

02

outubro 2021

NORS

magazine

the good  
old future.

## Ficha técnica

**Edição:** Direção Geral de Pessoas e Comunicação

**Foto de capa:** Tumba Bizunde (Auto Sueco Angola) e José Pinto (Auto Sueco Portugal)

**Tiragem:** 3 500 cópias

**Depósito Legal:** 378317/14

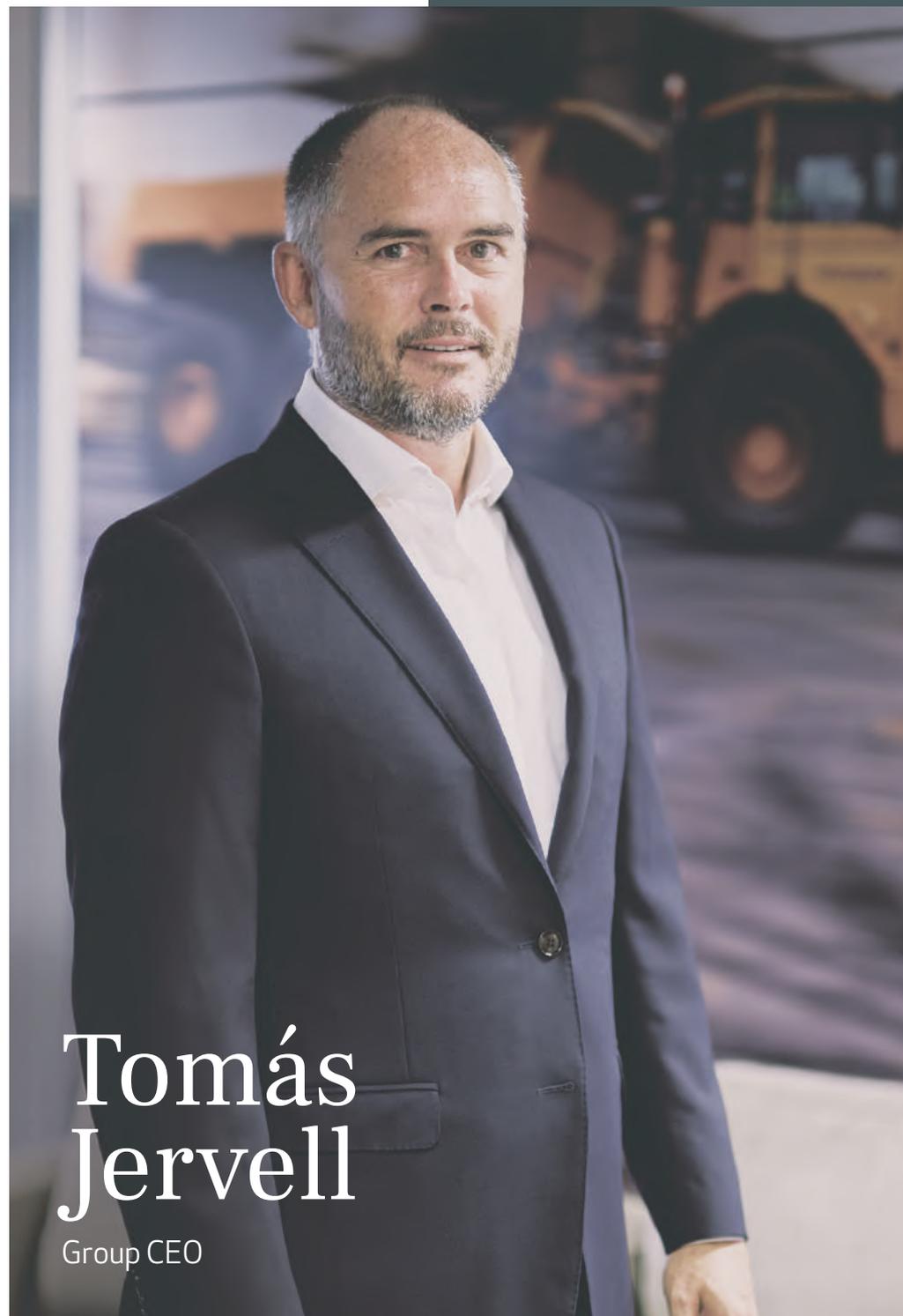
**Nors:** Rua Manuel Pinto de Azevedo, 711, 1º, 4149-010 Porto, Portugal

**Contacto:** +351 226 150 320 | [dgpc@nors.com](mailto:dgpc@nors.com)

# we are ambitious

A ambição de ser Nors move montanhas. Inspirados por um legado alicerçado em perseverança e audácia, as rotas que desenham o nosso futuro têm em si todos os sonhos do mundo.





Tomás  
Jervell

Group CEO

# Legado e futuro, juntos

Editorial de Tomás Jervell

Não é vulgar conhecer, nos dias de hoje, uma organização com 88 anos de história. Distâncias longas como a que percorremos até aqui só podem ser firmadas com um enorme sentido de confiança, de resiliência, e com uma vontade inegável de fazer História — uma vontade que continua a fazer parte do carácter de cada uma das pessoas da Nors, décadas passadas.

A herança deixada pelos que iniciaram esta viagem de dedicação e de trabalho leva-nos permanentemente a visitar o passado: esse “velho” amigo que tem sempre tantas memórias, quanto respostas. É com orgulho que o fazemos: nunca numa perspetiva saudosista, mas sim com a consciência que o nosso ADN carrega consigo anos de um legado empreendedor que nos fomenta consistentemente uma vontade enorme de conduzir os próximos passos do futuro.

A diversidade que caracteriza a nossa organização é, também ela, um dos maiores motores do cunho pessoal, humano e carismático que a Nors sempre preconizou. É de diferentes faixas etárias, culturas, áreas de atividade e negócios que construímos um grupo eclético, capaz de unir a experiência de uns à ambição de outros, e de trazer as respostas que o futuro da Nors precisa de ouvir.

O processo de mudança organizacional comunicado no início deste semestre é um sinal claro da vontade de construirmos uma Nors mais ágil, com uma estratégia de crescimento sólida e uma liderança cada vez mais capaz de enfrentar os desafios do amanhã.

Neste momento de mudança, tão desafiante como transformador, é importante não nos esquecermos de onde partimos – com a certeza que o futuro no qual queremos estar, é um mundo de oportunidades que vamos abraçar, com a firmeza e com o sentido de compromisso de sempre.

# O futuro da inovação

## Um sonho chamado Agile Office

Não há dúvida de que a inovação é um pilar estratégico que veio para ficar no setor dos negócios: quer em Portugal, quer um pouco por todo o mundo, *transformação* e *inovação* foram palavras que passaram a fazer parte do dia a dia das empresas. No entanto, nem todas podem dizer que levam a sua estratégia de transformação tão a sério como a Nors.

A organização tem olhado para a inovação como uma fonte inesgotável de oportunidades da qual está ávida de tirar proveito. O investimento nesta componente tem sido notável e os resultados estão à vista.

As iniciativas desenvolvidas neste contexto estão organizadas em torno das quatro dimensões-chave que enquadram o paradigma de inovação estratégica da Nors: experiência do consumidor, sustentabilidade, mudança organizacional e transição digital.

O Agile Office é um dos principais pilares da nossa estratégia de inovação. Diariamente, e com um espírito de entrega inigualável, há muito trabalho a ser desenvolvido pelas várias equipas que dão corpo a este universo: é este conjunto de pessoas que protagoniza o sonho de tornar a inovação um conceito cada vez mais real para a Nors.



## Mas o que é, afinal, o Agile Office?

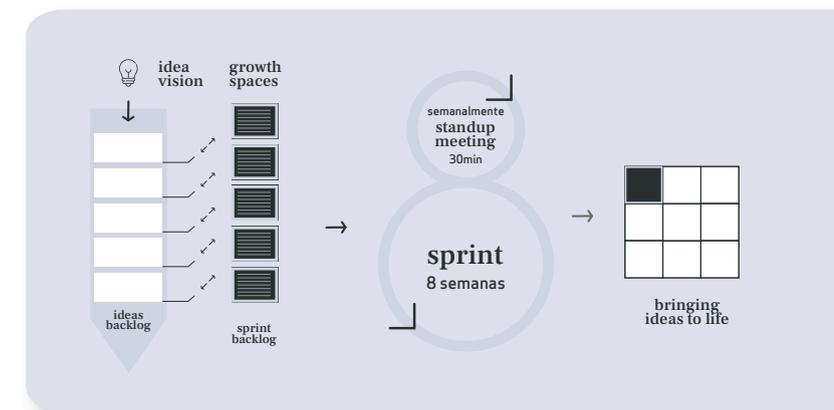
O Agile Office é um projeto de experimentação, podendo ser visto como uma incubadora de projetos disruptivos no seio da Nors. Através do trabalho de várias equipas, as ideias dos colaboradores são traduzidas em novos modelos de negócio, novas estratégias de posicionamento e novas lentes perante os desafios do futuro. A multidisciplinaridade e *pool* de competências de cada uma das iniciativas traz-nos, também, um olhar empreendedor sobre as nossas pessoas, permitindo-nos capitalizar o seu talento, potenciar o seu envolvimento e paixão e, sobretudo, valorizar a ambição com que navegam sobre mares nunca antes explorados.

## Quem é quem no Agile Office?

**g Galactic:** Membros da Comissão Executiva e convidados que patrocinam as iniciativas e decidem sobre o avanço ou recuo das mesmas.

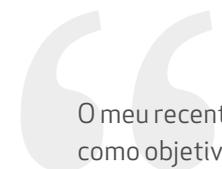
**S Sputnik:** Equipa de trabalho que conduz o PMO (*Project Management Office*) do Agile Office e do programa de inovação, aplicando e cimentando a metodologia e visão estratégica do projeto.

**e Explorers:** Grupo de *project owners* e restante equipa, responsáveis pela definição do propósito e desenvolvimento das próprias iniciativas.



# os maestros

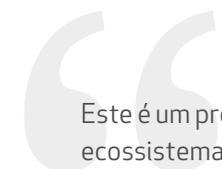
## José Leite Faria, Innovation Sponsor



O meu recente papel enquanto Innovation Sponsor tem como objetivo continuar o caminho iniciado nos últimos anos, que colocou a inovação e a transformação no centro da nossa estratégia. Olho para este desafio com uma vontade enorme de aprender, superar e testar novas formas de olhar para o negócio, novos modelos de trabalho e novas possibilidades de reinventar o paradigma que conhecemos. É com o apoio e o trabalho de um grupo de colaboradores ambiciosos e inconformados que vamos provocar e promover a inovação no seio do grupo, de modo a estarmos preparados para os desafios futuros.



## Patrícia Barbosa, Scrum Master



Este é um projeto ambicioso, que procura criar um ecossistema de inovação dentro da organização e incutir nas operações um espírito empreendedor. As nossas equipas Agile desempenham um papel determinante neste processo – são grupos de trabalho pequenos, ágeis e de *multitasking*, com diferentes perspetivas técnicas e científicas, que trabalham numa lógica de “start small and think global” (começar pequeno e pensar globalmente) e estão dispostas a experimentar e arriscar, tendo demonstrado ser capazes de aprender com os obstáculos e de se reinventar e adaptar às exigências dos projetos e do contexto. São equipas altamente comprometidas com a Nors, com total disponibilidade e uma motivação intrínseca, que surge genuinamente da vontade de contribuir para a mudança, para a resolução dos problemas e para a criação de novos negócios – é esta dimensão inspiracional que tem permitido atribuir às pessoas maior autonomia para investigar, experimentar e implementar as suas ideias.



# as iniciativas

## NEED

**Explorers: Rute Cecílio, Patrícia Barbosa, Patrícia Simões, Paula Martins, Rogério Vita**

A iniciativa NEED (Nors Employee Experience Dynamics) visa alinhar a experiência do colaborador com o propósito e cultura da organização, promovendo uma experiência positiva e verdadeiramente diferenciadora em todos os momentos da sua jornada na Nors. Flexibilidade, dinamismo e uma comunicação global e cativante são as principais premissas de uma iniciativa que promete elevar o conceito de *employer branding* e *employee engagement* ao próximo nível.



“O Projeto NEED ambiciona criar uma experiência da qual as pessoas queiram fazer parte! Queremos explorar a diferença entre “precisar” de trabalhar ou “querer” trabalhar connosco.

**Patrícia Barbosa, project owner**

## Howezy

**Explorers: Joana Gomes, Duarte Fonseca, Tiago Prista, Sandra Silva, Fábio Pato, Hélder Alvarenga**

A iniciativa Howezy surge com o objetivo de criar um *marketplace* de mobilidade, recorrendo ao extenso portfólio de produtos que a Nors engloba e procurando maximizar e modernizar a sua oferta e abordagem ao mercado. Do aluguer de veículos pesados à contratualização de serviços através de uma plataforma digital, o conceito promete abrir portas a um modelo de negócio verdadeiramente diferenciador.



“O que ambicionamos? A nossa ambição é revolucionar o mercado de aluguer de equipamentos e tornar todo o processo de aluguer mais simples e menos moroso! “Your renting made easy, our future made bright!” (Tornamos o seu aluguer fácil, e o nosso futuro mais brilhante.)

**Tiago Prista, project owner**

## Reality Lab

**Explorers: Joel Regufe, Cláudia Cabral, Rute Cecílio**

O Reality Lab tem como objetivo acelerar a transição dos negócios da Nors para o ecossistema da realidade virtual, ativando a ligação entre o mundo real e o mundo digital, através de tecnologias exponenciais como Realidade Virtual e Realidade Aumentada, e com o objetivo final de transformar a experiência do cliente e do colaborador.

O projeto abrange desde a área da formação, com o desenvolvimento de experiências imersivas de realidade virtual, até à área comercial, com a criação de uma experiência de cliente única, através do recurso a estas tecnologias.



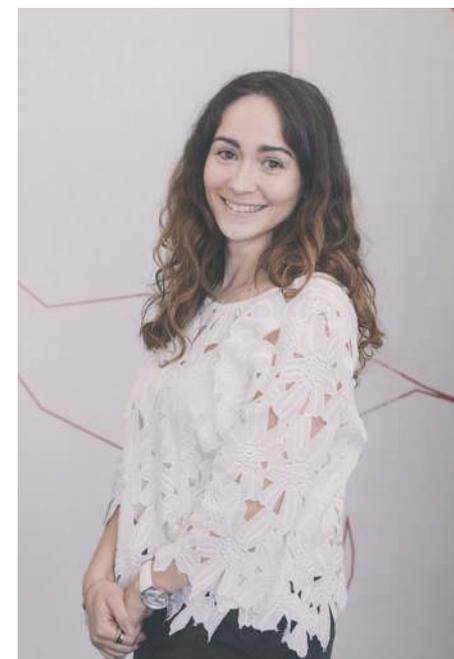
“O Reality Lab surge como um novo pilar no processo de transformação digital que a Nors tem em marcha. Através das tecnologias de RV/RA, criamos ferramentas de apoio ao negócio direcionadas não só para o cliente, mas também para os nossos colaboradores, promovendo experiências únicas e inovadoras. Este trabalho, potenciado pelo uso de metodologias ágeis, permitiu-nos criar uma equipa multidisciplinar, motivada, autónoma e com a preocupação de colocar sempre o foco na experiência do cliente.

**Joel Regufe, project owner**

## Fast Check-in

**Explorers: Carlos Santos, Daniel Silva, António Santinha, Joel Regufe, Vanessa Barros**

Com o objetivo de tornar o atendimento oficial mais eficiente, mais ágil e mais simples para o cliente, a iniciativa Fast Check-in preconiza a celeridade do processo de agendamento, receção e entrega no contexto das oficinas de veículos pesados, possibilitando o acesso a informação precisa, completa e em formato digital aos seus clientes.



“O Fast Check-in tem como ambição acelerar a digitalização dos pontos de contacto com o cliente. A melhoria da experiência do cliente será perceptível nos processos inerentes ao Após Venda. Destaco a digitalização da receção ativa, a criação de canais de comunicação mais eficazes, a dinamização da manutenção preventiva bem como o inculc do planeamento da visita à oficina. O potencial de transformação deste projeto é enorme, o que tem sido desafiante para a equipa de desenvolvimento envolvida.

**Vanessa Barros, project owner**

## Dali

**Explorers: Sofia Barroso, Patrícia Araújo, Milena Santos, Filipa Vieira, Joana Gonçalves, Alberto Fontes**

“Dali” é a iniciativa de suporte à estratégia de dados da Nors. Visa definir um modelo de captura, tratamento, disponibilização e visualização de dados não estruturados (de suporte organizacional ou de negócio), traduzindo-os em instrumentos vivos de apoio à tomada de decisão.



“O projeto Dali pretende revolucionar a relação da Nors com os seus dados, criando uma forma inovadora, integrada e homogénea para a sua análise e visualização. Com a adequada transformação dos dados, será possível dotar todo o grupo, independentemente da sua função e necessidades, da informação necessária para a correta e atempada tomada de decisão. Unir os diferentes *clusters* de dados e consumidores de informação é um desafio enorme, com potencial para revolucionar, inclusive, a forma como trabalhamos no dia a dia.

**Patrícia Araújo, project owner**

## Légua

**Explorers: Catarina Lopes, Ângelo Monteiro, João Araújo, Joana Furriel, José Osório**

Em resposta à dificuldade na contratação de motoristas, a iniciativa Légua surge como uma academia de formação que visa apoiar os formandos na obtenção da habilitação legal de condução de veículos pesados, ao mesmo tempo que auxilia os clientes do universo Nors no processo de recrutamento de motoristas. O projeto tem igualmente uma forte componente social, considerando como público-alvo pessoas em situação de desemprego ou precariedade e atuando, também, numa lógica de reinserção social.



“O Légua é um projeto desafiante e que nos põe à prova permanentemente, ensinando-nos a transformar problemas em soluções. Surge de duas necessidades: a do mercado – carente de motoristas de pesados que consigam satisfazer as necessidades dos nossos clientes – e a da empresa – ávida de colocar no mercado uma solução inovadora, completa e que sirva um propósito ao mesmo tempo comercial e social.

**Catarina Lopes, project owner**

## Vaivém

**Explorers: Filipe Fonseca, Rui Santos, Paulo Santos, Nelson Oliveira, Jorge Cardoso**

Alavancado no propósito de criar um serviço de recolha e entrega programada de veículos pesados, no âmbito da manutenção programada ou preventiva, a iniciativa Vaivém surge com o intuito de colmatar os desafios logísticos e de mobilidade dos motoristas dos clientes, ao mesmo tempo que promove um planeamento e gestão eficiente do ecossistema oficial. Todos os pressupostos do projeto foram desenvolvidos e entregues, estando a sua implementação dependente do contexto que 2020, inesperadamente, trouxe ao âmbito do negócio.



“O projeto Vaivém tem como objetivo complementar e agilizar a nossa oferta de serviços Após Venda num segmento de clientes específico. Esta oferta permitirá ultrapassar algumas barreiras logísticas e operacionais, relacionadas com a movimentação das viaturas para as nossas oficinas, em contextos de localizações geográficas menos favoráveis associados às distâncias para o Concessionário Oficial Renault Trucks mais próximo. Neste formato será possível melhorar a sustentabilidade do cumprimento dos planos de manutenção preventiva e promover os restantes serviços genuínos constantes do nosso portfólio, maximizando a operacionalidade e a performance dos veículos.

**Filipe Fonseca, project owner**

## Icarus

**Explorers: Gustavo Leal, Carlos Santos, Luís Gonçalves, Paulo Santos e Jorge Cascais**

A iniciativa Icarus invoca a tendência de customização do portfólio, ao possibilitar aos clientes um serviço de personalização dos seus veículos (interior e exterior), capaz de impulsionar a sua identidade corporativa através de uma imagem forte, cativante e impactante. A possibilidade de o próprio camião ser um veículo de publicidade em movimento trouxe a esta iniciativa uma excelente oportunidade de potenciar o produto e garantir ao cliente uma oferta totalmente dedicada. O projeto-piloto contou com a personalização total de um camião, tendo sido rapidamente comercializado, o que contribuiu para a prova de sucesso do conceito.



“O projeto Icarus surge da necessidade de tornar o aspeto dos camiões (“boring”) em camiões únicos (“amazing trucks”). Um serviço *tailor-made* que revolucionasse o mercado da personalização, explorando todas as possibilidades, cumprindo sempre as exigências das marcas e da legislação. Foi desafiante explorar todas as possibilidades, enquadrar no nosso sector, e ter a possibilidade de o materializar no projeto Optimus. Ir além dos limites da imaginação foi o mote deste projeto Icarus.

**Paulo Santos, project owner**

## Sales Toolbox

**Explorers: Miguel Mendes, Patrícia Araújo, Filipa Vieira, Patrícia Simões e Nuno Nascimento**

Integrada no horizonte incremental, a iniciativa Sales Toolbox surge com a intenção de criar um novo paradigma comercial no seio do negócio. Na sua génese, desenvolveu uma proposta de valor adequada às necessidades e aspirações do cliente, assente na criação de um *pack* de ferramentas digitais, capazes de suportar a atividade comercial e a relação entre consultor comercial e cliente. Os pressupostos do projeto foram entregues em 2020 e o eixo de competências faz já parte do cenário comercial da Galius.



“Com o projeto Sales Toolbox, ambicionamos criar um novo paradigma comercial. Mais do que alterar a forma como vendemos, quisemos alterar a forma como o cliente compra.

**Patrícia Araújo, project owner**

# novos desafios, novas respostas

O ano de 2020 foi altamente desafiante para o desenvolvimento de novos projetos, porém, nem a crise pandémica nem o teletrabalho conseguiram pôr um travão à resiliência das equipas do Agile Office.

