitir-nos-á oferecer aos consumidores bolachas saborosas, saudáveis e mais nutritivas", declarou Paul Bulcke, CEO da Nestlé, durante a inauguração, no início deste ano. ■



Não há quem lhes resista.

Com chocolate ou recheio de baunilha, à base de cereais, integrais ou digestivas. As bolachas são um dos produtos mais consumidos entre refeições, não só em Portugal como no resto do mundo. E estão por todo o lado: nos armários da cozinha, na mala pessoal, na gaveta do escritório.





KRUPS

UMA COFFEE SHOP EM SUA CASA



Descubra o universo NESCAFÉ® Dolce Gusto®.

Experimente e delicie-se com as bebidas Espresso Intenso, Ristretto e Decaffeinato, Chococino®, Latte Macchiato, Cappuccino, Cappuccino Light e Cappuccino Ice!



www.dolce-gusto.pt

O gestor e o homem



Aos 57 anos, António Saraiva de Reffóios concentra em si o melhor de dois mundos. Dirige uma empresa multinacional que, só em Portugal, emprega 1.700 pessoas e serve um milhão de actos de consumo diários. Mas, quando sai da Nestlé e deixa no gabinete o cargo de Administrador-Delegado, faz questão de aproveitar cada minuto da vida de forma plena, à sua maneira. Raramente sai de casa. Ali, o seu tempo demora muito mais a passar – e por isso é tão valioso.

Não basta estar presente, é necessário estar de forma relevante". É assim que se assume António Saraiva de Reffóios, que conta já com perto de 30 anos de Nestlé. Salvo um interregno de quatro anos – em que nem então deixou de acompanhar os destinos da empresa – esta tem sido a sua segunda casa e a sua missão diária. Desde que entrou, muitas coisas mudaram. A Nestlé adquiriu uma série de marcas locais e integrou-as no seu universo. Cresceu, expandiu-se, conquistou os hábitos alimentares dos europeus, inovou e reforçou a aposta na qualidade. O que começou por ser, no início do século XX, uma Sociedade de Produtos Lácteos em Portugal é hoje a Companhia Mundial de Alimentação, Nutrição, Saúde e Bem-Estar.

Para António Saraiva de Reffóios, a presença de uma marca funciona como as relações humanas: "Quem não está, não existe". Mas não interessa estar por estar. É necessário criar uma relação de proximidade, uma confiança inabalável e uma certeza de qualidade e de rigor. Estas são, afinal, as premissas que ditam a longevidade de uma marca. Em Portugal, a Nestlé chegou há 87 anos, sendo até hoje uma referência para todas as gerações. "O legado histórico é muito importante. Não só a história da empresa, como de quem nela trabalhou e trabalha. Actualmente, tendemos a desvalorizar o passado, mas é este que nos constrói, que nos molda a personalidade." Talvez por isso, António Saraiva de Reffóios considere que o maior desafio de uma empresa é, porventura, conhecer e respeitar a sua memória histórica e fazer dela uma ponte para o futuro.

"Passo o dia a gerir pessoas"

Para o Administrador-Delegado, as pessoas são tudo. É nelas que deposita o seu interesse, a sua preocupação e a confiança profissional. "Quando cheguei à Nestlé há 30 anos, a primeira percepção de que me lembro foi o espírito de pertença vivido por todos os que aqui trabalhavam. Era com orgulho que diziam ser Nestlé. "Decorridas mais de oito décadas sobre a abertura em Portugal, o sentimento mantém-se nas novas gerações. Um misto de orgulho, de reconhecimento e de conforto, reforçado com a certeza de que aqui cada um tem o seu papel a desempenhar, é ouvido e tem um valor reconhecido.

"Hoje em dia fala-se muito no activo humano. Por vezes questiono-me sobre o verdadeiro sentido destas palavras. Naturalmente que as preocupações existem e que são reais, mas é necessário irmos mais além e reflectirmos sobre a importância genuína que as pessoas têm numa empresa. Passo o meu dia a gerir pessoas e, sabe, é o mais difícil..." sorri.

Quando questionado sobre que mensagem gostaria de deixar às suas equipas, o líder da Nestlé vale-se do bom humor que o caracteriza para justificar que não despende tempo a pensar nas mensagens. "Mensageiro era Jesus Cristo", brinca. Mas, a sério, coloca a tónica nas acções e acredita que o que faz diariamente fala por si. Ainda assim, demora-se um pouco no assunto para acrescentar: "Sabe qual é a primeira coisa que digo às pessoas quando chegam à Nestlé? Que actuem perante os outros da mesma forma que gostariam que actuassem sobre si. Parece tão simples..." conclui.



António Saraiva de Reffóios não nega pertencer àquele grupo simbólico de adultos que se mantêm fiéis às papas de infância como a Cerelac e o Nestum. Admite que o seu dia começa sempre com um café que saboreia enquanto lê os jornais económicos.

Viver a vida a correr

Vivemos na era da *fast-food*, do pré-cozinhado e do descartável. A vida passa a correr. Passamos o dia a trabalhar. O tempo tornou-se um bem escasso e de importância vital que não controlamos. “Já reparou que hoje as pessoas já não conversam, só discutem?” Para o Administrador-Delegado da Nestlé, esta é uma das principais consequências da falta de tempo, que abala não apenas os hábitos alimentares, como as próprias relações humanas. “Hoje julgamos que conhecemos o mundo através do computador”, acrescenta.

A conveniência é outra das consequências. As pessoas já pouco cozinham, procuram comodidade, qualidade e simplicidade nos produtos que compram. Nunca como agora se comeu tanto fora de casa, nota Reffóios. E não é por ser uma questão social e de lazer como há 50 anos. Nos dias que correm (na verdadeira acepção da palavra) vamos a um restaurante porque precisamos efectivamente de comer e esta é uma forma simples e cómoda de o fazer.

Pessoalmente, Reffóios não dispensa o seu café de “bica” na rua, logo de manhã, mas também não resiste a tomar um Nespresso ou um Nescafé Dolce Gusto pela tarde fora.

Apesar da existência agitada que levamos, cresce, em paralelo, o gosto pelo lado menos fugaz da vida. Se a semana de trabalho é passada a correr, de forma a dar resposta a tudo, os dias de descanso são a razão para procurar um ambiente menos urbano, para desfrutar da família, do lazer e mesmo dos produtos alimentares. Acima de tudo, com prazer. Para o Administrador-Delegado da Nestlé, uma marca não deve apenas alimentar o consumidor. Deve fazê-lo de forma aprazível.

O homem por trás do gestor

A cerca de 60 quilómetros de Lisboa localiza-se Vale Carril, freguesia de Alcoentre. O lugar não consta dos roteiros turísticos da região ribatejana, nem tão pouco é conhecido pela maioria das pessoas. Ainda assim, é nesta pequena localidade que António Saraiva de Reffóios reside e onde desfruta do melhor da vida. Aqui sente-se em casa e tem tudo o que precisa: “Ao sábado de manhã levanto-me cedo e dirijo-me ao largo da igreja. Compro o *Expresso*, tomo calmamente o meu café e entrego o cupão do totoloto. Se precisar, vou ao barbeiro. Às 10h regresso a casa já com tudo tratado. Já imaginou se tivesse de fazer tudo isto em Lisboa? Teria de programar na véspera...”, ironiza.

Em Vale Carril, o curso do relógio é gerido pelo próprio. António Saraiva de Reffóios gosta de ter tempo para si, para a família e para ler um bom livro. Assume que, às vezes, ainda sente a tentação de ligar o computador e de despachar alguns e-mails urgentes, mas não faz disso um hábito. Acima de tudo, gosta de estar em casa. “Tenho amigos que me contam que foram viajar para Londres ou para Paris e que passaram uma semana a calcorrear a cidade. Questiono-me se conseguiram realmente desfrutar das férias...”

Por sua vez, as férias de António Saraiva de Reffóios têm sempre o mesmo destino: Figueira da Foz, onde tem casa. “Bem sei que a água nas praias do Algarve é mais quente, que a areia é mais fina mas, para mim, nada se compara à Figueira”, conta. É um homem de hábitos, e os destinos fora de Portugal não o atraem minimamente, pese embora ter essa pressão por parte da família: “Qualquer dia lá terei de ir...”, brinca.

Cavalos, História e o Santo António

António Saraiva de Reffóios assume ter uma paixão especial por cavalos, gosto que já se estendeu aos filhos. No desporto, é um afeiçoado por *rubgy*, modalidade de que foi praticante durante muitos anos. No futebol, sofre pelo Benfica e pela Académica. Não nos estádios mas em casa, onde vê o clube pela televisão. Gosta de cinema e de música, mas não o fazem sair muitas vezes. Mal se recorda do último concerto a que assistiu ao vivo. “Penso que foi o do Paul McCartney, quando cá estive no Rock in Rio há alguns anos. Mas se dúvidas há quanto ao último espectáculo, já na eleição das melhores vozes feminina e masculina a resposta é imediata: Amália Rodrigues e Nat King Cole.

No cinema, não tem propriamente um “filme da vida” mas recorda-se de um que viu, quando jovem, e que o marcou até hoje: “Os cavalos também se abatem” (“*They Shoot Horses, Don't They?*”, de Sydney Pollack). “Um filme que nem fala de cavalos, mas da capacidade de sobrevivência”, comenta.

Quanto às personalidades que mais admira dos últimos 50 anos, nomeia Nelson Mandela, Gandhi e o Papa João Paulo II, pela defesa intransigente das suas convicções.

De todas as paixões que tem, a História de Portugal é, porventura, a maior. Gosta de História em geral: História das pessoas, da Humanidade e do País. Se tivesse mais tempo, já teria ido além da segunda dinastia nas suas leituras diárias. A passagem pelo Colégio Militar, enquanto jovem, marcou intrinsecamente a sua infância. Hoje é com um carinho especial e um sentimento de pertença que se orgulha de integrar a comunidade de ex-Meninos da Luz.

Apesar de não ser uma figura histórica, também Santo António tem um lugar especial na casa de Reffóios. Não apenas um, mas os inúmeros que colecciona. Quando se mudou para Vale Carril foi, aliás, uma das suas primeiras preocupações: Onde colocar as figuras de Santo António que afectuosamente guarda. ■

Nestlé: presente em todos os momentos

Desde 2007 que a Nestlé passou a estar verdadeiramente presente em todas as etapas da vida dos portugueses. Há três anos, incorporou e deu as boas-vindas ao negócio de Nutrição Clínica (Health Care Nutrition), convertendo-se no segundo grupo do sector à escala mundial e no primeiro a nível ibérico.

