



PROGRAMA OPERACIONAL FACTORES DE COMPETITIVIDADE

Newsletter n.º 129 | 30 dezembro 2013



Retrospectiva COMPETE | Projetos premiados

O final de 2013 marca o fim de ciclo. Destacamos alguns dos protagonistas que foram reconhecidos em inúmeros Prémios pela sua inovação e performance.

Ficha Técnica

Coordenação Editorial : Núcleo de Imagem e Comunicação

Autoridade de Gestão do COMPETE

nic@compete-pofc.org



UNIÃO EUROPEIA

Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

[Clique aqui](#) caso queira cancelar a subscrição na newsletter.





O reconhecimento da qualidade | Nomeações e Prémios para os projetos apoiados pelo COMPETE

O final de 2013 marca o fim de ciclo de programação 2007-2013. Destacamos alguns dos protagonistas que foram reconhecidos em inúmeros Prémios pela sua inovação e performance.

O COMPETE é o programa do QREN vocacionado para o apoio ao tecido empresarial e considerando a riqueza dos seus instrumentos, a seleção que foi feita para esta publicação considerou os projetos que foram objeto de reconhecimento, através de nomeações, prémios e afins, em distintos fóruns, destacando de entre o que de melhor que se faz em Portugal.

Sublinha-se que as temáticas da articulação entre empresas e centros de saber e da difusão, transferência e utilização de tecnologias, conhecimento e resultados de I&DT por parte das empresas contaram com um impulso sem precedentes do COMPETE.

Neste contexto é expressivo o número de prémios atribuídos a projetos de I&D (e.x Winesulfree, Life) e a projetos que estimulam a aproximação à ciência e à tecnologia.

O COMPETE é um programa fortemente orientado para o apoio aos bens transacionáveis e internacionalizáveis destacando-se os prémios conquistados no segmento da promoção e da internacionalização, sublinhando a importância deste apoio (e.x “More Forests, Better future”, campanha Intercork, campanha Portuguese Shoes”).

Autoridade de Gestão do COMPETE

Lisboa, 28 de maio de 2014

Lista de projetos nomeados e premiados

Título da Notícia	Descrição	Prémio e Categoria	Página
A brincar se explica como a química influencia a nossa vida	O programa "A química das coisas" pretende explicar a química escondida no nosso dia-a-dia e mostrar como os desenvolvimentos recentes desta ciência contribuem para o bem-estar da Sociedade.	Selecionada para o European Science TV and New Media Festival and Awards 2013 (EuroPAWS), em duas categorias: New Media Productions e Women in Science.	7
ADIRA Quinadora Greenbender® ganhou prémio na "Tolexpo", em Paris	Novo conceito de quinagem, no âmbito da maquinaria de corte metalomecânico, combinando as mais recentes tecnologias em termos de accionamentos, monitorização, software e cuidados com o meio ambiente, tendo sempre em mente as questões ergonómicas, e de facilidade de operação.	Vencedora do "Prémio Inovação Leonardo da Vinci".	8
Portugueses descobrem fungicida biológico	O projeto "Bioblad" declara guerra aos fungos com biofungicida inovador a partir da proteína da semente do tremçoço.	Vencedor do Prémio Portugal PME, na categoria 'Prémio Startup'.	10
Bike Emotion	bikeemotion® é um projeto que visa desenvolver um sistema de partilha social de bicicletas públicas e/ou privadas, centrado num dispositivo de localização e num conjunto de serviços baseados no contexto do utilizador.	Vencedor do Prémio EuroCloud Portugal 2013 , na categoria - Best Case Study Example of Cloud Services for the Public Sector and Citizenship.	11
CaetanoBus lança produto inovador	De forma a disponibilizar no mercado um veículo livre de poluição, a CaetanoBus aposta no desenvolvimento de um autocarro 100% eléctrico e nacional, mostrando um exemplo de pioneirismo nacional no domínio da mobilidade urbana e da sustentabilidade energética e ambiental.	Green Project Awards: Atribuição da menção honrosa com a apresentação do autocarro 100% eléctrico na Categoria de Produto ou Serviço.	13
Ciência 2.0 COMPETE apoia lançamento de site dedicado à ciência	O "Ciência 2.0" é um projeto de comunicação de ciência multiplataforma, dirigido ao público jovem, que tem como objetivo promover um maior diálogo entre ciência e sociedade.	Vencedor da 8.ª Edição do Prémio Nacional Multimédia na categoria de Educação e Cidadania, atribuído pela Associação Multimédia (APMP).	14

CORE O projeto de responsabilidade social corporativa	O projeto CORE visa promover a eficiência energética e a responsabilidade social corporativa nas PME das regiões Norte, Centro e Alentejo.	Vencedor nos Prémios Europeus de Promoção Empresarial 2013, na categoria “Apoio ao desenvolvimento de mercados ecológicos e à eficiência de recursos”.	16
Enoturismo da Herdade do Esporão renovado e com nova oferta	Renovação da unidade de enoturismo apostando-se no contato dos visitantes com o património natural e histórico-cultural. A oferta turística alia-se à preservação da biodiversidade e do desenvolvimento sustentável.	Green Project Award 2013: vencedor na Categorias de Agricultura, mar e turismo Vencedor no “The Drinks Business Green Awards 2013” na categoria de “Sustainability of the year award”.	18
Filme que promove a beleza de Portugal foi considerado o melhor filme de turismo do mundo	O filme intitulado “A Beleza da Simplicidade”, promove as paisagens, monumentos e cultura de Portugal.	Vencedor do “SILAFEST 2012”, na categoria Melhor Filme de Turismo.	19
“No waves? Come back for free”	A campanha online desafiou os surfistas internacionais de visita a Portugal a identificarem situações em que a ausência de ondas de qualidade impedisse a prática de surf. Caso o surfista não encontrasse ondas na sua estadia seria premiado com uma nova viagem a Portugal.	Vencedor do Prémio Comunicação da revista Meios&Publicidade, na categoria Viagens & Turismo.	20

<p>IntellWheels Um projeto onde a inteligência artificial e a robótica se associam para aumentar a qualidade de vida</p>	<p>O IntellWheels é um projeto inovador na área da inteligência artificial e da robótica que permitirá dar uma maior autonomia e qualidade de vida aos cidadãos de mobilidade reduzida, através do desenvolvimento de uma plataforma que permite transformar qualquer cadeira de rodas numa Cadeira de Rodas Inteligente (CRI) de custos reduzidos e com poucas alterações do ponto de vista ergonómico.</p>	<p>Distinguido pela Associação Salvador, na Freebots Competition e na Gala do Congresso Nacional de Inclusão Atribuído o prémio de "Best Paper" durante a International Conference on Autonomous Robot Systems and Competitions.</p>	<p>21</p>
<p>INTERCORK Promoção Internacional da Cortiça</p>	<p>Campanha Internacional de promoção da cortiça, no sub-setor das rolhas e no sub-setor de materiais de construção e decoração, nos mercados mais relevantes, aumentando a quota de mercado.</p>	<p>Prémios internacionais: campanha no Reino Unido "I Love Natural Cork", recebeu o "Special Environmental Award" da PRWeek; campanha nos EUA "100% Cork", recebeu o prémio de Melhor Campanha Publicitária Integrada na Internet, na Internet Advertising Competition.</p>	<p>23</p>
<p>Isto é Matemática</p>	<p>Programa televisivo com vista à divulgação da matemática, demonstrando como está presente em diversos aspetos do dia-a-dia e como é imprescindível mesmo nas tarefas mais simples.</p>	<p>Vencedor da Mostra Internacional de Ciência na TV VerCiência2013, Homenagem Especial VerCiência 2013.</p>	<p>25</p>
<p>LIFE Lighter, Integrated, Friendly and Eco-efficient Aircraft Cabin</p>	<p>O projeto criou soluções técnicas e funcionais para o interior de aeronaves eco-eficientes, mais leves, mais confortáveis e com design inovador.</p>	<p>Vencedor do Prémio Internacional de Interiores Aeronáuticos 2012, na categoria de "Visionary Concepts".</p>	<p>26</p>
<p>Campanha Europeia "More Forests, Better Future" para promover os produtos papeleiros portugueses</p>	<p>A campanha internacional lançada pela CELPA comunica claramente a contribuição dos Produtos Papeleiros Portugueses para o desenvolvimento da Floresta Nacional e visa igualmente desmistificar alguns dos principais mitos existentes sobre o papel.</p>	<p>Vencedor do Prémio Cannes Video Contest 2012.</p>	<p>27</p>