A Nors deu continuidade à dinamização do programa, implementado em 2019, e a capacidade de adaptar a metodologia às circunstâncias de trabalho remoto impostas pela nova realidade foi notável. As dinâmicas de trabalho transitaram para um modelo 100% digital, garantindo a interação e envolvimento das equipas e dos *sponsors* dos projetos, da forma comprometida e dinâmica que sempre caracterizou este fórum.

Esta é uma aposta para continuar a reforçar: é fácil afirmar que a multidisciplinaridade e *pool* de competências que cada uma das iniciativas potencia dá azo a novas e ambiciosas oportunidades de crescimento, prontas para impactar o futuro da Nors – numa perspetiva que tanto tem de ágil como de verdadeiramente transformadora.



# Regresso ao futuro

**A Nors compreende um universo composto por colaboradores das mais diversas gerações: daqui, resulta uma visão que alia, inevitavelmente, experiências passadas e perspetivas futuras. Este paradigma faz com que a Nors seja um dos bons exemplos em que o melhor dos dois mundos é possível. Para o comprovar, desafiamos duas gerações de colaboradores a partilhar a sua visão.**

De um lado do Atlântico, encontramos José Manuel Oliveira, historiador de formação, comercial de alma e um apaixonado pela indústria automóvel. José tem uma carreira longa e merecedora de reconhecimento na Auto Sueco Portugal, tendo trabalhado em vários setores da empresa. Este percurso permitiu-lhe que adquirisse *know-how* para construir o seu próprio caminho de sucesso no grupo, tanto pela experiência como pela constante aposta na formação contínua.

Do outro lado do oceano está Ethan Eddy, o jovem mecânico de 22 anos da mais jovem empresa do grupo Nors, a Strongco. Ethan alega ser o colaborador mais novo e mais alto da empresa e, graças à parte, demonstra um espírito determinado e curioso. Integrou a equipa da Strongco em Mississauga há cerca de 2 anos, logo depois de terminar a sua formação, estando certo de que, com a ajuda do legado da Nors, o seu crescimento, tal como o da Strongco, serão excecionais.



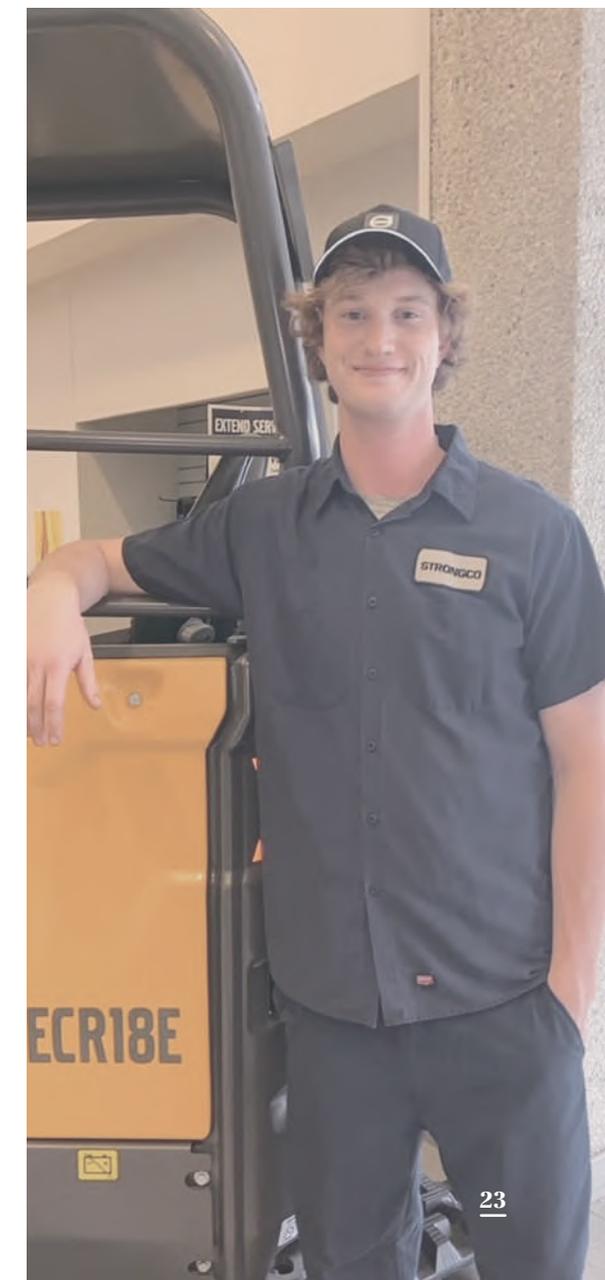
José Manuel Oliveira

## **Em poucas palavras, como definiria a missão da Nors?**

**José Manuel Oliveira (JMO):** Eu diria que a missão e o legado que a Nors nos tem transmitido, no passado e no presente, se alicerçam em dois grandes vetores: o da visão e o da excelência. A visão nasceu da aventura encabeçada pelos nossos fundadores, nos anos 30, ao apostar numa marca (a Volvo) sem o crédito e a reputação que hoje lhe reconhecemos. A capacidade de apostar num serviço de Após Venda excepcional, sem precedentes na altura, ditou a posição absolutamente inequívoca que a Nors detém presentemente. A proximidade que cultivamos com os clientes não tem paralelo na indústria portuguesa dos pesados de mercadorias. Recentemente, a aposta na internacionalização e entrada em novos mercados, bem como a criação da marca unificadora “Nors”, espelham a ambição e a diversidade de todas as pessoas e áreas de negócio que compõem o grupo. No vetor da excelência, diria que esta se concretiza em todos os produtos

e serviços da empresa; no *know-how* dos seus colaboradores, ao potenciar oportunidades de consolidação e desenvolvimento de carreira (paradigma para o qual penso ser um bom exemplo); na ambição constante de fazer “mais e melhor”; no repto de ser uma referência global para clientes, fornecedores e colaboradores; e, por fim, na preservação de relações longas de confiança fundadas no nosso legado, que pretendemos transmitir às novas gerações, para que se torne parte do seu ADN! Esse é, no meu entender, o maior património da Nors. E gostaria de acrescentar que me apraz muito ver isso refletido em colegas de outras áreas e outras geografias, que chegaram ao grupo recentemente.

**Ethan Eddy (EE):** Para nós, na Strongco, tem sido um pouco difícil conhecer a Nors, por causa da pandemia que vivemos. A nossa entrada para o grupo, há pouco mais de um ano, foi bastante impactada por esse contexto e, infelizmente, não tem sido possível contactarmos com o grupo “em pessoa”! Além disso, nós estamos aqui no Canadá, do outro lado do Atlântico,



o que não torna muito fácil este primeiro encontro (risos). Mas, por aquilo que conheço, diria que as duas empresas, Nors e Strongco, partilham a mesma missão: estabelecer relações longas e de confiança com os clientes, desbravando território e definindo a sua própria posição no mundo. Parece-me também que as pessoas estão mesmo no centro da nossa missão. Mais do que a inovação que nos caracteriza, se tivesse de escolher um pilar, seria a transparência: sem ela, não conseguimos sedimentar essas relações longas e fortes com os nossos parceiros. Essa transparência também se liga muito à nossa ambição, que penso fazer igualmente parte do ADN da Nors. A ambição é como a força motriz para criar transparência, na minha opinião. E, no meu caso, não trabalho diretamente com clientes, porque sou mecânico! No entanto, se os nossos comerciais não tiverem essa relação de confiança e transparência com o exterior, torna-se impossível fazermos o nosso trabalho... Acho que é um pouco como uma árvore: se um elemento falhar, tudo o resto falha também.

“Mas, tanto o grupo Nors, como a Auto Sueco Portugal – da qual faço parte – têm, de facto, estado na linha da frente no que toca à inovação, o que nos permite oferecer um serviço de excelência aos nossos clientes.

José Manuel Oliveira

**Se tivesse de escolher um aspeto no qual a Nors é mais inovadora do que os seus concorrentes, qual seria?**

**JMO:** Só um aspeto? Será difícil! Mas, tendo de escolher, diria o avanço tecnológico. Vivemos num período de algumas transformações - umas mais rápidas e outras mais lentas, mas todas importantes para o nosso setor. E o futuro trará, com certeza, transformações radicais nesta área! Mas, tanto o grupo Nors, como a Auto Sueco Portugal – da qual faço parte – têm, de facto, estado na linha da frente no que toca à inovação, o que nos permite oferecer um serviço de excelência aos nossos clientes. Dando-lhe um exemplo muito concreto, orgulho-me de fazer parte de um projeto novo e com alguma envergadura que a Auto Sueco está, neste momento, a implementar na sua área comercial: o MAC, ou Modelo de Acompanhamento Comercial (mais informação sobre o MAC na seção Nors News). Do meu ponto de vista, este modelo terá um impacto muito positivo na experiência

do cliente, pois estaremos mais focados nas suas necessidades, oferecendo um serviço direcionado e customizado, que até aqui se focou maioritariamente na renovação de frotas e contas correntes.

**EE:** Um aspeto inovador... São bastantes! Posso voltar a esta pergunta no final (risos)? Acho que, para falar de inovação, temos de falar de tecnologia, não é? A Volvo, por exemplo, lançou recentemente máquinas compactas elétricas e está a pensar facultar-nos alguns desses equipamentos para um período experimental; penso que nenhum dos nossos concorrentes faz o mesmo – para nós, é uma distinção. Este é um aspeto bastante diferenciador, sendo que os nossos clientes investem muito dinheiro neste tipo de máquinas. Assim, proporcionando-lhes a possibilidade de os experimentar e testar antes da compra, conseguimos melhorar substancialmente a sua experiência.

**Em que medida sente que a sua função marca a diferença no dia a dia da Nors?**

**JMO:** Uma das minhas grandes preocupações é, de facto, a manutenção e a construção de relações de confiança que são, para mim, um paradigma nesta indústria. O cliente representa tudo o que faz mover a empresa e as nossas atividades quotidianas. Por isso, nunca descurando o legado da marca, esforço-me - quer eu, quer a equipa que lidero - para ser encarado como um



Ethan Eddy

elo do cliente à marca, em toda a sua envolvência. Não estamos próximos do cliente apenas para vender camiões, mas também para o ajudar no processo de tomada de decisão, na gestão das suas empresas, ou até no campo da legislação, que costuma ser um “bicho de sete cabeças”. Somos, não só parceiros comerciais, mas também consultores e facilitadores. Mesmo durante a pandemia, com todos os cuidados, nunca deixámos de visitar clientes... E eles escolhem-nos por isso! Não vendemos qualquer produto a qualquer cliente: selecionamos e segmentamos a oferta à medida das necessidades de cada um, sendo que dificilmente haverá dois produtos iguais. Tomando o exemplo das viaturas de construção civil, que representam um tipo de venda muito técnica, basta um

pequeno erro na especificação de um equipamento para deitar a perder todo o nosso investimento, além de poder pôr em risco a segurança dos utilizadores. Assim, apesar de esta autoexigência se refletir numa potencial onerosidade dos produtos e serviços, nunca perdemos a liderança no mercado porque marcamos, efetivamente, a diferença.

**EE:** É uma boa pergunta. Voltando à imagem da árvore, de facto, o meu dia a dia passa por trabalhar com as máquinas e veículos dos clientes – equipamento esse que, estando na oficina, não está a gerar lucro, criando uma dependência enorme do lado do cliente. Caso o meu trabalho não seja bem desempenhado e as reparações bem feitas, o cliente vai ficar sem a maquinaria durante um longo

“Acho que, para falar de inovação, temos de falar de tecnologia, não é?”

Ethan Eddy



“Adoro o que faço e vejo-me a fazê-lo por mais algum tempo. Não sei dizer o que farei daqui a dez anos, mas com muita pena minha, certamente que não será relacionado com camiões! Mas nunca se sabe...”

José Manuel Oliveira

período de tempo, o que afeta diretamente o seu negócio. Voltando à questão da transparência, uma possível falha do nosso lado pode deixar os nossos parceiros insatisfeitos e quebrar a confiança que depositam em nós – se eu não fizer a minha parte, o cliente não pode fazer a sua.

**Como imagina o seu futuro na Nors? Quais são as suas ambições e objetivos?**

**JMO:** Tenho como ambição querer sempre fazer mais e melhor. Ao fim deste tempo todo - e reconheço que pode não ser uma característica comum em pessoas com a minha idade e com o tempo de serviço que tenho na empresa - mas continuo a levantar-me, todos os dias, com a mesma motivação. Adoro o que faço e vejo-me

a fazê-lo por mais algum tempo. Não sei dizer o que farei daqui a dez anos, mas com muita pena minha, certamente que não será relacionado com camiões! Mas nunca se sabe... De facto, estou muito entusiasmado com este novo projeto no qual estou envolvido, pela apetência que tenho nas áreas tecnológicas e por me dar muito bem com a mudança. O desafio que se coloca a uma empresa como a Auto Sueco Portugal e a um grupo como a Nors é um futuro de oportunidades e ameaças: a questão da sustentabilidade, que irá mudar para sempre a indústria automóvel, e que estamos preparados para enfrentar através de iniciativas absolutamente pioneiras nas áreas dos combustíveis, dos veículos elétricos, da automação e manutenção preditiva são um exemplo. Estas mudanças irão fazer-nos repensar a própria relação com os clientes: mas não tenho dúvidas de que nos saberemos reinventar.

**EE:** Bem, há bastantes mudanças a acontecer nesta indústria – muita tecnologia a surgir e muitos progressos em termos de equipamento, em especial com a Nors. Mas talvez opte por falar mais da Strongco, que conheço melhor. No futuro, espero poder trabalhar na área da assistência no terreno, que é um pouco diferente do que faço agora: neste momento, trabalho na oficina, o que significa que só lido com veículos que são deixados no local. No caso da assistência no terreno, teria a oportunidade de me deslocar até aos espaços dos clientes e reparar as máquinas *in loco*, onde estão

a ser usadas para trabalhar – e, em alguns casos, isso implica mesmo deslocações até áreas mais remotas! Também gostaria de trabalhar na área dos veículos elétricos e maquinaria sustentável, visto ser um universo em ascensão neste momento, especialmente na indústria automóvel. Seria muito interessante especializar-me nisso, uma vez que a maquinaria pesada não está muito atrasada em relação aos automóveis, e em breve dará o salto para a área dos elétricos. Ainda não estou certo do que gostaria, mas a Strongco oferece muitas oportunidades de progressão na carreira e de podermos escolher o que queremos ser - estou certo de que, com a Nors, o princípio é o mesmo. É tudo muito entusiasmante, e estamos todos ansiosos para conhecer melhor a Nors, muito em breve!

**Como imagina o futuro da Nors daqui a 50 anos?**

**JMO:** Como disse, uma previsão a 50 anos é difícil de fazer... Diria que, num futuro a 10, 20 - e talvez até 50 anos! - o grupo continuará a ser um dos maiores grupos na indústria automóvel. Falo não só a nível de capital, como também da sua internacionalização, uma vez que temos demonstrado a capacidade de encontrar oportunidades de negócio em geografias diversas e mais longínquas - além da capacidade incansável de inovar e de prever todas as transformações que a indústria tem sofrido e vai sofrer. Repare: isto reflete, de facto, uma grande preocupação com a antecipação destas questões, para que sejamos nós a preparar as soluções para os clientes muito

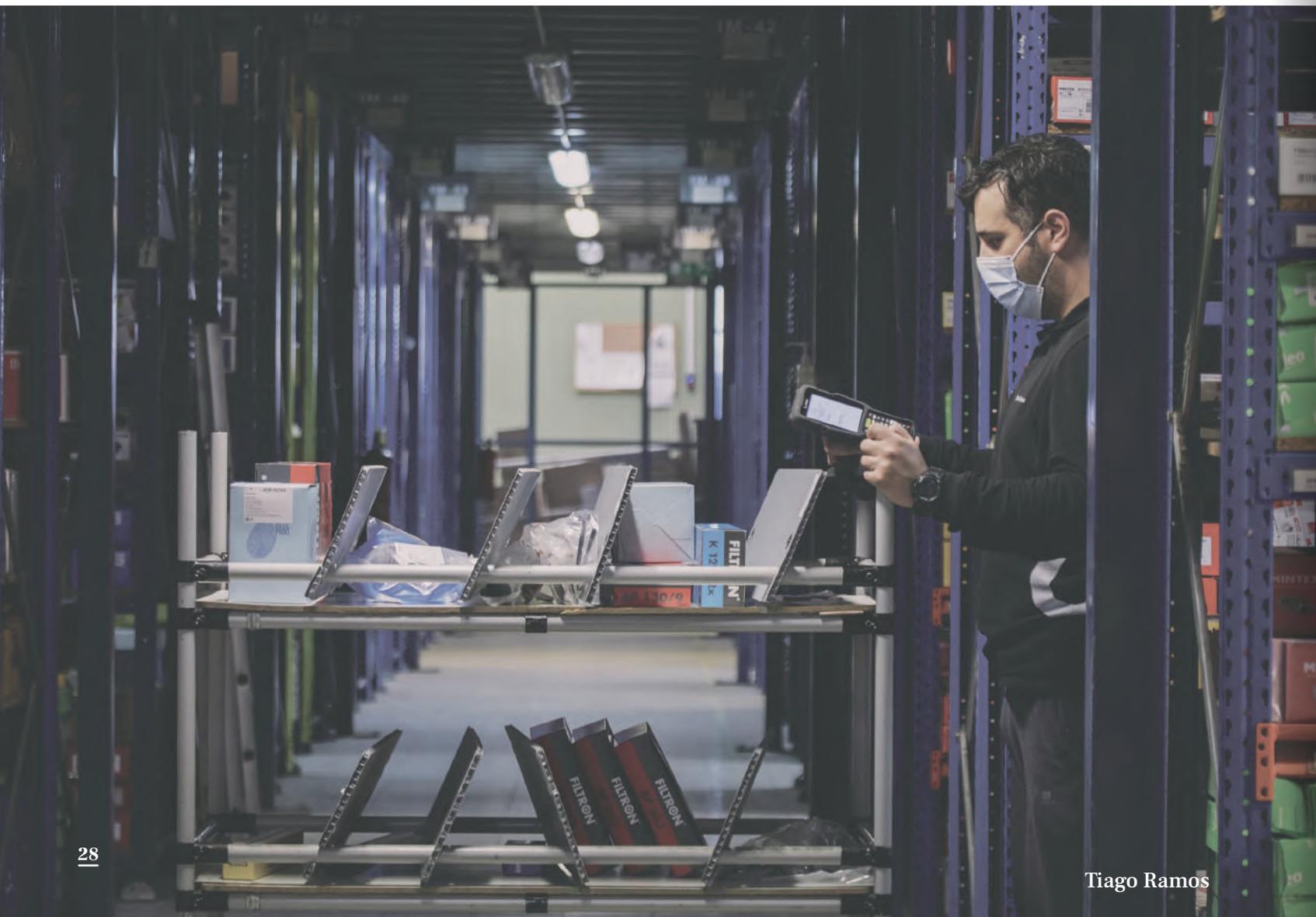
antes de potenciais incertezas aparecerem. Contudo, mesmo não sabendo que caminho iremos percorrer, a Nors estará com certeza na linha da frente, junto dos seus parceiros.

**EE:** Bem, sinto que o futuro será um pouco “louco” e imprevisível, principalmente com esta pandemia que continuamos a viver. No entanto, daqui a 50 anos, gostaria de ver uma indústria com quase 100% de veículos elétricos e um crescimento incremental e internacional, com mais filiais espalhadas pelo país – e pelo mundo, com a ajuda da Nors! Para nós, a Nors é como um grande navio, com muita experiência: e nós acabamos de embarcar, navegando rumo ao futuro. Todos juntos, somos milhares de trabalhadores, em mais de 17 países, o que justifica totalmente esta ambição. 50 anos é muito tempo - com certeza que muitas transformações se avizinham!

“Para nós, a Nors é como um grande navio, com muita experiência: e nós acabamos de embarcar, navegando rumo ao futuro.”

Ethan Eddy

# OCLA: um passo em frente para o Aftermarket



Tiago Ramos



Diogo Franco



A Nors Aftermarket é uma das áreas de negócio do grupo Nors. Liderada em Portugal por João Jervell, que assumiu o papel de CEO do Aftermarket Portugal a 1 de julho de 2021, tendo Isabel Basto como COO da operação, incorpora um mote tão simples quanto ambicioso: levar os negócios dos clientes mais longe.

Para compreender o valor de uma área de negócio como o aftermarket, é necessário conhecer a sua origem e enquadramento num grupo tão diversificado como a Nors. O primeiro passo rumo ao mercado do Aftermarket deu-se em 2003, com a aquisição da Civiparts, empresa especializada na comercialização de peças multimarca para veículos pesados. O passo seguinte foi complementar a estratégia iniciada em 2003 no segmento de pesados, que se mostrava em franco desenvolvimento. Assim, a Nors inicia a atividade no aftermarket de ligeiros com a criação da AS Parts, em 2006. A empresa começou como uma pequena startup independente; contudo, desde cedo, a sua fundação marcou uma visão estratégica de mercado, ao integrar uma oferta alargada e absorvendo alguns *players* de referência no mercado.

Hoje, no universo Nors, o negócio do Aftermarket Portugal é composto pelo segmento de pesados, com a Civiparts, e de ligeiros, com a Newonedrive – que integra as marcas AS Parts e OneDrive. Mas a sua presença vai além da distribuição e do retalho de peças multimarca: atuando no segmento de ligeiros, a Newonedrive oferece também uma vasta rede de oficinas e serviços de apoio técnico personalizado, bem como formação especializada. Neste campo, o papel da Nors torna-se preponderante, especialmente junto dos fornecedores, que reconhecem o grupo como um expoente de idoneidade, fiabilidade e experiência.