Com a aquisição à Novartis, a empresa deu um passo em frente no sentido de assegurar a liderança do sector emergente da Nutrição Clínica. Esta área de negócio, incorporada na Nestlé Nutrition, está presente em 40 países, emprega mais de 2.000 pessoas e gera um volume de negócios de cerca de mil milhões de euros por ano.

A Nutrição Clínica (Health Care Nutrition) é um segmento especializado que se assume como uma alternativa nutricional para pessoas com limitações físicas e/ou problemas de excesso de peso. Apesar de ser um segmento em expansão, existe ainda algum desconhecimento por parte dos consumidores, uma vez que a utilização das dietas entéricas, suplementos e dispositivos médicos são característicos do canal hospitalar.

Por parte da Nestlé, líder mundial no mercado de alimentação e bebidas e dentro do seu posicionamento Nutrição, Saúde e Bem-Estar, a integração deste portfolio de produtos representa uma boa oportunidade para a empresa alargar a sua presença num segmento que apresenta um bom potencial de crescimento e no qual já estava presente em vários países do mundo.

Venda directa ao cliente

Desde Março de 2010, a Nestlé passou a comercializar os produtos directamente aos seus clientes. Garantiu, assim, um acesso mais directo ao consumidor final, procurando superar as suas expectativas. Simultaneamente, adquiriu um maior conhecimento sobre o mercado onde opera.

“Os três pontos-chave deste negócio são o esforço ao nível da componente

científica, de investigação e de desenvolvimento incorporado nos produtos; a qualidade e a segurança dos próprios e o contacto com os profissionais de saúde, num negócio onde a prescrição é a chave”, sublinha João Serra, Health Care Nutrition Manager. “O know-how e a visibilidade junto dos Key Opinion Leaders é algo que destacamos como essencial neste negócio”, acrescenta.

A presença nos canais de venda – hospital e farmácia – permitirão assegurar a rentabilidade e a notoriedade científica dos produtos Nestlé, potenciando a visibilidade junto de negócios Nestlé já existentes, bem como dos respectivos clientes.

Este ano prevê-se o lançamento de novos produtos em todas as áreas, reflectindo o dinamismo do negócio de Nutrição Clínica. ■



O Negócio de Nutrição Clínica (Health Care Nutrition) está dividido em quatro grandes áreas:

Nutrição Entérica (NE) e Suplementos

A Nutrição Entérica representa uma alternativa para muitos doentes que apresentam uma incapacidade de utilizar a alimentação tradicional como fonte de nutrição. O avanço nas fórmulas e vias de administração converteram-na numa técnica simples e útil para múltiplas situações que derivam directamente de dificuldades de ingestão, digestão e/ou absorção de nutrientes.

Alimentação Básica Adaptada (ABA)

A Alimentação Básica Adaptada consiste num conjunto de dietas de alto valor nutricional, especialmente concebido para indivíduos adultos com dificuldades de mastigação e deglutição.

Controlo de Peso

A Nestlé Health Care Nutrition disponibiliza ainda uma vasta gama de produtos destinados ao combate à obesidade, os quais podem ser utilizados como substitutos de refeição ou como dieta exclusiva.

Dispositivos Médicos (Medical Devices)

Os *Medical Devices* consistem numa série de utensílios destinados a facilitar/possibilitar a utilização de produtos de Nutrição Entérica, os quais têm frequentemente de ser administrados por sonda nasogástrica ou outra.



“Somos uma empresa transversal a todo o mercado da nutrição. A Nestlé tem uma longa tradição no mercado de Nutrição Infantil em Portugal, bem como em todo o Mundo. As farinhas lácteas e as fórmulas infantis têm uma presença muito forte junto dos profissionais de saúde e dos consumidores, fazendo da Nestlé uma empresa líder. Se considerarmos os tradicionais produtos que a empresa disponibiliza na área alimentar, podemos referir que estamos presentes em todos os segmentos, inclusivamente nas sobremesas, gelados, café, águas, etc.

Os produtos de Nutrição Clínica estão presentes para ajudar jovens, adultos ou seniores a obter a qualidade de vida e o benefício associado ao seu consumo. De facto, na infância ou na senioridade, a presença da Nestlé é já uma realidade.”

João Serra,
Health Care Nutrition Manager



“TODOS OS DIAS, UM BOCADINHO DE NATUREZA”

Sob o lema “Todos os dias, um bocadinho de natureza”, a Nestlé investiu 1,6 milhões de euros na nova campanha publicitária, que assenta em três spots de televisão.

Cada filme retrata um público-alvo específico numa actividade ao ar livre, em plena natureza, aliada a saborosos momentos de consumo, apresentando as bebidas de cereais como uma fonte de natureza e uma opção saudável para dar sabor ao leite, a cada altura do dia.

Além dos spots de televisão, as marcas estiveram presentes nos pontos de venda com material informativo, realizando ainda acções de degustação em várias cidades do País.



Já bebeu o seu bocadinho de natureza?

Ao longo da História, os cereais sempre tiveram um papel importante na nossa alimentação, sendo uma fonte de energia e de equilíbrio nutricional.

Desde cedo, os cereais foram considerados “alimentos de natureza” por serem ricos em fibra, vitaminas e minerais. Hoje, a Nestlé desenvolveu produtos que combinam a natureza com a tecnologia, criando bebidas de cereais saudáveis e deliciosas.

Os produtos de cereais da Nestlé são ricos em fibra, vitaminas e minerais, sendo uma excelente opção para quem quer manter uma alimentação saudável e equilibrada.

Os produtos de cereais da Nestlé são ricos em fibra, vitaminas e minerais, sendo uma excelente opção para quem quer manter uma alimentação saudável e equilibrada.

Os produtos de cereais da Nestlé são ricos em fibra, vitaminas e minerais, sendo uma excelente opção para quem quer manter uma alimentação saudável e equilibrada.

Despertar, desconstrair e partilhar

Se os cereais são bons para os bebés, então também o são para os adultos. Os primeiros bebem-nos pelo biberão. Já os adultos misturam-nos numa chávena com leite quente.

Os cereais são sinónimo de natureza, de uma alimentação saudável, de vitalidade e de equilíbrio. Por isso a Nestlé decidiu relançar marcas tão conhecidas como Mokambo, Pensal e Bolero num lema a que chamou: “Todos os dias, um bocadinho de Natureza”. Os produtos que conhecemos desde há muito apresentam-se agora com uma imagem renovada e com informação elucidativa dos elementos nutricionais que os compõem.

O Mokambo “desperta-nos” logo pela manhã – com uma percentagem de café a que se junta a cevada, a chicória e o centeio –, já o Pensal aposta num sentimento de “descontracção”, possível graças à cevada com que é feito. A “partilha” é o objectivo sublime do Bolero, fabricado com cereais e fibra, sem adição de café. Em conjunto, os três produtos pretendem transmitir uma ideia de Saúde e de Bem-Estar.

Há muito que Mokambo, Pensal, Bolero, Tofina e Brasa já eram sinónimos de “Good Food Good Life” e, para quem já tinha saudades do gostinho, agora basta voltar a seguir-lhes o aroma.

Fazem tão bem quanto sabem

Com o relançamento das bebidas de cereais, a Nestlé vai ao encontro dos dife-

rentes gostos e necessidades dos consumidores, disponibilizando-lhe marcas com características distintas. Sem açúcares adicionados, o Mokambo, o Bolero e o Pensal são bebidas que contribuem para uma alimentação equilibrada.

Os cereais e os seus derivados são a base da nossa alimentação e a principal fonte de hidratos de carbono. São ainda importantes fornecedores de energia, de vitaminas do complexo B, sais minerais e fibras alimentares. Há tantas formas diferentes de consumi-los, que não é difícil contemplá-los na nossa dieta várias vezes ao dia: arroz, trigo, centeio, milho, por exemplo, na sua forma pura ou na massa, no pão, em flocos e nos cereais solúveis.

O Mokambo, com cevada, chicória, centeio e 20% de café, tem um sabor delicioso e intenso e é a opção ideal para começar bem o dia. Já o Pensal é uma bebida suave, totalmente composta por cevada. Está recomendada para qualquer idade. Por sua vez, o Bolero é composto por cevada, chicória, centeio e inulina (fibra solúvel que ajuda a controlar os níveis de colesterol sem prejudicar a absorção do cálcio). Uma bebida saudável e deliciosa para qualquer hora do dia. ■



Prepare o seu Nestea de Pêssego sem sair de casa

Nos meses quentes procuramos bebidas frescas, que nos dêem energia e nos refresquem de forma saborosa. Depois do sucesso alcançado com os cafés e com as suas outras variedades, é a vez dos chás gelados chegarem à nossa *coffeeshop* caseira. Nescafé Dolce Gusto dá as boas-vindas ao Verão de 2010 com a nova cápsula Nestea Pêssego.

Esta bebida refrescante e hidratante promete proporcionar agradáveis momentos de prazer e de descontração, em família ou com amigos, nos dias de calor que se avizinham.

Além do chá gelado, Nescafé Dolce Gusto disponibiliza uma variada gama de cafés e outras bebidas de café e de chocolate, para preparar em casa, de forma simples, rápida e cómoda. ■



O jantar quase pronto

Se costuma chegar tarde a casa, sem tempo nem vontade para se dedicar à culinária, mas se, apesar disso, não cede facilmente à fast-food, então a Maggi Directo ao Forno é a solução ideal para si.

Fácil, saborosa e económica, a nova combinação de especiarias com a assinatura da Nestlé permite preparar frango assado no forno sem adicionar qualquer tipo de gordura nem sujar nada. Com Directo ao Forno, só tem de comprar o frango, temperá-lo com o conteúdo da embalagem, levar ao forno e servir.

O frango é preparado no seu próprio suco num saco especial

para levar ao forno, garantindo um resultado surpreendentemente suculento, saboroso e nutritivo.

Trata-se de um produto inovador que promete revolucionar a forma de cozinhar dos portugueses e poupar-lhes tempo e trabalho.

