



English Version



Editorial#3

Berta Montalvão, Senior Partner FORSAE

Orgulhosa no meu país

Abril 2020

No último mês assistimos à paralisação do país, através do encerramento de muitas empresas e organizações que foram forçadas a encerrar os seus negócios por tempo indeterminado. Outras reduziram os serviços prestados e outras tantas tiveram que ajustar o seu negócio à nova realidade que hoje vivemos.

Sabemos que a pandemia arrasta consigo uma crise económica global sem precedentes. Líderes de todo o mundo procuram as melhores soluções para ajudar a recuperar as suas economias. Empresários procuram salvar os seus negócios e proteger os postos de trabalho. As escolas procuram a melhor forma de continuar o programa do presente ano lectivo, mesmo sabendo que as medidas não são nem equitativas, nem iguais para todos os alunos. É uma dura realidade tudo aquilo que estamos a viver e custa acreditar que seja verdade... mas é. Vivemos tempos de incerteza e de muitas dúvidas mas é importante não perder a esperança e acreditar que se trata de uma situação temporária.

Sabemos que a pandemia arrasta consigo uma crise económica global sem precedentes. Líderes de todo o mundo procuram as melhores soluções para ajudar a recuperar as suas economias. Empresários procuram salvar os seus negócios e proteger os postos de trabalho. As escolas procuram a melhor forma de continuar o programa do presente ano lectivo, mesmo sabendo que as medidas não são nem equitativas, nem iguais para todos os alunos. É uma dura realidade tudo aquilo que estamos a viver e custa acreditar que seja verdade... mas é. Vivemos tempos de incerteza e de muitas dúvidas mas é importante não perder a esperança e acreditar que se trata de uma situação temporária.

Permitam-me partilhar o quão estou orgulhosa do meu país pelas iniciativas adotadas para diminuir a propagação do COVID-19 em Timor-Leste. Muitas destas medidas nem se quer estão a ser implementadas nos países de primeiro mundo, mas nós, uma pequena ilha cujos desafios e limitações sócio-económicos são o que são, conseguimos demonstrar ao mundo que também estamos preparados para minimizar os impactos deste vírus. Medidas como a quarentena obrigatória para todos os cidadãos que entraram no país via aérea ou terrestre, a colocação de cerca de 40 lava-mãos em vários pontos do país, a obrigatoriedade de lavar as mãos antes de entrar em qualquer estabelecimento comercial, a medição da temperatura à entrada de alguns espaços, entre outros, fazem-me acreditar que estamos no bom caminho e que tudo está a ser feito para que o número de casos em Timor-Leste seja reduzido.

Em tempos de crise, empresas e pessoas têm que se reinventar e nesta newsletter partilhamos alguns exemplos. Pedimos também ao jornalista internacional António Sampaio, da agência Lusa, para partilhar a sua visão sobre o momento actual que vivemos e para terminar, destacamos a adaptação do país ao ensino à distância, com o projeto Eskola ba Uma, quer pela sua relevância, quer pela agilidade com que foi desenvolvido e disponibilizado aos alunos.

Boa leitura!



Reinvenção em tempos de crise

Perante uma das maiores crises económicas e de saúde a que já assistimos, empresas e indústrias vêem-se forçadas a apresentar soluções inovadoras para um problema colossal. Desde a adoção do home office e home schooling, ao comércio eletrónico e entregas ao domicílio, a maior parte das empresas a nível mundial estão a ser forçadas alterar e redesenhar os seus produtos e serviços, adaptando os seus modelos de negócio ao novo cenário.

As empresas não têm escolha a não ser adaptar-se o mais rapidamente possível ao novo cenário mundial. Enquanto algumas empresas encerraram ou suspenderam as suas atividades, outras procuram inovar e ajustar-se às circunstâncias.

A medicina e a tecnologia da saúde são as áreas em que a inovação é atualmente mais necessária. Enquanto que as empresas farmacêuticas estão na corrida para desenvolver e testar uma vacina para o COVID-19, start-ups e empreendedores estão a contribuir para o modo como a sociedade pode detetar e rastrear o vírus.