Se 2020 foi palco de inúmeros desafios, foi também marcado por avanços substanciais. Os mais recentes anos foram pautados por um crescimento que culminou com a necessidade de inovar e alterar os procedimentos e processos logísticos nesta área de atividade, respondendo à complexidade que o caracteriza.

## Newonedrive em números

## ENTREGAS POR DIA

565

## ENCOMENDAS POR DIA

5 000

## CADÊNCIA DE ENTREGAS

2h em 2h

## REFERÊNCIAS POR DIA

9 000

## REFERÊNCIAS EM STOCK

60 000

## STOCK EM EUROS

9 milhões

## MARCAS DE PEÇAS

65

## GAMAS DE PEÇAS

260

Na Newonedrive, todo este fluxo de operações de armazém era, até 2019, feito “à moda antiga”: à mão e em papel. Porém, perante um cenário de elevado crescimento, que se vinha a verificar desde há uns anos – tanto ao nível de faturação e clientes, como de logística e catálogo – impunha-se a necessidade de inovar e cimentar as dinâmicas e processos de trabalho recorrendo ao apoio da tecnologia: assim surgiu o projeto OCLA.

O projeto de Otimização da Cadeia Logística do Aftermarket (OCLA), que teve o seu início no ano de 2017, teve como principais objetivos otimizar os processos e fluxos logísticos, especialmente ao nível da expedição, diminuir os recursos, nomeadamente no que concerne ao espaço de armazenamento, assim como controlar as operações em tempo real e apoiar os clientes de forma mais consistente e personalizada. A sua finalidade sempre foi levar o Aftermarket da Nors em Portugal a ocupar uma posição de liderança no mercado: não apenas em faturação, como também na excelência do serviço prestado. Podemos afirmar que, terminado o processo de implementação do OCLA no segmento de ligeiros, em dezembro de 2020, a Newonedrive teve um aumento de produtividade de cerca de 30% e de uma redução de aproximadamente 40% nas horas extra, o que significa, incontestavelmente, que a digitalização e renovação dos procedimentos que o projeto acarretou foi diretamente responsável pelos níveis de eficiência e diligência alcançados pela empresa.

O processo de implementação do projeto OCLA levou cerca de três anos e contou com a colaboração do Instituto KAIZEN™. Os colaboradores da Newonedrive foram, durante este período de tempo, assistidos de perto pelos consultores externos, que os formaram e apoiaram in loco, nas instalações e armazéns da empresa. A transformação foi norteada pelo aumento da eficiência, produtividade e transparência, trabalhando desde os processos de picking e packing ao empenho dos colaboradores. Houve, de facto, durante a implementação do OCLA, uma forte preocupação face à motivação e gestão dos colaboradores uma vez que, nas palavras de Isabel Basto, COO do Aftermarket Portugal, “não se pode fazer inovação sem pessoas”. Uma das iniciativas mais notáveis neste âmbito foi a criação de um prémio desempenho/produtividade para os colaboradores dos armazéns, corroborando este paradigma.

Importa também reforçar o impacto positivo das novas tecnologias no contexto do OCLA, que se repercutiu junto dos clientes, colaboradores e chefias. O aumento da digitalização dos processos permitiu aos colaboradores de armazém “fazer mais por menos”, trabalhando menos horas e aumentando a eficiência produtiva de forma tangível. Estes processos tiveram também um

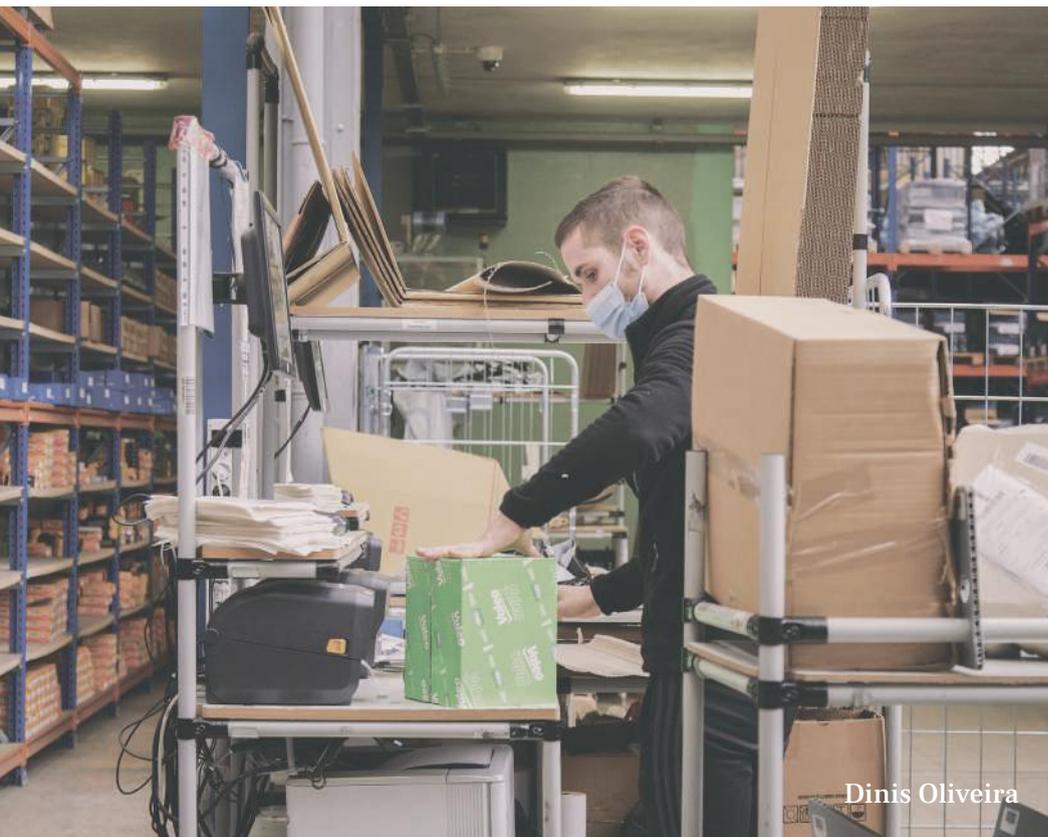
impacto verdadeiramente positivo na redução dos níveis de stress dos colaboradores: com a simplificação de processos e diminuição da margem de erro, a ambição e motivação das equipas envolvidas aumentaram de forma significativa.

Para o cliente, a mudança também se fez sentir expressivamente. A área de negócio do aftermarket assenta, essencialmente, na eficiência logística: em ter a peça certa na hora certa. Isabel Basto reconhece que o cliente procura consistência, mais do que flexibilidade. Hoje, e após a implementação do OCLA, é possível saber, a qualquer hora, a localização de qualquer tipo de peça – fator que transmite a confiança e segurança que o ADN da Nors tão bem preconiza. Este nível de satisfação é absolutamente tangível, visto que uma das principais funcionalidades do novo programa é a avaliação do serviço por parte do cliente. A Newonedrive terá em breve um portal online que permitirá ao cliente estar totalmente envolvido no processo, da encomenda à entrega.



“ Não se pode fazer inovação sem pessoas.

Isabel Basto



Dinis Oliveira



Isabel Basto

Em 2021, depois do sucesso do projeto OCLA na Newonedrive, o grande objetivo é finalizar o processo na Civiparts. Para Isabel Basto, este processo de otimização será um passo-chave no futuro das três marcas, permitindo uma visão holística sobre pesados e ligeiros, numa lógica transdisciplinar. Em retrospectiva, Isabel Basto recorda a célebre frase de Einstein sobre “fazer tudo da mesma forma e esperar resultados diferentes” para se referir a um dos maiores desafios enfrentados. A mudança de comportamentos e mentalidades inerente a este processo de digitalização não foi fácil, sobretudo por haver um sem número de crenças rígidas interiorizadas e muitos anos de hábitos e “verdades absolutas”. No entanto, segundo a COO, “este negócio não é para moles!”.

Quem partilha esta visão é Diogo Franco, Coordenador de Armazém da Newonedrive, no Porto. O testemunho de Diogo sobre o impacto do OCLA na empresa é privilegiado, uma vez que observa diariamente os seus benefícios, “na linha da frente”. A grande vantagem, diz, é o controlo de erros: com esta recente alteração, a equipa aumentou para 98% o nível de cumprimento junto aos clientes – indicador que se encontrava, anteriormente, em cerca de 50%. As divergências mensais diminuíram de 200 para 50 por mês.

Os ganhos são evidentes – processos mais rápidos, menos erros, maior volume de encomendas expeditas e maior credibilidade junto aos clientes. Diogo acredita que é fulcral destacar o valor desta atualização para os colaboradores: ainda que o início tenha sido duro, pela mudança abrupta de mindset, “de um dia para o outro”, o facto de usufruírem de um sistema que faz o processamento das encomendas no armazém de forma quase totalmente automática, permite que os colaboradores se foquem noutros aspetos do processo, anteriormente descuidados. A velocidade de processamento, os tempos de paragem e outros indicadores de produtividade são, hoje, prioritários para a equipa. O panorama é quase futurista: quando uma encomenda é feita por e-mail, a informação é diretamente direcionada para as pistolas do armazém – o colaborador só tem que verificar essa mesma informação e fazer o carrinho com todos os itens pedidos. “Já ninguém voltaria ao sistema anterior”, afirma convictamente o Coordenador. Para além da simplificação no processo, Diogo acredita que o projeto OCLA aliviou os colaboradores de uma carga de stress e de um excessivo nível de responsabilidade, dado estar, neste momento, totalmente informatizado. Hoje, a equipa sente uma maior segurança no desempenho das suas funções, confiança e, acima de tudo, satisfação em fazer o trabalho de forma rápida e eficiente, entregando valor de forma consistente e diferenciadora.

### Newonedrive distinguida com o prémio KAIZEN™ Portugal “Excelência na Produtividade”

Com o objetivo de distinguir projetos nacionais que se destacam na prática da melhoria contínua para a inovação, excelência, crescimento e rentabilidade, em 2021, a Newonedrive recebeu o prémio “Excelência na Produtividade”, atribuído pela KAIZEN™ Portugal. A atribuição deste prémio teve como pano de fundo a implementação do projeto OCLA, processo acompanhado pelo Instituto, num trabalho conjunto de esforço contínuo e de uma enorme persistência por parte toda a equipa de trabalho.



Veja aqui o vídeo de apresentação do projeto!



Em vigor desde 1 de julho, a recente alteração estratégica que incidiu sobre o modelo organizacional da Nors trouxe mudanças ao universo do aftermarket.

Assim, em Portugal, as marcas Civiparts, AS Parts e OneDrive, integram hoje a estrutura designada por Aftermarket Portugal, liderada por João Jervell, CEO.

Os colaboradores que constituem a estrutura central desta área de negócio passaram a desempenhar as suas funções numa lógica transversal a todas estas empresas. Já em Angola, as marcas de negócio Civiparts e OneDrive dão lugar ao Aftermarket Angola, estrutura encabeçada pelo seu CEO, Pedro Torres.

# we are transparent

A integridade corre no nosso ADN, inequívoca e linearmente. Abraçamos um forte sentido de compromisso e de justiça em todas as relações que marcam o nosso percurso, há 88 anos.



# Reunião Anual 2021

Na Nors, acreditamos que a transparência é a base para qualquer relação de sucesso e confiança. Para o grupo, é fulcral partilhar com todos os colaboradores e parceiros, de forma contínua, a sua visão estratégica, as metas alcançadas e as projeções que idealiza para o futuro. Frontalidade, abertura e clareza estão no centro da atuação da Nors e é graças a estes pilares que temos construído um caminho forte e ambicioso, capazes de enfrentar qualquer desafio que se imponha.

Foi inspirada nestes valores que surgiu, há já vários anos, a Reunião Anual Nors: uma reunião na qual se apresentam e discutem as principais linhas orientadoras da estratégia da organização. Em 2021, a Reunião Anual contou com mais de 90 colaboradores convidados e – por força das circunstâncias – foi realizada em formato digital. O evento foi transmitido em direto para as sete geografias onde a Nors opera diretamente e recorreu ao apoio da tradução simultânea, com o objetivo de partilhar, com o mesmo grau de acessibilidade, a informação com todos os participantes.

O evento deste ano foi marcado pelo conceito de sustentabilidade: o intuito passou por abordar o tema de forma global, numa perspetiva de consistência e determinação perante o futuro. Assim, estruturada sobre uma abordagem holística e transversal, a agenda da sessão foi organizada em torno de 4 pilares: *Sustainable Numbers*, *Sustainable Markets*, *Sustainable Motions* e *Sustainable Future*.



Tomás Jervell

## Sustainable Numbers

Ser sustentável é, também, ter a capacidade de gerir da melhor forma possível os recursos disponíveis. Neste contexto, o planeamento estratégico torna-se fundamental, garantindo que a análise da evolução dos indicadores e resultados se harmoniza com os objetivos da organização, a médio e longo prazo.

Rui Miranda, CFO da Nors, apresentou à equipa de trabalho uma visão global sobre os resultados financeiros de 2020, enquadrando e analisando a *performance* da Nors à luz dos principais acontecimentos globais.

Em 2020, os resultados financeiros foram inevitavelmente marcados pelo contexto da pandemia. Contudo, o volume de negócios agregado do grupo manteve-se praticamente inalterado, fixando-se nos 1,6 milhões de Euros. A contribuição da Strongco foi de extrema importância para a apresentação deste desempenho global: a empresa, adquirida em 2020, passou a integrar as contas do grupo a partir de março, personificando uma contribuição sólida para os resultados positivos obtidos.

De um modo geral, as operações do grupo apresentaram um grande espírito de resiliência face à crise, sendo relevante salientar o efeito de diversificação de mercados e setores que o portfólio atual oferece como fatores-chave, neste contexto.



Para saber mais sobre os resultados e *performance* do grupo em 2020, em detalhe, consulte a versão digital do mais recente Relatório e Contas Consolidadas da Nors.



Oliver Nachevski



## Sustainable Markets

Os indicadores apresentados por Rui Miranda foram claros quanto ao impacto positivo que a aquisição da Strongco significou num ano tão instável e imprevisível como 2020.

Assim, neste segundo ponto da agenda da reunião, o tema da sustentabilidade passou a ser explorado no âmbito da presença global da Nors, particularmente no seu posicionamento de referência euro-atlântico.

A estratégia de expansão e crescimento da organização teve a aquisição a Strongco - o maior *dealer*

de equipamentos de construção e infraestruturas Volvo Construction Equipment no Canadá - como um dos seus momentos mais marcantes, razão pela qual Oliver Nachevski, CEO da empresa, protagonizou este momento da reunião, apresentando oficialmente o mais recente membro da família Nors à restante equipa.

Do portfólio de produtos às filiais que detém, passando pelos principais marcos históricos e resultados financeiros alcançados pela empresa, a apresentação consistiu numa visão transversal sobre *quem* é a Strongco,

*de onde* vem e, sobretudo, *para onde* quer caminhar, ombro a ombro com a Nors. Contando com cerca de 500 colaboradores, da costa este à oeste, a Strongco, tal como a Nors, procura nutrir e preservar as suas relações numa perspetiva de longo-prazo, mostrando-se altamente comprometida com a excelência do serviço ao cliente. Com esta apresentação, tornou-se evidente, uma vez mais, o completo alinhamento da empresa canadiana face àquilo que a Nors representa e pretende para o seu futuro: uma história alicerçada na ambição, na transparência e na sustentabilidade das suas relações.

## Sustainable Motions

O terceiro momento de reflexão do evento foi conduzido por Patrícia Barbosa e Rute Cecílio, da Direção Geral de Pessoas e Comunicação da Nors. O objetivo central passou por apresentar à equipa as principais diretrizes da Estratégia de Responsabilidade Corporativa da Nors, designada de “Sustainable Motions”.

Neste ponto, o conceito de sustentabilidade foi claramente correlacionado com uma política centrada nas pessoas e na transformação cultural: áreas nas quais o grupo tem procurado apostar de forma efetiva. Sendo a Nors uma empresa que atua globalmente, não pode ficar indiferente às grandes tendências que se fazem sentir no âmbito da responsabilidade social

e corporativa – é hora de agir e de olhar para um futuro verdadeiramente sustentável, consistente e global, fazendo parte da solução.

A Estratégia de Responsabilidade Corporativa da Nors terá como principal objetivo a construção de um plano de crescimento sustentável e aplicável a todas as geografias e realidades do grupo, adotando uma abordagem alinhada com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (os célebres *Sustainable Development Goals*), que serviram de inspiração ao desenvolvimento do programa.

Assim, ficou claro que a agenda de sustentabilidade da Nors deve gravitar em torno destas diretrizes,

mundialmente reconhecidas, alinhando o seu plano de ação e abordando a sustentabilidade em torno de cinco áreas principais: nos serviços, na cadeia de abastecimento, nas (e para as) pessoas, na integridade e na comunidade.

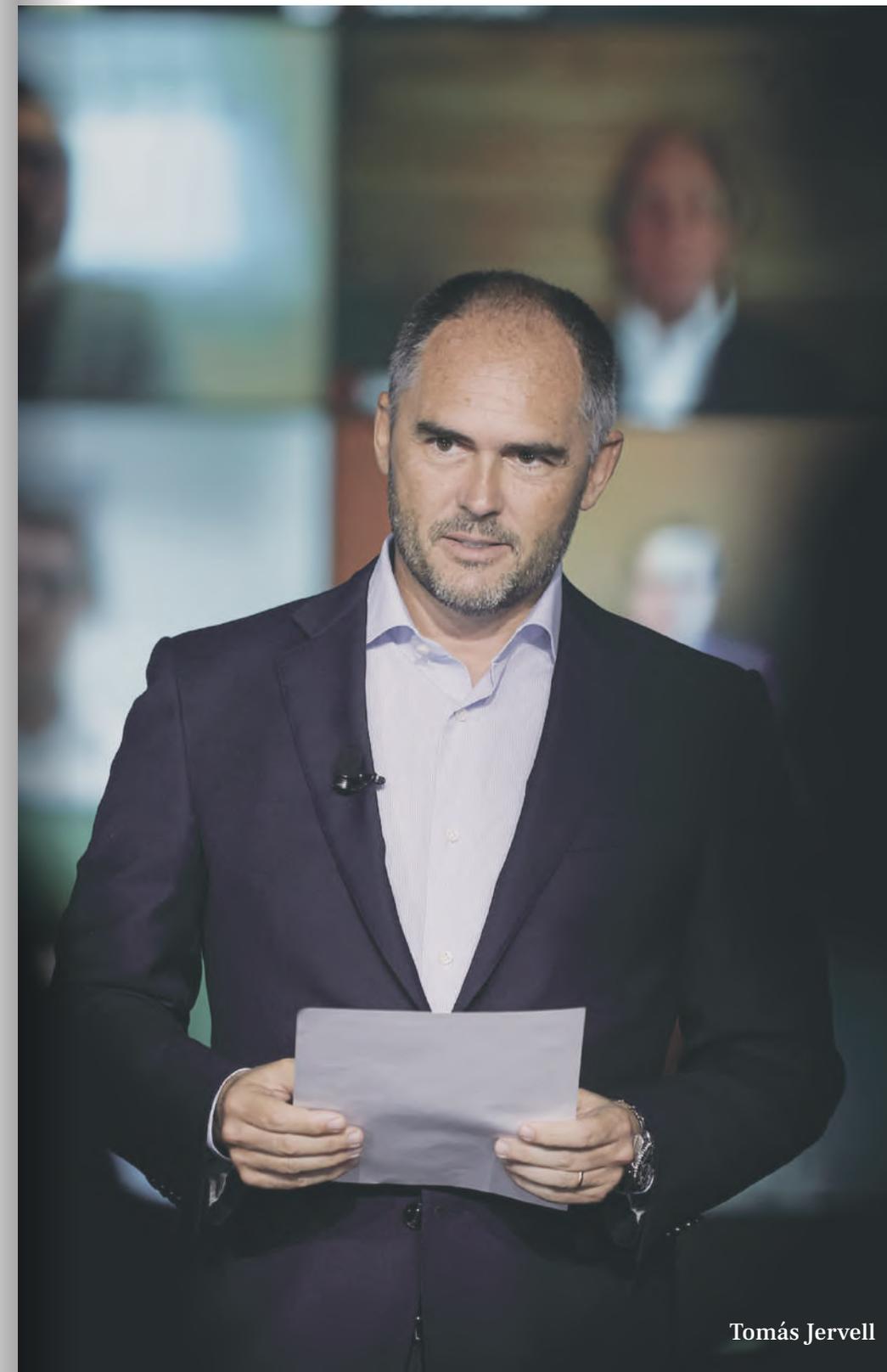
Este momento da reunião terminou com a certeza nítida de haver um longo caminho para percorrer e muitas áreas funcionais a envolver, com o objetivo de colocar em marcha esta (ambiciosa) agenda. Mas, afinal, quando é que a Nors virou as costas a um desafio?



Conheça as 17 metas que constituem os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas e faça, também, parte de um propósito maior.



Patrícia Barbosa e Rute Cecílio



## Sustainable Future

A Reunião Anual terminou, como é habitual, com a reflexão do CEO da Nors, Tomás Jervell, que apresentou o quadro de referência estratégico do grupo e delineou o seu posicionamento face ao futuro.