Num estudo de mercado que antecedeu o lançamento, nove em cada dez consumidores que provaram o produto afirmaram que o comprariam. ■



Sociedade Portuguesa de Ciências da Nutrição e Alimentação

Como respondemos ao apelo da comida?

Homens e mulheres comem de maneira diferente e o tipo de alimentação muda de acordo com a zona do País em que vivemos.

Estas são apenas duas das conclusões do estudo “Alimentação e Estilos de Vida da População Portuguesa”, realizado pela Sociedade Portuguesa de Ciências da Nutrição e Alimentação (SPCNA) com o apoio da Nestlé Portugal. Os resultados vão ajudar à criação de campanhas de alimentação direccionadas, com o objectivo de reverter os principais problemas de saúde associados à alimentação e ao estilo de vida. A presidente da SPCNA, Maria Daniel Vaz de Almeida, comenta as principais conclusões.

1. O primeiro (e até agora o único) Inquérito Alimentar Nacional tinha sido realizado na década de 80. Era inadiável reavaliar os hábitos alimentares da população portuguesa?

Conhecer os hábitos e a ingestão alimentar dos diversos grupos populacionais, em conjunto com dados de saúde, é fundamental para caracterizar esses mesmos grupos. Este tipo de informação é imprescindível para definir uma política nutricional, isto é, que tenha como principal meta a saúde da população. Desde a década de 80 que a informação de que dispomos sobre a alimentação dos portugueses é parcelar, quer por ser proveniente de estudos de dimensão não nacional, quer porque se restringe a grupos populacionais específicos.

2. Nos últimos 30 anos, o ritmo de vida dos portugueses tem vindo a mudar. Quais são as principais alterações nos seus hábitos alimentares?

Nas últimas décadas, a oferta de alimentos aumentou e diversificou-se muito, quer nos alimentos em natureza, quer nos

processados industrialmente. Por exemplo, em 1995, 28% das despesas totais em alimentação eram respeitantes à alimentação fora de casa e, em 2000, este valor atingia já 32%. Na sequência da maior disponibilidade de alimentos também a energia ingerida aumentou. À obesidade associam-se diversas doenças crónicas não transmissíveis, nas quais a alimentação e a actividade física são factores centrais.

3. O estudo avaliou não apenas a alimentação mas os hábitos de exercício físico. Considera que nos mantemos uma população de hábitos sedentários?

Em geral, a população tem hábitos de vida pouco activos. Cerca de 19% dos homens e de 30% das mulheres tem uma prática de actividade física baixa, e apenas 31% do total da população portuguesa apresenta um nível de actividade elevado.

4. Vivemos numa era de extremos. Por um lado, existe uma tendência para a obesidade – nomeadamente a infantil – e, por outro, uma obsessão pela perda de peso, imposta pela sociedade. Como coexistem as duas realidades?



Pode dizer-se que vivemos numa sociedade marcada por dois apelos contrastantes, o do consumo permanente – neste caso o alimentar – e o da boa forma física, do controlo do peso e, mesmo, da magreza. Interessante é que as mensagens que apelam ao consumo alimentar se socorram de uma invejável forma física, de beleza, elegância... Esta contradição entre o que se oferece à nossa imaginação e o resultado do consumo, nomeadamente excessivo, é potencialmente geradora de tensões internas e ansiedade.

Por exemplo, no presente estudo, 2,6% das mulheres e 0,3% dos homens são magros (i.e. IMC < 18,5) enquanto que com excesso de peso (i.e. IMC > = 25) se encontram 38,2% das mulheres e 64,5% dos homens. O “peso saudável”, de acordo com a OMS, é o que corresponde a mais saúde, no intervalo de IMC entre 18,5 e 24,9, e é o que deve estar no nosso horizonte individual e populacional.

5. Existe uma discrepância considerável entre homens, mulheres, Norte e Sul do País?

Identificámos que mulheres e homens comem de maneira diferente. Quase se poderá dizer que fruta, hortícolas, iogurte e cereais são alimentos das mulheres, enquanto os homens preferem a carne, pro-

ductos de salsicharia, queijo (não fresco) e bebidas alcoólicas. Identificámos ainda algumas diferenças interessantes entre as regiões. Por exemplo, a proporção de consumidores de sopa varia entre pouco mais de 40% no Alentejo e 75% no Norte. É de realçar a influência da produção regional de alguns alimentos como sejam os produtos de salsicharia, com maior proporção de consumidores no Norte, e de queijo, queijo fresco e requeijão, nos Açores.

6. Como prevê que evoluam os hábitos alimentares e o exercício físico da população portuguesa nas próximas três décadas?

Há que reverter, e rapidamente, o panorama dos principais problemas de saúde associados ao estilo de vida: à alimentação e à actividade física. Não temos dúvidas de que o País precisa de definir uma política nutricional que contribua para o bem-estar individual e colectivo. Mais do que prever a evolução dos hábitos alimentares e de actividade física, urge utilizar esse conhecimento, invertendo a tónica de uma perspectiva curativa para um investimento consistente e efectivo de promoção da saúde.

Esta decisão é tanto mais premente quanto a obesidade e outras doenças crónicas não transmissíveis atingem já proporções alarmantes nas crianças e nos adolescentes portugueses. ■



Maria Daniel Vaz de Almeida, presidente da Sociedade Portuguesa de Ciências da Nutrição e Alimentação.

FICHA TÉCNICA

Estudo epidemiológico transversal de uma amostra representativa da população portuguesa com idade igual ou superior a 18 anos.

A amostra do estudo foi composta por 3.529 indivíduos entrevistados entre Fevereiro e Abril de 2009.

Principais conclusões do estudo

- Os factores mais indicados como tendo influência na saúde foram a “alimentação” (56,8% dos inquiridos), o “stress” (27,1%) e ter uma “actividade física/fazer exercício” (20,5% da amostra total).
- O sabor dos alimentos foi o factor mais indicado como determinante na escolha alimentar (52,2% no total).
- A maioria das mulheres (51,9%) e dos homens (41,0%) consideram praticar uma alimentação saudável há mais de seis meses.
- As mulheres, os indivíduos mais velhos e os residentes no Norte, Centro,

Açores e Madeira apresentam níveis inferiores de actividade física, comparativamente ao resto da população.

- As mulheres referem maior proporção de problemas em todos os domínios de saúde avaliados. Os domínios em que maior proporção de indivíduos referiu problemas foram “dor/mal-estar” e “ansiedade/depressão”.
- Os homens e os residentes na região Norte apresentam uma percepção mais favorável do seu estado de saúde.
- As patologias mais identificadas foram a hipertensão e o colesterol elevado.

- Em ambos os sexos, os valores médios de perímetro da cintura aumentam com a idade. Cerca de 31% das mulheres e 28% dos homens apresentam perímetro da cintura indicador de risco cardiovascular moderado ou elevado.
- A prevalência de magreza é superior entre as mulheres dos 18 aos 29 anos (7,8%). As prevalências de excesso de peso mais elevadas encontram-se nos Açores (71,3%), na Madeira (59,7%) e no Alentejo (57,5%).



Fábrica de Avanca: o início da Nestlé em Portugal



A 20 minutos de Aveiro e a menos de 40 do Porto situa-se Avanca, uma vila que não será conhecida de muitos portugueses. Porém, os produtos que aqui se fabricam entram todos os dias nas nossas casas e conhecemo-los desde sempre. Considerada o berço da Nestlé em Portugal, Avanca, em Estarreja, representa muito mais do que uma fábrica alimentar. É o legado de uma história que se conta desde 1923, sinónimo de empreendedorismo fabril, de inovação permanente e de responsabilidade social.



1.



2.



3.

Éa casa de várias gerações – as que passaram e as que ainda permanecem. É aqui que se fabrica – durante 24 horas por dia, sete dias por semana – a Cerelac que damos aos nossos bebés, o Nestum que comemos desde cedo, o Chocapic que damos aos miúdos ao pequeno-almoço, intervalado com as Estrelitas e o Trio, e o Fibre1 que consumimos na idade adulta. De Avanca chegam-nos ainda as bebidas de cereais que perduram na nossa memória colectiva – Mokambo, Pensal, Bolero, Brasa e Tofina. Aqui se produz também leite para máquinas automáticas de *vending*, que é exportado para os quatro cantos do mundo.

Uma história que fica para a História

A vida da fábrica é conhecida por todos quantos ali trabalham e mesmo pelos que, sem ligação directa à unidade, sempre se habituaram a viver em sua função. Em 1923, o Professor Egas Moniz, nascido em Avanca – mais tarde Prémio Nobel da Medicina (1949) –, viria a fundar a então Sociedade de Produtos Lácteos, uma fábrica de pequena dimensão, mas cuja importância não conhecia limites: pretendia combater a mortalidade infantil, um dos principais flagelos vividos em Portugal no início do século XX, que derivava, em grande parte, de uma deficiente dieta alimentar.

A Sociedade surgiu, então, como impulsionadora da indústria leiteira, ao criar a primeira fábrica de leite em pó. A partir

daquele momento, os bebés cujas mães, por algum motivo, não pudessem amamentar podiam ter uma fonte alternativa de alimentação.

Avanca tornou-se, assim, no local ideal para instalar a unidade fabril. Além de ser a terra natal do fundador, era uma região produtora de leite e rica em água – imprescindível para arrefecer as bilhas de leite e garantir a sua qualidade. Dez anos depois, o médico usou o seu prestígio internacional para conseguir o exclusivo da produção na sua aldeia.

A Sociedade de Produtos Lácteos obtém, em 1933, o exclusivo da fabricação e venda dos produtos Nestlé. Foi o início da memorável papa láctea Cerelac. Na mesma altura, lançou também a famosa Pensal, numa alusão à zona de Avanca onde está situada.

1. A película de cereais que dá origem à Cerelac.

2. O rio que antigamente arrefecia as bilhas de leite.

3. Deolinda Nunes, directora da fábrica.

Hoje, a tecnologia de vanguarda garante novas formas de arrefecer o leite. Mas o pequeno rio que antigamente servia este propósito mantém-se ali, no meio da fábrica, como memorando para os mais jovens.