Assiste-se ao crescimento do atendimento online e surgem chatbots de inteligência artificial para prestadores de serviços de saúde, para reduzir atendimentos presenciais. Empresas convencionais também estão a adaptar-se para responder à procura por produtos de higiene, nomeadamente álcool gel. Fornecedores e produtores de bebidas alcoólicas direcionaram parte das suas produções para combater a escassez de desinfetantes para as mãos. Empresas de serviços de limpeza de carros lançam serviços para higienizar instalações e muitos outros fabricantes a nível mundial direcionaram a sua produção para materiais de proteção contra o COVID-19, reinventando-se e simultaneamente dando o seu contributo.

O setor da alimentação assiste a mudanças significativas. A ascensão nos últimos anos de aplicativos de food delivery evidencia o desejo crescente de alimentos de alta qualidade entregues à porta de casa. Mesmo antes da crise, esperava-se que a entrega de alimentos valesse cerca de 200 bilhões de USD em 2025. O Covid-19 veio reforçar isso e a restauração terá de estar preparada para tal.

Com as escolas fechadas por todo o mundo, o ensino à distância através de canais de televisão e plataformas online está a ganhar terreno. Também as plataformas de e-learning ganham particular relevância, numa altura em que a maior parte das empresas tem os seus colaboradores a trabalhar remotamente. Zoom, a plataforma de reuniões virtuais, torna-se um dos recursos mais utilizados pelas empresas, tendo sido referida pela Bloomberg como a aplicação de conferências que se tornou na “rede social da pandemia”.

O entretenimento também está a ser forçado a alterar a sua abordagem. Com o encerramento de salas de cinemas, dezenas de novos lançamentos estão a ser disponibilizados instantaneamente para transmissão, alimentado a procura por plataformas de streaming como Netflix e Amazon Prime. A procura mundial é tão grande que as plataformas se viram obrigadas a diminuir a qualidade de exibição dos seus conteúdos para garantir o serviço a todos. Espetáculos, teatros e concertos vêem-se obrigados a alterar as suas datas e muitos deles passam a ser oferecidos em salas virtuais.

Criam-se aplicações de partilha e de streaming, agendas de eventos e workshops digitais, abriam-se cursos certificados digitais, eventos de grande escala transformam-se em webinars...

As redes sociais transformaram-se nos novos ginásios. Aulas de grupo, acompanhamento nutricional, sessões com personal trainer. Em Portugal surgiu já o primeiro ginásio exclusivamente virtual.

Enquanto o mundo está focado na pandemia, são as empresas que se reinventam e adaptam que têm as maiores probabilidades de serem bem-sucedidas. O velho ditado “inovar ou morrer”, nunca foi tão pertinente.



Três questões a António Sampaio, Correspondente da Lusa em Timor-Leste

O seu papel como jornalista correspondente de uma agência noticiosa portuguesa em Timor-Leste tem sido fundamental para manter a população informada durante a pandemia do COVID-19 - quer em Timor-Leste sobre o estado do país, quer em Portugal sobre a situação em Timor-Leste. Como tem sido esta jornada?

Esta crise é sem precedentes e por isso os desafios ao jornalismo também são sem precedentes. A cobertura à distância, por exemplo, é uma das dificuldades atuais, impedindo verificação in loco de várias questões. A segurança dos jornalistas muitas vezes é ignorada pelas autoridades e, por isso, são necessárias mais medidas. A Lusa tem uma tradição longa de cobertura de Timor-Leste, especialmente nos momentos difíceis, e agora voltamos a estar na linha da frente. Um dos aspetos mais positivos tem sido a forma como o conteúdo da Lusa é acompanhado por muitos timorenses, mesmo sendo exclusivamente em português. Isso mostra o impacto que as agências

podem ter na cobertura. Por isso a Lusa decidiu disponibilizar gratuitamente a informação da covid-19 para o público em geral em Timor-Leste. Igualmente positivo o facto da cobertura servir, muitas vezes, para acalmar a tensão e o pânico que é normal nestas alturas. Jornalismo credível ajuda a informar e isso é essencial. A nível pessoal tem sido um desafio lidar com tudo o que esta questão envolve. Mas é um desafio a que procurarei continuar a responder.

As fake news são um problema mundial e a desinformação tem sido muita durante esta pandemia. Como se contornam estes problemas e que outros desafios tem encontrado em Timor-Leste em termos de comunicação neste momento?

