

INOVAÇÃO E CENTROS DE INOVAÇÃO



APOIOS:





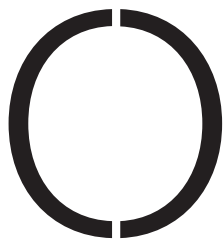
ESPECIAL

INOVAÇÃO E CENTROS DE INOVAÇÃO

ENQUADRAMENTO

INOVAR PARA DURAR

A INOVAÇÃO DEIXOU DE SER OPCIONAL. FAZ PARTE DO DIA A DIA DAS ORGANIZAÇÕES E É DECISIVA PARA COMPETIR NUM MUNDO EM RÁPIDA MUDANÇA



ecossistema empresarial atravessa uma transformação profunda. A maturidade da inteligência artificial, a exigência de resultados concretos e a colaboração entre equipes e parceiros externos estão a redefinir a forma como as empresas operam. Em hubs corporativos ou ecossistemas globais, as organizações criam espaços para experimentar, testar e transformar ideias em soluções tangíveis. Mais do que laboratórios conceptuais, estes ambientes funcionam como motores de execução e aprendizagem contínua.

Estes centros já não operam isoladamente. São espaços de colaboração entre empresas, startups e universidades, onde a criatividade interna se cruza com talento externo para gerar soluções sólidas e resilientes. Metodologias ágeis, programas de inovação aberta e a integração de IA aceleram a passagem das ideias à prática, fomentando uma cultura organizacional flexível e orientada para resultados.

O grande desafio permanece: muitas empresas ainda enfrentam dificuldades em transformar ideias

em impacto real. A colaboração entre equipes e parceiros ajuda a reduzir riscos, atrair talento e reforçar redes capazes de responder a mudanças tecnológicas ou desafios externos. Sustentabilidade e escalabilidade caminham juntas quando os espaços e a tecnologia são pensados para apoiar crescimento e adaptação constante.

A verdadeira liderança constrói-se antecipando tendências, testando o amanhã hoje e convertendo ideias em vantagens competitivas duradouras. ●

FoodDesign^{LAB}

In+Kn+Ex

Promover a mudança
e a inovação alimentar



Desenvolvimento de Produtos,
Receitas e Menus

Criação de Experiências
Gastronómicas

Chef em Casa e Jantares Pop Up

Seminários, Conferências e Palestras

Marca, Embalagem,
Food Styling e Fotografia

Workshops, Formação, Consultoria
e Cursos de Curta Duração



we provide

Kn

Knowledge

we provide

In

Innovation

we provide

Ex

Experiences



ESPECIAL

INOVAÇÃO E CENTROS DE INOVAÇÃO

BP

NA PISTA DO FUTURO



A BP E A AUDI REVOLUT F1®
TEAM UNEM FORÇAS PARA A
FÓRMULA 1® EM 2026. O TRABALHO
DESENVOLVIDO EM CONJUNTO ACELERA
AVANÇOS QUE UM DIA PODERÃO CHEGAR
ÀS ESTRADAS

A

bp é o parceiro tecnológico oficial da Equipa Audi Revolut F1®, e as duas empresas trabalharam em conjunto para desenvolver em conjunto a unidade motriz e o combustível, enquanto a Castrol, o negócio especialista em lubrificantes, desenvolve os fluidos.

A época de 2026 marca a estreia da marca Audi na F1®. É uma nova parceria para a bp e uma nova era para o desporto motorizado, numa altura em que muitos aspectos tecnológicos da corrida estão a evoluir rapidamente.

Pela primeira vez, todos os motores devem funcionar com o que a FIA chama de combustíveis sustentáveis avançados¹, enquanto o desempenho se deverá manter ao mesmo nível ou melhor que antes.

Para a corrida, a bp desenvolveu o bp Ultimate Racing², um combustível especialmente formulado, concebido exclusivamente para ajudar a maximizar o desempenho da unidade motriz e cumprir os regulamentos de combustível da FIA para 2026³.

Neste nível de competição, cada detalhe conta e a mínima alteração na tecnologia do combustível pode levar a grandes avanços para os condutores de elite.

O QUE É O COMBUSTÍVEL DE COMPETIÇÃO?

A Fórmula 1® é um ambiente extremo para o combustível – altas velocidades, altas temperaturas, pressão e muito mais. O combustível de competição – ao contrário do combustível do dia-a-dia que



encontramos nos postos de abastecimento - é concebido levando esses parâmetros em consideração.

A bp co-desenvolveu o bp Ultimate Racing, um combustível personalizado, com a equipa Audi Revolut F1® para a estreia da equipa em 2026, cumprindo os novos regulamentos técnicos da FIA para a Fórmula 1®.