<p>P3, uma experiência de jornalismo comunitário</p>	<p>O projeto P3.net tem como objetivo principal o desenvolvimento de uma plataforma noticiosa diária e online, de nova geração, dirigida a um público-alvo jovem e jovem adulto (18-35 anos), com recurso a paradigmas comunicacionais diferentes das versões tradicionais (papel, televisão, rádio).</p>	<p>Vencedor do prémio de “ Site com o melhor grafismo na Península Ibérica, na categoria de jornal digital com menos de 12 milhões de visitas mensais” - Prémio atribuído pela Society for News Design.</p>	<p>29</p>
<p>Promoção da Imagem do Calçado Português 2011-2012 A visibilidade da resposta integrada aos desafios no sector do calçado</p>	<p>A campanha “Portuguese shoes - the sexiest industry” enquadra-se no âmbito do Plano Estratégico para a Indústria do Calçado 2007/2013. Este projeto de promoção da imagem do calçado está articulado com outros projetos promovidos pela APICCAPS, e por outras infra-estruturas de apoio ao sector e que incluem as áreas de inovação, numa abordagem sinérgica às ameaças e oportunidades.</p>	<p>Vencedor do Prémio Europeu de Promoção Empresarial 2013, na categoria “Apoio à internacionalização das empresas”.</p>	<p>31</p>
<p>Science4you Um caso de sucesso no âmbito do empreendedorismo jovem</p>	<p>A Science4you é uma empresa que opera no mercado dos brinquedos científicos e didáticos, cem por cento portuguesa nascida e criada em ambiente universitário e apoiado pelo fundo de capital de risco INOVCAPITAL.</p>	<p>Vencedor do 1º Prémio da European Enterprise Awards na categoria de Internacionalização a nível Nacional em 2011, Vencedor do Prémio Empreendedor, nos Prémios Novos 2013, Vencedor do Prémio Business Internalization Award em 2013 atribuído pelo Governo Britânico.</p>	<p>33</p>
<p>The Yeatman Hotel 5* de luxo a representar o melhor do Vinho Português</p>	<p>O projeto The Yeatman Hotel permitiu a criação de um hotel de charme, associado ao sector do Vinho, em particular do Vinho do Porto.</p>	<p>Vencedor do prémio de enoturismo “Best of Wine Tourism 2014, na categoria de Categoria de “Alojamento”.</p>	<p>35</p>
<p>t-words Investigadores portugueses desenvolvem interface para a infância e recebem prémio internacional</p>	<p>O projeto educativo ‘t-words’ permite às crianças explorarem de forma lúdica sons, palavras e frases, podendo ajudar a combater a iliteracia.</p>	<p>Vencedor do prémio “World Technology Awards”, na categoria de Entretenimento vencedor do 1.º prémio da Internacional Conference of Advances in Computer Entertainment.</p>	<p>37</p>

A brincar se explica como a química influencia a nossa vida



O projeto a "A química das coisas" pretende explicar a química escondida no nosso dia-a-dia e mostrar como os desenvolvimentos recentes desta ciência contribuem para o bem-estar da Sociedade.

O Departamento de Química da Universidade de Aveiro, em colaboração com a Sociedade Portuguesa de Química, desenvolveu o projeto de divulgação da Química para o grande público, sob a designação "A Química das Coisas".

A aposta neste projeto tem vindo a permitir mostrar como a química se cruza com o nosso quotidiano e, desta forma, familiarizar o público com conceitos básicos deste domínio científico.

É usual a confusão entre substância química e substância tóxica, irritante, cancerígena. Uma confusão que veicula a ideia de que a Química contribui para todos os males do mundo moderno, de que tudo o que é químico é artificial ou é anti natural, como se na Natureza não houvesse substâncias ou compostos químicos. Mas tudo à nossa volta, na Natureza e fora dela, é constituído por "químicos". A água é uma substância química, o ar que respiramos é uma mistura de substâncias químicas, o sal é uma substância química, o nosso estômago digere os alimentos com auxílio de várias substâncias químicas, a digestão decompõe os alimentos nos seus vários constituintes químicos e estes depois entram no sangue, onde já existem inúmeras outras substâncias químicas.

Mas se a química faz parte da Natureza e da Vida, ela também faz parte integrante da Sociedade moderna. Hoje em dia, já ninguém imagina viver sem a segurança dos compostos químicos "antibióticos", sem o prazer das cores das substâncias químicas "corantes", sem a higiene proporcionada pelas substâncias químicas "detergentes", sem a comodidade dos polímeros "plásticos", sem o conforto das modernas "fibras têxteis". A verdade é que a Química está à nossa volta e faz parte das nossas vidas.

"A Química das Coisas" mostra ao público como os desenvolvimentos recentes da Química estão presentes em quase todos os momentos e objetos que nos são familiares: nos equipamentos desportivos, no café que bebemos, no computador portátil, nos cereais do pequeno-almoço, na pasta dos dentes que usamos, etc.

Apoiado pelo COMPETE e pela Ciência Viva, o projeto envolve um investimento total de 366 mil euros correspondendo a um incentivo FEDER de 256 mil euros.

O programa foi seleccionado para o European Science TV and New Media Festival and Awards 2013 (EuroPAWS), em duas categorias: New Media Productions e Women in Science.

Veja todos os episódios: <http://www.aquimicadascoisas.org/>

ADIRA

Quinadora Greenbender® ganhou prémio na "Tolexpo" em Paris



A atribuição deste prémio traduz o reconhecimento da capacidade tecnológica da Adira bem como a capacidade de trazer para o mercado produtos inovadores capazes de superar as expectativas dos clientes.

Participam no MIDEST empresas que realizam trabalhos de fundição, forjagem, estampagem, maquinagem ou moldes, dirigidos a sectores tão importantes e exigentes como, entre muitos outros, a indústria automóvel, o sector ferroviário ou a indústria aeroespacial.

Marcam presença, habitualmente, neste certame um número muito significativo de empresas portuguesas que expõem a sua oferta. Este é um trabalho que tem dado frutos muito importantes, potenciando a angariação de clientes de referência em mercados como a França, a Alemanha, os países do Benelux ou a Escandinávia.

A Adira ganhou notoriedade mundial com base na produção de três grandes famílias de máquinas; Guilhotinas, Quinadoras e Máquinas para Corte de Chapa por Laser. Foi o primeiro fabricante mundial com certificação CE e um dos primeiros europeus do sector a implementar e a certificar um Sistema da Qualidade.

A ADIRA é um dos fabricantes europeus de referência no domínio das máquinas ferramentas para o trabalho de chapa metálica, em particular quinadoras.

Quinadora Greenbender

A Quinadora Greenbender é um projeto de I&DT, promovido pelo consórcio ADIRA/INEGI.

Esta ferramenta integra em pleno as práticas de Ecodesign. Sendo claramente um produto de uso intensivo, devido ao elevado consumo energético em serviço, onde se verifica um maior impacto na performance ambiental da máquina, e tratando-se de um produto de dimensões/peso considerável, o consumo de materiais é também relevante no impacto ambiental assim como a fase de fim de vida. Nessa perspetiva a abordagem de Ecodesign

privilegia aspetos como a otimização dos materiais usados, o desenvolvimento de sistemas energeticamente mais eficientes e a minimização dos impactos ambientais associados ao tratamento e destino final.