Como lembrou, 2020 foi um ano em que a Nors demonstrou uma capacidade de resposta que só tempos particularmente exigentes permitem evidenciar. Continuando uma trajetória de crescimento, o investimento no mercado canadiano, com a aquisição da Strongco, salientou a ambição da Nors de forma clara e inequívoca, reafirmando a aposta num posicionamento crescentemente global como estratégia para o futuro.

Partindo desta breve introdução, foram apresentados e analisados os primeiros indicadores de *performance* de 2021, em jeito de projeção para o presente ano e com a determinação de superar, sempre, os resultados previstos.

Foi também apresentada a visão da Nors para o ciclo estratégico 2021-2025, denominada “Focus”, com o intuito de cimentar os três pilares-chave que ditam as linhas de ação prioritárias do grupo para os próximos anos: transformação, sustentabilidade e pessoas.

A reunião terminou no tom audacioso e otimista que caracteriza a Nors, deixando todos os presentes com a certeza de que, independentemente do cenário que o futuro nos trará, estaremos preparados para responder de forma ágil, ambiciosa e comprometida.

Tomás Jervell

# O futuro da gestão de pessoas



Ana  
Peneda

Diretora Geral de Pessoas e Comunicação da Nors

**Pode falar-nos um pouco do seu percurso profissional e como este a trouxe até à Nors?**

O meu percurso profissional tem sido sempre feito no âmbito dos Recursos Humanos, em empresas de diferentes áreas de negócio, com diferentes dimensões e operações em diversas geografias. Desde o setor dos Seguros e Proteção Financeira (onde comecei, numa grande multinacional do setor), passando pela Construção (onde passei mais anos, em duas organizações diferentes e com espectros de atuação bastante dispersos e diversificados), até ao setor da indústria (onde estava antes de integrar a Nors). À exceção da minha primeira experiência, em todas as outras tenho estado junto da estratégia e ocupado funções corporativas de recursos humanos, trabalhando para o contexto global das organizações. Em termos de experiência profissional, é também por essa via que chego à Nors, sendo que o que me trouxe à Nors foi a Nors em si.

**Quais são as suas expectativas ao integrar uma empresa com a dimensão e a história da Nors?**

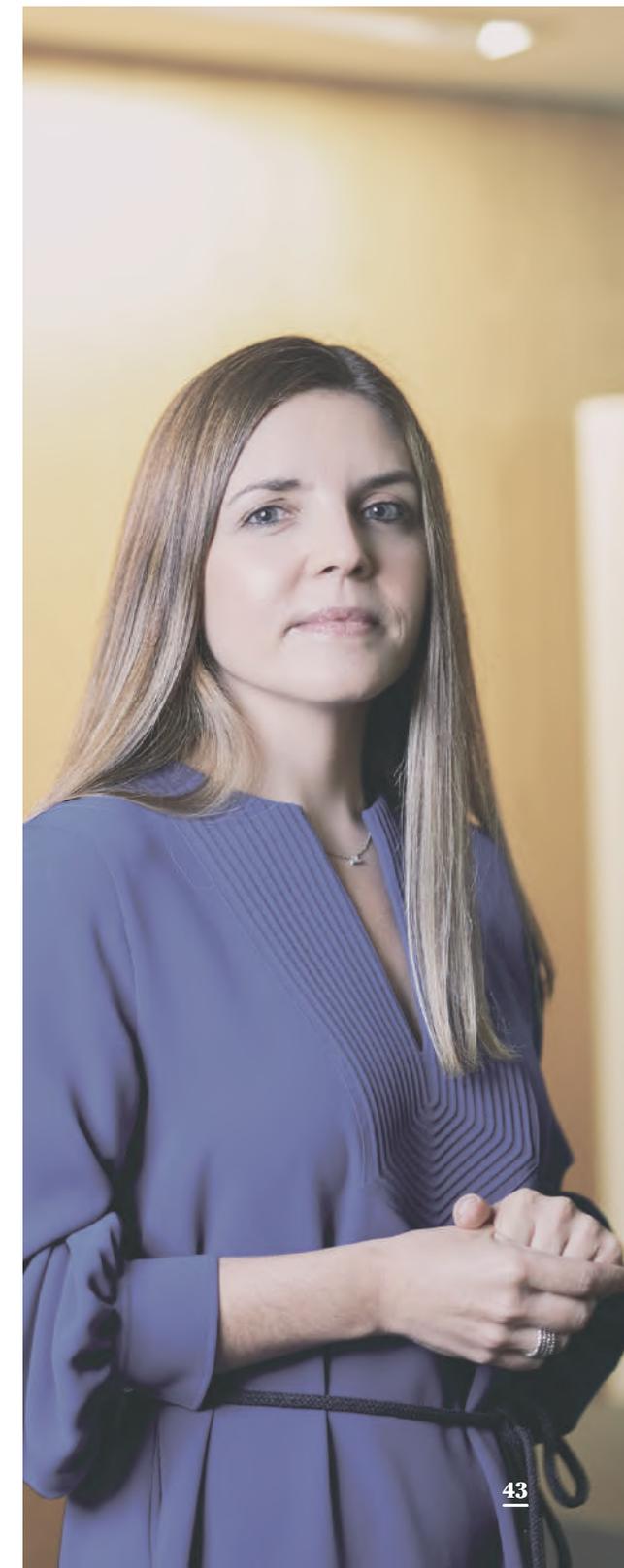
Contribuir para o negócio e para a sua sustentabilidade futura, honrando o legado e a história, abraçando um papel ativo na condução dos temas de Pessoas e Comunicação no âmbito da agenda estratégica do grupo e junto das várias áreas de negócio.

**Qual é o seu “mantra” no que toca a gestão de pessoas?**

Honestamente, não sei se tenho um “mantra”. Acredito em relações bilaterais, de aposta e entrega mútua, em dar e receber. Penso que isto é assim (ou deve ser!) nas nossas relações pessoais, na nossa vida, e que só faz sentido que assim seja na nossa relação profissional.

Acredito que as pessoas são mesmo a chave do sucesso de uma organização: são as pessoas que fazem as empresas e que contribuem para os seus grandes feitos. E, por isso, se tivesse um “mantra”, seria provavelmente esse, de cuidar e gerir bem esse elemento de sucesso, numa relação de equilíbrio, de respeito mútuo e de dar e receber.

“ (...) o que me trouxe à Nors foi a Nors em si.





**Partilhe connosco os *milestones* mais difíceis de alcançar, mas mais gratificantes, da sua carreira.**

Há um conjunto de projetos de envergadura no *scope* da gestão de recursos humanos nos quais participei no passado - que envolveram complexidade técnica e alguns obstáculos de implementação - que poderia enumerar, pela dificuldade que representaram e que, quando concretizados, tiveram um sabor a vitória mais apurado.

Ou a recente gestão da pandemia que a todos nos "caiu no colo" sem aviso prévio, e que, no que às pessoas diz respeito, se perfilou como um dos maiores desafios que provavelmente qualquer gestor de RH já enfrentou.

Mas o mais gratificante é, frequentemente, conseguir abrir a porta à intervenção em determinadas áreas onde antes não se atuava, colocando à discussão alguns temas. Pessoalmente, alguns dos momentos mais gratificantes para mim não foram necessariamente grandes *milestones*. Por vezes, são coisas pequenas que ajudamos a desbloquear ou a desmistificar: é o conseguir dobrar uma esquina e obter um "sim" para seguir em frente em determinado projeto ou área e é, sobretudo, o *feedback* e o reconhecimento quanto ao nosso papel no âmago da organização, quando as próprias pessoas da empresa nos fazem sentir que estamos a contribuir para a missão e objetivos a que nos propusemos. É, mais uma vez, o "dar e receber". Quando recebemos de volta é muito, muito bom.

“[trabalho com paixão.] Pelo que faço, pelo contributo que posso gerar. Mas não tenho “superpoderes”, não há segredos nesta receita.

**Qual considera ser o seu “superpoder” no contexto da Nors?**

Lamento desiludir, mas acho que não tenho “superpoderes”. Tenho, sim, uma característica que alimenta o meu dia a dia e o meu percurso: trabalho com paixão. Pelo que faço, pelo contributo que posso gerar. Mas não tenho “superpoderes”, não há segredos nesta receita... o que construímos vem do trabalho e da dedicação.

**E quais são os seus desejos e objetivos?**

Trabalharmos, em equipa, para além do conceito tradicional de “recursos humanos” - termo que aliás o mundo empresarial vem inteligentemente substituindo por “Pessoas”. Trabalharmos ao nível da experiência do colaborador nesta vivência que é fazer parte da Nors. Mas trabalhar,

também, ao nível do que é estrutural e - permitam-me a analogia com o negócio da construção onde estive muitos anos - possibilitando construir as fundações para nelas assentarmos grandes edificações. Trabalhar naquilo que faz a diferença: para a empresa e para as suas Pessoas. E estar próximo. Trabalhar com proximidade à estratégia de futuro do grupo e com proximidade às pessoas, que não são, nem têm de ser, conceitos em extremos opostos, pelo contrário.

**Pela sua experiência, qual é a chave para uma boa comunicação empresarial?**

Penso que há dois elementos muito importantes aqui: por um lado, para se comunicar bem é preciso, primeiro, escutar bem - perceber bem os contextos e os diferentes destinatários, externos e internos e, entre estes últimos, também os diferentes *layers* da organização; por outro lado, há um ingrediente fundamental que é uma comunicação honesta e transparente, própria, confiante e confiável - que conduza, também ela, ao nosso propósito: “driving trust through long-lasting relationships”.

**Como imagina o seu futuro na Nors?**

Imagino fazer parte integrante do futuro da Nors.



“Acredito que as pessoas são mesmo a chave do sucesso de uma organização: são as pessoas que fazem as empresas e que contribuem para os seus grandes feitos.

# Uma organização sem fronteiras



Numa altura em que o conceito de mudança está inevitavelmente enraizado em todos nós, marcando a ordem do dia de forma global e transversal, julho de 2021 assinalou o arranque oficial de uma expressiva transformação na estrutura organizacional da Nors. Uma visão de futuro renovada e um modelo gestão de topo mais ágil foram os pontapés de saída para a conceção de um novo modelo organizacional, com impacto em todas as estruturas do grupo, nos diversos países nos quais a Nors está presente. Iniciado em abril, o programa Power2Grow - nome que identifica o projeto por detrás desta nova visão - trouxe ao grupo a energia necessária para repensar os seus horizontes.

## A voz da mudança

O envolvimento da Comissão Executiva da Nors em todo o processo de desenho, planeamento e definição deste novo modelo foi, desde o primeiro minuto, constante e intensivo: a prioridade e complexidade inerentes ao programa trouxeram consigo uma participação contínua por parte dos Administradores do grupo, em particular pelo Group CEO (Chief Executive Officer), Tomás Jervell. E porque é numa liderança presente e ativa que assentam os pressupostos desta nova organização, estivemos à conversa com os Administradores da Nors e ouvimos os desafios, as expectativas e a visão de futuro que incorporam com a adoção deste novo modelo – sempre com a transparência que tão bem define o ADN do grupo.

## A razão por detrás da ambição

Quando falamos da grande motivação que esteve na base do programa conducente a esta grande reorganização, Tomás Jervell, Group CEO, dá voz à resposta: “senti que o Grupo precisava de uma nova organização e de um novo modelo de governo que sustentasse a nossa estratégia de crescimento. Na verdade, estava a tornar-se muito claro que o crescimento teria que ocorrer assente em alicerces mais sólidos, associados a uma maior autonomização dos líderes de cada uma das empresas e à libertação da Comissão Executiva para funções de desenvolvimento.”



Incorporando esta abordagem de liderança, os grandes objetivos que estiveram na génese do programa são claros e refletem a visão estratégica do grupo a longo prazo:

**1.** Reforçar a autonomia, a responsabilidade e a responsabilização dos CEOs das Empresas do grupo, abrindo-lhes novas oportunidades de crescimento.

**2.** Libertar os Administradores Executivos para poderem abordar matérias, ligadas ao desenvolvimento corporativo.

**3.** Criar mecanismos de controlo estruturados, focados no desenvolvimento operacional, que permitam que o processo de evolução de competências da Gestão Executiva seja acompanhado de uma adequada monitorização de riscos operacionais e de processos.

Também para Rui Miranda, Chief Financial Officer (CFO) da Nors e *team leader* do programa, o foco está na adoção de uma agenda mais transversal, estratégica e alinhada com o contexto global: “O programa Power2Grow nasce da necessidade de orientar o plano do grupo, nomeadamente da Comissão Executiva, para temas de maior transversalidade, tais como as alterações nos modelos de negócio, nos paradigmas de consumo, as alterações climáticas, a sustentabilidade, as novas relações de trabalho, e muitos outros que marcam a realidade atual.”



Rui Miranda



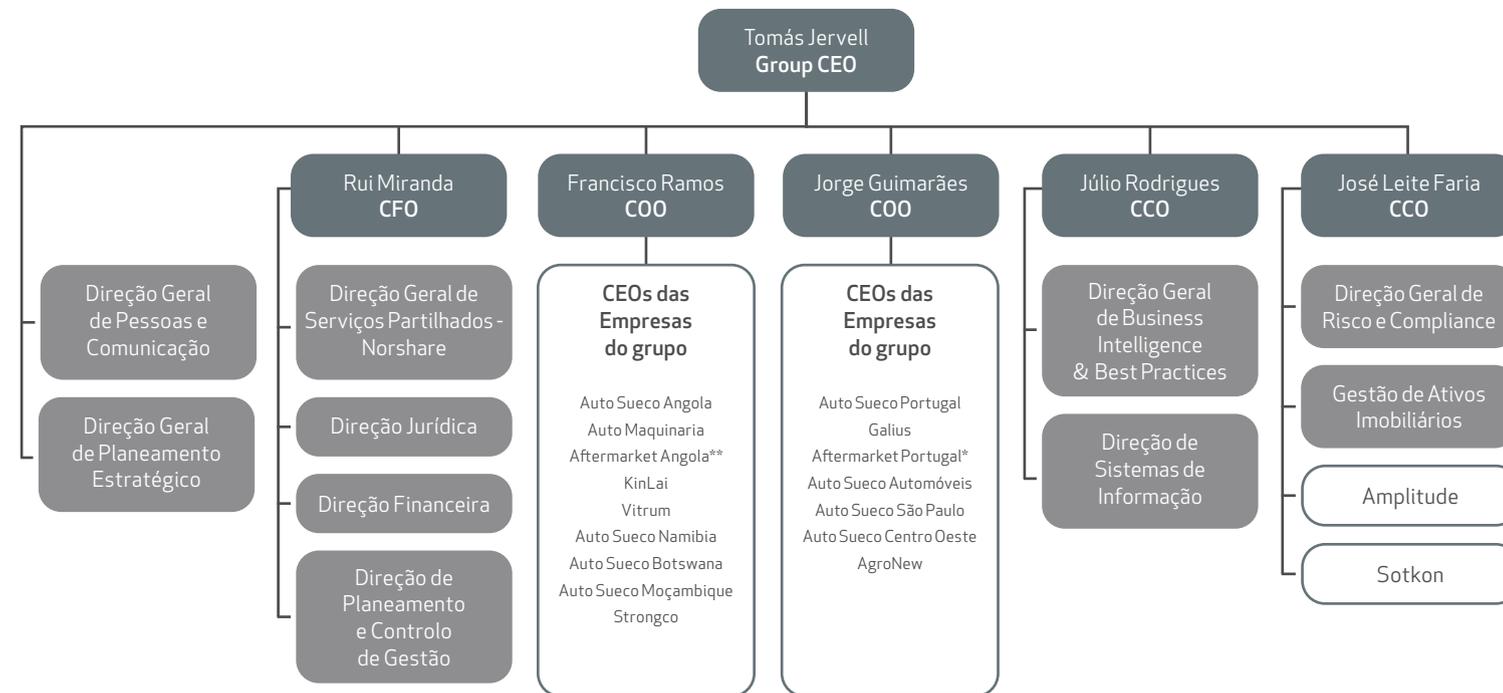
Tomás Jervell

**O que é o Modelo Organizacional?**

O Modelo Organizacional de uma organização reflete quais os órgãos de gestão e áreas funcionais do grupo e como se articulam entre si relativamente ao reporte hierárquico e funcional, estabelecendo as regras, os limites de atuação e as responsabilidades que orientam as diferentes áreas que o compõem. O Modelo Organizacional da Nors é definido tendo em conta os objetivos estratégicos do grupo, as necessidades de gestão global e os requisitos legais e fiscais inerentes à dispersão geográfica das operações da organização.

**Um novo modelo, uma nova organização**

Com base nesta premissa, *mudam-se os tempos, mudam-se as necessidades*: as alterações no Modelo Organizacional do grupo implicaram, quer a realocação de áreas de responsabilidade, quer a criação de novas áreas de atuação sob a alçada dos membros da Comissão Executiva. Respondendo aos objetivos do próprio programa, o modelo de gestão da Administração do grupo foi reorganizado e responde, hoje, à ambição de uma liderança orientada à agilidade e performance:



\*Aftermarket Portugal: Civiparts + Newonedrive

\*\*Aftermarket Angola: Civiparts Angola + OneDrive

Com vista a caminhar rumo a uma organização com um cunho cada vez mais estratégico e audaz, o grande objetivo do Centro Corporativo passa por apoiar a Comissão Executiva na definição das principais linhas de orientação do grupo, nas respetivas áreas de influência. Na ótica de Rui Miranda, “o Centro Corporativo desempenha um papel preponderante nesta organização, seja como um catalisador de conhecimento, seja como suporte ao desenvolvimento do grupo.” Constituído por Direções Gerais Corporativas e Direções Corporativas, incorpora o Centro Corporativo da Holding e o Centro Corporativo Local. Esta última estrutura atua, localmente, nos diversos países nos quais a Nors está presente, tendo como missão apoiar as diferentes empresas do grupo nas várias dimensões da gestão, com as necessárias adaptações à realidade e contexto locais. Assumem-se, também, como verdadeiros embaixadores locais da cultura e propósito do grupo Nors.

### O universo Nors: a soma de todas as partes

Uma das mudanças mais expressivas no novo Modelo Organizacional reflete um dos três principais objetivos do programa – o reforço da autonomia e responsabilidade dos CEOs das diversas empresas que constituem a Nors, em todo o mundo. Sempre com o objetivo de nutrir uma cultura de grupo, na qual a identidade da Nors está enraizada em todos os colaboradores, não há como virar as costas às particularidades inerentes à operação de cada uma das empresas, sejam elas relativas à área de negócio, à geografia na qual se enquadram ou à própria microcultura que cada estrutura emana.

Francisco Ramos, Administrador que lidera as empresas de Angola, Namíbia, Botswana, Moçambique e Canadá, encara este novo modelo como uma porta aberta ao desenvolvimento do grupo.

Para o Chief Operating Officer (COO) da Nors, vamos olhar para “empresas mais eficientes, alicerçadas em mais conhecimento e menor risco”, capacitando um “grupo de líderes de excelência, capazes de contribuir para melhor desenvolvimento das diferentes empresas e do grupo”.

Por sua vez, Jorge Guimarães, Administrador que tutela as empresas de Portugal e Brasil, subscreve a importância da aposta na autonomia destas estruturas: “a alteração efetuada ao nível da Gestão Executiva das empresas terá, seguramente, um impacto grande e positivo ao nível dos restantes grupos organizacionais, criando uma dinâmica “top-down” de maior autonomia, exigência, responsabilização e melhoria do desempenho.”

O alinhamento entre os diversos membros da Comissão Executiva face a este novo paradigma é claro: para José Leite Faria, Chief Corporate Officer (CCO) do grupo, “a forte aposta no aumento da autonomia das empresas só é possível pelo reconhecimento do elevado grau de maturidade e competência das nossas equipas de gestão de topo.”



Francisco Ramos



Jorge Guimarães



Júlio Rodrigues



José Leite Faria

### A experiência no centro das atenções

Para Francisco Ramos e Jorge Guimarães, a ótica da experiência do cliente e do colaborador não podia estar mais no centro das atenções deste modelo – é numa experiência verdadeiramente diferenciadora e no aumento do grau de satisfação dos principais públicos da Nors que reside uma das maiores vantagens da estratégia traçada: “esta nova organização traz-nos a capacidade de manter e elevar o nível de exigência e de materializar essa elevação em resultado quantitativo, assegurando, em simultâneo, uma experiência única e com forte identificação à marca Nors para colaboradores e clientes.”, refere Jorge Guimarães. “A «experiência Nors» tem de ser relevante em vantagens operacionais para o cliente e marcante pelas diferenças que tornem o ciclo de posse tão isento quanto possível de complicações e imprevistos”, conclui.

Já Francisco Ramos elenca uma aposta cada vez mais expressiva na notoriedade e visibilidade da organização e das empresas: “devemos fomentar o desenvolvimento de novas práticas e comportamentos que projetem a Nors para um patamar singular de maior desejo por parte dos colaboradores e clientes.”

### Desenvolver as áreas do amanhã

Outro dos temas da conversa foi a criação de novas Direções Corporativas que, segundo a Administração, assumem um papel claro no reforço da visão e capacidade estratégica da Nors. Na voz do Group CEO, Tomás Jervell, “as ambições da Nors obrigaram também a um grande foco no tema do risco, da eficiência e da qualidade da informação e isso justificou a criação de áreas críticas como o Business Intelligence & Best Practices e a Gestão de Risco e Compliance.”

Com a Direção Geral de Business Intelligence & Best Practices sob a sua liderança, Júlio Rodrigues, Chief Corporate Officer (CCO) da Nors, está certo de que esta “passará a ser uma área corporativa indispensável à gestão e desenvolvimento estratégico do grupo e empresas, através do domínio da gestão do conhecimento de mercado, dos setores e dos dados gerados, bem como pela capacidade de criação, desenvolvimento e implementação de um modelo dinâmico de negócio que proporcione uma clara vantagem competitiva futura.”