Foram desenvolvidos mais de 400 combustíveis piloto e mais de 200 fórmulas foram testadas no laboratório da equipa, com os cientistas e técnicos da bp a trabalhar lado a lado com a equipa que se encontrava a desenvolver a unidade motriz.

A FIA exige que todas as equipas utilizem combustível derivado de «Componentes Sustentáveis Avançados», provenientes de biomassa não alimentar, matérias-primas renováveis de origem não biológica ou resíduos urbanos.

PORQUE É QUE A F1® É IMPORTANTE PARA A BP

Na pista, cada fracção de segundo conta. O desempenho do combustível e do motor é levado ao limite.

A F1® oferece o ambiente de testes ideal, de alta pressão, que permite à bp inovar no desenvolvimento de novos combustíveis avançados. Com prazos apertados, a F1® pode acelerar avanços que um dia poderão ser usados nas estradas.

A HISTÓRIA CONJUNTA DA BP E DA AUDI NO AUTOMOBILISMO

A parceria entre a bp e a F1® é recente, mas a bp e a Audi têm um histórico de vitórias em conjunto - desde a lendária corrida das 24 Horas de Le Mans até ao Campeonato Mundial de Resistência da FIA e ao Campeonato Mundial de Ralis.

Ao entrar na F1®, era natural que a Audi quisesse prolongar esta parceria



vencedora. A empresa conhece a bp e a sua experiência técnica, os nossos produtos de alto desempenho e o histórico de colaborações que têm possibilitado a resolução de desafios complexos.

Recorde-se, nesta colaboração, os produtos Castrol a serem utilizados para vencer em todos os programas da Audi no automobilismo, tendo começado na década de 1980, no Campeonato Mundial de Ralis, com o Audi quattro.

A Castrol também foi parceira da Audi no Campeonato Mundial de Resistência da FIA (WEC), nas lendárias 24 Horas de Le Mans, no Campeonato Mundial de Rallycross da FIA, no Campeonato Mundial de Fórmula E da FIA e na série de corridas DTM. O motor turbo de 2 litros e 4 cilindros altamente eficiente, desenvolvido pela Audi e utilizado no DTM em 2019 e

2020, tornou-se o motor mais bem-sucedido da era Classe 1 do DTM com lubrificantes Castrol e combustível de alto desempenho desenvolvido pela Aral.

Mattia Binotto, head of Audi F1® Project, não esconde a ambição: «Estamos prestes a iniciar a primeira temporada da Audi e F1®, bem como a primeira temporada da parceria entre a Audi e a bp. Sabemos que estamos a competir contra organizações muito consolidadas e adversários extremamente fortes. Definimos objectivos claros: após a primeira temporada, queremos ser reconhecidos por todas as outras equipas como concorrentes sérios e um verdadeiro desafio.»

Do lado da bp, Luc Jolly, bp Motorsport Fluids Technology Lead, assume o mesmo entusiasmo: «Considero que a bp e o projecto Audi F1® são uma combinação

EM NÚMEROS

>70 componentes de combustível
avaliados pela equipa de tecnologia de automobilismo da bp

>400 amostras de combustível piloto
desenvolvidas em três anos para a temporada de corridas de 2026

>200 fórmulas de combustível
testadas na unidade motriz

>240 mil litros de combustível de teste da bp
entregues nas instalações da Audi em Neuburg, Alemanha



**Luc Jolly, bp
Motorsport
Fluids**

Technology Lead:
«SOMOS EXTREMAMENTE AMBICIOSOS; NÃO ESTAMOS AQUI APENAS PARA MARCAR PRESENÇA. QUEREMOS LUTAR, NO FUTURO, POR PÓDIOS E, NATURALMENTE, POR CAMPEONATOS.»

fantástica, devido aos valores fundamentais que partilhamos em termos de performance e de engenharia orientada para o progresso. Estamos envolvidos desde o início, a analisar dados de testes do motor, misturas experimentais, a evolução e os testes, e tudo isto é absolutamente crucial para o sucesso deste projecto. Somos extremamente ambiciosos; não estamos aqui apenas para marcar presença. Queremos lutar, no futuro, por pódios e, naturalmente, por campeonatos.» ●

¹ Conforme exigido pelos Regulamentos Técnicos da FIA F1® a partir de 2026. Cada lote de combustível produzido será submetido à certificação Zemo, seguida da aprovação da FIA, para confirmar a total conformidade com todos os requisitos.

² O combustível bp Ultimate Racing fornecido à Audi Revolut F1® Team para a temporada de 2026 não estará disponível para compra nos postos de abastecimento bp.

³ Regulamentos Técnicos da FIA F1® a partir de 2026.