Orgulho e sentido de responsabilidade

Deolinda Nunes é a directora há oito anos e, talvez por “deformação profissional”, como brinca, não consegue deixar de olhar para os carrinhos nos supermercados para ver que produtos as pessoas levam. Quando identifica as “suas” farinhas lácteas, os cereais de pequeno-almoço e as bebidas solúveis, a satisfação espelha-se no seu rosto: “Saber que consomem o que produzimos em Avanca dá-nos um orgulho enorme”, afirma a responsável da maior unidade da Nestlé em Portugal. E não deixa, no entanto, de sentir também uma responsabilidade acrescida: “Sentimo-nos parte do sucesso da empresa e somos responsáveis pelo dia-a-dia de muitas pessoas”, acrescenta.

Apesar da antiguidade, Deolinda Nunes considera a fábrica jovem, na medida em que soube, ao longo destas quase nove décadas, “adaptar-se e acompanhar a evolução das necessidades alimentares do mundo e da população”. Acima de tudo, soube dar resposta “àquilo que a Nestlé pretende”.

Actualmente, emprega 309 pessoas, na sua maioria provenientes de Avanca ou da região envolvente. A faixa etária é heterogénea, mas a média ronda os 42 anos. Apesar de, recentemente, os seus quadros terem “rejuvenescido”, existem colaboradores de todas as idades – “o mais velho tem 64 e o mais novo 19”.

A unidade fabrica produtos para cinco categorias de negócio: Nutrição Infantil, Lácteos e Cereais, Bebidas de Cereais, Cereais de Pequeno-Almoço e Nestlé Profissional. Além da produção, tem ainda departamentos de suporte como os recursos humanos, a qualidade, os serviços técnicos, os serviços administrativos e a área de programação. O fabrico de produtos é intensivo, raramente pára, excepto para as necessárias acções de manutenção.

Como em todo o universo Nestlé, quem aqui trabalha faz da fábrica a referência que é até hoje: “Os nossos trabalhadores vivem o dia-a-dia com muita intensidade e com um sentido de responsabilidade muito grande”, declara a directora.

Know-how acumulado desde há décadas

O *know-how*, a experiência e a tecnologia avançada são, provavelmente, os principais atributos que possibilitam à unidade “ditar cartas”, no seu segmento, para o resto do mundo. Portugal é o principal País consumidor dos produtos que aqui se fabricam, com uma quota de 45% – só no mercado nacional estima-se que a Nestlé alimente um milhão de portugueses por dia, entre todas as faixas etárias. À frente no consumo de cereais só se encontra o Reino Unido. Segue-se Espanha, com 27% de quota e a restante produção segue um pouco para toda a Europa.

O rigor e a certificação na qualidade dos produtos são absolutamente inflexíveis. Toda a matéria-prima que chega a Avanca é rigorosamente testada, enviada para laboratório e só após ser validada segue para a produção. Durante o processo de fabrico, os produtos passam constantemente por um sistema de raio-x para detectar eventuais falhas. ■



O berço da Nestlé em Portugal

É o local onde tudo começou e, hoje, a fábrica de Avanca é símbolo de produtividade e eficiência nos mercados nacional e internacional de cereais. Aqui conta-se uma história com 87 anos e testemunha-se um *know-how* acumulado entre várias gerações.

“Temos uma componente fabril muito forte em Avanca possível, em parte, graças a uma massa crítica de consumidores em Portugal”, explica o responsável máximo da marca no País. Actualmente, a Nestlé exporta, a partir daqui, farinhas lácteas e cereais de pequeno-almoço para toda a Europa. Para António Saraiva de Reffóios, poucas unidades existirão com tamanha capacidade e tão elevado potencial. Experiências e vivências que têm vindo a ser passadas de geração em geração, o que não só valoriza como humaniza a própria fábrica.



Os rostos que dão vida à fábrica

Na sua maioria, admitem conhecer a Nestlé desde “a barriga da mãe”. Cedo se habituaram a percorrer a fábrica pela mão dos pais ou mesmo dos avós. O intenso e permanente aroma a cereais torrados que se sente no ar faz parte da sua rotina desde há muito. Alguns ainda chegaram a vir aqui buscar o leite que a Nestlé oferecia aos funcionários e aos seus familiares. Não conhecem outra realidade e não faz mal porque aqui sentem-se bem, sentem-se verdadeiramente em casa. Hoje são o rosto desta unidade e os elementos essenciais para fazer dela a referência que é em Portugal e no mundo.

**“Com 91 anos,
o meu pai ainda
hoje aparece aqui.
Tem muitas
saudades disto...”**

NUNO PINHO
Responsável dos Serviços Gerais

“O meu pai trabalhou 41 anos na Nestlé, não conheceu outro emprego”. Para Nuno Pinho, com 59 anos, responsável pelos Serviços Gerais da fábrica, vir para aqui trabalhar foi um percurso natural. O pai,

Manuel Pinho, é até hoje uma referência na história da unidade e, certamente, um motivo de orgulho para o filho.

Nos primórdios da sua actividade profissional e da produção em Avanca, foi o responsável pela compra do leite e pela sua certificação. “O trabalho dele, era verificar a qualidade do leite junto dos produtores e fazer a compra. A nível agrário, era também responsável pelo fornecimento de máquinas aos agricultores para que estes pudessem trabalhar convenientemente as terras e produzir bons pastos para os animais”, recorda. A ligação à Nestlé durou uma vida inteira, deu frutos e deixou o testemunho para dois filhos, Nuno e Adolfo Pinho, que aqui trabalham hoje. “O meu pai tem 91 anos, ainda conduz... A ligação à Nestlé é tão grande que ainda aparece aqui de vez em quando, tem muitas saudades disto...”, conta o filho, sorrindo.

Por sua vez, Nuno seguiu as pegadas do pai e, a seis anos da idade de reforma, garante que já não trabalhará em mais nenhum lado. “É o que gosto de fazer. Tem a ver com a minha área, que é a mecânica. Faço tudo de forma profissional, gosto de ver as coisas bem-feitas e de ser reconhecido por isso”. Tem três filhos e quatro netos e admite que gostava que algum destes seguisse um dia as suas pisadas para que a sua geração continue a fazer parte da já longa história de Avanca.



GRAÇA MOTA
Assistente de Direcção

Foi, durante muitos anos, a “Gracinha” para todos os que ali trabalhavam. Além do seu ar de menina, que ainda conserva aos 46 anos, Graça Mota veio de uma família assumidamente Nestlé. “Os meus pais trabalhavam os dois aqui na fábrica. A minha mãe entrou em 1959, então com 14 anos. O meu pai sempre foi mecânico e passou por várias áreas. Trabalhou cá cerca de 30 anos, entrou aos 22 e nunca conheceu outra realidade”. Mas a ligação à unidade remonta a duas gerações – “o meu avô já cá trabalhava na portaria. Na altura eram chamados de guardas”.

Irmã mais velha de três rapazes, Graça conta que chorou “durante todo o Verão” quando os pais lhe disseram que teria de largar a escola depois do 9.º ano. A sua mãe tinha deixado de trabalhar após ter tido o terceiro filho e optado por um emprego em *part-time* que lhe permitisse dedicar-se mais tempo à família. O pai era o único sustento da casa e foi aí que Graça foi chamada a tornar-se adulta antes do tempo. “Quando saí da escola

“Éramos uma família. Mesmo que houvesse alguma divergência, tudo se esvanecia nos dias de descanso.”

os meus pais falaram com o director da fábrica, o Engenheiro Rui Alberto, que lhe disse que não queria ninguém ali com menos de 18 anos”. Decidiram então que iria fazer um curso intensivo de dactilografia – muito útil na altura – e, aos 18 anos, concluídas as aulas, integrou a unidade, onde permanece até hoje. Curiosamente, o marido também trabalhava no local, apesar de se terem conhecido previamente, ainda nos tempos de escola.

Está na Nestlé há 28 anos e o que mais recorda com saudades é o convívio e a camaradagem vividos entre todos os funcionários aos fins-de-semana: “Éramos uma família. Mesmo que houvesse alguma divergência profissional, tudo se esvanecia nos dias de descanso”.



CARLOS ALBERTO SILVA
Técnico de Laboratório

Carlos Alberto Silva nasceu a 200 metros da fábrica e vive actualmente a menos de 1.000. Está há 35 anos a trabalhar aqui e ainda hoje passa todos os dias à casa onde nasceu, onde vive a mãe, percorrendo o mesmo trajecto que sempre se habituou a ver o pai fazer. Também este aqui trabalhou durante 38 anos, na então Sociedade de Produtos Lácteos, onde exercia funções na

leitaria. “Foi o primeiro e único emprego dele”, conta. O que Carlos mais recorda da sua infância são as idas à fábrica, pela mão do pai, para recolher o leite fornecido pela Nestlé que levava na sua bilha. Levava ainda o soro fornecido para alimentar o pasto. Curiosamente, o local onde se situava a leitaria é, actualmente, o mesmo onde Carlos trabalha, neste caso, o laboratório de análise à qualidade.

“Trabalhar na Nestlé é bom”, resume Carlos. Tem duas filhas, mas nenhuma seguiu esta carreira. Tem, no entanto, mais dois irmãos a trabalhar aqui. A sua função na fábrica é analisar todas as matérias-primas, recolhendo uma amostra e fazendo os devidos testes laboratoriais de certificação de qualidade. Só depois de estarem devidamente validadas é que são liberadas para a fase de produção.

O que Carlos mais recorda da sua infância era vir, pela mão do pai, buscar o leite fornecido pela Nestlé.

JOSÉ GUIMARÃES

Fabricação de cereais
de pequeno-almoço

“Quando a minha mãe entrou eu tinha dois anos. Vivíamos aqui numa casinha ao lado, o que significava que tinha contacto permanente com a fábrica”

“Vivo à beira da Nestlé, a 30 metros. A minha sina está mesmo aqui, o que é ótimo”. José Guimarães apresenta-se com o bom humor e a disposição que o caracterizam. Também ele faz parte da família Nestlé em Avanca, de tal forma que brinca ao dizer que já “faz parte da mobília”. Aos 44 anos, é responsável pela fabricação de cereais de pequeno-almoço. Sejam os deliciosos cereais de cacau Chocapic, as viciantes Estrelitas ou os estaladiços cereais Trio, complementados com caramelo, mel e baunilha.

