

## Cerâmica

## Formação à medida? Sim, sem dúvida!

**Cristina Lopes**

Unidade de Capital Humano  
da VLM Consultores



**D**e acordo com a Lei n.º 7/2009 de 12 de fevereiro, o empregador deve assegurar um mínimo anual de 35 horas de formação contínua por trabalhador, devendo o conteúdo da formação ter correspondência com a atividade prestada. A título de exemplo, um empregador cuja atividade comercial respeita ao transporte geral de mercadorias, deverá assegurar a formação contínua dos seus trabalhadores, devendo a mesma incidir sobre a atualização de conhecimentos fundamentais para a atividade de motorista, com especial ênfase na segurança rodoviária e na racionalização de combustível.

Para além disso, o empregador deve assegurar, segundo a Lei n.º 102/2009 de 10 de setembro, com a redação dada pela Lei n.º 3/2014 de 28 de janeiro, formação específica em primeiros socorros, combate a incêndios e evacuação, aos trabalhadores responsáveis pela aplicação destas medidas, assim como formação adequada no domínio da segurança e saúde no trabalho a todos os trabalhadores tendo em conta os postos de trabalho e os respetivos riscos.

No caso específico das empresas do setor alimentar, os operadores devem assegurar que o pessoal que manuseia os alimentos seja supervisionado e disponha, em matéria de higiene dos géneros alimentícios, de instrução e/ou formação adequadas para o desempenho das suas funções e que os responsáveis pelo desenvolvimento e manutenção do pro-

### ” A formação e o conhecimento são fatores críticos para o sucesso

cesso permanente baseado nos princípios HACCP, referido no n.º 1 do artigo 5.º do Regulamento CE N.º 852/2004 de 29 de Abril, ou pela aplicação das orientações pertinentes, tenham recebido formação adequada na aplicação daqueles princípios.

No contexto atual, a formação e o conhecimento tornaram-se fatores críticos para o sucesso pessoal, profissional e organizacional. As pessoas e as organizações estão conscientes de que adquirir novas competências e estar apto a aplicar novos conhecimentos já não é uma opção, é vital para garantir a competitividade global no mercado de trabalho. Para fazer face a estes desafios, as organizações recorrem, cada vez mais, a soluções formativas flexíveis, centradas nas suas necessidades específicas e concebidas de modo a ajustarem-se aos seus horários. É a chamada formação à medida que permite dar resposta, ao mesmo tempo, a vários requisitos legais, nomeadamente, 35 horas de formação anual e formação específica nas áreas de segurança e saúde no trabalho, alimentar e transportes. Nestas situações, os conteúdos são definidos especificamente para cada organização, mediante a elaboração de um diagnóstico de necessidades, maximizando assim as potencialidades de cada colaborador e de cada área.

Tendo em vista a promoção e otimização de metodologias e processos de modernização e inovação ao nível dos sistemas de gestão, estas soluções formativas poderão também ser desenvolvidas na modalidade Formação-Ação, possibilitando o contacto e apoio de consultores especializados e experientes nas áreas de intervenção em causa. ◀

### Eventos no mundial

A Events by tlc, empresa portuguesa que cria eventos para clientes de referência internacional, é responsável por 62 eventos corporativos associados ao Mundial no Brasil, cujo volume de negó-

cios é superior a três milhões de euros, representando cerca de 35% da facturação dos escritórios no Brasil. Os eventos foram contratados por clientes de diversos sectores – marcas de equipamento desportivo, petrolíferas, banca e, inclusivamente, duas federações de futebol europeias. ◀

### Consumidores preferem cortiça

As conclusões de um estudo, realizado pela Tragon, uma consultora de sondagens líder nos EUA, indiciam muito boas perspectivas para a in-

dústria de cortiça. De uma forma generalizada o vedante natural é apontado como a opção para vinhos de qualidade. Na Alemanha, 93% dos consumidores identificam a rolha de cortiça como sinal de maior qualidade, um valor que desce para os 85% na Austrália. ◀

## Love Tiles e Margres reabrem Showroom

**Lançamento** A reabertura do showroom da Margres e Love Tiles, em Lisboa, assinala o lançamento das colecções 2014 das duas marcas

A Margres (Ílhavo) e a Love Tiles (Aveiro), ambas pertencentes à Gres Panaria Portugal, S.A., vão reabrir o seu showroom no Parque das Nações, em Lisboa, altura em que vão apresentar as suas novas colecções num espaço onde a proposta de decoração da designer e arquitecta de interiores Ana Rita Soares se destaca.

A reabertura do showroom da Margres e Love Tiles, em Lisboa, assinala o lançamento das colecções 2014 das duas marcas. Segundo informam as empresas em comunicado à imprensa, “o espaço é totalmente renovado por forma a a destacar as novidades das duas marcas e inclui um espaço da autoria de Ana Rita Soares”.

“Cada colecção reveste-se de uma personalidade singular e o novo espaço foi pensado e idealizado para lhes dar o melhor destaque, em propostas criativas e inovadoras”, continuam, acrescentando que Ana Rita Soares, que tem uma vasta



A designer Ana Rita Soares criou um espaço no novo showroom

experiência na área de arquitectura e design, “dá prioridade ao conforto, à harmonia e ao equilíbrio dos espaços”. Características que são esperadas no espaço por ela criado.

A designer descreve o seu trabalho como a “materialização

de sonhos”, através da criação de espaços que reflectem a personalidade de quem os habita.

Ana Rita Soares é reconhecida pela sua colaboração no projeto “Querido Mudei a casa”, tendo sido ainda responsável pela rubrica de decoração

no programa “Mais Mulher”. De salientar a recente edição do seu livro “Dê uma volta à sua casa! Quem vê casas, vê corações” onde dá dicas e soluções com o objectivo de tornar a casa num espaço funcional e personalizado. ◀

## Oli associa-se à mobilidade para todos

A Oli apoiou o livro “Projectar para todos”, da autoria do arquitecto Mário Pessegueiro. A obra aborda o tema da mobilidade e da acessibilidade de deficientes físicos nas cidades e propõe soluções e boas práticas, com o objectivo de tornar os espaços mais acessíveis e humanizados.

Mário Pessegueiro pesquisou o que se está a fazer em Portugal e no estrangeiro em matéria de acessibilidades e, ao

longo de seis meses, reuniu informação e exemplos, junto da Federação Portuguesa de Surdos, da Associação dos Cegos e Amblíopes de Portugal, arquitectos e pessoas com deficiência.

### Obra apresenta exemplos internacionais

“Projectar para todos” apresenta um conteúdo técnico e rigoroso que é acompanhado de desenho, destacando diver-

sos exemplos internacionais de boas experiências na implantação do desenho inclusivo em espaços urbanos, nomeadamente em cidades como Madrid, Paris, Buenos Aires, Pittsburgh e Amesterdão. O livro tem a chancela do Grupo Editorial Vida Económica.

O compromisso da Oli em contribuir para o desenvolvimento de casas-de-banho e de acessibilidades sanitárias inclu-

sivas, com autonomia, conforto e segurança, tornou este patrocínio natural, na medida em que converge na sua missão de inovar para proporcionar um espaço de banho para todos, refere a empresa aveirense em comunicado. Sublinhe-se que no ano passado, a Oli foi a empresa em Portugal que mais pedidos de patentes efectuou ao Instituto Europeu de Patentes. Actualmente, tem 36 patentes activas na Europa. ◀