A Greenbender excede o acima, através de novos e únicos desenvolvimentos tecnológicos, que foram reconhecidos pelos utilizadores e concorrência do sector.

Apoiado pelo COMPETE, o projeto envolve um investimento total de 740 mil euros correspondendo a um incentivo FEDER de 479 mil euros.

Esta ferramenta premiada na Midest 2011, em Paris e foi vencedora do "Prémio Inovação Leonardo da Vinci", 6ª edição do Concurso Inovação, que decorreu durante EMAF 2012.

Portugueses descobrem fungicida biológico



O projeto “Bioblاد” declara guerra aos fungos com a produção de um biofungicida inovador a partir da proteína da semente do tremçoço.

Sabia que da planta do tremçoço consegue extrair-se uma proteína com propriedades fungicidas extraordinárias? A proteína chama-se Blad e foi descoberta há 22 anos.

Após um longo trabalho de investigação, comprovaram-se as propriedades de ataque a fungos, seguindo-se a fase de estudo genético que permitiu concluir que o tremçoço contém a solução perfeita para a saúde da agricultura biológica, dos campos de golfe ou das culturas de estufa, sem causar qualquer dano ao ambiente.

O Problad é a solução apresentada: um novo fungicida extraído de uma planta comestível, que apresenta vantagens únicas quando comparado com os fungicidas químicos disponíveis no mercado. Nomeadamente, não é tóxico para o homem nem para o ambiente, permite eliminar diversos tipos de fungos simultaneamente, não desenvolve resistência por parte dos fungos e não obriga a intervalos de segurança entre colheitas.

A Converde deu início à fase de produção industrial do fungicida, na sua nova unidade industrial localizada no Parque Industrial de Cantanhede, com uma capacidade de produção anual de 2.000 toneladas do fungicida.

As principais aplicações identificadas para este novo fungicida são a agricultura biológica, as estufas e a agricultura convencional.

Apoiado pelo COMPETE, o projeto envolve um investimento total de 19 milhões de euros correspondendo a 12 milhões de euros de um incentivo reembolsável.

Este projeto foi vencedor do Prémio Portugal PME, na categoria ‘Prémio Startup’.

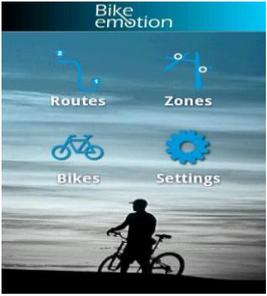
Bike Emotion

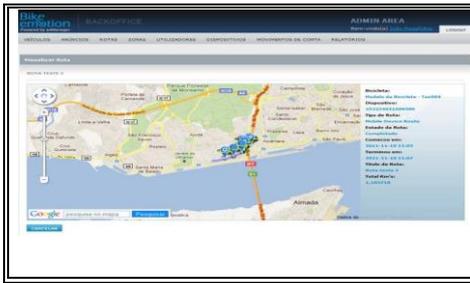


bikeemotion® é um projeto que visa desenvolver um sistema de partilha social de bicicletas públicas e/ou privadas. Este projeto é centrado num dispositivo de localização e num conjunto de serviços baseados no contexto do utilizador (utilizáveis por entidades terceiras na criação de mais serviços).

As características tecnológicas inovadoras deste projeto permitirão a implementação de sistemas de uso partilhado de bicicletas de uma forma mais económica e sustentável, ao mesmo tempo que oferecem mais liberdade aos utilizadores.

A tecnologia de localização permitirá aos utilizadores encontrarem as bicicletas, através dos seus telemóveis. Por sua vez, o sistema de bloqueio/desbloqueio remoto, permitirá estacionar as bicicletas livremente, sem estarem restritas às dispendiosas estações de estacionamento.

	<p>Bicicleta</p> <p>Em Novembro de 2011, em Lisboa, foi apresentado o primeiro protótipo para o sistema de localização e de bloqueio/desbloqueio remoto da bicicleta.</p>
	<p>Aplicação móvel</p> <p>Permite aos utilizadores do sistema de uso partilhado encontrarem as bicicletas disponíveis perto de si, visualizar no mapa os pontos de interesse em seu redor, listar as rotas efetuadas, ver em detalhe uma rota sobre o mapa e partilhá-la com os seus amigos nas redes sociais Facebook e Twitter. Será ainda possível desbloquear uma bicicleta através de um smartphone.</p>



Backoffice

Permite gerir a informação do sistema, nomeadamente o registo das bicicletas, as rotas e todas campanhas publicitárias.

Inserido num projeto Mobilizador, a missão do projeto é muito clara: explorar novas soluções para o transporte urbano, mais eficientes e abrangentes, através do uso de tecnologias de informação e comunicação (TIC) que permitam integrar as várias soluções disponíveis, numa forma ecológica, energeticamente eficiente e com mais qualidade para o utente, em coordenação e cooperação com outras iniciativas nacionais.

Este projeto foi vencedor do Prémio EuroCloud Portugal 2013, na categoria - Best Case Study Example of Cloud Services for the Public Sector and Citizenship.

Site: <http://www.bikeemotion.com>

Filme: http://youtu.be/L_q1Qb4QFa8

CaetanoBus lança produto inovador



De forma a disponibilizar no mercado um veículo livre de poluição, a CaetanoBus aposta no desenvolvimento de um autocarro 100% elétrico e nacional.

O Município de Gaia associou-se ao Grupo Salvador Caetano para implementação do primeiro autocarro elétrico no País, mostrando um exemplo de pioneirismo nacional no domínio da mobilidade urbana e da sustentabilidade energética e ambiental.

Na sequência de uma estratégia de diferenciação e de autonomia tecnológica, o Grupo Salvador Caetano decidiu retomar o desenvolvimento de veículos com tração elétrica.

Para esta decisão contribuíram essencialmente:

- A necessidade crescente de veículos não poluentes, principalmente nos centros urbanos;
- A evolução tecnológica que permite agora viabilizar este tipo de solução;
- A criação de infra-estruturas para a alimentação deste tipo de veículos.

Com este projeto, a CaetanoBus lançou um novo conceito de autocarro e tornou-o uma referência internacional nos veículos de transporte de passageiros. Este projeto, liderado pela Caetanobus, visou o desenvolvimento de um autocarro elétrico para utilização em via pública, utilizando apenas propulsão com recurso a potência eletromotriz.

Para tal, foram efetuadas parcerias com empresas de renome internacional, no campo da eletrónica e da mecânica, com vista a obter inovações tecnológicas de forma a capacitar um veículo pesado de passageiros com autonomia energética para superar as exigências do meio urbano.

O projeto foi desenvolvido nas suas actividades de I&D e de Inovação pelo consórcio constituído pela CaetanoBus, EFACEC e INEGI e teve por objetivo intensificar esforços com vista à criação de novos conhecimentos que permitissem apresentar um produto inovador no mercado Internacional: um autocarro 100 por cento elétrico com uma estrutura frontal integral em materiais compósitos.

Apoiado pelo COMPETE, o projeto envolve um investimento total de 948 mil de euros correspondendo a 485 mil de euros de um incentivo reembolsável.

O projeto recebeu uma menção honrosa no Green Project Awards.

Filme: <http://youtu.be/sfsTQVXLeUs>

Ciência 2.0 | site dedicado à ciência



<http://www.ciencia20.up.pt>

www.facebook.com/ciencia20



O “Ciência 2.0” é um projeto de comunicação de ciência multiplataforma, da Universidade do Porto dirigido ao público jovem, que tem como objetivo promover um maior diálogo entre ciência e sociedade.