Teve a mãe e o sogro a trabalharem aqui durante toda a vida e deles herdou uma série de receitas e de documentos com longos anos, que farão agora parte

do arquivo histórico. “Quando a minha mãe entrou eu tinha dois anos. Vivíamos aqui numa casinha ao lado, o que significava que tinha contacto permanente com a fábrica”, lembra.

Há 25 anos na Nestlé, José iniciou a sua carreira no centro de distribuição. Recorda-se de percorrer o País e viajar até locais que não imaginava existirem. Tudo para fornecer as superfícies comerciais, um serviço que hoje já não é feito directamente pela unidade.

Foram precisos apenas nove meses para ser transferido da distribuição para a produção dos cereais de pequeno-almoço, área onde permanece. Assistiu a todos os desenvolvimentos e avanços tecnológicos, nomeadamente ao aumento exponencial da capacidade de produção. Actualmente, são produzidos cerca de 1.800 kg/hora de cada cereal de pequeno-almoço, mais do dobro do que há poucos anos. Por isso, é-lhe fácil dizer que conhece muito bem este sector, desde a entrada das matérias-primas até ao fim do processo de fabricação.

José Guimarães tem dois filhos, um com 13 anos e outro com 10. O futuro deles passa, acima de tudo, pelos estudos e um dia, quem sabe, poderão vir a integrar a Nestlé, num cargo superior, tal como espera o pai. Em casa todos são consumidores dos produtos de Avanca, à excepção do próprio que, há tantos anos na linha da frente destes cereais, admite variar para outro tipo de alimento. Mas os filhos são verdadeiros fãs e sabem distinguir os produtos originais das “imitações”. “Eu puxo a brasa à minha sardinha e analiso a diferença de produtos”, brinca. “No outro dia tive uma experiência engraçada. Fui ao supermercado comprar um Chocapic da concorrência. Mesmo sem o provar, só de olhar, vi logo a diferença e é quase abismal”, conclui.



Há 20 anos a oferecer mais e melhores cereais de pequeno-almoço

Apesar das diferenças geográficas e culturais, há algo que as populações de 130 países do mundo têm em comum: o seu pequeno-almoço. Já entraram na nossa rotina há muito, tanto que já não conseguimos viver sem eles nos armários da cozinha. Podem ser de chocolate, com ou sem mel, mais ou menos estaladiços. Um ou dois dias da semana podemos intercalar com pão, mas certamente que nos seguintes regressamos aos cereais com leite, iogurte ou como *snack*. Este ano comemoram-se os 20 anos da histórica Cereal Partners Worldwide.

Quem não reconhece nomes familiares como Chocapic, Estrelitas, Fitness, Golden Grahams, Clusters, Fibre1 e tantos outros que consumimos em diferentes fases da nossa vida?

Uma parceria de sucesso

A Cereal Partners Worldwide, abreviada como CPW S.A., é o segundo maior produtor de cereais de pequeno-almoço no mundo. Resultou de uma *joint-venture*, em 1990, entre a Nestlé e a General Mills e todo o sucesso que tem vindo a alcançar, ao longo destas duas décadas, deve-se ao *know-how* acumulado de ambas as empresas.

A Nestlé, a maior companhia mundial de alimentação – com operações em todo o globo – ambicionava ter um maior conhecimento ao nível da produção de cereais de pequeno-almoço e poder usufruir de todo o *expertise* em marketing das marcas familiares dos consumidores. Por outro lado, a General Mills – sexta maior empresa de alimentação do mundo, com sede nos EUA – ambicionava comercializar os seus cereais além-fronteiras, mas não tinha capacidade para fazer esta expansão. A parceria surgiu, então, como natural e estratégica: a General Mills comprometeu-se a comercializar cereais de pequeno-almoço nos EUA e Canadá e a Nestlé no restante mundo. ■

**PORTUGAL:
CPW S.A.
É LÍDER
ABSOLUTO
DE MERCADO**

A nível nacional, até 1986, o mercado dos cereais de pequeno-almoço tinha ainda pouca expressão. Existiam apenas os Corn Flakes de marcas locais ou importadas. A partir desta data, assistimos ao lançamento no nosso País de marcas como Chocapic, Estrelitas, Cheerios, Golden Grahams, Fitness ou Clusters.

Actualmente, a equipa da CPW em Portugal conta com aproximadamente 30 pessoas dedicadas ao negócio. São líderes de mercado, com uma quota de 50% (em valor).





Partilhar para ter mais e melhor

Numa altura em que muito se debate a sustentabilidade do planeta e das empresas, é importante explicar o conceito e as mudanças concretas que pode produzir na vida de milhões de pessoas. Na Nestlé, a sustentabilidade é muito mais do que uma bandeira para conquistar a simpatia dos *Stakeholders*.

A Nestlé garante a Criação de Valor Partilhado, ajuda a melhorar as condições de vida de populações em todo o mundo, assegura a sua sustentabilidade a médio e longo prazo e, em simultâneo, contribui para a preservação do meio ambiente. Como diz o provérbio chinês, não dá apenas o peixe, ensina a pescar. E fá-lo, em particular, nas áreas da Nutrição, da Água e do Desenvolvimento Rural.

Apesar de não ser proprietária de quaisquer terrenos agrícolas, a Empresa tem em curso uma série de programas que visam melhorar o nível de vida dos agricultores, as suas práticas ambientais e a sua utilização da água. A equipa de 675 engenheiros agrónomos da Nestlé, juntamente com cerca de

5.000 consultores agrícolas e subcontratados, presta apoio e assistência técnica a 111.800 produtores de 21 países. Não são impostas condições em troca da assistência prestada nem são obrigados a vender o seu produto à Nestlé.

O objectivo é aumentar a produtividade e, consequentemente, melhorar o desempenho económico, tornando a vida dos produtores mais sustentável. Por sua vez, as mudanças introduzidas por estes permitem obter matérias-primas de nível superior, recorrendo a métodos que preservam o ambiente e estimulam, por exemplo, uma utilização mais eficiente da água. ■

Farinhas BTP

As melhores papas para os “bebés Nestlé”

Certamente que, em criança, consumiu as históricas e famosas papas Cerelac. Hoje, dá-as aos seus filhos e, no futuro, aos netos. Ainda assim, talvez não saiba que estas são fabricadas em Portugal, com as melhores farinhas de trigo, produzidas com o máximo rigor e qualidade em solo alentejano e complementadas com o melhor leite oriundo dos Açores.

As farinhas de trigo BTP (Farinhas com Baixo Teor de Pesticidas) são o exemplo perfeito da Criação de Valor Partilhado – na área do desenvolvimento rural – levada a cabo desde há sete anos. Esta prática está baseada numa parceria estabelecida entre a Nestlé e produtores nacionais de trigo, com um duplo objectivo: por um lado, visa melhorar a vida dos agricultores e de todos os intermediários no processo agrícola, bem como as práticas ambientais. Por outro, permite ter acesso a matérias-primas de elevada qualidade, em particular, o trigo utilizado para produzir as farinhas lácteas consumidas pelos bebés “Nestlé”.

Tal como no restante universo Nestlé, os agricultores recorrem ao serviço de aconselhamento e de assistência técnica da empresa para obter uma maior produtividade em culturas de qualidade mais elevada e com menor utilização dos recursos. Ganham ainda os consumidores que reforçam, assim, a confiança nos produtos que compram, com a certeza de que são seguros, de alta qualidade e produzidos de acordo com práticas agrícolas sustentáveis.

Trigo cultivado em solo alentejano

A Empresa desenvolveu um sistema de rastreabilidade dos cereais que influenciou a cadeia de valor – produtor agrícola, moageiro e fabricante. Este processo consiste na transferência de conhecimentos da Nestlé para os produtores agrícolas, ao nível

das boas práticas. Por outro lado, permite que os moageiros passem a adquirir a matéria-prima aos produtores nacionais, abandonando a importação.

Assim, a Nestlé garante, *a priori*, a compra do trigo a dois fornecedores portugueses – Carneiro, Campos & Cia. e Germen Moagem de Cereais, S.A. – e partilha com estes competências e técnicas agrícolas de rotação dos campos e ausência de pesticidas, o que, além da qualidade, contribui para o aumento da rentabilidade dos campos. E a qualidade é palavra de ordem para ambas as empresas. De acordo com João Monteiro, responsável da Carneiro, Campos & Cia., “as preocupações no cultivo estendem-se aos métodos de colheita, transporte e

armazenamento do trigo e ao processo de moagem e de armazenamento da farinha”.

Por sua vez, Almeida Santos, director fabril da Germen Moagem de Cereais, S.A., garante que a empresa possui técnicos agrícolas nas zonas seleccionadas que têm como função acompanhar todo o processo de cultivo do cereal, passando pela “escolha de agricultores que pratiquem as boas práticas agrícolas e ambientais e as apliquem aos produtos propostos em lista fornecida pela Nestlé, utilizem sementes certificadas e uma correcta rotação de culturas e preparação dos campos”. É ainda feito o acompanhamento nos processos de amostragem durante a colheita, preparação e selecção das células onde o cereal é armazenado. ■



Germen Moagem de Cereais, S.A.



A Germen Moagem de Cereais S.A. foi fundada em 1991 e resulta da fusão de três empresas de moagem: a Companhia Aveirense de Moagens, a Sociedade Fomento Industrial e a Sociedade Industrial Vila Franca. A unidade industrial está centralizada na Senhora da Hora, em Matosinhos, e comporta três linhas de produção completamente independentes: limpeza e moagem de trigo com capacidade de 17 toneladas/hora; limpeza e moagem de trigo BF (baby-food) e centeio com potencial para 3 toneladas/hora; e moagem de arroz descascado com a capacidade de 1,5 toneladas /hora.

A Germen congratula-se por ser fornecedor da Nestlé desde 1991 num conjunto de produtos que vão desde as farinhas industriais (BF e normais), cevadas dísticas, centeio em grão ou sêmolas de qualidade alimentar. De acordo com Almeida Santos, director fabril, “o sector que mais se tem expandido tem sido a produção de farinhas BF, produto que exige um apertado controlo desde o agricultor até ao cliente industrial”.

Todo o processo é acompanhado também pelo Administrador Luís Ramos e por Ema Dias, engenheira na área da qualidade.



Carneiro, Campos & Cia. S.A.