Com uma visão assente na necessidade de acompanhar o ritmo da transformação digital, os novos modelos de negócio e a complexidade que a nova geração tecnológica traz ao meio corporativo, Júlio Rodrigues, que lidera também a Direção de Sistemas de Informação, relembra igualmente a urgência de agir sobre o “desenvolvimento e implementação da transformação digital do grupo.”

### O verdadeiro risco é não arriscar

A área de Risco e Compliance é outra das protagonistas deste novo modelo: aos olhos de José Leite Faria, que tutela esta Direção Geral, bem como a área de Gestão de Ativos Imobiliários e as empresas Amplitude Seguros e Sotkon, o grande objetivo da função de Risco e Compliance “é criar um processo que permita ao grupo e às empresas identificar e compreender os riscos a que estão sujeitos. Deste modo, poderemos identificar, monitorizar, gerir, e se for o caso, mitigá-los. José Leite Faria olha particularmente para a área de Compliance como uma verdadeira necessidade, “pela dimensão e dispersão geográfica do grupo, bem como pela constante evolução das obrigações das empresas. Centralizando esta responsabilidade, garantimos processos coerentes, eficazes e com as prioridades alinhadas.”

### O futuro é o único limite

Uma certeza que podemos ter é que qualquer transformação organizacional tem como pano de fundo uma enorme ambição de prosperidade e sucesso para o futuro. A agilidade é a palavra de eleição de todos os membros da Comissão Executiva quando conversamos sobre o que anteveem para o horizonte da Nors: “este modelo permitirá uma organização mais criativa, mais dinâmica e mais ágil. Na esfera das pessoas, abrirá espaço ao desenvolvimento de profissionais cada vez mais globais, com um sentido de propósito mais envolvente”, refere Rui Miranda.

Aproveitando a deixa, José Leite Faria refere “uma organização mais Nors”, que promova um sentimento de pertença que beba da confiança que marca a identidade do grupo. Jorge Guimarães concorda – “ser Nors tem de constituir um forte motivo de orgulho para quem está na organização e uma aspiração para quem está no mercado de trabalho.”

Tomás Jervell abre a porta a uma estratégia de evolução, de futuro, de diligência: “a anterior organização – muito construída numa lógica de controlo – cumpriu exemplarmente a sua função, mas os contextos alteram-se e as organizações evoluem. É chegado o momento de dar mais “poder de fogo” às empresas e ao grupo, tornando, simultaneamente, os decisores mais autónomos e a organização mais ágil e eficaz.”

A única certeza que podemos ter, em qualquer fórum ou momento que atravessamos na vida, é que mudança fará parte do percurso. Sem fronteiras ou barreiras, esta nova fase de vida da Nors não é senão mais um degrau nesta História de permanente crescimento e fortalecimento – com a determinação e garra de sempre.





notícias  
Nors

# AgroNew: a resposta positiva do agronegócio perante uma pandemia global

A presente conjuntura foi, para muitos negócios e setores, um momento de retrocesso ou imobilidade. Houve, no entanto (e felizmente), algumas exceções. A AgroNew soube aproveitar o impulso no ramo do agronegócio – uma das áreas menos afetadas economicamente pela pandemia – para retomar o seu crescimento e reforçar a confiança dos seus parceiros comerciais.

O impacto positivo sentido pelo setor esteve intimamente ligado à necessidade de ampliar a oferta das chamadas *commodities*, a nível global, bem como ao aumento constante da procura no ramo alimentar. Neste contexto, a AgroNew foi capaz de fortalecer e reativar parcerias anteriores, aumentando tanto as suas vendas como os seus principais indicadores de *performance*. É importante sublinhar que, sem a dedicação e trabalho árduo de uma equipa altamente preparada e qualificada, a capacidade de resposta demonstrada pela empresa não teria sido possível.



# AgroNew destaca-se no tecido industrial do noroeste paulista

A AgroNew entrou em 2021 com o pé direito, iniciando o ano com vendas e entregas substantivas no setor agroindustrial do noroeste paulista, no Brasil. Os excelentes resultados apresentados e a previsão de um ano próspero são fruto da excelência no atendimento e do investimento na relação com os clientes e parceiros que a empresa tão bem vem cimentando, ao longo dos anos.

O papel da AgroNew foi preponderante na produtividade das colheitas do período 2021-2022 e os números falam por si: a empresa forneceu 6 colhedoras de cana-de-açúcar da nova série A9900 Austoft à Colombo Agroindustrial, 28 unidades da série A8800 às manufaturas COFCO International, Nardini Agroindustrial, Alcoeste Açúcar e Álcool e USL – Usina São Domingos, assim como 10 tratores da linha Puma à Nardini, reiterando a sua posição de confiança junto aos parceiros do setor sucroalcooleiro.



# AgroNew: uma solução para cada etapa da lavoura

Para que todas as etapas da lavoura – desde a plantação até à safra – maximizem os seus níveis de produtividade, é indispensável a utilização de equipamento de qualidade. Qualquer que seja a atividade agrícola, a Case IH, marca comercializada pela AgroNew, disponibiliza um sistema completo de soluções para acompanhar os produtores do início ao fim da sua jornada de trabalho, ajudando-os a enfrentar todos os desafios que se impõem nas suas tarefas diárias.

Os clientes Adriano e Marcelo Gasparino, de Pontes Gestal, município do estado de São Paulo, podem confirmá-lo: estes parceiros adquiriram da AgroNew Votuporanga um conjunto de maquinaria composto pela plantadeira Case IH Easy Riser 3211, o trator Case IH Puma 215 e a nova colheitadeira Case IH Axial Flow 4150. Este investimento em equipamentos de alta precisão e potência, com baixos custos de manutenção, permitirá a estes produtores potenciar o seu rendimento de forma exponencial, dinâmica que se materializará em melhores resultados para o negócio.



# Auto Sueco Automóveis oferece miniaturas ao Hospital de Cascais

A Auto Sueco Automóveis ofereceu ao Hospital de Cascais duas miniaturas das marcas Jaguar e Land Rover, destinadas a crianças até aos 3 anos.

Como forma de reconhecer e contrabalançar o contexto de grande fragilidade social e emocional que vivenciámos, a Auto Sueco Automóveis promoveu esta ação com o intuito de transmitir uma mensagem de alento e esperança, presente nas palavras da própria Jaguar Land Rover, marca que representa: "Sempre acreditámos em ir mais longe – e esta filosofia nunca fez tanto sentido como hoje. Passamos por momentos difíceis, mas, juntos, podemos e vamos superá-los."

Com a oferta destes carrinhos, decorados com a mensagem da marca, foi possível levar até à ala de espera pediátrica do Hospital de Cascais uma palavra de esperança em relação ao futuro, materializando

o desejo que todos temos por novas viagens, repletas de emoção e grandes oportunidades.

Hoje, o mundo presencia um momento sem precedentes e a Auto Sueco Automóveis acredita que as suas ações e mensagens, por muito pequenas que sejam, poderão ajudar a superá-lo. É com este espírito de resiliência e colaboração que conduziremos, juntos, rumo a um futuro verdadeiramente emocionante.



# Auto Sueco Portugal comemora os 50 anos do concessionário de São João da Talha

Desde há muitos anos que a Auto Sueco Portugal e a sua rede de concessionários cumprem a promessa de encontrar as melhores soluções de mobilidade.

O concessionário de São João da Talha não é exceção: este ano, celebra 50 anos de prestação do serviço de Após Venda, com o dever de compromisso e orientação do cliente bem enraizado nas suas origens.

Desde 1971 que o concessionário de São João da Talha honra o seu lema – são 50 anos de história, marcados por relações sólidas e de confiança com os seus clientes. Esta comemoração só é possível graças à aposta contínua num grupo de colaboradores altamente especializado, que une uma enorme capacidade de resolução de problemas a uma atitude humana e transparente, mesmo nas situações mais complexas – profissionais que vestem a camisola com o rigor, disponibilidade e serenidade que a empresa representa.

Muitos parabéns a toda a equipa!



# “Feitos para si” – a nova geração de camiões Volvo Trucks

A Auto Sueco Portugal acaba de lançar a nova geração de camiões Volvo, centrados na maximização da experiência do motorista, quer no que diz respeito à sua segurança e conforto, quer à sua produtividade. Este é um momento histórico para a Volvo, por ser a primeira vez que a marca lança quatro camiões novos: os Volvo FH, FH16, FM e FMX, com a assinatura “Feitos para si”. Os primeiros exemplares da gama já se encontram a circular nas estradas portuguesas.

A nova série disponibiliza diversos modelos de cabinas que podem ser otimizados de acordo com a preferência e necessidades do condutor. Se nos camiões de longo curso a cabina é, frequentemente, a segunda casa do motorista, em camiões de transporte regional é habitual que este compartimento sirva como escritório móvel. Por sua vez, no setor da construção, os camiões são vistos como

ferramentas de trabalho robustas e práticas, pelo que os clientes procuram configurações capazes de corresponder a essa mesma premissa. Assim, a visibilidade, o conforto, a ergonomia, o nível de ruído, a capacidade de manobra e a segurança foram palavras de ordem fundamentais que inspiraram o desenvolvimento dos novos modelos apresentados pela Volvo. O exterior do veículo foi também repensado, refletindo as características técnicas destes novos camiões e criando um *design* globalmente mais atrativo.



# Auto Sueco Portugal lança nova plataforma de gestão da atividade comercial

A Auto Sueco Portugal encontra-se já na fase final de implementação da nova plataforma de gestão da sua atividade comercial, denominada MAC 2.0.

Com esta nova plataforma, é possível centralizar um conjunto relevante de informações de que a empresa dispõe sobre os seus clientes, indo ao encontro das suas necessidades e interesses de forma personalizada e nos *timings* que, estrategicamente, melhor se adequem ao contexto comercial.

A utilização desta plataforma possibilitará o acesso a um nível de conhecimento profundo sobre as principais tendências do mercado, apoiando as equipas comerciais a otimizar os seus procedimentos de gestão e a definir os melhores momentos de contacto com os seus interlocutores, adaptando a abordagem ao perfil de cada cliente. Esta metodologia permitirá que sejam identificadas novas oportunidades de negócio, anteriormente desconsideradas por falta de informação

estruturada e segmentada de acordo com os objetivos da empresa.

Assim, é expectável que a atividade comercial se torne, também ela, expressão de maior eficiência operacional, com vantagens inequívocas para os clientes em todos os seus momentos de contacto com a Auto Sueco Portugal.



# Galius renova viaturas para o serviço 24/7 de assistência na estrada

A frota do serviço 24/7 de assistência na estrada da Galius foi renovada, contando agora com três novas Renault Master, totalmente adaptadas às necessidades da atual gama Renault Trucks.

O serviço, disponível 24 horas por dia e 7 dias por semana, além destas novas viaturas, compreende:

- Recursos e sistemas adequados a um maior leque de intervenções em estrada, incluindo equipamentos de diagnóstico permanentemente conectados aos sistemas da marca;
- Sincronização contínua com os sistemas de geolocalização da plataforma 24/7, para uma total sincronização entre todas as partes envolvidas, maximizando a eficiência das intervenções.

As novas viaturas estão preparadas para assistir qualquer veículo Renault Trucks no menor período de tempo. Esta aposta reflete a preocupação da Galius em disponibilizar tecnologias inovadoras de sistemas e equipamentos, complementadas pelo desenvolvimento contínuo das competências técnicas da sua equipa. Desta forma, a empresa reúne todas as condições para ir ao encontro das expectativas dos seus clientes através de um serviço de excelência, próximo e disponível, garantindo a máxima rentabilidade da sua operação.



# Projeto “REUSE”, da AS Parts, promove a recolha e reutilização de embalagens de cartão

O projeto REUSE foi criado com o objetivo de viabilizar a redução do desperdício e promover um comportamento mais sustentável, motivado pelo elevado consumo de recursos nas embalagens utilizadas para envio de peças.

Assim, o projeto teve como ponto de partida a recolha das caixas usadas nos clientes das marcas AS Parts e OneDrive, independentemente de terem sido utilizadas nas suas compras ou marca associada.

O próximo passo do projeto visa a redução de plástico no armazém, utilizando enchimento de papel produzido com restos de cartão, originário das caixas que não estiverem em condições de serem reutilizadas, no processo de embalagem das encomendas.

Todos os clientes que apoiarem a iniciativa estarão a contribuir para a plantação de árvores, realizada com a poupança decorrente da reutilização e redução de recursos na expedição de encomendas.

Com esta ação, em constante desenvolvimento, a AS Parts espera conseguir reduzir o impacto ambiental associado à atividade das marcas, assumindo um papel mais sustentável no mercado do *aftermarket*.



# Após um ano de atividade, a KinLai estreia-se no segmento de *pick-ups*

Se 2020 marcou o início da operação da KinLai, 2021 assinala a sua entrada no segmento de *pick-ups*.

A Dongfeng Rich 6 estreou-se em Angola, fazendo as delícias dos entusiastas da natureza e afirmando-se como uma opção à altura das necessidades de trabalho que exijam maior robustez e *performance* dos equipamentos.

Lançada sob o mote “Confiança nas suas mãos”, esta *pick-up* possui 160 cv de potência e um binário de 380 Nm, preconizando um estilo e *design* irreverentes que respondem aos perfis mais aventureiros.

Preparada para uma utilização intensiva por parte dos clientes, a Dongfeng Rich 6 é dotada de uma ampla caixa de carga, com capacidade superior a 800 kg, capaz de cumprir requisitos de eficiência e afirmando-se como a nova alternativa da KinLai em território angolano.



# Auto Sueco São Paulo atinge recorde histórico no Após Venda em 2021

Apesar das ainda presentes dificuldades causadas pela pandemia, o ano de 2021 começou com excelentes resultados no segmento de Após Venda da Auto Sueco São Paulo. Em março, a empresa atingiu 20,3 milhões de Reais em volume de faturação, representando um recorde histórico de vendas e a primeira vez em que a etapa dos 20 milhões foi superada. Em abril, a Auto Sueco São Paulo continuou a otimizar a sua *performance* e atingiu um novo recorde: o de faturação diária, que ultrapassou os 950 mil Reais. No mesmo mês, a empresa registou um crescimento de 29% face ao ano anterior.

As expectativas para os próximos meses mantêm-se positivas e ambiciosas. A equipa da Auto Sueco São Paulo continua preparada e atenta para aproveitar todas as oportunidades que se avizinhem!



# Mulheres ao volante: cliente da Auto Sueco São Paulo recebe Volvo FH cor-de-rosa

A Raça Transportes, cliente da Auto Sueco São Paulo, tem vindo a trabalhar no desenvolvimento de um programa interno para contratação de mulheres motoristas. Hoje, a equipa conta já com quatro mulheres a conduzir veículos pesados, nomeadamente de cargas fracionadas. Contudo, a empresa tem como objetivo ampliar expressivamente o número de condutoras, continuando, de forma permanente, à procura de candidatas.

Este ano, no Dia Internacional da Mulher, o empresário Façal Murad Filho, Diretor-Presidente da empresa, fez um *upgrade* de destaque no camião conduzido pela funcionária Mere Dieme, de 38 anos, que trabalha na Raça Transportes desde 2018. A motorista, que até então conduzia um modelo 2019 do Volvo FH com motor de 460 cv, recebeu das mãos de Façal Filho as chaves de um Volvo FH com zero quilómetros; em homenagem à condutora e às suas colegas, o veículo foi pintado de cor-de-rosa.

A Raça Transportes é uma das líderes brasileiras na prestação de serviços logísticos, com foco na integração entre o Norte e o Nordeste do país e contando, atualmente, com uma frota de 630 unidades. Entre os anos 2018 e 2020, a empresa adquiriu à Auto Sueco São Paulo 90 camiões da linha F e VM.



# Nors implementa modelo pioneiro de acompanhamento de casos positivos de Covid-19 no Brasil

Em 2020, o Brasil assistiu a um aumento exponencial do número de casos identificados e vítimas de Covid-19. Ciente do potencial impacto na saúde da população, o Comitê Covid da Nors Brasil, equipa organizada com o objetivo de monitorizar a evolução da pandemia nas empresas da região, decidiu implementar, em setembro de 2020, um modelo de rastreio e acompanhamento de todos os casos.

Este modelo de trabalho é levado a cabo por um coordenador de medicina do trabalho e uma psicóloga, que conversam com cada colaborador infetado e procuram entender como contraiu a doença, identificando possíveis contactos internos e externos à empresa, e criam condições para que outras medidas preventivas sejam tomadas – desde a observação ou isolamento de outros colaboradores, solicitação de testagem isolada ou de toda a equipa de contacto e até mesmo a desinfeção de áreas ou

unidades inteiras de trabalho. As medidas necessárias são tomadas, caso a caso, de acordo com as informações do rastreio.

Após a alta do médico particular ou do seguro de saúde, é ainda feita uma avaliação pelo coordenador de medicina do trabalho, de forma a assegurar que o regresso ao regime presencial será seguro para todos: tanto para o colaborador em questão como para os demais membros da sua equipa de trabalho e clientes.

Por outro lado, é importante salientar que o principal objetivo do trabalho é sempre apoiar o colaborador que, muitas vezes, mesmo com sintomas leves, tem receio da evolução da doença. Com este acompanhamento diário é possível proporcionar uma maior estabilidade emocional e identificar possíveis casos em que o colaborador possa necessitar de um atendimento mais próximo, orientando-o e apoiando-o nesse sentido.



O Comitê recebeu inúmeros comentários positivos por parte dos colaboradores acompanhados e, até o presente momento, não foi identificado nenhum caso de maior impacto. Proximidade, diligência e dedicação foram palavras-chave abraçadas diariamente por esta equipa que, com o espírito de missão que caracteriza a Nors, procurou contornar os desafios com os quais o contexto atual nos brindou.

# Sotkon instala mais de 15 contentores de resíduos em Santa Cruz de La Palma

A Sotkon procedeu à instalação de 15 contentores exclusivos para recolha seletiva de resíduos na Avenida Marítima de Santa Cruz de La Palma, em Tenerife, nas ilhas Canárias. Com a instalação destes sistemas, o município de Santa Cruz de La Palma pretende aumentar a capacidade de recolha dos resíduos de papel, plástico e vidro numa das zonas mais turísticas da capital.

Os sistemas eleitos foram os marcos de recolha Ikon e Ikonic com 550 mm de diâmetro, modelos que permitem uma integração perfeita no espaço envolvente, renovando o ambiente urbano. Esta é a primeira fase de um projeto pioneiro que prevê duplicar a quantidade de resíduos seletivos recolhidos na zona de Tenerife.



# Strongco: Volvo lança Programa Piloto de E-mobilidade no Canadá

A nova escavadora compacta elétrica ECR25 da Volvo traz consigo o “admirável mundo novo” dos veículos elétricos para o setor dos equipamentos de construção. Reforçando a aposta da Volvo na eletrificação dos seus modelos, a ECR25 é a estreia de uma nova gama de equipamentos elétricos compactos lançados recentemente pela marca. O lançamento da carregadora de rodas compacta L25 está, também, previsto para o segundo trimestre de 2022.

Para auxiliar o lançamento da nova linha de equipamentos elétricos e aumentar a procura por estes modelos no mercado, a Volvo escolheu a Divisão de Equipamento de Construção da Strongco, na província de Ontário, no Canadá, como um dos três principais concessionários Volvo da América do Norte a participar no Programa Piloto de E-mobilidade da Volvo. “É uma oportunidade emocionante para a Strongco mostrar e promover esta tecnologia inovadora junto dos clientes e parceiros”, diz Paul George, Vice-Presidente Regional da Divisão CE da Volvo em Ontário.

O projeto-piloto inclui a formação e certificação técnica dos colaboradores da Strongco e a atribuição, em julho deste ano, de uma escavadora compacta elétrica ECR25, que será transportada para os locais de trabalho de diferentes clientes da região, para demonstrações de produto. O *feedback* dos clientes será recolhido e partilhado com a Volvo e, posteriormente, promovido através de campanhas publicitárias nos mais diversos canais da marca, fomentando a sensibilização do mercado para esta nova tecnologia.

A tecnologia elétrica confere diversos benefícios aos equipamentos de construção, como o funcionamento silencioso e o conforto do operador: vantagens que se unem a um paradigma de zero emissões. A ECR25 tem um sistema hidráulico preciso que alia o seu *design* compacto à eficiência energética, podendo destinar-se a qualquer desafio, incluindo usos interiores, como preparação técnica de caves e demolição de edifícios.

Da mesma forma que o mundo avança para um amanhã mais promissor e sustentável, a equipa de investigação e desenvolvimento da Volvo Construction Equipment está presente para ajudar a construir o mundo futuro no qual todos queremos viver.



# we are personal

Incorporamos, verdadeiramente, o nosso legado familiar. Esta herança torna ainda mais fácil acreditarmos que são as nossas pessoas – a família Nors – quem faz de nós um grupo capaz de unir o carácter de sempre a uma visão tão promissora do amanhã.



# Missão: trabalho remoto



A pandemia que impactou o mundo em 2020 trouxe com ela a generalização de uma nova realidade para a maior parte da população: o teletrabalho. Empresas e trabalhadores tiveram que se adaptar, inevitavelmente, à realidade do trabalho remoto, o que exigiu uma grande mudança, quer a nível logístico, quer no que toca à gestão da produtividade.

Um pouco por todo o mundo, assistimos a diferentes formas de lidar com o “novo normal”: desde empresas que imediatamente garantiram que os seus colaboradores tinham todas as condições necessárias para trabalhar a partir de casa, até às que, ainda hoje, se prendem à necessidade de estar presente – de ver e ser visto.