**ELEGÂNCIA,
MODERNIDADE E
COMPETÊNCIA**



Hospedeiras
de Portugal

A **imagem** do seu evento

www.hospedeiras-portugal.pt



ESPECIAL

INOVAÇÃO E CENTROS DE INOVAÇÃO

COFIDIS PORTUGAL

INOVAR PARA SIMPLIFICAR



Tratar a inovação como parte do funcionamento diário do negócio é a base da abordagem seguida pela Cofidis Portugal. O trabalho passa por tornar processos mais claros, apoiar decisões de crédito com dados e reduzir fricções na relação com o cliente. A organização aposta num modelo transversal, com equipas multidisciplinares e ciclos curtos de teste e aprendizagem, procurando equilibrar eficiência, responsabilidade e confiança. Martta Oliveira, directora de Inovação e Criação de Valor da empresa, explica como a mesma define prioridades, mede impacto e decide onde investir para criar valor sustentável.

Qual é o papel da inovação na vossa estratégia e que desafios do negócio está hoje a ajudar a resolver?

A inovação tem um papel estrutural na estratégia

NA COFIDIS PORTUGAL, A INOVAÇÃO ASSUME UM PAPEL CENTRAL NA FORMA COMO A EMPRESA SIMPLIFICA PROCESSOS, ACELERA DECISÕES E MELHORA A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE NUM SECTOR EXIGENTE E ALTAMENTE REGULADO

da Cofidis Portugal. Não é um exercício lateral, nem um território reservado a projectos experimentais. É uma ferramenta ao serviço do negócio e, sobretudo, ao serviço das pessoas que tomam decisões financeiras connosco. Hoje, a inovação ajuda-nos a responder a desafios muito concretos: simplificar a experiência do cliente, tornar os processos mais claros e rápidos, melhorar a qualidade da decisão de crédito e reforçar

a confiança num sector onde a relação se constrói no detalhe. Inovamos para reduzir fricção, para tornar escolhas mais compreensíveis e para garantir eficiência sem perder responsabilidade. Mais do que lançar novidades, o foco está em criar valor real e sustentável no dia a dia.

A Cofidis trabalha com hubs ou labs dedicados à inovação, ou privilegia um modelo transversal



» Marta Oliveira,
diretora de
Marketing e
Clientes da
Cofidis Portugal

integrado nas equipas? Porquê essa opção e como é que as responsabilidades são distribuídas?

Privilegiamos um modelo transversal, integrado nas equipas. Acreditamos que a inovação não deve viver isolada num hub ou laboratório, porque os problemas que precisamos de resolver também não vivem isolados. Estão nos processos, nas jornadas, nas interações com clientes e parceiros. Trabalhar de forma integrada permite que a inovação esteja mais próxima da realidade do negócio e acelera a passagem da ideia à execução. As responsabilidades são distribuídas de forma clara: existe um modelo de governo que define prioridades, critérios e alinhamento estratégico, mas a execução acontece em equipas multidisciplinares, onde negócio, tecnologia, risco e experiência trabalham em conjunto. Esta abordagem evita soluções desconectadas e garante impacto concreto.

De que forma dados e algoritmos avançados estão a transformar a decisão de crédito e que ganhos já são visíveis no core do negócio?

Os dados e os algoritmos avançados têm vindo a transformar profundamente a forma como tomamos decisões de crédito. Permitem-nos uma avaliação mais fina do risco, uma maior consistência nas decisões e uma resposta mais rápida ao cliente. Isso traduz-se em ganhos claros no core do negócio: maior eficiência operacional, redução de tempos de resposta e melhor adequação das propostas ao contexto de cada pessoa. Mas há um ponto



MODELO DE TRABALHO
EQUIPAS
MULTIDISCIPLINARES, GOVERNAÇÃO CLARA
E CICLOS CURTOS DE APRENDIZAGEM
MOLDAM UMA ABORDAGEM INTEGRADA À INOVAÇÃO.

central que não perdemos de vista: a tecnologia não substitui o critério. Serve para apoiar decisões mais justas, mais informadas e mais responsáveis, mantendo sempre o equilíbrio entre performance, inclusão e rigor.

Como é que o vosso modelo de inovação reduz o tempo entre a identificação de uma oportunidade e a sua implementação, num sector onde risco e regulamentação impõem limites claros?

Reduzimos tempo através de alinhamento e clareza desde o início. Num sector regulado, a velocidade não vem de atalhos, vem de decisões bem enquadradas. Trabalhamos com ciclos curtos de teste e aprendizagem, envolvendo desde cedo as áreas de risco, compliance e legal. Isso evita retrabalho e bloqueios tardios. Quando todos partilham os mesmos critérios e entendem o objectivo do projecto, o caminho torna-se mais directo. A inovação acontece dentro dos limites, mas sem perder ritmo, porque esses limites são considerados como parte do desenho da solução e não como um obstáculo final.