Na ciência existe um potencial enorme de histórias interessantes que podem e devem ser contadas, para benefício de toda a comunidade científica e do público em geral. Mas apesar de existir capacidade para produzir conteúdos sobre ciência do tipo jornalístico - notícias, reportagens, entrevistas - ainda não existia oferta de produtos com estruturas narrativas mais complexas e cuja apresentação fosse capaz de captar a atenção de audiências significativas.

É neste contexto que surge este projeto, sendo a comunicação da ciência em diferentes formatos e suportes e o envolvimento da comunidade na divulgação científica os objetivos fundamentais do “Ciência 2.0”.

Comunicar a ciência em diferentes formatos e suportes é uma das vertentes do Ciência 2.0, que, para tal, estabeleceu um conjunto de parcerias com órgãos de informação nacionais, para alcançar públicos mais vastos e diversificados. Esta sinergia entre diferentes “media” permite trabalhar os conteúdos com níveis variados de profundidade e de forma complementar. Pretende-se com esta estratégia multimeios, tornar a ciência próxima do público e aumentar a continuidade dos conteúdos que são produzidos.

Os conteúdos estão estruturados em três grandes áreas interligadas: audiovisuais para televisão e rádio; imprensa e online.

De acordo com a estratégia definida de trabalhar os mesmos conteúdos para diferentes formatos, o online será utilizado para atingir quer um público mais jovem quer públicos que requeiram informação mais detalhada sobre os conteúdos apresentados nas outras plataformas.

Uma segunda estratégia é a sua articulação com o público escolar. Na verdade, de forma a potenciar quer o acesso à informação disponibilizada quer a produção de novos conteúdos pela comunidade é fundamental criar uma rede de utilizadores.

O contacto do projeto com os agentes educativos (professores e alunos) é feito através do envio de newsletters personalizadas para professores e alunos do ensino secundário, que manifestem o interesse na sua receção. Pretende-se divulgar conferências, palestras e outras atividades sobre ciência a realizar em diferentes espaços em Portugal.

Existem resultados do projeto que vão muito para além dos conteúdos produzidos e que permanecerão para a realização de iniciativas futuras, incluindo:

- Aquisição de conhecimentos sobre a produção de conteúdos de comunicação de ciência em formatos atrativos;
- Conhecimento sobre as melhores práticas de realizar a sua distribuição aproveitando as potencialidades e complementaridades das diferentes plataformas atualmente disponíveis;
- Aprofundar-se-á a ligação da universidade a quatro órgãos de comunicação social de grande relevância nacional;

Testar-se-á o interesse dos mercados internacionais dos países de língua oficial portuguesa para este tipo de produção.

Apoiado pelo COMPETE e pela Ciência Viva, o projeto envolve um investimento total de 970 mil euros correspondendo a um incentivo FEDER de 824 mil euros.

O projeto foi vencedor da 8.ª Edição do Prémio Nacional Multimédia na categoria de Educação e Cidadania, atribuído pela Associação Multimédia (APMP).

Site: <http://www.ciencia20.up.pt/>

Facebook: <http://www.facebook.com/ciencia20>

Filme: <http://youtu.be/vxrhWJpxPU8>

O projeto de responsabilidade social corporativa



Apoiado pelo programa COMPETE no âmbito do Sistema de Apoio a Ações Coletivas (SIAC), o projeto CORE visa promover a eficiência energética e a responsabilidade social corporativa nas PME das regiões Norte, Centro e Alentejo.

Pretende-se desenvolver um projeto global de promoção da eficiência energética e da responsabilidade social corporativa nas PME das regiões de convergência, seus sectores e agentes.

O projeto CORE envolveu como parceiros a UERN - União das Associações Empresariais da Região Norte; o CEC-CCIC - Conselho Empresarial do Centro/Câmara de Comércio e Indústria do Centro e a APME - Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias.

O projeto visou, através de novas abordagens integradas:

- A melhoria da perceção da importância estratégica da responsabilidade social corporativa nas PME, como contributo para a consolidação da estrutura empresarial das regiões e como veículo fundamental na competitividade das empresas no século XXI;
- Apresentar a responsabilidade social corporativa como indutora de resultados ao nível da inovação, da competitividade e da internacionalização, contribuindo simultaneamente para a melhoria da qualidade de vida das pessoas envolvidas;
- A criação de condições favoráveis ao alavancamento do desempenho energético nas empresas, através do lançamento de iniciativas de promoção à alteração dos comportamentos dos indivíduos desde a escola e das famílias;
- Apoiar a concretização dos objetivos fixados no PNAEE (Plano Nacional de Ação para a Eficiência Energética).

O projeto envolveu a caracterização do estado de arte da Responsabilidade social; o desenvolvimento de uma ferramenta de Scoring de sustentabilidade para PME; a criação do Portal CORE; a realização de um projeto-piloto designado por "SMART SCHOOLS" (promoção de ações de sensibilização na área da eficiência energética tendo por base um sistema de monitorização de energia em edifícios escolares) e a realização de eventos para a divulgação e disseminação do projeto.

Apoiado pelo COMPETE, o projeto envolve um investimento total de 480 mil euros correspondendo a um incentivo FEDER de 300 mil euros.

O projeto foi vencedor nos Prémios Europeus de Promoção Empresarial 2013, na categoria “Apoio ao desenvolvimento de mercados ecológicos e à eficiência de recursos”.

Portal CORE: <http://www.corecoletiva.com/>

Enoturismo da Herdade do Esporão



A 17 de Maio foi inaugurado o renovado Enoturismo da Herdade do Esporão. Este projeto, localizado em Reguengos de Monsaraz e pioneiro em Portugal (encontra-se aberto desde 1997), destina-se aos entusiastas da cultura do vinho e da gastronomia Alentejana.

O Projeto envolve um investimento total na ordem dos 3 milhões de euros, sendo financiado pelo FEDER, através do COMPETE em €1.114.661.

É um espaço de contacto privilegiado com a Natureza e centra-se numa proposta de valor única, em que, a par dos vinhos e dos azeites da marca Esporão, se aposta na riqueza da gastronomia Alentejana. Os pratos refletem a riqueza de saberes e sabores do Alentejo de antigamente, aliados à criatividade e ao respeito pelos ingredientes. Uma das renovações da Herdade foi a plantação de uma horta com cerca de 2 hectares, que traduz esta preocupação com a qualidade e riqueza dos ingredientes naturais alentejanos, deste a fruta aos legumes, não esquecendo as ervas aromáticas. O investimento foi também canalizado para uma reformulação e ampliação dos espaços, onde se podem destacar um novo restaurante, vários jardins, um espaço multiusos e um *wine-bar*.

A oferta foi, também, reformulada, possibilitando o contacto dos visitantes com o património natural e histórico-cultural da Herdade do Esporão. O compromisso com a preservação da biodiversidade e desenvolvimento sustentável poderá ser observado nos diversos passeios pela Herdade, a pé, de bicicleta ou de jipe, para além dos passeios e picnics na vinha, ou as obrigatórias visitas às adegas e caves.

Apoiado pelo COMPETE, o projeto envolve um investimento total de 2,4 milhões de euros correspondendo 1,1 milhões de euros de incentivo reembolsável FEDER.

O projeto foi no Green Project Award 2013, na Categorias de Agricultura, mar e turismo Vencedor no “The Drinks Business Green Awards 2013” na categoria de “Sustainability of the year award”.

Site: <http://www.esporao.com/PT>

Filme que promove a beleza de Portugal considerado o melhor filme de turismo do mundo



O principal objectivo deste projecto de comunicação e promoção de Portugal, onde se inclui o filme premiado, foi promover a imagem de Portugal enquanto destino turístico. O projecto implementa-se nos mercados-alvo estratégicos definidos pelo Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT) - Espanha, França, Alemanha e Reino Unido, apostando ainda nos mercados Brasileiro e Russo.