Contudo, com mais ou menos impacto, todos acabámos por sentir o efeito do trabalho remoto. E, ao sentimento de insegurança que ainda hoje nos afeta, une-se um desafio para o qual poucos estavam preparados: a diluição da fronteira entre a vida pessoal e a vida profissional.

O que têm em comum Sandra Gonçalves, Rogério Vita e Lorraine Daymond, respetivamente Diretores de Recursos Humanos em Portugal, Brasil e Canadá e Ana Santos, Gestora de Desenvolvimento de Competências e Comunicação Interna da Nors Angola?

Todos têm estado na linha da frente no que diz respeito à preparação das equipas da Nors para a nova realidade laboral que se instalou. Apesar da considerável distância — geográfica e cultural — durante o período pandémico, mantiveram-se unidos no que mais importa: na prioridade que atribuíram à segurança e bem-estar dos colaboradores.

## A implementação faz a força

Como nos esclareceu Sandra Gonçalves, em Portugal, a Nors foi das “primeiras empresas a implementar o teletrabalho” perante o cenário da pandemia, mesmo antes de haver regulamentação obrigatória nesse sentido. A mudança apanhou muitos de surpresa, exigindo o máximo de todos: tudo aconteceu “das quatro da tarde de um dia, para as nove da manhã do dia seguinte”.

Já Ana Santos, que nesta conversa representou a realidade da Nors em território africano, mais concretamente em Angola, testemunhou que, também aqui, a “implementação foi feita do dia para noite”. Tendo em conta várias limitações técnicas, os “colaboradores foram organizados por turnos”, havendo, no entanto, diretrizes específicas para colaboradores inseridos em grupos de risco, que ficaram imediatamente dispensados do trabalho presencial – falamos, por exemplo, dos colaboradores com mais de 60 anos, com doenças crónicas, com filhos até aos 5 anos ou gestantes.

Já no Brasil, a realidade foi outra, como partilhou Rogério Vita: “tivemos entre 7 a 15 dias para executar a transição, uma

vez que, inicialmente, o teletrabalho não era obrigatório. Só em 2021 é que o teletrabalho se tornou obrigatório em São Paulo”, afirma, exaltando a heterogeneidade da realidade brasileira, na qual “cada Estado tem a sua própria lei”.

Em território canadiano, a realidade é igualmente diversa, segundo o testemunho de Lorraine Daymond que acrescentou que, também no Canadá, a implementação do trabalho remoto “foi feita por etapas”, variando, no entanto, de acordo com as orientações e normas de cada província, que são diferentes.

## As pessoas e os números

Não é novidade para ninguém que a Nors é uma empresa com uma forte vocação humana, tendo sido precisamente a proteção das suas pessoas a grande prioridade - mesmo em momentos mais desafiantes para o negócio. O posicionamento da organização foi reconhecido, globalmente, pelos colaboradores: Sandra Gonçalves e Rogério Vita testemunharam este agradecimento, afirmando que “os colaboradores valorizaram muito a atuação e agilidade da empresa”. Apesar de se viverem tempos de medo e preocupação, foi



Andressa Ferrara



Monise Mota



Lorraine Daymond e Melina Palaskas

bastante reconfortante para as pessoas da Nors saberem que a sua saúde, para a organização, esteve sempre em primeiro lugar. Porém, e tendo em conta o cenário eminente de paralisação da economia, foi também visível alguma preocupação face à *performance* individual, num período tão atípico.

Sandra Gonçalves afirma que, “apesar de não existirem dados numéricos que o comprovem”, sente que não houve quebra da produtividade por parte das equipas. Esta opinião é partilhada por Rogério Vita, que acrescentou que, de um modo geral, a produtividade se manteve: “em termos individuais, como já acontecia antes, verificou-se, sim, que existem pessoas de alta e de baixa *performance*”.

Por outro lado, e devido a circunstâncias operacionais, Ana Santos pôde constatar

que em território africano coexistiram “dois cenários: colaboradores que, por ausência de condições (incluindo temas como a falta de internet) acabaram por dar respostas mais tardias”, e colaboradores com acesso a ferramentas digitais que “conseguiram, inclusivamente, apresentar um aumento da produtividade, uma vez que, em casa, conseguiam trabalhar sem interrupções”.

### Para grandes desafios, grandes colaboradores

A história da Nors é feita de desafios e esta mudança abrupta no modelo de trabalho voltou a pôr à prova a resiliência de toda a equipa.

Para além de todas as questões logísticas que houve necessidade de acomodar, como áreas nas quais é difícil

garantir que todos os colaboradores tenham acesso à internet ou a outros materiais tecnológicos, as equipas de Recursos Humanos estiveram em contínuo estado de alerta em relação a toda a legislação oficialmente publicada. Segundo Rogério Vita, o trabalho de análise burocrática foi altamente exigente.

Adicionalmente, como referiu Lorraine Daymond, a instabilidade tem sido um dos maiores desafios enfrentados. “No início da pandemia, seguimos as diretrizes provinciais, no entanto, uma vez que as províncias declararam o confinamento e reabertura em momentos diferentes, dependendo do seu número de casos de Covid-19, a empresa decidiu interromper o vaivém de trabalho presencial e remoto, para encontrar a melhor solução para os colaboradores.”

Por esse motivo, no Canadá, optou-se por colocar em regime de teletrabalho permanente todos os colaboradores elegíveis até 5 de julho de 2021, garantindo-lhes “alguma estabilidade”.

Por outro lado, os colaboradores com filhos em idade escolar passaram, igualmente, momentos muito desafiantes. Conciliar o trabalho do dia a dia com o apoio às crianças e jovens foi uma tarefa árdua, com um impacto considerável no bem-estar geral dos colaboradores, como acentuou Sandra Gonçalves.

Mesmo no que toca à saúde mental, as estruturas de Recursos Humanos sentem que se têm evidenciado alguns pontos sensíveis. “Visto os colaboradores não terem de se deslocar, começaram a trabalhar mais cedo e, no final do dia, não havia tempo definitivo para parar de trabalhar, pelo que os empregados tinham tendência para trabalhar mais horas”, o que, na perspetiva de Lorraine Daymond, pode contribuir para questões de equilíbrio trabalho/vida pessoal. Rogério Vita acrescentou que “a falta de interação e o défice de socialização” também têm contribuído para levar alguns colaboradores a um nível de saturação muito acentuado. Já segundo Ana Santos, “ver e sentir as pessoas” mostrou-se mais importante do que nunca e tornou-se obrigatório pensar em formas alternativas de manter os colaboradores próximos e em contacto com a cultura da empresa, ainda que fisicamente distantes.

Quando questionados relativamente às funções de gestão, todos os entrevistados concordaram que é muito importante formar os líderes da organização para os desafios deste novo modelo, apoiando-os a encontrar novas formas de chegar às pessoas. Nesse sentido, e como referiu Lorraine Daymond, a maneira como se avalia o trabalho também tem de mudar, os *managers* têm de compreender que não podem controlar a forma como um colaborador gere o seu tempo em casa, por isso devem focar-se nos resultados de desempenho dos em vez de apenas nas questões relacionadas com a atribuição de horas diárias.

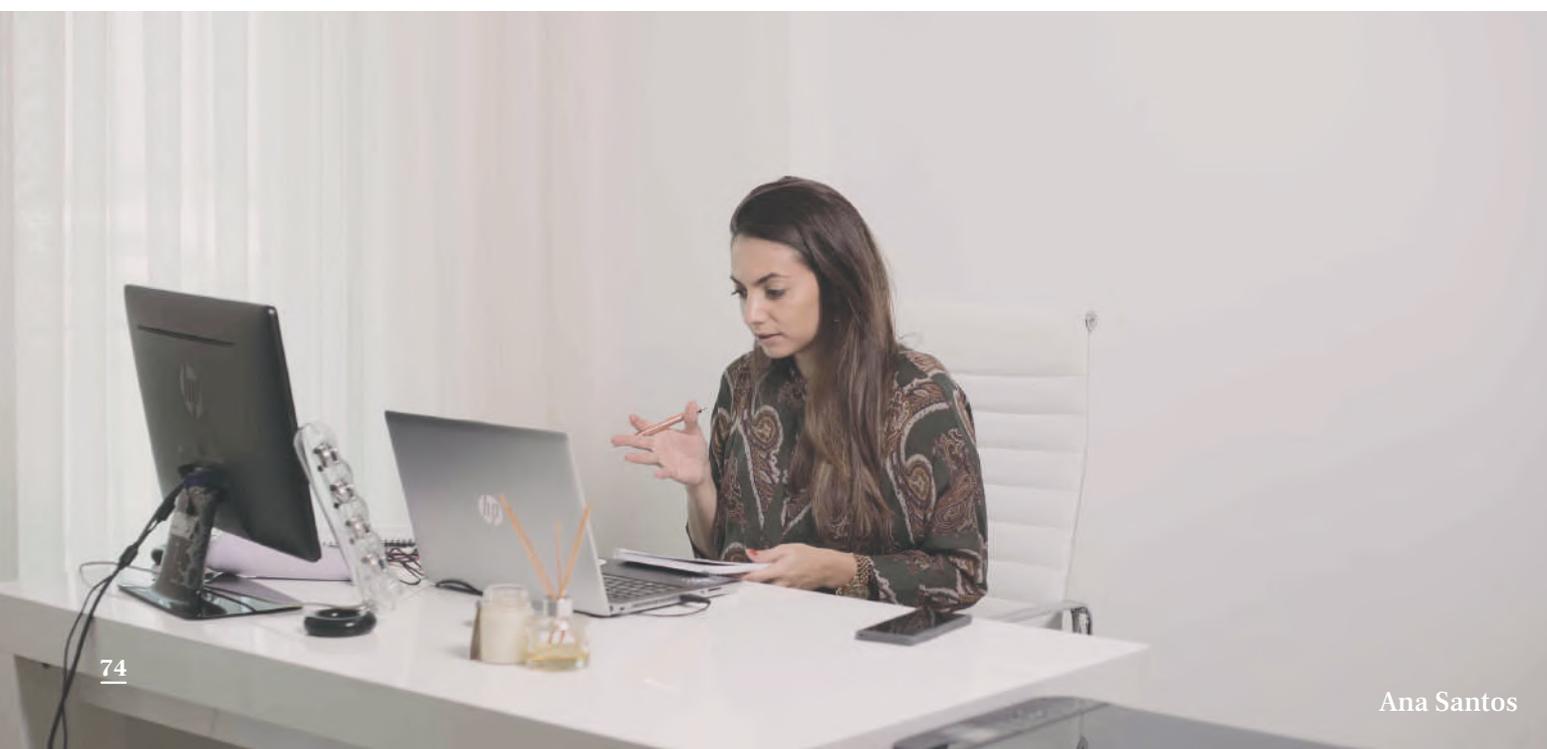
### Primeiro estranha-se, depois entranha-se

Ainda hoje, não é líquido que o teletrabalho tenha vindo para ficar. No entanto, os nossos interlocutores conseguiram apontar com facilidade várias mais-valias do trabalho remoto.

Em primeiro lugar, surge a questão da poupança de tempo e da redução dos custos. Em países nos quais o tempo despendido em deslocações pode ser dramático, a possibilidade de trabalho remoto traz consigo um ganho de qualidade de vida muito acentuado. Os colaboradores puderam passar a usar esse tempo livre para se dedicar a outras atividades do seu interesse, para passar mais tempo de qualidade com a família ou nos seus afazeres pessoais e passatempos.

“Este sistema tem ajudado a humanizar a relação com os colegas, uma vez que atenuou a fronteira entre as componentes pessoal e profissional da vida dos colaboradores.”

Ana Santos



Por outro lado, todos concordaram que este sistema tem ajudado a “humanizar a relação com os colegas, uma vez que atenuou a fronteira entre as componentes pessoal e profissional da vida dos colaboradores”. Ana Santos acrescentou ainda que, neste período, foi acentuado o “caráter humano e genuíno dos colaboradores”, que, partilhando o interior das suas casas, passaram a ser vistos como “pessoas com hábitos e rotinas normais, e não apenas como profissionais”. Como referiu Rogério Vita, o teletrabalho veio também “destruir alguns paradigmas”. Por exemplo, a elevada “resistência face às reuniões virtuais” provou-se errada – hoje em dia, é uma prática normal e que traz, inclusivamente, algumas vantagens, “contribuindo para que as sessões passassem a ser mais produtivas”.

### De olhos postos no futuro

Quando questionados sobre modelos a adotar no futuro, os representantes das diversas geografias responderam em uníssono: o sistema ideal passaria por uma lógica híbrida.

Lorraine Daymond assegurou que as “pessoas querem o trabalho remoto, mas não a tempo inteiro. Os colaboradores gostam de vir para o escritório, porque os faz sentir que saem de casa e têm um objetivo”.

A isto, Ana Santos acrescentou que “o futuro passará por um sistema misto, e seria importante que essa solução passasse a fazer parte da cultura da Nors”.

O período da pandemia revelou que o teletrabalho é possível, podendo traduzir-se em inúmeras vantagens. Porém, o afastamento dos trabalhadores face à cultura da empresa, os constrangimentos técnicos e as dificuldades de socialização tornam insuficiente um modelo exclusivamente remoto. Por outro lado, um sistema assente num “presencialismo” inflexível parece já uma realidade ultrapassada, que viria apagar muitas conquistas alcançadas nos últimos meses.

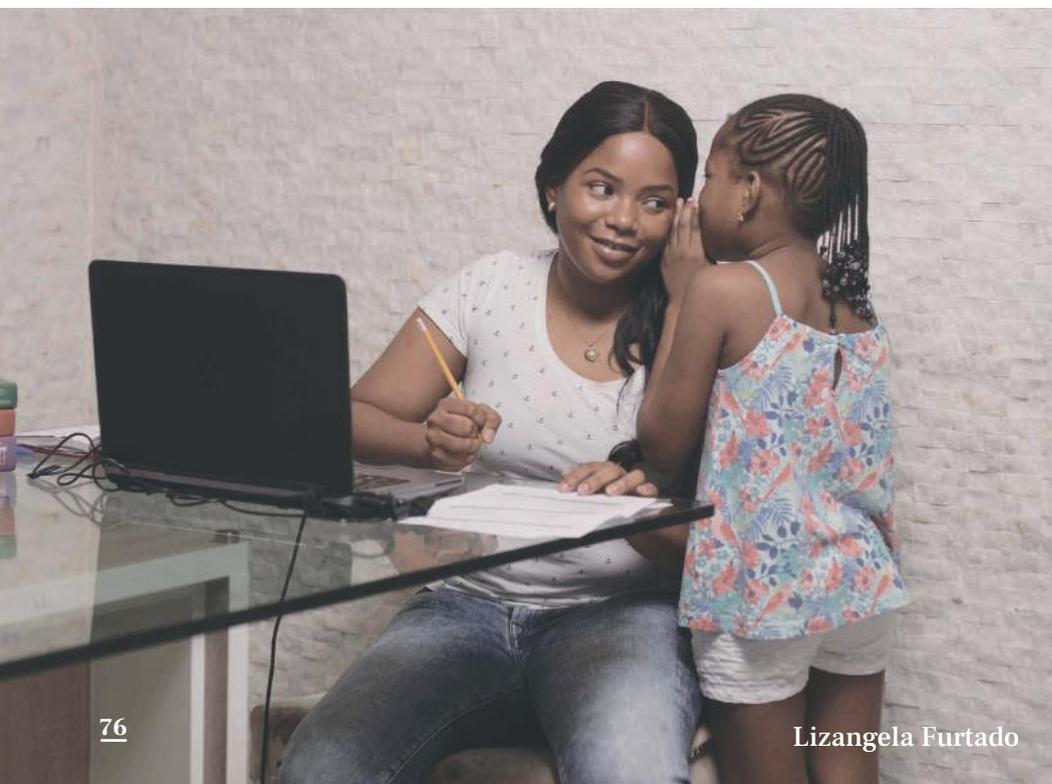
Não sabemos que surpresas (boas ou más) o futuro nos reserva, mas sabemos que a pandemia veio trazer uma realidade completamente nova no que diz respeito à gestão de recursos humanos. E sabemos que, como sempre, a Nors poderá contar com as suas pessoas para superar qualquer desafio que se imponha no caminho.

# O “anjo da guarda” do Centro Oeste

Como é um dia na vida de um técnico oficial? Reparar falhas elétricas, trocar filtros, verificar suspensões, substituir bombas de água, consertar embraiagens, aconselhar os clientes... Tarefas que facilmente nos transportam para um dia comum em qualquer oficina. Mas o dia a dia de Valdivino Duarte nada tem de comum – este colaborador é o que podemos chamar de “anjo da guarda” de Poconé.

Valdivino é técnico oficial na Auto Sueco Centro Oeste há cerca de 11 anos, mas foi apenas há três que abraçou este novo desafio: a “oficina volante”. O conceito consiste em garantir assistência mecânica *in loco*: em vez de os clientes se deslocarem até ao concessionário, o concessionário vai até eles – literalmente. Este serviço personalizado evita que muitos parceiros – sobretudo os que percorrem longas distâncias, por estradas que nem sempre oferecem condições apropriadas – não dispensem a companhia e a ajuda de Valdivino, que já consideram como parte da família. O trabalho de Valdivino permitiu, aliás, que as indústrias da zona aumentassem as suas frotas, justamente por lhes ser oferecido um serviço personalizado e sem o constrangimento da deslocação. Porém, para o colaborador, este conceito pode significar ter de se deslocar até locais a mais de 200 quilómetros de distância da sua casa.

Um dos principais destinos de Valdivino é uma mina de ouro a céu aberto, na zona de Poconé, da empresa Cangas II Transportes. Falamos da região do Mato Grosso, anualmente assolada por três meses de chuva e nove meses de seca – condições que se espelham na forma pouco cuidada das estradas e acessos.



Lizangela Furtado



Valdivino Duarte

Ali, os protagonistas são grandes caminhões Volvo FMX (6x4) de 40 toneladas, que transportam o minério num percurso de 5 quilômetros até ao local onde se extrai o ouro. No entanto, apesar do trajeto curto, estes caminhões transportam cargas superiores ao seu próprio peso, razão pela qual necessitam de assistência frequentemente. As manutenções mais perigosas e difíceis são as falhas elétricas, embora não aconteçam regularmente; já as trocas de filtros, bombas de água, verificação de suspensões e embraiagens são bastante regulares.

O ofício de Valdivino não se cinge apenas às reparações mecânicas: a proximidade que mantém com os seus clientes

desperta-lhe uma veia de consultor e conselheiro. Quando se apercebe de que a condução de determinado veículo necessita de algum tipo de intervenção, correndo o risco de danificar os eixos, as rodas ou pneus do camião, prontifica-se a garantir uma espécie de formação “informal” ao cliente sobre a melhor forma de conduzir o veículo, aumentando, assim, a *performance* do equipamento. Essa será, decerto, uma das razões pelas quais Valdivino mantém uma relação tão próxima com os seus clientes. Além disso, procura sempre ajustar-se aos seus horários e necessidades: se o cliente começar a jornada de trabalho às seis, terminar às dezoito e fazer uma pausa de uma hora para almoço, Valdivino imita categoricamente estas horas. Nas

suas palavras, é sempre uma questão de confiança: uma vez que as mineradoras trabalham com equipamentos e produtos dispendiosos, obedecer aos seus turnos é um sinal de respeito. Apesar de as condições de trabalho nem sempre serem as mais satisfatórias, especialmente quando falamos de localizações remotas, Valdivino encontra sempre forma de se ajustar, consolidando a relação com os clientes.

As opiniões que chegam à equipa acerca do serviço não poderiam ser mais positivas – e os clientes são bastante categóricos quando o dizem! A opção pela Auto Sueco prende-se justamente com a assistência e o apoio disponibilizado, tanto ao nível do concessionário, como da oficina móvel de Valdivino.

A função por ele desempenhada é particularmente diferenciadora na região, estabelecendo-se como um dos fatores que permitiu o crescimento da atividade. A região de Poconé tem muitos garimpos (exploração mineira) de ouro e a proximidade que a Auto Sueco Centro Oeste cimenta junto dos clientes – materializada na disponibilidade de fazer as reparações à hora solicitada e de prestar assistência por telefone a qualquer momento – ajudou a abrir portas para o crescimento e diferenciação do negócio. Além disso, o serviço prestado por Valdivino é absolutamente inigualável, não havendo nenhuma empresa a fazer algo semelhante.

O serviço da oficina volante começou com a Cangas II Transportes, fator que acarretou muitas exigências e aumentou rapidamente número de pedidos e solicitações. O primeiro passo é ir ao local, conhecer o veículo e fazer um levantamento de informações relativas à operação, durabilidade e manutenção do mesmo. A partir daí, Valdivino não só presta assistência às grandes frotas de veículos, como também fomenta as vendas junto de outros clientes da região, tornando-se um elo de confiança entre os parceiros e a marca. Pode afirmar-se que presta total apoio ao cliente, na sua aceção mais pura e fundamental.

É por estas razões que a Auto Sueco Centro Oeste, aqui representada por Valdivino Duarte, é já considerada família pelos seus clientes. Muitos conseguiram mesmo aumentar a sua frota de camiões devido ao aparecimento do serviço da “oficina volante”. Os clientes de Valdivino têm, em média, dez a quinze camiões, o que faz com que este “anjo da guarda” do Centro Oeste passe uma grande parte da semana longe da sua outra família: a mulher e os filhos, que o esperam em Cuiabá.