A Carneiro, Campos & Cia. S.A. foi fundada em 1917 e dedica-se à moagem de trigo e milho. Por sua vez, as principais farinhas de trigo produzidas destinam-se à panificação e outras indústrias alimentares. A empresa tem como principal preocupação a comercialização de produtos seguros e de elevada qualidade, com destaque para a utilização exclusiva de milhos não-OGM (sem organismos geneticamente modificados) e sem resíduos de pesticidas.

A relação comercial com a Nestlé data de há, pelo menos, duas décadas. No entanto, a parceria mais significativa para a produção de farinhas de trigo BTP tem cerca de dez anos.

Desde 1999 que Carneiro, Campos & Cia. dedica uma grande parte da sua produção

às farinhas para *baby-food* da Nestlé. Trata-se de um projecto integrado, que vai desde a selecção dos terrenos e agricultores que irão produzir o trigo, passando pela escolha das sementes, monitorização dos processos de cultivo e ciclos de crescimento, transporte e armazenamento até à produção e fornecimento da farinha.

Além deste produto específico, produz outros em exclusivo para a Nestlé, como a farinha de trigo integral para o fabrico de “cereais integrais” e também a sêmola fina de milho destinada a outros cereais de pequeno-almoço.

De acordo com João Almeida, engenheiro responsável pelo processo, “desde o primeiro dia que a colaboração entre Carneiro, Campos & Cia. e a Nestlé tem sido muito

estreita, convergindo nos pontos mais delicados: inspecção dos campos cultivados, acompanhamento do ciclo de crescimento e auditorias ao armazenamento e produção”.



NaturNes: Revolução ao Vapor para bebés

A gama NaturNes, a nova geração de alimentos da Nestlé, vai revolucionar a alimentação dos bebés em Portugal.

Os produtos NaturNes têm um sistema inovador de preparação, exclusivo da Nestlé. Todos os ingredientes são cozinhados ao vapor, separadamente, no tempo de cozedura ideal para cada um. Este sistema, aliado à mais avançada tecnologia, permite conservar intactos os nutrientes e o sabor dos alimentos.

Na gama NaturNes todos os produtos são 100% naturais, de primeira qualidade e de origem controlada. As receitas foram cuidadosamente elaboradas para garantir o crescimento saudável e forte dos bebés. Carnes tenras e verduras constituem uma ementa, estudada para satisfazer o paladar dos mais pequeninos. Sem adição de sal, a gama NaturNes ajuda a criar hábitos de alimentação sau-

dáveis desde a mais tenra idade. As calorias de cada produto são adaptadas às necessidades dos bebés. A textura é suave, igual à dos purés feitos em casa.

As embalagens de NaturNes podem ser aquecidas no microondas, são leves, inquebráveis, fáceis de abrir, reutilizáveis e muito práticas para dar de comer aos bebés, graças à sua largura que permite manusear facilmente a colher. Depois do sucesso em vários países da Europa, a gama NaturNes chega agora aos habituais circuitos comerciais em Portugal. ■

NOVAS RECEITAS SIMPLES E NATURAIS:

- Receitas à medida: com poucos ingredientes para que o bebé descubra o verdadeiro sabor de cada;
- Selecção criteriosa de todos os ingredientes, de origem 100% natural;
- Equilíbrio adequado de nutrientes;
- Sem adição de sal, contendo apenas o sal natural dos alimentos;
- Com ácidos gordos essenciais, nomeadamente Omega 3 que contribui para o desenvolvimento cerebral;
- Receitas suaves, sem corantes nem conservantes e nutricionalmente equilibradas, promovendo o desenvolvimento de hábitos alimentares saudáveis.





Quatro produtos Nestlé são os melhores do ano



As máquinas de café e o café em cápsulas Nescafé Dolce Gusto, os bombons Nestlé Gold e os alimentos para animais domésticos Friskies passam a exibir o símbolo vermelho e branco de “Produto do Ano”. Um selo de preferência e qualidade atribuído anualmente pelos consumidores.

A máquina Krups Nescafé Dolce Gusto foi considerada o produto mais inovador e o segundo mais votado na classificação geral da sexta edição do Grande Prémio de Marketing e Inovação “Produto do Ano”. Por seu lado, as cápsulas Nescafé Dolce Gusto venceram na categoria de Cápsulas e Pastilhas.

Jorge Santos Silva, responsável na Nestlé pelo grupo de Marketing de Bebidas refere que “este reconhecimento por parte

dos consumidores é muito significativo para a nossa marca, uma vez que reforça o conceito diferenciador da Nescafé Dolce Gusto”.

Para os momentos mais doces, os consumidores portugueses preferem Le Bonbon Mousse Nestlé Gold, vencedor na categoria Bombons.

Na alimentação para animais domésticos, por sua vez, cães e gatos parecem estar de acordo, já que Friskies foi eleito Produto do Ano na categoria de Pet Care.

Na edição deste ano foram eleitos os 44 produtos mais inovadores nas áreas de Beleza e Higiene Pessoal, Produtos Alimentares, Equipamentos e Outros, Higiene no Lar e Farmácia/Saúde. Os vencedores utilizarão o logótipo “Produto do Ano”, até Abril de 2011. ■

Nestlé eleita “Marca de Confiança 2010” em três categorias

À semelhança de 2009, a Nestlé volta a conquistar este ano o galardão “Marcas de Confiança” em três categorias: Chocolates, Cereais de Pequeno-Almoço e Petfood (Friskies).

Realizado desde 2001 pela *Seleções Readers Digest*, o estudo avalia os níveis de confiança dos assinantes da revista relativamente a profissões, instituições e marcas, em 16 países europeus. Segundo o documento, na sua maioria, os

consumidores usam as marcas que mencionam, acreditando que estas trazem qualidade e valor. Além disso, gostam de recomendar as suas Marcas de Confiança a amigos e conhecidos.

A conquista de mais três prémios desta natureza torna-se, assim, num reflexo do reconhecimento e da confiança que os consumidores portugueses depositam nas marcas Nestlé. ■



2.ª Edição da Taça Jovens Cozinheiros

Gourmet ao mais alto nível



Ementas que parecem poesia, pratos que são obras de arte e produtos quotidianos transformados em autêntica *haute cuisine*. Assim se podem definir as criações dos vencedores da Taça Jovens Cozinheiros, uma iniciativa conjunta da Nestlé Professional e do Turismo de Portugal. Tiago Lopes e Miléne Nobre são as mais jovens promessas do universo gastronómico – ele foi o vencedor da primeira edição e conta como as experiências depois disso têm sido memoráveis; ela ganhou este ano e sonhos não lhe faltam.



1.

Tiago Lopes:
"Confiança e savoir faire"

Com apenas 18 anos, Tiago Lopes promete dar cartas no mundo da culinária. Soube desde cedo o que queria fazer na vida e a sua tenra idade não o coíbiu de se lançar no mundo dos "grandes" e provar que merece ter um lugar junto dos melhores *Chefs* mundiais.

Vive na Aldeia do Pereiro, em Castelo de Paiva e, em 2009, conquistou o primeiro lugar da Taça Jovens Cozinheiros. Tinha então 17 anos e concorria directamente com jovens de 17 Escolas Hoteleiras de Portugal Continental e Ilhas. Surpreendeu o júri – composto por dois chefes de cozinha seleccionados pela Nestlé Profissional e um escolhido pelo Turismo de Portugal – com um original "Creme de Espargos com Aromas do Atlântico", um "Taco de Bacalhau em crosta de ervas, emulsão de Azeitonas e Compota de Cebola à Portuguesa" e, na sobremesa, uns "*Cannelloni* de Morango sobre Gelado de Natas". O concurso teve lugar na sua escola, a Escola de Hotelaria e Turismo do Douro – Lamego.

Foi a primeira meta atingida de uma carreira que se prevê de sucesso: "Ganhar este concurso deu-me, além da óbvia satisfação, mais segurança e confiança para enfrentar desafios e tarefas futuras", afirma. Da mesma forma, reforçou a sua auto-estima, transmitindo-lhe um "*savoir faire*", importante para quem dá os primeiros passos na profissão.

Como prémio, recebeu um Curso/Seminário na Escola Aula Chocovic, em Barcelona. Tal significou privar directamente com o famoso *Chef* Ferran Adrià, considerado o cozinheiro da década pela revista britânica "Restaurant" e proprietário do restaurante catalão El Bulli, premiado como o melhor do Mundo durante quatro anos consecutivos. "Foi uma excelente experiência, algo que nunca pensei vir a conseguir: estar com uma das pessoas que mais admiro no mundo gastronómico", recorda Tiago.

A viagem até Barcelona e a experiência não poderiam ter sido mais memoráveis: "Foi extremamente enriquecedor, permiti-me ver de perto técnicas inovadoras e pratos que a maioria de nós só consegue ver em fotos e vídeos. Aprender com o melhor *Chef* do mundo e ouvir as suas sugestões, que não dá em qualquer livro de receitas, é um ensinamento muito precioso".

Além da aprendizagem, Tiago ganhou ainda a oportunidade única de degustar a cozinha de Ferran Adrià: "Provar algumas destas iguarias foi como se estivesse a comer pela primeira vez. O sabor, a textura, as cores..." lembra, associando a sua experiência à de um bebé que prova a comida pela primeira vez.

O futuro de Tiago ainda é incerto, mas a ambição não tem limites. Sonha poder trabalhar com o *Chef* Paulo Pinto, do Hotel Grande Real Villa Itália, em Cascais, ou com o *Chef* Dieter Koschina, do restaurante Vila Joya, na Praia Galé. A nível internacional, porque não transformar a experiência que teve em Barcelona no seu dia-a-dia: trabalhar com o melhor *Chef* do mundo, Ferran Adrià.

Acompanhe os principais feitos e o dia-a-dia de Tiago Lopes no seu *blog* pessoal, em www.tugagourmet.com.

1. Tiago Lopes vence 1.º prémio da edição 2009

2. Miléne Nobre surpreende o júri este ano

3. Pratos vencedores de Miléne Nobre

O QUE É A TAÇA JOVENS COZINHEIROS

A Taça Jovens Cozinheiros realizou-se, pela primeira vez, a 6 de Maio de 2009, numa iniciativa conjunta entre a Nestlé Profissional e o Turismo de Portugal, com o apoio da Buondi e dos Gelados Nestlé. Este ano, entre Janeiro e Abril, o Chef Bruno Pereira (Nestlé) percorreu as 19 Escolas Hoteleiras em Portugal Continental e Ilhas, realizando a apresentação da Taça. Nas visitas, apresentou os produtos da gama Nestlé Profissional e incentivou a criatividade dos alunos, através da demonstração de novas técnicas de culinária e tendências nutricionais.