Pretende-se que Portugal se torne num destino top of mind para os turistas, prosseguindo-se uma estratégia de comunicação ajustada a cada mercado, quer a nível da linguagem quer da criatividade, aumentando a atractividade do destino Portugal e influenciando favoravelmente a predisposição dos turistas para viajarem para o nosso País.

A concretização desta estratégia passa essencialmente pela produção dos materiais necessários para a execução do Plano de Meios, designadamente, publicidade exterior, rádio, televisão, imprensa e Internet.

O filme que constitui uma das ações deste projeto foi premiado com o 1º prémio no Festival Internacional de Filmes de Turismo e Ecologia da Sérvia - "SILAFEST 2012", na categoria Melhor Filme de Turismo. O filme foi também um dos distinguidos no Festival Cannes Corporate Media & TV Awards 2012, um dos festivais mais representativos de filmes corporativos em todo o mundo.

Esta produção foi ainda premiada com uma medalha de ouro no "Tourfilm Riga" 2012, categoria Filme Comercial, na Letónia, e com medalha de prata no "World Best Films Awards", categoria Curta-Metragem, em Nova Iorque.

Filme: https://www.youtube.com/watch?v=khVvgBW_ZOc

“No waves? Come back for free”



Inserido no projeto de comunicação e promoção de Portugal , desenvolvido pelo Turismo de Portugal, esta campanha do distinguida pelos Prémios Comunicação foi realizada durante a edição do Rip Curl Pro. A campanha online desafiou os surfistas internacionais de visita a Portugal a identificarem situações em que a ausência de ondas de qualidade impedisse a prática de surf. Caso o surfista não encontrasse ondas na sua estadia seria premiado com uma nova viagem a Portugal.

A campanha “No waves? Come back for free”, lançada pelo Turismo de Portugal em outubro passado, acaba de ser distinguida pelos Prémios Comunicação da revista Meios&Publicidade, na categoria Viagens & Turismo.

Com “No Waves? Come back for free”, o Turismo de Portugal desencadeou a promoção do destino e de um produto e motivação específica junto de públicos-alvo bem definidos e respondendo aos seus interesses - neste caso os surfistas -, tendo a comunicação sido feita nos seus canais de eleição: a internet e os média sociais.

Além disso, permitiu atingir outros públicos e transmitir, através da associação a esta modalidade, a imagem de um destino moderno e sofisticado, conotado com um estilo de vida dinâmico.

Este esforço promocional, totalmente desenvolvido online, foi ancorado na plataforma www.portuguesewaves.com, onde se concentra tudo o que os surfistas precisam de saber sobre Portugal e as suas praias para organizarem e marcarem a sua viagem, além de vídeos de conhecidos surfistas internacionais sobre Portugal, mapa com os melhores ‘spots’ de ondas na costa portuguesa e uma listagem da oferta hoteleira localizada perto do litoral.

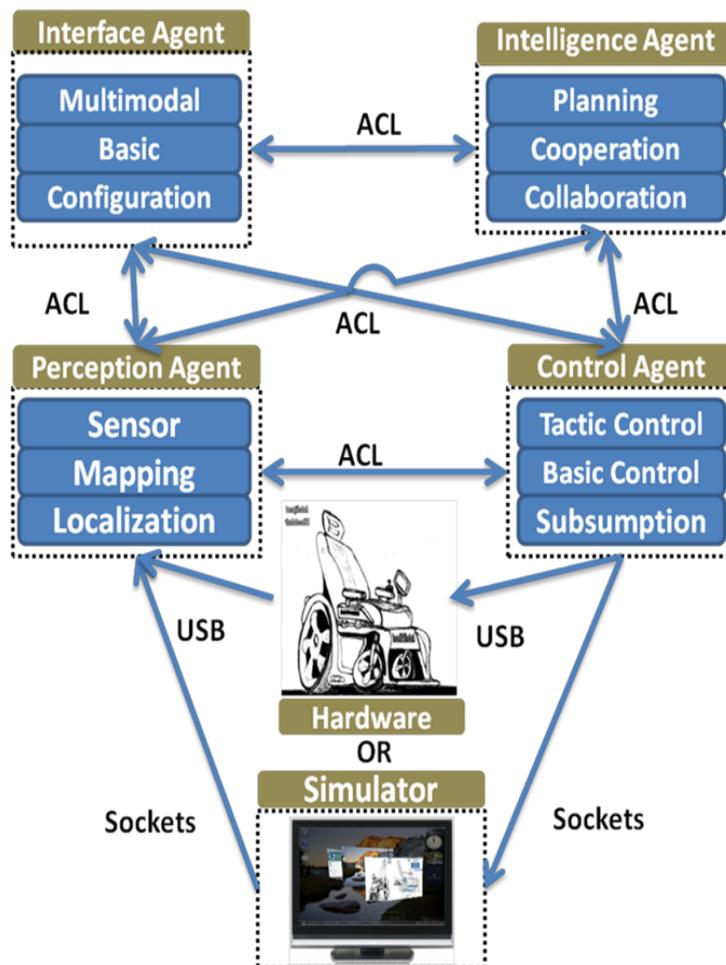
Um projeto onde a inteligência artificial e a robótica se associam para aumentar a qualidade de vida



O IntellWheels é um projeto inovador na área da inteligência artificial e da robótica que permitirá dar uma maior autonomia e qualidade de vida aos cidadãos de mobilidade reduzida, através do desenvolvimento de uma plataforma que permite transformar qualquer cadeira de rodas numa Cadeira de Rodas Inteligente (CRI) de custos reduzidos e com poucas alterações do ponto de vista ergonómico.

Este projeto de investigação coordenado pela Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto (Laboratório de Inteligência Artificial e Ciência de Computadores - LIACC -) associa também o INESC-Porto.

As funcionalidades da cadeira de rodas inteligente (CRI) podem ser comandadas por voz e por outros sensores, e são tais que permite que se desvie sozinha dos obstáculos, planeie tarefas, comunique com outros dispositivos, possibilitando ainda ao utente seleccionar o seu modo preferido de comando da cadeira de rodas.



Do projeto resultou a construção de 2 protótipos e a publicação de 20 artigos científicos em revistas e conferências internacionais. Os próximos passos consistem na construção de um protótipo final e na realização de um vasto conjunto de experiências com utentes. Os 2 protótipos IntellWheels construídos serão testados na Associação Portuguesa de Paralisia Cerebral (Porto) e na Escola Superior de Tecnologia de Saúde do Porto para avaliação dos resultados finais conseguidos no projeto. A validação do sistema permitirá, a médio prazo, transformar as CRI Intellwheels, em produtos comerciais, com elevadas capacidades no auxílio a idosos e indivíduos com graves deficiências motoras.

Apoiado pelo COMPETE, o projeto envolve um investimento total de 94 mil de euros correspondendo a 80 mil euros de incentivo FEDER.

O projeto IntellWheels foi distinguido pela Associação Salvador, na Freebots Competition e na Gala do Congresso Nacional de Inclusão.

Promoção Internacional da Cortiça



Portugal é o líder mundial das exportações de cortiça, com uma quota de mercado de 61,3%, e com uma tendência de reforço da mesma (um aumento de 3,7% entre 2001 e 2010). Em 2010 o valor global de exportações foi de 754 Milhões de Euros e saldo da balança comercial de 659 Milhões de Euros.

O projeto InterCork assumiu-se como um projeto de comunicação e divulgação de especial relevância para o sector da cortiça, não só no sub-setor de rolhas como também no sub-setor de materiais de construção e decoração, perspetivando uma intervenção nos mercados internacionais mais relevantes para este sector, de forma a proporcionar o aumento de quotas de mercado bem como a recuperação da imagem da matéria prima cortiça.