# Estrelas como No(r)s

2020 foi um ano de exceções, por isso em 2021 foi organizada uma celebração dupla!

Os We\*Nors Awards visam reconhecer o contributo dos colaboradores para o sucesso do grupo, nas mais diversas áreas de atuação. O evento anual, que abrange todos os países nos quais a Nors está presente, é uma oportunidade para agradecer o esforço, a dedicação e o talento que as suas equipas imprimem no seu trabalho – todos os dias.

Durante a cerimónia dos prémios, realizada no Europarque, em Santa Maria da Feira, atribuíram-se os prémios das edições de 2019 e 2020. O evento foi transmitido em direto para todos os colaboradores, nos quatro cantos do mundo, e celebraram-se “estrelas” de todo o universo Nors nas áreas de espírito de equipa, orientação ao cliente, liderança, inovação, performance empresarial e na categoria “ser Nors”. Mesmo distanciados, os vencedores brilharam como estrelas!





A edição de 2021 contou com uma dimensão tecnológica que elevou o evento a um nível próximo de um programa de “televisão” internacional. O número de países, idiomas e pessoas a que foi possível chegar com este evento foram um exemplo da capacidade da Nors em organizar estes momentos.

Os We\*Nors Awards foram transmitidos via *live streaming* para 10 países com interpretação simultânea para português, inglês e francês. A transmissão digital do evento permitiu que, durante a cerimónia, fosse possível interagir com os nomeados e vencedores de todas as geografias.



Adicionalmente, esta edição teve a participação especial de convidados “de peso”! A cenografia do evento contou com dois camiões, uma pá carregadora e um autocarro, personificando algumas das áreas de negócio que o universo Nors compreende.

No entanto, a preparação de um evento desta dimensão e complexidade iniciou-se muito antes, nomeadamente com a criação da nova identidade visual dos We\*Nors Awards, o que exigiu uma observação e compreensão mais profundas do que, de facto, significa “ser Nors”.

Partindo da premissa de que os colaboradores são o maior trunfo da empresa, o prémio deveria também espelhar a sua importância. A composição gráfica do evento gerou-se em torno do elemento asterisco – ou *asteriskos*, do grego antigo, que significa “pequena estrela”.

A estrela é um corpo que emana luz e que se mantém firme, prosperando no espaço sideral, sendo, por isso, a metáfora ideal para representar a Nors e os seus colaboradores, que trabalham todos os dias para se inspirarem mutuamente.



Tomás Jervell

“Foi muito gratificante ver toda a organização envolvida neste evento global da Nors – sobretudo por ter consciência do desafio que significou distinguir remotamente os nossos colaboradores e as nossas equipas. É assim que queremos continuar a fazer a diferença: pela dedicação, pela criatividade, pela transparência e pela coragem que colocamos no dia a dia das nossas empresas. Somos, de facto, uma organização com carácter e cultura únicos!

Tomás Jervell

## A categoria weunite celebra o espírito de equipa: aqui, a união faz a força que move as equipas da Nors.

### Vencedores weunite 2019

Coordenadores da Auto Sueco Angola e Coordenadores de Armazém da Auto Maquinaria

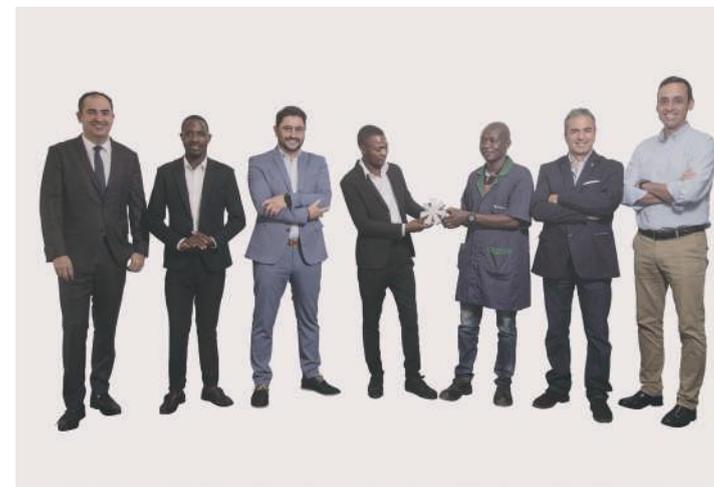


Este prémio tem para as nossas equipas grande relevância, é para nós motivo de Orgulho, pois significa o Reconhecimento do nosso trabalho. É também motivo de grande satisfação, pois era um objetivo destas equipas quando iniciamos este trajeto em 2018, é a prova de que independentemente da localização geográfica, quando somos exigentes e profissionais, podemos atingir níveis de excelência. Para as Equipas é também motivo de grande responsabilidade para o futuro, pois o grupo Nors esperará sempre de nós, resultados idênticos. Iremos continuar a trabalhar focados, com humildade, espírito de equipa e determinação, de forma a continuarmos a melhorar diariamente.

**Equipa de Coordenadores de Armazém Auto Sueco Angola e Equipa de Coordenadores de Armazém Auto Maquinaria**

### Vencedores weunite 2020

Equipa da Auto Sueco Angola e Vitrum



Este prémio veio demonstrar que, mesmo em condições adversas, é possível através da resiliência, da capacidade em nos reinventarmos e de expurgarmos ao máximo as sinergias intragrupo, angariar negócios e consequentes resultados. O nosso obrigado à Auto Sueco Angola pela Parceira - este prémio também é deles. É também motivo de grande satisfação contribuir para o reconhecimento do percurso da Vitrum - em ano de 10º aniversário - e que nos últimos 5 anos teve 4 nomeações para os prémios we nors, culminando na conquista de dois (2016 e 2020).

**Equipa da Auto Sueco Angola e Vitrum**

## A categoria weinnovate demonstra como a mudança e a transformação já fazem parte do ADN do grupo.

### Vencedor weinnovate 2019

Anderson Camargo (Auto Sueco São Paulo)



Foi uma enorme satisfação ter sido nomeado por entre tantos trabalhos que estavam concorrendo. Agora, ter sido o vencedor, foi uma enorme felicidade e gratidão à Nors, quanto ao reconhecimento do trabalho.

**Anderson Camargo, Auto Sueco São Paulo**

### Vencedores weinnovate 2020

Diogo Franco e Jorge Cosme (Newonedrive)



É com enorme orgulho que em nome de todos os colaboradores da Newonedrive recebo este prémio. Foram tempos de mudança bastante complicados, mas com o esforço e dedicação de todos conseguimos alcançá-lo sendo que todos os dias tentamos inovar e melhorar o nosso método de trabalho. Muito obrigado a todos.

**Jorge Cosme, Newonedrive**

A categoria wedeliver premeia os colaboradores que sabem, como ninguém, que os clientes são uma peça essencial para o sucesso.

**Vencedor wedeliver 2019**

Adriano David (Auto Maquinaria)



“O prêmio é essencialmente uma distinção para a equipa da Auto Maquinaria. É um reconhecimento do Grupo à trajetória de sucesso que a empresa tem conseguido, praticamente desde a sua fundação. É o corolário de outros vários prémios internacionais concedidos à Auto Maquinaria quer pelo grupo Nors, como pela Volvo CE, pelo contínuo crescimento do seu volume de negócios; o marco de ter sido em 2007 o melhor vendedor de camiões articulados Volvo em todo o mundo e mais recentemente, em 2019, pelo maior crescimento na venda de escavadoras no grupo de concessionários Volvo da nossa área, além da cultura de assertividade e parceria com os clientes. Um reconhecimento que, se por um lado nos orgulha, por outro nos incita a uma maior responsabilidade, dedicação e desempenho, na busca da melhoria contínua.

**Adriano David, Auto Maquinaria**

**Vencedor wedeliver 2020**

Tiago Baldo (Auto Sueco São Paulo)



“A conquista do prêmio We Nors é um momento ímpar em minha carreira, demonstra a consolidação de uma jornada de aprendizado e crescimento profissional. Alegria e satisfação descrevem este reconhecimento tão especial para minha jornada, tenho muito orgulho em fazer parte da Auto Sueco São Paulo.

**Tiago Baldo, Auto Sueco São Paulo**

A categoria welead homenageia os verdadeiros líderes da Nors: aqueles que não se limitam a apontar o caminho, mas sim a percorrê-lo com as suas equipas.

**Vencedor welead 2019**

Gerhard Rossouw (Auto Sueco Namíbia)



“2019 foi um ano de muitas mudanças para a Auto Sueco Namíbia! Um novo Diretor Geral, bem como mudanças ao nível da gestão e dos colaboradores. 2018 foi um ano particularmente difícil para a Auto Sueco Namíbia na esfera financeira, e a empresa navegava “sem capitão”, sem o DG. 2019 foi o ano de mudança para empresa, renovada com uma nova visão de liderança de mercado e uma organização sustentável e rentável. A empresa voltou a assegurar que os nossos valores fundamentais junto dos clientes de “confiança na condução” fossem novamente reafirmados. Como DG, o meu lema pessoal continua a ser: “nada supera um bom serviço”. A Auto Sueco Namíbia é hoje uma empresa especial com uma liderança sólida, pronta a enfrentar os desafios diários e as oportunidades do futuro. Saudamos os nossos clientes e funcionários que tornaram tudo possível!

**Gerhard Rossouw, Auto Sueco Namíbia**

**Vencedor welead 2020**

João Vaz (Auto Sueco Angola)



“É uma honra e orgulho imenso em ser distinguido na categoria liderança. Um agradecimento muito especial ao grupo Nors, em todos os seus departamentos, por permitirem que tenha o prazer e alegria em trabalhar nesta família. Este reconhecimento não é mais do que o resultado, em equipa, da Auto Sueco Angola.

**João Vaz, Auto Sueco Angola**

## A categoria weperform destaca a performance empresarial das várias empresas que constituem o universo Nors.

### Vencedores weperform 2019

Auto Sueco Moçambique



“A conquista deste troféu significa para a Auto Sueco Moçambique o reconhecimento pelo trabalho, esforço e dedicação de toda a equipa. Por outro lado, significa também mais responsabilidade, motivação e espírito de equipa, no sentido de responder diariamente aos desafios de forma pró-ativa e com resiliência, e a dignificar o nome Auto Sueco/Nors além fronteiras!

**Pedro Constantino, COO da Auto Sueco Moçambique**

### Vencedores weperform 2020

Auto Sueco Centro Oeste



“Feliz. É como me defino, ou melhor, felizes. Sim, no plural - pois o sucesso é soma. É mais. E a minha “equipe” é mais. Foi com esse pensamento de equipe que conquistamos esse prêmio por nós tão almejado. Somos um time que trabalha, realiza, e sorri, juntos. Gostaria de agradecer à alta gestão do Grupo, e a cada colaborador da “nossa” Auto Sueco Centro Oeste que é, cada um, uma peça do quebra-cabeça que montamos juntos com dedicação, competência e accountability. A comparação é perfeita, pois, como sabemos, se falta uma única peça o todo não se forma. E por aqui, não falta nada nesse quebra-cabeça perfeitamente montado: oficina, vendas, harmonia. Que venham mais desafios, com mais e mais peças, que estamos prontos! Que venham por consequência, mais e mais prêmios! Viva Mato Grosso, Rondônia e Acre! Obrigado! Orgulho nos define!

**Carlos Melnec, CEO da Auto Sueco Centro Oeste**

## E, finalmente, a categoria weare, que premeia aqueles que incorporam o verdadeiro espírito Nors e inspiram aqueles que os rodeiam a fazer o mesmo.

### Vencedor weare 2019

Alice Clemente (Auto Sueco Portugal)



“Significou um reconhecimento que provocou em mim um sentimento de gratidão, orgulho e emoção. “ser Nors” é uma energia que se VIVE... um “estado” que tenho experienciado ao longo destes anos. Esta distinção é motivadora e inspiradora numa organização que é feita de pessoas: um sinal de compromisso e esperança, para os mais jovens.

**Alice Clemente, Auto Sueco Portugal**

### Vencedor weare 2020

Dave Pincivero (Strongco)



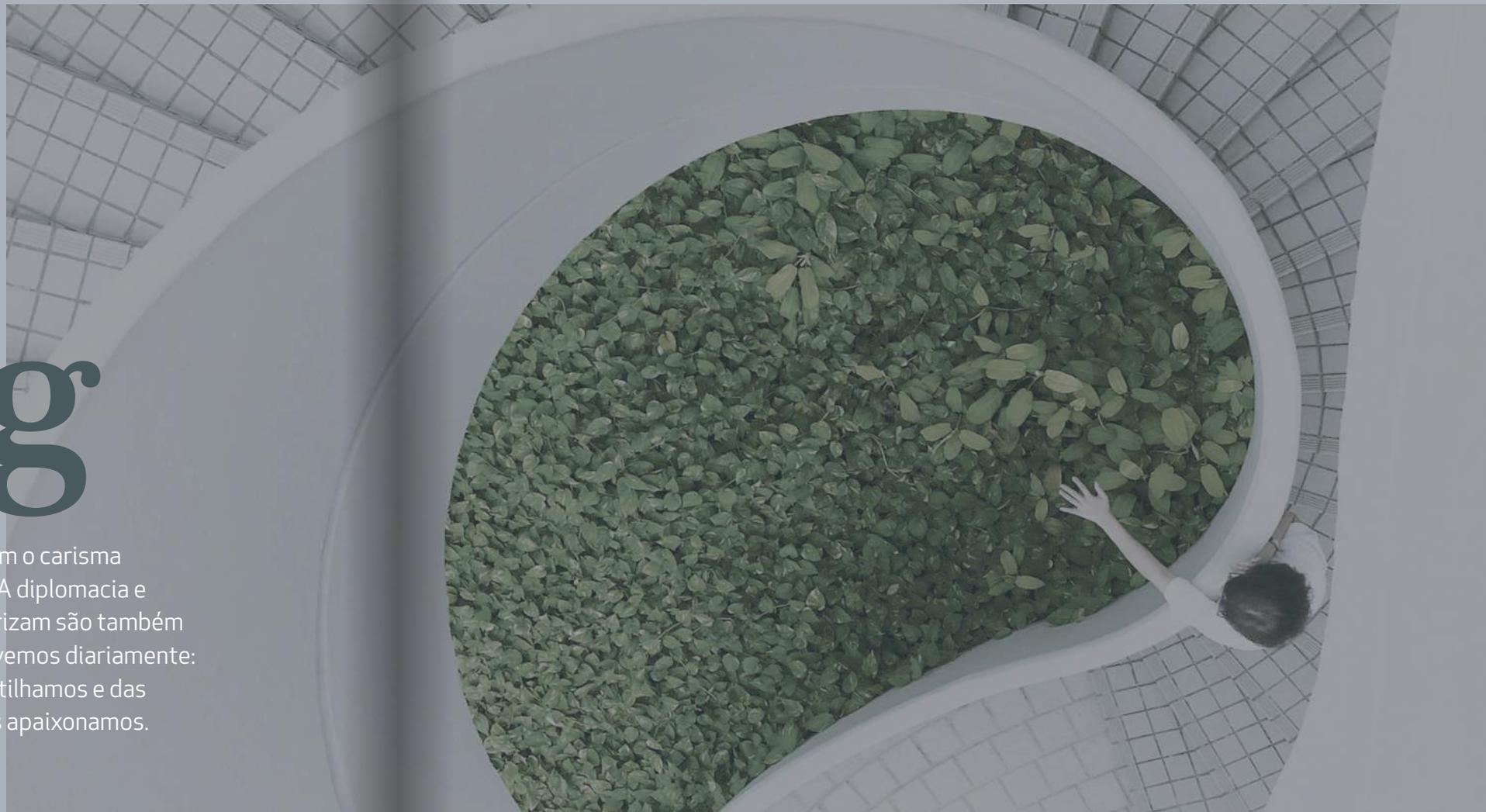
“Sinto-me honrado e agradecido pela nomeação e por ter ganho o prêmio “weare”. Trabalhar para a Strongco durante 24 anos, e para a Nors no último ano, tem sido uma grande oportunidade de integrar uma empresa “de primeira qualidade” e agora uma organização internacional. Foi-me dada liberdade para aprender e crescer na minha carreira pelas equipas de gestão ao longo dos anos. Estou grato aos meus colegas de trabalho e mentores que me permitiram o privilégio de acelerar na minha jornada. Anseio pelo novo futuro com a Nors!

**Dave Pincivero, Strongco**

A ambição de continuar a avançar move o núcleo duro da Nors, e por isso já está na hora de começar a pensar nos We\*Nors Awards de 2021. Todos os colaboradores já se empenharam a mostrar o seu talento, mas o ano ainda vai a meio e ainda há tempo para exceder as expectativas. Boa sorte para o próximo ano!

# we are charming

Abrimos a porta de casa com o carisma de qualquer bom anfitrião. A diplomacia e sobriedade que nos caracterizam são também fruto da história que escrevemos diariamente: do que vivemos, do que partilhamos e das novas rotas pelas quais nos apaixonamos.





# revista de imprensa

## O que se passa no mundo, também passa pela Nors.

Todos os dias, em alguma parte do mundo, há uma invenção, descoberta ou novidade que surge com o potencial de mudar a realidade como a conhecemos. Qual é, verdadeiramente, o impacto dessas inovações na nossa vida quotidiana?

Nesta edição, com a curadoria de Jorge Guimarães, COO do grupo Nors, viajamos sobre o percurso da Nors, das suas heranças até ao seu destino. Viajamos até ao Brasil, uma das geografias nas quais o grupo está presente, para saber tudo sobre a reabertura do Museu da Língua Portuguesa e as origens de um dos idiomas mais falados, globalmente. Fazemos uma breve escala na esfera dos carros a hidrogénio, que já são hoje uma realidade e, por fim, rumamos às cidades do futuro, dotadas de inteligência artificial e redes 5G.



Jorge  
Guimarães

COO da Nors

# Carros a hidrogénio: o futuro depois do futuro

Numa altura em que Portugal ainda está a lutar para responder às necessidades de um futuro 100% elétrico na mobilidade, já há quem tenha os olhos postos no próximo passo do futuro: estamos a falar de carros movidos a hidrogénio. Em Portugal, existe, ainda, um elevado desconhecimento sobre esta tecnologia. Se é a primeira vez que está a ler sobre automóveis movidos a hidrogénio, não se preocupe – certamente não será o único.

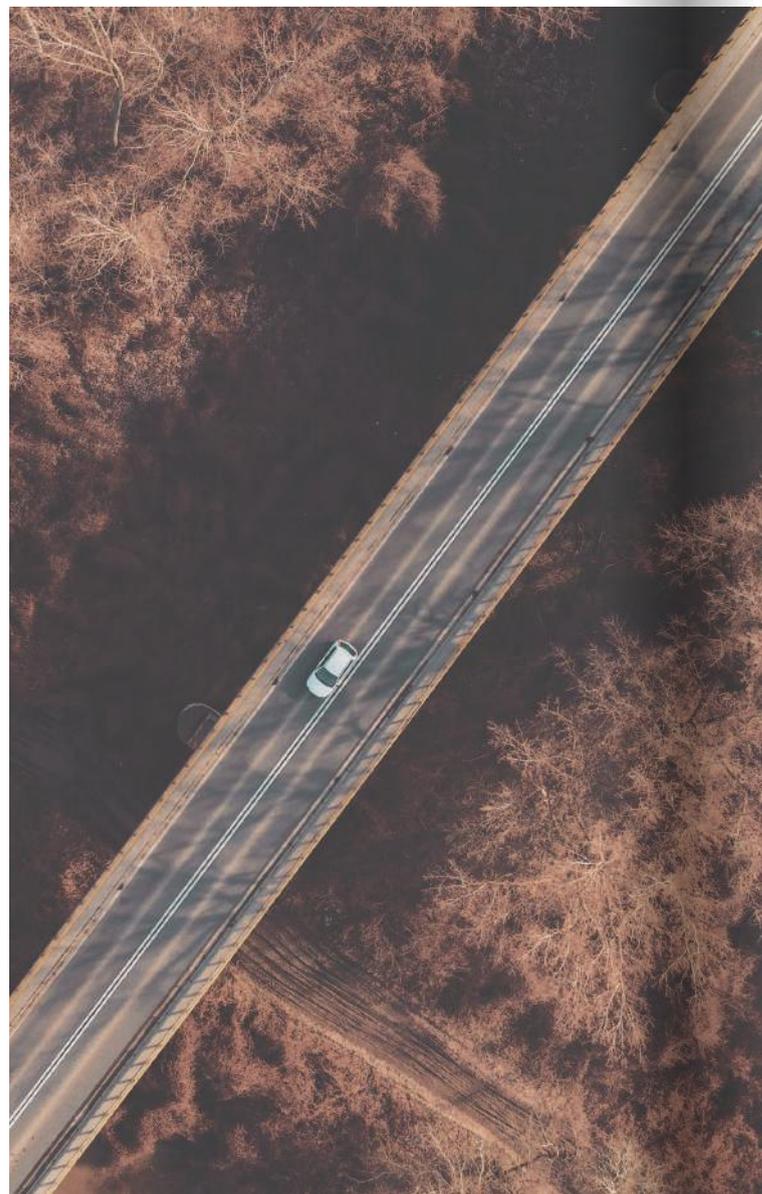
Os carros movidos a hidrogénio, também conhecidos como carros *fuel cell* – ou célula de combustível – são veículos elétricos que utilizam o hidrogénio como fonte de energia. Em vez de carregarem as suas baterias ligados à corrente, fazem-no transformando hidrogénio em eletricidade, diretamente no próprio veículo.