O desafio lançado aos estudantes passava por criar um menu completo com dois produtos Nestlé em cada prato, cujo valor não ultrapasse os 10 euros.

O primeiro prémio do concurso é um Curso/Seminário na Escola Aula Chocovic, em Barcelona; o segundo é um Curso/Seminário na Associação de Cozinheiros Profissionais de Portugal e o terceiro é um conjunto de dez facas profissionais da ICEL. Os oito finalistas receberam ainda um Certificado e uma Medalha de Participação.

A realização da Edição de 2009 e 2010 desta Taça representou um grande passo na construção de uma relação cada vez mais estreita entre organismos tão complementares como Escolas e Empresas.



2.

Miléne Nobre: "Sabores da minha terra"

Vive em Alcoutim, no Algarve, e frequenta a Escola de Hotelaria e Turismo de Vila Real de Santo António. Tem 23 anos e foi a vencedora da segunda edição da Taça Jovens Cozinheiros, este ano.

Miléne Nobre confessa ter vivido uma "mistura de sentimentos" quando anunciaram o seu nome como a vencedora do concurso. "Por um lado, senti-me realizada pelo facto de ver o meu esforço reconhecido. Por outro, não pude deixar de pensar que ainda tenho muito de aprender e de trabalhar para alcançar um nível de reconhecimento maior."

Numa iniciativa que valoriza, sobretudo, a criatividade, a inovação e a imaginação dos concorrentes, Miléne Nobre apostou de uma forma inesperada num "menu com alimentos que se conhecem da vida inteira", como os descreveu. Surpreendeu o júri com uma "Trilogia de ervilhas com gema de ovo escalfada sobre uma perfeita harmonia de sabores da minha terra". No prato principal deu a provar o "Bacalhau da minha infância ao sabor da Nestlé" (Bacalhau cozinhado em vácuo com azei-



3.

te de alho e baunilha, cremoso de grão e ideologia de um ovo em pudins). Para sobremesa, uns "Cannelone de morango e chocolate Nestlé sobre brownie de chocolate, macarron de baunilha e shot de arroz doce numa nova textura".

Para o futuro, ambiciona ter o seu próprio restaurante, apesar de manter os pés assentes na terra ao afirmar: "Ainda tenho muito que batalhar". Por agora, além do seu prémio que a levará a Barcelona, pretende viajar para conhecer a cozinha e a cultura de outros países e alargar os seus conhecimentos. Afirma que "adorava trabalhar com o Chef René Redzepi, do restaurante Noma" (na Dinamarca e que este ano destronou o El Bulli como o melhor restaurante do mundo). Já teve a oportunidade de trabalhar com Dieter Koschina, do Hotel Vila Joya (Albufeira), uma experiência que recorda como inesquecível. ■

Numa iniciativa que valoriza, sobretudo, a criatividade, a inovação e a imaginação dos concorrentes, Miléne Nobre apostou de uma forma inesperada num "menu com alimentos que se conhecem da vida inteira"

Nespresso Comprar, beber e reciclar. *What else?*



A próxima vez que se dirigir à sua *Boutique* Nespresso, poderá não só comprar novos aromas de café, como depositar cápsulas usadas para reciclagem.

Desde o ano passado, a Nespresso Portugal tem em funcionamento um projecto de reciclagem local, desenvolvido com parceiros nacionais ao nível da reciclagem de alumínio, do tratamento de resíduos e de logística.

A estratégia de reciclagem das cápsulas é muito simples: é estabelecida uma rede de pontos de recolha, nos quais os clientes depositam as suas cápsulas usadas. Existe então um operador logístico que as recolhe e entrega noutra fábrica onde é separado o alumínio da borra de café. O primeiro é encaminhado para a fileira de reciclagem de alumínio, onde é fundido, para voltar a ser utilizado. Por sua vez, a borra de café segue para compostagem, para posterior aplicação na agricultura, como fertilizante.

Esta iniciativa está integrada no programa de sustentabilidade da marca – *Ecolaboration*TM – através do qual a Nespresso está a consolidar todos os seus esforços em matéria de sustentabilidade em café, cápsulas e máquinas num único programa concertado.



O programa *Ecolaboration*TM estabelece um quadro de parcerias que reúne os intervenientes-chave, os pensadores, os consultores, os peritos técnicos, as ONG, os parceiros de negócio e outros numa colaboração em redor de novas ideias e inovação, que servirá para melhorar o desempenho da Nespresso em matéria de sustentabilidade.

O objectivo é a criação de compromissos específicos de *Ecolaboration*TM e acordos de referência entre a Nespresso e os seus parceiros-chave com a articulação de objectivos mensuráveis e iniciativas a realizar no âmbito de determinados períodos de tempo.

As cápsulas não podem ser recicladas como embalagens normais, daí a importância deste projecto (em Dezembro passado, já tinham sido recicladas quatro milhões cápsulas). Em Portugal, pode depositar as suas cápsulas usadas nas cinco *Boutiques* Nespresso, bem como em 119 pontos de venda parceiros – por exemplo, nas lojas *Worten* e no *El Corte Inglés*. ■

Entrevista ao director de Recursos Humanos

“São as pessoas que ditam o sucesso de uma empresa”



Uma empresa é feita pelas pessoas e estas representam a sua força motriz. Por isso, o seu desenvolvimento e a sua formação profissional geram o sucesso e ditam a sustentabilidade de uma marca. Este é o princípio base que guia a Nestlé no mundo, há quase 150 anos, e há mais de 80 em Portugal.

A postar integralmente nos colaboradores – respeitá-los e dotá-los de novos conhecimentos e aptidões profissionais – é o principal segredo de uma empresa que, graças aos seus valores, é hoje a número um da área alimentar, nutrição e de bem-estar. “A Nestlé não só o diz, como efectivamente o faz diariamente”, afirma Pedro Pires, director de Recursos Humanos em Portugal. Desde o momento do recrutamento que é estabelecida uma relação de confiança e de longevidade com o novo membro, seguindo a cultura interna de *Long Life Learning*.

Cada pessoa, ao integrar a equipa, inicia a carreira numa determinada função e, gradualmente, vai tendo a oportunidade de experimentar e investir em novas tarefas e áreas de negócio. Vai crescendo profissional e pessoalmente. De acordo com o responsável, esta transversalidade permite não só obter novas experiências profissionais, mas também interagir com novos colegas, abraçando novos desafios.

“Somos das poucas empresas onde o actual CEO, Paul Bulcke, (e o anterior) começou como estagiário na área de marketing e vendas e fez todo um percurso dentro da Nestlé até chegar a Administrador-Delegado”. Um exemplo que se estende à generalidade dos membros do comité de direcção e às chefias de unidade.

Mais do que trabalho, formação para a vida

Segundo Pedro Pires, uma das características mais marcantes da Nestlé é a sua cultura de aprendizagem ao longo da vida, aquilo a que tecnicamente chama de “organização aprendente”. Mas “quem aprende não são as organizações, mas sim as pessoas”, ressalva. E se a aquisição de conhecimentos contínua já era importante há 50 anos, hoje é fundamental devido à rapidez da mudança e à quantidade de desafios que surgem todos os dias: “Se a empresa não tem a capacidade de aprender e os colaboradores não têm este interesse, a organização morre”, nota.



Na Nestlé, a formação está integralmente “ao serviço dos trabalhadores” e destina-se a todos, não apenas aos gestores e cargos de topo: “É do trabalho de todos que advém o sucesso, os bons resultados, a sustentabilidade e a qualidade dos produtos que fornecemos aos consumidores, daí apostarmos em cada colaborador de forma ímpar”, refere o director.

O plano de desenvolvimento pessoal e profissional de cada pessoa integra acções bastante diversificadas, de âmbito interno e externo, a nível local ou internacional. Por exemplo, na formação interna, tanto são organizadas acções pontuais como intensivas, em Portugal ou no estrangeiro – nos centros de formação Nestlé em Rive-Reine (Suíça) e em Barcelona (Espanha). Os temas podem ir desde a comunicação, à inteligência emocional, assertividade, negociação comercial, gestão de tempo, informática, saúde, segurança social, etc.

Já na vertente externa, é também possível frequentar formações locais ou in-

ternacionais. A Nestlé promove, por exemplo, a participação em conferências e seminários, bem como especializações, pós-graduações, mestrados e doutoramentos. Internacionalmente, a empresa possui parcerias com o Management Centre Europe (MCE), o International Institute for Management Development (IIMD), a London Business School e, a nível nacional, com o ISCTE.

Em todas as iniciativas existe uma tônica comum: “Procuramos que os grupos sejam heterogéneos, com contributos de todas as áreas. Além da aprendizagem, é sentido por todos um ambiente de partilha de experiências e de convívio”, afirma Pedro Pires.

Prémio Nestlé e Mundos Nestlé: valorizar a aprendizagem e preservar o legado histórico

De forma voluntária ou por intermédio da empresa, todos os esforços de aprendizagem são valorizados. Nesse sentido, é



O DIA-A-DIA NO ESCRITÓRIO

- 1. Qual é a primeira coisa que faz quando chega ao escritório?** Cumprimentar as pessoas.
- 2. Qual a sua hora de chegada e de saída?** Normalmente, chego entre as 8h e as 8h30 e saio entre as 20h e as 21h.
- 3. Como organiza o seu dia-a-dia?** Habitualmente, tenho uma agenda muito preenchida. Pelas funções que exerço, muitas vezes surgem imprevistos que requerem atenção e resolução imediata. O facto de ter uma excelente equipa, que exerce as suas funções com profissionalismo e autonomia, é uma grande ajuda.
- 4. E-mail ou telefone?** Tratamento pessoal dos assuntos relevantes, utilização do telefone para resolução de assuntos que, por escrito, seriam muito mais complicados. E-mail para assuntos mais transaccionais.
- 5. Hora do almoço: pausa merecida ou oportunidade de negócio?** Muitas vezes, a hora de almoço é aproveitada para reuniões com colegas ou pessoas externas.
- 6. Hora de saída: fixa ou mediante as necessidades?** Tem de haver um bom grau de flexibilidade.
- 7. Quando sai do escritório, o trabalho vai ou fica?** Depende. Procuro, cada vez mais, dedicar tempo à família sem a interferência do trabalho.
- 8. Desloca-se do escritório com frequência?** Sim. As deslocações dentro e fora do País são frequentes.
- 9. Leitura de jornais e revistas: necessidade ou prazer?** Normalmente, mais por necessidade. A leitura de livros é um verdadeiro prazer.
- 10. Quando folheia um jornal, qual a primeira secção que procura: política, sociedade, cultura ou desporto?** Primeira e última página. Normalmente, presto mais atenção às secções de economia e política, excepto quando joga a Selecção Nacional (em vários desportos) ou o Benfica.

organizado anualmente o Prémio Nestlé, que visa premiar os colaboradores que no ano anterior avançaram nos seus estudos, apostando nas carreiras profissionais. Só em 2008/2009 foram atribuídos 52 galardões a colaboradores de diferentes áreas. “Na cerimónia, perante o comité de direcção, cada pessoa recebe o prémio pela mão do director-geral.”