O sucesso do projeto reflecte-se no aumento das exportações do setor e na recuperação da quota de mercado e conquista de novos mercados.

O projeto envolveu em 8682 artigos na imprensa mundial, proporcionou ainda 623 peças de televisão e 208 em rádio. Os dados do projeto Intercork, desenvolvido pela APCOR, revelam que a cortiça marcou presença. A cortiça teve também uma forte presença nas redes sociais - 96.451 fãs no Facebook - criando uma das maiores redes sociais do mundo do vinho - 12.150 seguidores no Twitter e mais de um milhão de visualizações de vídeo nas diferentes plataformas da Internet.

Durante os últimos dois anos, estiveram, ainda, em Portugal, mais de 160 jornalistas e líderes de opinião para visitar o país e a fileira da cortiça. Em todo o mundo, a cortiça reuniu mais de 30 apoiantes de renome internacional dos quais se destaca: Príncipe Carlos, Lord Puttnam, Rob Schneider, Allen Hershkowitz, Daryl Hannah, Candice Olson, Daniel Michalik, Ty Pennington, Tony Laithwaites, Guy Kawasaki, Kuma Kengo, entre outros.

O projeto assume uma característica de público-privado com uma participação pública do FEDER por via do COMPETE que o financia em 80 por cento, sendo que os restantes 20 por cento são assumidos pelos associados da APCOR, pelas associações e por empresas do sector presentes nos diferentes mercados, envolvendo um investimento total de 21 milhões de euros.

O projeto recebeu três prémios internacionais: campanha no Reino Unido “I Love Natural Cork”, recebeu o “Special Environmental Award” da PRWeek; campanha nos EUA “100% Cork”, recebeu o prémio de Melhor Campanha Publicitária Integrada na Internet do Internet Advertising Competition (IAC); campanha em França “Le Bouchon Liège - Toujours imité, jamais égalé” ganhou o prémio de Publicidade na categoria de plurimedia, atribuído pela TOPCOM. A campanha foi, também, finalista em várias competições internacionais.

Site: <http://www.apcor.pt/inicio/>

Isto é Matemática



Promovido pela Sociedade Portuguesa de Matemática e com o apoio do COMPETE e da Ciência Viva, o projeto pretende mostrar como a matemática está presente em diversos aspetos do dia-a-dia.

Este projeto concretizado num programa televisivo inovador, conduzido por um professor universitário, Rogério Martins, num registo informal e dinâmico, que mostra de forma clara como a matemática faz parte de tudo aquilo que nos rodeia.

Os programas até abordaram assuntos muito específicos da matemática (como o número Pi, os paradoxos, as elipses, as probabilidades, entre outros) adaptados a situações particulares do quotidiano.

Este projeto, através de 5 minutos semanais, pretende captar a atenção do público de um canal noticioso de televisão para a matemática, demonstrando a importância desta ciência no quotidiano.

Tem-se observado um interesse crescente pelo programa por parte dos espectadores televisivos, o que resultou num pedido da SIC para alargar a difusão aos canais SIC Kids e SIC Internacional. A SIC Notícias regista em média 11.500 espectadores por programa, sendo que semanalmente o programa é visto por 78.700 espectadores, superando largamente as expectativas iniciais.

Apoiado pelo COMPETE, o projeto envolve um investimento total de 399 mil de euros correspondendo a 339 mil euros de incentivo FEDER

O projeto foi vencedor da Mostra Internacional de Ciência na TV VerCiência2013 (Brasil).

Episódios: <https://www.youtube.com/user/istoematematica>

Lighter, Integrated, Friendly and Eco-efficient Aircraft Cabin.



O Projeto de Investigação LIFE integra diversas empresas, o objetivo foi criar soluções técnicas e funcionais para o interior de aeronaves que sejam eco-eficientes, mais leves, mais confortáveis e com design inovador.

O projeto teve como principal objetivo a conceção e desenvolvimento de interiores de aeronaves com o mote Lighter, Integrated, Friendly and Eco-efficient Aircraft Cabin.

Para a concretização deste projeto, tornou-se essencial estabelecer parcerias estratégicas com outras entidades que forneceram ao projeto as competências necessárias às várias áreas de intervenção e que foram relevantes para a sua concretização, tal como a utilização e o manuseamento inovador de materiais mais leves e económicos como a cortiça e as peles e a integração dos sistemas eletrónico e mecânico.

Com o projeto L.I.F.E. o consórcio articulou as competências de diferentes empresas no âmbito da engenharia, da indústria dos curtumes, da indústria da cortiça e da indústria dos moldes, das estruturas aeronáuticas e do design industrial desenvolvendo o interior de aeronaves com soluções técnicas e funcionais em que Portugal é líder.

Neste enquadramento, e existindo já colaborações com algumas empresas destes sectores, a empresa Couro Azul, promotora líder do projeto, que se dedica à produção de peles para o sector automóvel, constituiu uma parceria de cooperação com o INEGI, a Amorim Cork Composites, a SET SA e contou com a colaboração da Almadesign e da Embraer.

Apoiado pelo COMPETE, o projeto envolve um investimento total de 1,7 milhões de euros correspondendo a 1 milhão euros de incentivo FEDER.

O projeto foi vencedor do Prémio Internacional de Interiores Aeronáuticos 2012, na categoria de "Visionary Concepts".

Filme: <https://www.youtube.com/watch?v=lxD-kc8Hhyo>

Campanha Europeia “More Forests, Better Future”, para promover os produtos papeleros portugueses



Esta campanha internacional comunica claramente a contribuição dos Produtos Papeleros Portugueses para o desenvolvimento da fileira florestal nacional e visa igualmente desmistificar alguns das principais ideias preconcebidas existentes sobre o setor, como por exemplo:

- Que o papel contribui para a desflorestação;
- Que todo o papel deverá ser fabricado somente com recurso a fibra reciclada ou que apenas o papel 100% reciclado é ambientalmente responsável;
- Que a comunicação eletrónica é ambientalmente mais vantajosa que a comunicação em papel;
- Que a embalagem em papel ou cartão é menos eficaz;
- Que não há soluções inovadoras e mais sustentáveis nos produtos papeleros portugueses.

Este projeto é promovido pela CELPA, uma associação sem fins lucrativos que tem como finalidade assegurar junto de entidades e organismos, nacionais e internacionais, públicos e privados, a representação dos interesses coletivos da atividade industrial da pasta, papel e cartão e suas atividades afins.

Outro objetivo não menos importante é a promoção dos produtos de papel e cartão fabricados em Portugal, como produtos verdadeiramente renováveis e sustentáveis.

Com a assinatura "Paper from Portugal", a campanha pretende captar a atenção através de frases chamativas que surpreendam, pela força das suas afirmações e pela objetividade dos fatos apresentados. Para esse efeito, foram desenvolvidos vários suportes e ações de comunicação tais como um vídeo, presença em feiras internacionais, um folheto, entre outros.

A componente digital será um fator determinante na eficiência desta campanha, sendo o Website www.paperfromportugal.com prova disso assim como o filme que sensibiliza para o fato das empresas portuguesas produzirem papel de forma sustentada, contribuindo para criar mais florestas e um futuro melhor.

Apoiado pelo COMPETE, o projeto envolve um investimento total de 629 mil euros correspondendo a 440 mil euros de incentivo FEDER.

O filme Seed produzido no âmbito do projeto foi vencedor do Prémio Cannes Video Contest 2012

Site: www.paperfromportugal.com

Filme: <http://vimeo.com/53300151>

Uma experiência de jornalismo comunitário



O projeto P3.net tem como objetivo principal o desenvolvimento de uma plataforma noticiosa diária e online, de nova geração, dirigida a um público-alvo jovem e jovem adulto (18-35 anos), com recurso a paradigmas comunicacionais diferentes das versões tradicionais (papel, televisão, rádio).