Como distribuem esforços entre inovação incremental, transformacional e mais disruptiva? Que critérios determinam onde investir e onde não avançar?

A maior parte do esforço está concentrada na inovação incremental e transformacional, porque é aí que conseguimos gerar impacto consistente na experiência do cliente e na eficiência do negócio. São melhorias contínuas, muitas vezes menos visíveis, mas com efeitos muito concretos. A inovação mais disruptiva existe, mas é abordada com critério, timing e consciência de risco. Investimos quando existe um problema real para resolver, quando o impacto potencial é claro e quando conseguimos enquadrar bem o risco. Não avançamos quando a inovação é apenas novidade, sem utilidade prática ou sem alinhamento com a estratégia.

Que áreas tecnológicas têm registado maior evolução recente e como isso se traduz em melhorias concretas de processos e produtos?

As maiores evoluções têm acontecido nas áreas de dados, automação, arquitectura tecnológica e inteligência artificial aplicada. Na prática, isso traduz-se em processos mais simples, menos manuais, mais rápidos e mais fiáveis. Traduz-se também em experiências mais fluidas para o cliente, com menos fricção e mais clareza ao longo da jornada. A tecnologia só é relevante quando se transforma em melhoria concreta, seja na rapidez de uma decisão, na



clareza de uma comunicação ou na personalização de uma proposta.

Num contexto de uso crescente de IA, como garantem explicabilidade, mitigação de enviesamentos e articulação eficaz entre inovação, risco e supervisão?

Trabalhamos a explicabilidade dos modelos para garantir que conseguimos compreender e explicar as decisões tomadas. Monitorizamos enviesamentos e avaliamos continuamente os impactos. Existe uma articulação permanente entre inovação, risco e supervisão, porque a confiança depende dessa transparência e desse controlo contínuo. Sem isso, a inovação perde legitimidade.

Que papel têm startups, fintechs ou universidades na vossa agenda de inovação?

Têm um papel complementar e muito pragmático. Trabalha-



«INOVAMOS PARA REDUZIR FRICÇÃO, PARA TORNAR ESCOLHAS MAIS COMPREENSÍVEIS E PARA GARANTIR EFICIÊNCIA SEM PERDER RESPONSABILIDADE.»

mos com startups, fintechs ou universidades quando trazem especialização, conhecimento ou velocidade que fazem falta naquele momento específico. As parcerias são avaliadas com base na capacidade de resolver problemas concretos do negócio ou da experiência do cliente. A novidade tecnológica, por si só, não é critério. O critério é utilidade, impacto e capacidade de integração na realidade da organização.

Existe algum exemplo de uma ideia nascida fora da hierarquia formal que chegou à produção?

Sim, vários. Muitas melhorias relevantes surgiram em equipas operacionais, próximas do cliente e dos processos reais. Quando isso acontece, o papel da organização é criar espaço para ouvir, testar rapidamente e decidir com base em dados e impacto. Aprendemos que boas ideias surgem frequentemente onde o contacto com a realidade é mais directo. A hierarquia não é a fonte da inovação; é o sistema que permite que ela aconteça.

Qual foi a fricção mais significativa identificada na jornada do cliente no último ano e como foi resolvida?

A complexidade da linguagem financeira continua a ser uma das fricções mais relevantes. Não porque as pessoas não queiram compreender, mas porque muitas vezes a informação não está desenhada para ser clara. Trabalhámos na simplificação de comunicações, na revisão profunda de conteúdos e no de-

envolvimento de ferramentas que ajudam os clientes a compreender melhor o que estão a contratar. O impacto foi visível na redução de dúvidas, contactos repetidos e abandono. Simplificar é, muitas vezes, a forma mais eficaz de criar confiança.

Quais são as métricas prioritárias na gestão da inovação? Algum exemplo de piloto que não avançou?

Acompanhamos métricas como tempo de implementação, impacto na experiência do cliente, eficiência operacional e retorno esperado. Mas há também uma dimensão qualitativa importante: a capacidade de aprender e de parar. Nem todos os pilotos avançam, e isso faz parte de um modelo saudável de inovação. Quando uma iniciativa não demonstra impacto claro ou levanta riscos desproporcionados, é interrompida. O valor está na aprendizagem que fica e que informa decisões futuras.

Têm apostas de inovação com retorno esperado apenas a três anos? Como justificam esse horizonte?

Sim. Algumas apostas, sobretudo em dados, arquitectura tecnológica e capacitação interna, têm um retorno estrutural e de médio prazo. Não geram impacto imediato, mas criam base. Sustentam a competitividade futura, reforçam a resiliência do negócio e aumentam a capacidade de resposta a um mercado cada vez mais exigente e informado. Inovar apenas com horizonte de curto prazo pode ser confortável, mas compromete a construção do futuro. ●