E porque uma empresa é feita de história – e no caso da Nestlé Portugal trata-se de um legado de quase nove décadas – é também promovido o Projecto Mundos Nestlé. Pretende-se aqui recuperar e preservar a história da organização através das experiências pessoais e profissionais vividas pelos seus colaboradores já reformados. “Somos uma empresa com história, somos o resultado de todos os que já aqui passaram. Fazemos hoje a Nestlé de amanhã e isso é importante valorizar”, conclui Pedro Pires. ■

O DIA-A-DIA PESSOAL

- 11. Cerelac e Nestum: apenas para crianças ou faz parte daquele grupo simbólico de adultos que se mantêm fiéis às papas de infância e continuam a consumi-las?** Durante a semana, normalmente o meu pequeno-almoço é Nestum ou cereais Nestlé (Clusters, Fitness...). Ao fim-de-semana, as bebidas da Nescafé Dolce Gusto ou Nespresso fazem também parte da manhã. Mais recentemente, por influência dos meus dois filhos ainda pequenos, passei também a consumir Cerelac RTD (líquido e pronto a beber).
- 12. Qual a sua relação com os chocolates?** Excelente. Como chocolates Nestlé com regularidade (entenda-se, vários ao dia...)
- 13. Café ou chá? Em casa ou na rua?** Entre os dois, mais café (Buondi, Tofa, Sical, Christina, Nescafé Dolce Gusto ou Nespresso), em casa ou no escritório.
- 14. Destino habitual de férias?** Tavira, no Algarve, e Alter do Chão, no Alentejo.
- 15. Sonho de férias ainda por concretizar?** Como passo sempre férias com a família e com amigos, o sonho está concretizado. Gostaria de conhecer melhor Portugal e o mundo: a diversidade do género humano fascina-me. Hei-de ir a Timor.
- 16. Principais interesses fora da empresa.** Voluntariado, guitarra, desporto, leitura.
- 17. Livros da vida:** “Admirável Mundo Novo”, de Aldous Huxley; “A Terceira Vaga”, de Alvin Toffler e “Contos Exemplares”, de Sophia de Mello Breyner Andresen.
- 18. Banda/artista que o leva a deslocar-se a um concerto:** Dulce Pontes, Xutos e Pontapés, Dire Straits, U2, Maria João Pires, Mário Laginha e Maria João, Mafalda Veiga, Pink Floyd, Scorpions, Bach.
- 19. Qual a personalidade que gostaria de conhecer um dia?** D. Ximenes Belo.

Chocapic recruta engenheiros alimentares na fábrica da KidZania



À semelhança do que acontece em qualquer fábrica da Nestlé, na “fábrica” Chocapic da KidZania recorre-se à tecnologia mais eficiente e cumprem-se rigorosas normas de higiene e segurança.

As candidaturas estão abertas de quarta-feira a domingo no espaço KidZania, no Dolce Vita Tejo, na Amadora. Aceitam-se candidatos entre os 3 e os 15 anos, com e sem experiência profissional e muita vontade de aprender.

A fábrica Chocapic de “faz de conta” aposta, acima de tudo, na educação e permite que as crianças entrem no mundo dos adultos, através do conceito de “brincar aos mais crescidos”. A Nestlé associou-se a este projecto que promove a cidadania junto dos mais novos, procurando incutir-lhes valores que ajudam a viver num ambiente saudável e participativo.

Num cenário que procura reproduzir a realidade dos adultos, o parque temático da KidZania acompanha os programas escolares e é visitado por milhares de crianças quer em visitas de estudo, quer na companhia das famílias.



À semelhança do que acontece em qualquer fábrica da Nestlé, na unidade Chocapic da KidZania recorre-se à tecnologia mais eficiente e cumprem-se rigorosas normas de higiene e segurança. As regras são explicadas aos candidatos a engenheiros alimentares à entrada para a fábrica. Em seguida, percorrem todo o processo de fabrico dos cereais de pequeno-almoço, desde a mistura dos ingredientes até ao processo de extrusão e secagem. Por fim, depois de colocada a cobertura de chocolate, os cereais são colocados numa embalagem personalizada com o nome do “engenheiro” responsável pela produção. ■

Sopa branca com puré de batata Maggi, queijo e camarão



A SABER

Dificuldade: Fácil
Custos: Moderado
Tempo de preparação:
30 minutos

Carboidratos totais / Hidratos
de Carbono totais: 24 gr.
Energia: 1363 kcal
Energia: 5706 kJ
Gorduras totais: 121 gr.
Proteínas: 37 gr.



Preparação

1. Lamine a cebola e o alho francês, aproveitando apenas a parte branca.
2. Numa panela, refogue a cebola e o alho francês com um fio de azeite. Adicione a água, o leite e os flocos de puré de batata. Deixe cozinhar.
3. Retire do lume e triture com a varinha mágica. Leve novamente ao lume, acrescente o queijo cremoso e um pouco de natas. Tempere com sal, pimenta e sumo de limão. Envolve bem os ingredientes. Reserve.
4. Salteie o camarão numa frigideira antiaderente com um fio de azeite bem quente.
5. Sirva a sopa branca com os camarões salteados e finalize com umas lascas de queijo parmesão e com cebolinho picado.

Ingredientes

1 saqueta de Puré de Batata Maggi
12 camarões limpos
60 gr. de queijo creme
200 gr. de alho francês
100 gr. de cebola
40 gr. de Natas Longa Vida
0,5 dl. de azeite
20 gr. de queijo parmesão (lascas)
10 gr. de cebolinho
Sumo de limão q.b.
Sal e pimenta q.b.
Leite q.b.
Água q.b.

Guia para uma vida saudável

Nome: Como ter um Coração Saudável

Autor: Manuel Oliveira Carrageta

Editora: Âncora Editora

Edição/reimpressão: 2010

Páginas: 272

Descubra neste livro uma série de regras fáceis de cumprir para ter uma alimentação saudável e para fazer exercício físico de forma adequada. Manuel Oliveira Carrageta dá a conhecer as melhores técnicas para gerir o *stress* e que podem ajudar a proteger de todo o tipo de doenças, nomeadamente as cardiovasculares e o cancro. Todos os conselhos dados no livro estão baseados nos últimos conhecimentos científicos relevantes e permitir-lhe-ão usufruir de uma vida mais saudável, longa e feliz.



Agenda **A não perder**

2.º Congresso Mundial de Nutrição em Saúde Pública



“Moving towards a healthy & sustainable nutrition” é o lema do *II World Congress of Public Health Nutrition*, agendado para os dias 23, 24 e 25 de Setembro de 2010, na Alfândega do Porto. A iniciativa é promovida pelo Grupo Latinoamericano de Nutricion Comunitaria, Sociedad Española Nutricion Comunitaria e Sociedade Portuguesa de Ciências da Nutrição e Alimentação.

Onde
Alfândega do Porto

Quando
De 22 a 25 Setembro

Informações
www.spcna.pt

11.º Congresso Nacional de Pediatria

Durante três dias, em Sessões Plenárias, Mesas-Redondas e *Workshops*, serão passados em revista alguns dos aspectos actuais de quatro grandes temas: Formação e Investigação; Pediatria na Comunidade e Urgências.

Onde
Funchal

Quando
De 6 a 8 de Outubro

Informações
www.spp.pt



Pronto para explorar o mundo lá fora.

CERELAC Cereais Lácteos.
Perfeito para levar consigo nas aventuras do seu bebê.

CERELAC Cereais Lácteos ajuda-a a proteger o seu bebê, enquanto ele explora o mundo lá fora. Agora com um perfil nutricional inovador:

- **0% de açúcares adicionados:** contém apenas os açúcares naturalmente presentes.
- **Fibras Naturais Prebióticas:** ajudam o bebê a ter uma flora intestinal saudável.
- **Imunonutrientes:** vitaminas e minerais que ajudam ao funcionamento do sistema imunológico.
- Leite de transição
- Papa líquida
- Pronto a tomar

CERELAC. Ajuda a proteger o seu bebê em qualquer lugar.


Nestlé
Começar Saudável
Crescer Saudável

Visite o nosso site em www.nestlebebe.com.pt



O seu Equilíbrio é o nosso compromisso.



**Líder em Nutrição,
Saúde e Bem-Estar**

Presente em todas as etapas da sua vida, a Nestlé é pioneira na investigação científica, integrando a Nutrição, Saúde e Bem-Estar em todas as suas categorias de produto. A qualidade e a segurança alimentar inquestionáveis, as práticas económicas, sociais e ambientais responsáveis, a aposta no desenvolvimento dos nossos Colaboradores e a orientação para o Consumidor são as linhas que guiam a nossa actuação, partilhando o valor que criamos com os nossos parceiros.



Nestlé

Good Food, Good Life

Nestlé Portugal, S.A. · Rua Alexandre Herculano, 8 · 2799-554 Linda-a-Velha · Tel: 214 148 500 · Fax: 214 143 700 · www.nestle.pt
Nestlé Serviço ao Consumidor · Tel: 800 203 591 · 08h30 às 18h30 (dias úteis) · E-mail: faleconnosco@pt.nestle.com