Trata-se de um site de informação generalista para jovens e feito por jovens, que se encontram afastados dos órgãos de informação, por não se reverem nos temas tratados. Pretende-se a investigação e a exploração de novas rotinas, narrativas e linguagens (nomeadamente visuais), mais adequadas quer ao suporte, quer ao público-alvo definido e que não consome informação em papel e que pretende informação à medida.

Este modelo só é possível pelo desenvolvimento tecnológico de novos motores de personalização que entre outras inovações, têm em conta a localização geográfica do destinatário, algo completamente inovador para o caso do uso de dispositivos móveis de acesso.

A multidisciplinaridade da equipa de projeto permite ainda que este se venha a constituir como um laboratório de investigação em permanente afinação do modelo desenvolvido dado o seu grau de originalidade.



- Alargamento da gama de bens ou serviços;
- Entrada em novos mercados ou aumento da quota de mercado;
- Maior flexibilidade de produção ou de fornecimento de serviços.

O P3 é o resultado de um consórcio constituído pelo PÚBLICO, pela Universidade do Porto, através das faculdades de Letras e de Engenharia da mesma instituição e pelo Instituto Nacional de Engenharia de Sistema e Computadores do Porto (INESC-Porto).

Esta composição, inédita no país, confere-lhe um carácter experimental, quer a nível gráfico e editorial quer a nível técnico, o que permitiu a adoção de novas ferramentas: um menu reduzido e vertical, uma paginação horizontal e sem “scroll”, a navegação por “tags”, uma área de registo para os utilizadores, onde estes podem personalizar conteúdos e guardar o que mais apreciam para ler mais tarde, ou “layouts” onde texto, áudio, imagem e vídeo convivem pacificamente.

Trata-se, na prática, de um laboratório no qual se experimentam novas ferramentas tecnológicas, novas linguagens gráficas e narrativas multimédia dirigidas a um público nativo da Internet, mas também motivo de várias investigações em curso. Os resultados têm permitido ao PÚBLICO, além disso, um melhor conhecimento dos leitores dos conteúdos online e o aprofundamento de uma nova relação com estes utilizadores.

Apoiado pelo COMPETE, o projeto envolve um investimento total de 955 mil euros correspondendo a 599 mil euros de incentivo FEDER.

O projeto foi vencedor do prémio de “ Site com o melhor grafismo na Península Ibérica, na categoria de jornal digital com menos de 12 milhões de visitas mensais” - Prémio atribuído pela Society for News Design.

Site: <http://p3.publico.pt/>

Promoção da Imagem do Calçado Português 2011-2012 |

A visibilidade da resposta integrada aos desafios no sector do calçado



Desde Janeiro de 2009, a APICCAPS tem vindo, com o apoio do Programa Compete, a promover uma intensa campanha de divulgação do calçado português nos mercados externos, para onde se destina, mais de 95% da produção portuguesa de calçado.

Enquadrado no âmbito do Plano Estratégico para a Indústria do Calçado 2007/2013, este projeto de promoção da imagem do calçado está articulado com outros projetos promovidos pela APICCAPS, e por outras infra-estruturas de apoio ao sector (designadamente Centro Tecnológico o Calçado de Portugal e Centro de Formação Profissional da Indústria de Calçado) e que incluem as áreas de inovação, numa abordagem sinérgica às ameaças e oportunidades.

Alicerçada no logótipo «Portuguese Shoes: Design by the Future», esta campanha assenta na nova imagem do calçado português, que é inspirada na iconografia típica portuguesa e tem por objetivos:

- Assegurar um novo reposicionamento estratégico de Portugal;
- Melhorar a imagem de marca da indústria portuguesa em geral e do calçado em particular;
- Alavancar o crescimento e desenvolvimento das empresas do sector;
- Colocar o calçado português na agenda mediática internacional.

Em termos comunicacionais, destacam-se os principais traços caracterizadores da indústria portuguesa do calçado, nomeadamente:

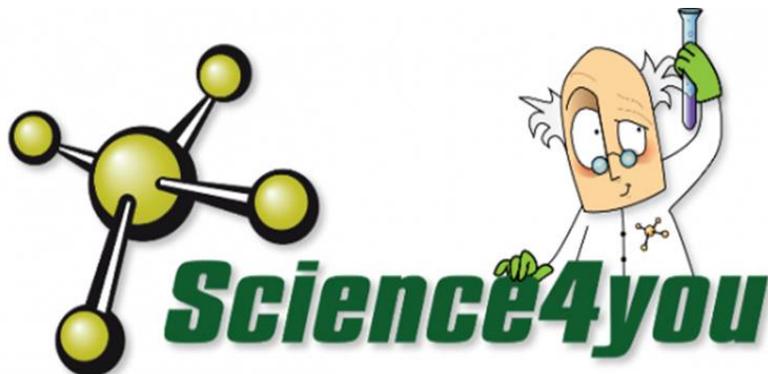
- É um sector que exporta mais de 90% da produção, tornando-se o mais internacionalizado da economia portuguesa e o que mais positivamente contribui para a balança comercial nacional;
- Portugal é um dos principais exportadores de calçado a nível mundial;
- É um sector que possui algumas das empresas tecnologicamente mais avançadas do mundo.

Envolvendo um investimento total de cerca de um milhão de euros com um financiamento de 70% do FEDER (através do COMPETE) esta campanha de comunicação, integra as seguintes ações:

1. **Feiras internacionais** - merchandising (produção e a distribuição anual de suportes de comunicação diversos a sensivelmente 12.000 potenciais clientes do sector nos principais fóruns internacionais da especialidade)
2. **Reforço da presença na comunicação social da especialidade** (produção, impressão e envio de informação devidamente atualizada (essencialmente estatísticas sobre a atividade do sector a um conjunto de revistas internacionais da especialidade; publireportagens; editoriais de moda)
3. **Marketing direto** (Publicação de revista Portuguese Shoes; Produção e publicação de brochura/editorial de moda - Jovens Estilistas)
4. **Relações públicas** (Kits de imprensa a líderes de opinião; Produção, publicação e envio de livro prestígio Portuguese shoes);
5. **Reforço da presença no ciberespaço** (reformulação integral do site www.portugueseshoes.pt ; produção de filme institucional, para visionamento no website da APICCAPS e no website portugueseshoes, no facebook e no youtube).

O projeto foi vencedor do Prémio Europeu de Promoção Empresarial 2013, na categoria “Apoio à internacionalização das empresas”.

Um caso de sucesso no âmbito do empreendedorismo jovem



Financiada pelo COMPETE através de instrumentos de engenharia financeira, a Science4you é uma empresa que opera no mercado dos brinquedos científicos e didáticos, com por cento portuguesa nascida e criada em ambiente universitário.

A intervenção da capital da INOVCAPITAL permitiu aumentar a quota no mercado nacional e a internacionalização.

A Science4you conta com cerca de 60 colaboradores e mais duas filiais, uma em Espanha, outra em Inglaterra. Exporta ainda para o Brasil, Angola, Moçambique, Polónia, entre outros países.