As fake news são um grave problema e aqui, em Timor-Leste, suscitam muitas vezes situações graves, causando o pânico. Isso torna-se especialmente grave em casos em que a media tradicional as amplia com notícias que são igualmente falsas. É crucial que a media tradicional se credibilize e se torne farol ou porto seguro para quem procura informação. Tento sempre denunciar fake news, especialmente nas redes sociais, mas é essencial que todos evitem espalhar informação que não é confirmada. Tem que ser um trabalho de todos.

Gostaria de partilhar bons exemplos de empresas e serviços que se estejam a reinventar e a adaptar em tempos de crise, em Timor-Leste?

Um dos setores onde há mudanças é na restauração, com vários a fecharem mas a optarem por entregas. Isso é um exemplo de adaptação mas que não deixa de colocar riscos, especialmente por não haver sempre garantias de que os produtos são mantidos com higiene. Há ainda várias empresas, como de água ou de alimentos frescos, que estão a oferecer entregas em casa. E há pequenos projetos de fabrico de máscaras laváveis e até de venda de rebentos para hortas. Um dos projetos em curso é do Movimento Tasi Mos, a organização ambiental, que tem estado a ajudar a desinfetar carros e edifícios.



Aposte no Branding Pessoal

Aproveitar esta fase de isolamento social para refletir sobre a sua Carreira e Imagem Profissional, pode tornar-se num trunfo e numa vantagem competitiva, para os difíceis dias que se avizinham.

O Branding Pessoal pode definir-se como um processo que permite dar apoio na tomada de decisões sobre a sua marca pessoal, na qual é importante conhecer o seu posicionamento no mercado, a sua proposta de valor e definir ações estratégicas para que na sua implementação obtenha o destaque pretendido para a sua reputação.

Lançamos o desafio para que reflita e procure respostas para as seguintes **questões**: Em que moldes a sua Carreira e Imagem comunicam com o mercado? Quais as vantagens que obtém dessa relação? Qual é o seu diferencial? Qual o valor da sua “marca” como pessoa?

Seguem algumas **dicas** para ajudar a melhorar o seu Branding Pessoal:

- **Imagem** - Deve ser utilizada como uma importante ferramenta de comunicação. Tudo o que se faz, diz e publica acaba por culminar na sua construção. Torna-se imperativo manter uma imagem cuidada e adequada à sua profissão mas coerente com as suas capacidades profissionais e com o seu estilo de vida.
- **Networking** - Sempre que possível participe em eventos, fóruns, feiras, encontros, reuniões ou coffee-breaks. São sempre excelentes oportunidades para aumentar e consolidar a rede de contactos com outros profissionais do mesmo setor ou até mesmo com clientes potenciais. A sua presença é muito importante para que seja lembrado quando surgirem oportunidades profissionais que exijam as competências que possui.
- **Influência** - Desenvolva a habilidade para influenciar outros, tornando-se num formador de opiniões que as pessoas respeitem.
- **Adicionar Valor** – Defina ações que permitam oferecer os seus “serviços” profissionais e que ao mesmo tempo demonstrem o seu valor e o diferenciem da concorrência.
- **Espírito de Equipa** - Promova a realização de tarefas e objetivos em equipa, colaborando no desenvolvimento dos seus colegas, dando destaque à credibilidade no seu trabalho e a todos aqueles que o acompanham no seu trabalho.
- **Storytelling** - Crie um discurso em torno da sua pessoa, autopromovendo-se de forma genuína ao contar a sua história.
- **Redes Sociais** – Meio perfeito para divulgação de conteúdos, mas também para enriquecer e partilhar a sua experiência e seus conhecimentos.

Projeto em Destaque

[Eskola ba Uma](#) é o projeto de ensino à distância do [Ministério da Educação, Juventude e Desporto de Timor-Leste](#) em parceria com a UNICEF, no âmbito do encerramento das escolas devido à pandemia COVID-19, que permite aos alunos continuarem a seguir o programa letivo online através das suas casas.

[Descubra mais aqui.](#)



Copyright © 2020, FORSAE, All rights reserved.

Our mailing address is:
geral@forsae.org

Want to change how you receive these emails?
You can [update your preferences](#) or [unsubscribe from this list](#).