<p>Zach's Star of Success</p> <p><i>O caso de sucesso da Science4you deve-se sobretudo aos cinco ingredientes essenciais do processo empreendedor, denominado Zach's Star of Success:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>conhecimento,</i> • <i>compromisso,</i> • <i>contactos,</i> • <i>energia,</i> • <i>e, claro, paixão.</i> 	<p>Enquadramento no COMPETE</p> <p>O COMPETE no âmbito dos instrumentos de engenharia financeira - via Fundos de Capital de Risco Portugal Ventures Indústrias Criativas - apoiou a Science4U, até à data, em 414 mil euros.</p> <p>Este financiamento do COMPETE teve um papel essencial na criação da Science4you.</p> <p>De destacar, em 2012, o reforço da estrutura acionista através de aumento de capital, com especial relevância por parte da Portugal Ventures, reforçando assim a importância de parcerias em start-ups.</p> <p>A Portugal Ventures tem sido um parceiro relevante em termos financeiros, sendo que tem apoiado sempre as necessidades de financiamento da Science4you.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

A Science4you, enquanto projeto empreendedor, guia-se pelos valores da pró-atividade, inovação e dedicação, que se entendem como linhas basilares do projeto. Desta forma, entendeu-se que as operações extrafronteiras deveriam guiar-se pelos mesmos parâmetros, considerando-se essencial que o capital das subsidiárias estrangeiras possa ser participado até 50% por quem está a empreender diariamente on site.

O COMPETE no âmbito dos instrumentos de engenharia financeira - via Fundos de Capital de Risco Portugal Ventures Indústrias Criativas - apoiou a Science4U, até à data, em 414 mil euros.

O percurso de sucesso e competência da Science4you é de tal ordem motivador e didático que atualmente é já utilizado como case-study nas universidades porque acima de tudo o empreendedorismo é uma atitude.

Âmbito	<p>A Science4you, S.A. é uma empresa que se dedica atualmente a duas áreas de negócio distintas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brinquedos, • Formação. <p>Trata-se de uma empresa que desenvolve, produz e comercializa brinquedos científicos e didáticos. Para além dos brinquedos realiza ainda workshops de ciência, festas de aniversário científicas, campos de férias científicas e leciona aulas de ciência experimental nas escolas.</p>
Missão	Sensibilizar as crianças e a comunidade para as questões das ciências experimentais no seu quotidiano.
Visão	Ser uma empresa de referência mundial, no mercado dos brinquedos científicos com vista a proporcionar a todos um contacto com as Ciências Experimentais.
Prémios	<ul style="list-style-type: none"> • Prémio Empreendedor Finicia Jovem 2009 IAPMEI, • Prémio Empreendedor do Ano 2010 (Comissão Europeia), • 1º Prémio da European Enterprise Awards na categoria de Internacionalização a nível Nacional em 2011, • Prémio Empreendedor nos Prémios Novos 2013, • Prémio Business Internalization Award em 2013 por parte do Governo Britânico.

Filme: <http://youtu.be/-gAb-5kYefc>

The Yeatman Hotel |

5* de luxo a representar o melhor do Vinho Português



Este Hotel ocupa um lugar único na cidade de Gaia. Situado na zona alta do centro histórico da cidade e a alguns passos das caves do Vinho do Porto, tem vistas soberbas sobre o Rio Douro e a zona ribeirinha do Porto.

« Há hotéis que definem destinos. Hotéis carismáticos que se transformam em símbolos das cidades ou dos lugares onde se encontram. A histórica cidade do Porto, Património da Humanidade, é definida por um hotel único no mundo. The Yeatman.»

The Yeatman Hotel foi construído na encosta esquerda do Rio Douro, zona alta de Vila Nova de Gaia junto das caves do Vinho do Porto, com uma panorâmica privilegiada sobre a cidade do Porto.

O projeto The Yeatman Hotel visou a criação de um Hotel de charme, associado ao sector do Vinho, em particular do Vinho do Porto. Apoiado pelo COMPETE, envolveu um investimento elegível de 26 milhões de euros, correspondendo a 5 milhões de euros de incentivo reembolsável.

Com 82 quartos, sendo 11 deles suites, duas piscinas panorâmicas, ginásio, SPA com vinoterapia, restaurante e bar. Este Hotel é uma referência mundial de qualidade reconhecida pelos consumidores.

«O The Yeatman é o embaixador dos vinhos portugueses de qualidade superior»

O The Yeatman é um hotel vínico localizado no centro de uma das mais importantes capitais víquicas europeias, este espaço é um paraíso para os amantes do vinho e o destino primordial para quem desejar explorar os prazeres do extraordinário vinho que dá o nome à cidade, o Vinho do Porto.

Usando as raízes da indústria do Vinho do Porto e a experiência da família Yeatman, que iniciou o comércio de vinho do Porto em 1838, sendo considerada uma das mais distintas e empreendedoras famílias produtoras de vinho do Porto. Os seus descendentes mantêm a tradição, sendo proprietários de três das mais famosas empresas de Vinho do Porto.

Com uma das mais ricas cave de vinhos portugueses no Mundo, o The Yeatman estabeleceu parcerias com muitos dos melhores produtores de vinhos portugueses que participam em programas de provas, seminários e jantares víquicos organizados pelo Hotel.

O Hotel de Vinho é um conceito relativamente recente em Portugal fator que permite modernizar a oferta turística atraindo uma nova tipologia de consumidores para a região, nomeadamente, turistas estrangeiros de classe alta.

Apoiado pelo COMPETE, o projeto envolve um investimento total de 26 milhões de euros correspondendo a 5 milhões de euros de incentivo reembolsável FEDER.

O projeto venceu o prémio de enoturismo "Best of Wine Tourism 2014, na categoria de Categoria de "Alojamento".

Site: <http://www.the-yeatman-hotel.com/pt/>

T-WORDS | Investigadores portugueses desenvolvem interface para a infância e recebem prémio internacional



Apoiada pelo Programa COMPETE, uma investigação da Universidade do Minho foi distinguida nos "World Technology Awards", na categoria de Entretenimento pelo projeto educativo 't-words' que permite às crianças explorarem de forma lúdica sons, palavras e frases, podendo ajudar a combater a iliteracia.

O projeto "t-words", consiste num interface educativo constituído por blocos físicos, que permitem desenhar na superfície, gravar sons, e reproduzir sequências sonoras juntando sequências de blocos, possibilitando às crianças criar pequenas narrativas visuais e sonoras. O objetivo é criar materiais pedagógicos que complementem as atividades tradicionais de ensino com os aspetos apelativos das tecnologias digitais.

O t-words permite que as crianças se envolvam em diferentes atividades como a construção de rimas, exploração da sonoridade de palavras e frases, enquanto desenhavam na superfície dos blocos criando pequenas narrativas visuais e sonoras.

Dada a ênfase do t-words na exploração sonora, pensa-se que poderá incentivar de forma lúdica o desenvolvimento e sensibilidade fonológica, ajudando na aquisição de aptidões da literacia.

Este projeto resultou de uma colaboração entre o Centro de Investigação em Estudos da Criança e o Centro Algoritmi, ambos da Universidade do Minho.

O projeto é apoiado pelo COMPETE, com um investimento elegível de 139 mil euros, correspondendo a um incentivo FEDER de 118 mil euros.

Depois de, em Setembro, ser nomeado um dos grandes finalistas do concurso, o projeto português acabou mesmo por vencer numa das categorias dos World Technology Awards, cuja cerimónia decorreu a 15 de novembro, no Time Life Building, em Nova Iorque, nos EUA.

Esta distinção é, segundo um comunicado da Universidade do Minho, uma "iniciativa mundial que distingue os trabalhos que estão a criar o século XXI e que serão provavelmente os mais importantes a longo prazo nas suas áreas".

Em 2012, o 't-words' tinha já conquistado o primeiro prémio da Internacional Conference of Advances in Computer Entertainment, que decorreu no Nepal.

Com a conquista nos World Technology Awards, o "t-words" torna-se no primeiro projeto português a ser distinguido na categoria de entretenimento desta competição internacional que todos os anos distingue as tecnologias mais inovadoras do século XXI.

O prémio coloca agora o 't-words' entre um grupo distinto de galardoados deste prémio, das quais se destacam instituições como a Sony Computer Entertainment, a Napster e a ECCO Design, vencedoras de edições anteriores.

Filme: <http://youtu.be/TcJTle6tXq0>