Os conjuntos de *fuel cells*, montados em série no automóvel, juntam o hidrogénio presente no tanque de abastecimento do veículo e o oxigénio retirado do ambiente exterior. Esta junção produz uma reação que, por

sua vez, é aproveitada para gerar energia elétrica – é esta energia que alimenta o motor e carrega a bateria do automóvel. Apesar de também possuírem uma bateria, falamos de um elemento consideravelmente mais pequeno, sendo utilizado apenas para a fase de arranque do veículo e nos momentos em que se exige que o automóvel atinja elevados picos de potência.

Enquanto o oxigénio utilizado no processo de geração de energia é extraído do meio ambiente, o veículo movido a hidrogénio terá que ser abastecido. No entanto, à semelhança do que acontece com a gasolina, o abastecimento de hidrogénio é rápido e simples.

Mas esta não é a única vantagem em relação aos veículos 100% elétricos. A tecnologia *fuel cell* não emite gases poluentes e, ainda que os veículos elétricos também não o façam, a eletricidade que os carrega está ainda muito dependente de combustíveis fósseis. Em vez de emitirem gases nocivos para o ambiente, estes veículos emitem vapor de água



e oxigénio, filtrando este último e emitindo oxigénio ainda mais limpo do que o que foi extraído inicialmente.

Parece bom demais para ser verdade... Será que existe alguma desvantagem inerente a esta tecnologia futurista?

Apesar de não exigir a criação de uma rede de carregamentos extensa, esta tecnologia precisaria que as atuais bombas de gasolina fossem adaptadas. Contudo, os postos de abastecimento de hidrogénio podem ser anexados e integrados nos postos de abastecimento atualmente existentes, podendo mesmo o hidrogénio ser armazenado à superfície. O que ainda causa um transtorno a esta tecnologia são as suas baterias: as matérias-primas utilizadas na sua produção são caras e raras, aumentando o valor dos próprios veículos, por vezes proibitivamente. Contudo, o avanço da tecnologia poderá permitir a utilização de outros materiais e a diminuição do preço de venda destes veículos.

Fontes:  
Press Release Volvo Group 21.0429  
Economista



# Reabertura do Museu da Língua Portuguesa em São Paulo

Após um encerramento de seis anos, o Museu da Língua Portuguesa de São Paulo voltou a abrir as suas portas a 17 de julho. Durante os seus dez anos de funcionamento e até à data do seu encerramento, o museu recebeu cerca de quatro milhões de visitantes, tendo sido o primeiro museu totalmente dedicado a uma língua. Esteve fechado desde dezembro de 2015 por consequência de um grande incêndio que destruiu por completo as suas instalações.

Na sua essência, o museu celebra a língua portuguesa como elemento unificador e basilar de todas as culturas cuja língua oficial é o português. O seu acervo riquíssimo,

composto por património imaterial do português, pode ser apreciado no museu por meio de experiências interativas, produções audiovisuais e ambientação, levando o visitante por uma viagem imersiva à história da língua. Apesar de encerrado, o espólio do museu manteve-se disponível durante os últimos cinco anos, sendo continuamente divulgado através das embaixadas ou de eventos e atividades como a Festa Literária das Periferias (Flup), a Bienal Internacional do Livro, a Festa Literária Internacional de Paraty (Flip) e a celebração do Dia Internacional da Língua Portuguesa.

Fontes:  
DN/Lusa 210205



# As cidades do futuro

As cidades de hoje já não são como eram: hoje, fala-se em evolução, disrupção, descarbonização, cidades sustentáveis e cidades inteligentes. Catarina Selada, do CEiiA, prevê que, dentro em breve, surgirão novos modelos de negócio para a descarbonização. Exemplos de tecnologias como a IoT (a *Internet das Coisas*) e o gestor de investigação e inovação para cidades inteligentes, a Ubiwhere, vêm à conversa, mas Catarina acredita que as soluções passarão por redes móveis de quinta geração (5G) e inteligência artificial (IA).

A ambiciosa rede 5G é um sonho bastante mais próximo do que podemos pensar: contudo, para o tornar realidade, será necessária a instalação de um grande número de equipamentos de comunicação móvel e antenas (isto, se quisermos otimizar os indicadores de *performance* e velocidade de ligação a que estamos habituados). O grande dilema da rede 5G é o seu sinal ser menos fiável a longas distâncias, podendo ser frequentemente alterado por pessoas, árvores ou pelo simples cair da chuva. Estes exíguos equipamentos, chamados *small cells*, necessitam de ser instalados aos milhares para conseguirem substituir as tradicionais torres de sinal. A grande vantagem prende-se, de facto, com

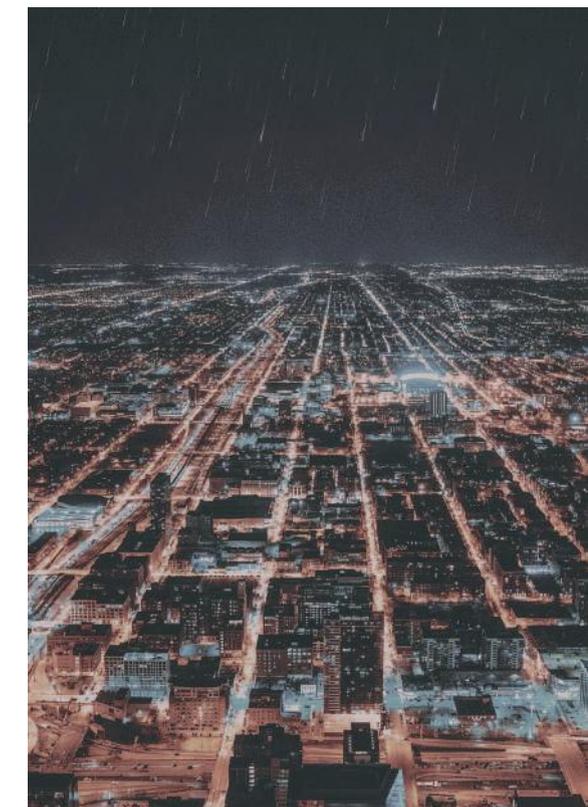
a possibilidade de assistirmos ao nascimento de um “admirável mundo novo”, que poderá tornar reais conceitos como a condução autónoma de veículos ou a medicina à distância.

Esta condição de estar conectado torna-se, de certa forma, “ubíqua”, ao permitir a digitalização de informação através de sensores e equipamentos presentes em todo o lado. Ao mesmo tempo, o recurso à analítica avançada da IA pode significar aumentos significativos da produtividade, ao permitir a captura de diversas ocorrências em vídeo e em tempo real, bem como a previsão de situações hipotéticas com base no histórico de dados. Importa, porém, ressaltar que esta magnitude de processamento de dados só é possível através de tecnologias como “edge computing”, método de computação mais robusto e eficiente do que o “cloud computing”.

Ricardo Vitorino, Smart Cities Manager na Ubiwhere, afirma que, com o aparecimento desta nova tecnologia, as cidades estarão, elas mesmas, na posse das infraestruturas inerentes às telecomunicações e à computação (não sendo mais necessário recorrer a alternativas intrusivas e de instalação

massiva, como é feito atualmente). Ricardo prevê que, a partir destas duas “pequenas” inovações, fenómenos considerados absolutamente futuristas – como semáforos em comunicação com os veículos ou iluminação de rua a ativar-se quando necessário – serão possíveis em breve.

Fontes:  
Revista “Ser Sustentável Ganhar o Futuro” - Edição nº 4473 do Jornal de Negócios e nº 886 da Sábado.



# Rumo às estrelas

Nos dias de hoje, é comum ouvir-se dizer que o mercado do trabalho está em transição e que as mulheres representam uma percentagem substantiva da força laboral no universo corporativo.

Encontramos diversos estudos que detalham as razões pelas quais uma empresa com um maior número de colaboradoras femininas é mais produtiva, prevendo até que, num futuro próximo, as mulheres poderão ultrapassar os homens nos índices de empregabilidade.

Contudo, e infelizmente, vivemos tempos em que muitas mulheres, nos mais variados contextos, se veem ainda obrigadas a esforços sobre-humanos para viver uma realidade digna e provarem que o mercado de trabalho também lhes pertence.

Independentemente do setor de atuação ou da função desempenhada, facilmente identificamos exemplos nos quais a força feminina, mesmo que de forma tácita e camuflada, não é devidamente reconhecida – quer falemos de mérito, de valorização financeira ou mesmo de reconhecimento de competências. Uma realidade que, à luz dos tempos, parece tudo menos real.

Felizmente, esta não é história que a Nors tem para contar.

Na Nors, o quotidiano profissional distingue-se pela excelência, rigor e capacidade relacional, fatores que não são senão o reflexo da equipa plural que compõe um universo de mais de 4 000 colaboradores. É deste mosaico humano, tão diverso quanto rico em experiências, que emana uma forma única de criar relações duradouras, transparentes e pessoais: a fórmula Nors para longas histórias de sucesso e compromisso.

Desde sempre, a Nors procura cultivar uma igualdade efetiva de género, acreditando ser esta a base de uma cultura íntegra, justa e transparente. Mesmo num negócio historicamente protagonizado por figuras masculinas, as portas do grupo estiveram sempre abertas ao talento feminino – em qualquer geografia, em qualquer área de negócio, em qualquer função e desafio.

Por muitos anos, a Nors continuará a escrever a sua história no feminino. Agradecemos a todas as nossas colaboradoras a sua criatividade e otimismo, a sua confiança e a sua paixão. Agradecemos, acima de tudo, a vossa inequívoca ambição.



Gabrielle de Almeida



Georgina Wallace



Janice Cripps



Isabel Bernardo



Paula Bueno



Ana Catarina Santos



# cultural stop

## Cultura: uma paragem obrigatória.

O “Cultural stop” não é mais do que um espaço de partilha dos interesses de todos os colaboradores Nors - estejam onde estiverem. Queremos, mais do que nunca, criar espaço para que nos possamos conhecer como uma verdadeira família, partilhando o que nos torna realmente felizes. Sejam livros, receitas ou eventos, sejam jogos com a família, curiosidades desportivas ou filmes, queremos que esta troca de experiências seja o espelho da diversidade da nossa organização - sem fronteiras, sem barreiras e de braços abertos para quem para aqui.

Nesta edição, Rute Simões Cecílio, Gestora de Comunicação e Cultura na Nors, partilha dois livros, dois *podcasts*, dois álbuns e dois conceitos culturais. Tudo em dose dupla - porque cultura nunca é demais!

“

Gostos não se discutem” - uma expressão verdadeiramente discutível. É do debate de interesses, conceitos e formas de estar (e viver!) que nasce a arte que nos acompanha diariamente: no escritório, nas viagens ou na mesa que enchamos de conversas - elas próprias - influenciadas ou motivadas por toda e qualquer forma de cultura que absorvemos.

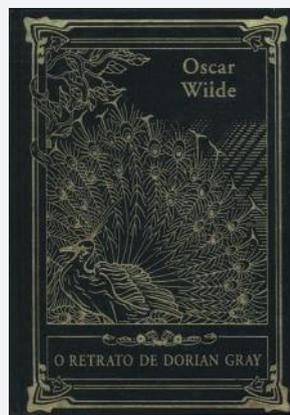
Mais do que discutir, partilhemos gostos - mais antigos ou mais modernos, mais agudos ou mais graves, mais coloridos ou mais cinzentos - porque é assim que potenciamos, na Nors, o verdadeiro significado de cultura. Hoje, fazemos uma paragem por sugestões marcadas por diferentes influências, em diferentes formatos, línguas e conceitos. Acima de tudo, que esta seja uma viagem partilhada, com tantos outros caminhos possíveis que possamos encontrar, juntos, à distância de uma boa discussão.

**Rute Simões Cecílio**

Gestora de Comunicação e Cultura na Nors

em livro  
páginas que aguçam o nosso saber

**“O Retrato de Dorian Gray”, 1890**  
Oscar Wilde

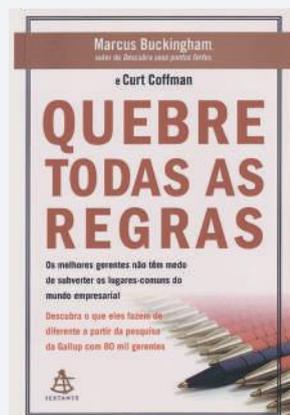


Uma história visceral, que nos desafia a um exercício de introspeção quase instantâneo – “O Retrato de Dorian Gray” é o espelho da estética hedonista de Oscar Wilde, sendo reconhecida mundialmente como uma das obras mais relevantes do percurso do autor. A extravagância, o narcisismo e o moralismo contraditório de Dorian Gray fazem com que queiramos que as páginas deste romance nunca terminem – e que fiquemos horas a apreciar uma escrita tão invasiva quanto esteticamente rica.



Saiba mais ou compre este livro aqui

**“Primeiro, Quebre Todas as Regras”, 1999**  
Marcus Buckingham & Curt Coffman



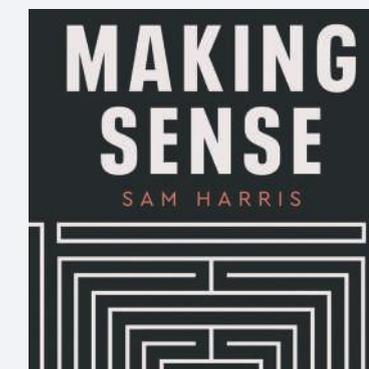
Que características ou atributos poderão fazer verdadeiramente a diferença quando a palavra de ordem é liderar? “First, break all the rules” é o resultado de mais de 25 anos de um estudo que engloba a visão, o percurso e as tomadas de decisão de mais de 80 000 diretores e gestores dos mais variados segmentos e áreas de negócio. Um livro pragmático, que nos brinda com uma perspectiva empírica e com sugestões adaptáveis aos diversos contextos e realidades nos quais nos possamos mover profissionalmente.



Saiba mais ou compre este livro aqui

em podcast  
para os que são todos ouvidos

**“Making Sense”**  
Sam Harris



Com quase 250 episódios disponíveis, o *podcast* “Making Sense” traz-nos a visão do neurocientista, escritor e filósofo americano Sam Harris sobre temas (idealmente) controversos que marcam a ordem do dia. Um olhar expressivo sobre o passado, o presente e o futuro da humanidade e da consciência política, com o contributo de personalidades tão diferentes como Bill Maher, Andrew Sullivan ou Anne Applebaum.



Ouçã o podcast “Making Sense” aqui

**“O poema ensina a cair”**  
Raquel Marinho



Um presente que nos é oferecido quinzenalmente, feito de um jogo de palavras constante e inspirador. “O poema ensina a cair” – cuja versão “gráfica” já populou as redes sociais com as palavras emocionantes que encontramos na poesia – traz-nos as escolhas poéticas de convidados com nomes tão sonantes no panorama português como Eunice Muñoz, Alice Vieira, Júlio Machado Vaz ou Alexandre Quintanilha. Um momento de partilha e amor pelas palavras que vale a pena ouvir com atenção.



Ouçã o podcast “O poema ensina a cair” aqui

em álbum  
por cada acorde, uma (nova) memória

**“Domingo”**  
Caetano Veloso e Gal Costa, 1967



A expressão *good old future* assenta como uma luva na intemporalidade de Caetano Veloso. Com mais de 50 anos de vida, “Domingo” traz-nos um álbum que cabe perfeitamente na sonoridade dos nossos dias, com a musicalidade *made in Brazil* que Gal e Veloso conhecem – e fazem questão de partilhar com o mundo – como ninguém. Para ouvir e partilhar, todos os dias da semana.



Ouçã o álbum  
“Domingo” aqui

**“Calendar Project”**  
Feverkin, 2018



E se pudéssemos eleger uma música para descrever cada mês do nosso ano? Foi com base nesta premissa que os Feverkin lançaram “Calendar Project”, um álbum que nos traz 12 poderosos temas instrumentais que vestem o estado de espírito de cada mês – novembro e a sua melancolia, abril e a sua chuva miudinha e constante ou agosto e a sua gargalhada descontraída. Para ouvir, em dias de calor ou de lareira – e quase sempre de olhos fechados.



Ouçã o álbum  
“Calendar Project” aqui

em conceito  
ser, saber e respirar em todas as formas cultura

**ColorsxStudios**

**COLORS + STUDIOS**

Uma estética marcante, um conceito que marca o mundo inteiro: o COLORSxSTUDIOS assume-se como uma plataforma que une a música à cultura, potenciando novos talentos, oriundos dos vários cantos do mundo. A abordagem minimalista e monocromática coloca o enfoque no artista, na música, na mensagem – sem distrações. “Derrubar fronteiras, línguas e géneros” é o mote que traz para o cenário artistas como a brasileira Xênia França, o canadiano Jay Woodou, a cabo-verdiana Mayra Andrade – a diversidade em forma de conceito, para ver, ouvir e repetir.



Visite o site  
“ColorsXStudios” aqui

**Comunidade Cultura e Arte**



Um *blog*, uma plataforma ou uma verdadeira comunidade? Com quase 10 anos de história, o projeto “Comunidade Cultura e Arte” tem como missão homenagear a cultura e a arte em todas as suas vertentes, incentivando o debate social e cultural. Partilham-se livros, música, cinema, exposições, eventos culturais e tudo o que possa contribuir para um dedo de conversa entre amigos – com o rigor, isenção e pertinência que a equipa de dezenas de criativos portugueses que encabeceia a iniciativa pretende cultivar. Uma companhia diária, bem-vinda e para cultivar.



Visite o site “Comunidade  
Cultura e Arte” aqui

# Nors kids

Para a Nors, futuro é sinónimo de desafio, conquista e renovação – é o caminho que construímos, fruto da ambição que nos move e da experiência que nos trouxe até onde estamos hoje. Amanhã – ou daqui a muitos anos! – sabemos que haverá sempre um lugar para a Nors na vanguarda da mobilidade.

Em 2021, no rescaldo de uma pandemia global que deixou o mundo inteiro a questionar-se sobre o presente – que a cada dia parece mais incerto e inconstante, catapultando o futuro para um plano secundário – chegou o momento de voltar a encarar os próximos capítulos da História com os olhos lavados de esperança e vontade.

Na verdade, por mais pandemias que viessem, nunca deixaríamos de acreditar que o futuro são as nossas crianças: os nossos filhos, sobrinhos, netos e afilhados, a quem ensinamos o que a experiência nos ensinou e que esperamos que, um dia, conduzam o amanhã rumo a novos caminhos, ambiciosos e inexplorados. Com o conceito de “futuro da mobilidade” na ponta da língua, desafiámos os mais novos a refletir sobre o horizonte dos nossos transportes.

Chegaram-nos contributos de todos os cantos do mundo, das várias empresas que fazem parte do universo Nors. A verdade é que a determinação e a sustentabilidade estão tão gravadas no nosso ADN como no dos nossos herdeiros: recebemos projetos de carros movidos a energia solar, máquinas industriais de *design* futurista e até transportes voadores! É com um orgulho imenso que abraçamos estes sonhos para a mobilidade: dinâmicos, ousados e empreendedores – como qualquer verdadeiro sonho deve ser!

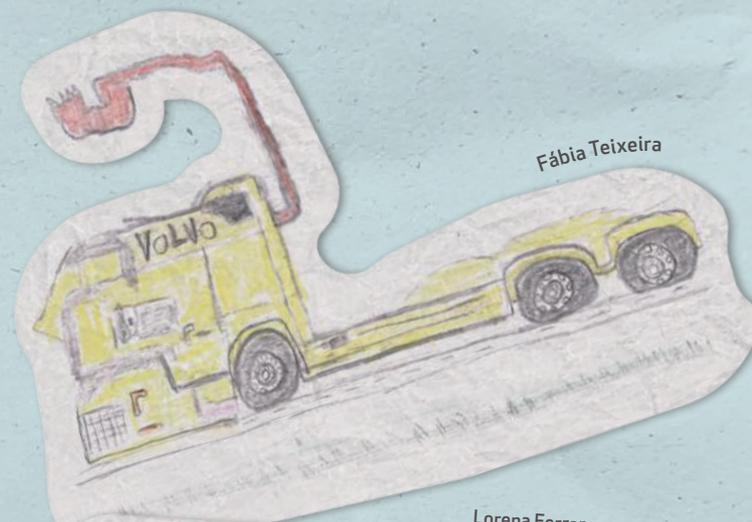
Partilhamos a imaginação com a qual os pequenos grandes artistas da Nors idealizam o nosso (promissor) futuro – e prometemos que cor, alegria e criatividade não lhes falta. Parabéns a todos pelo enorme talento!



Conheça as obras de arte dos grandes artistas do futuro!



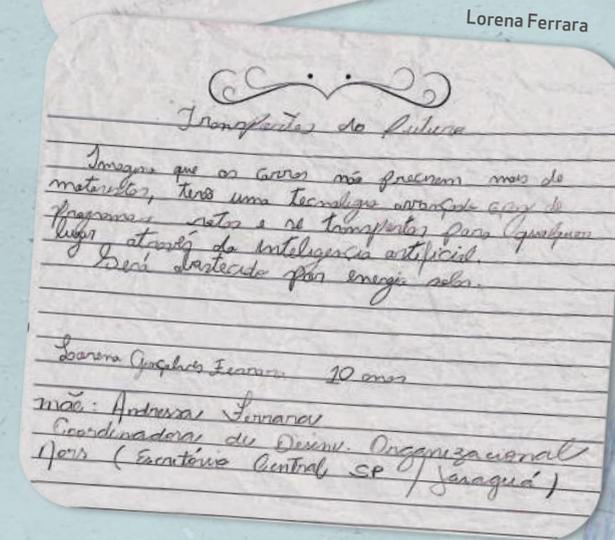
Loïc Beaudreau



Fábia Teixeira



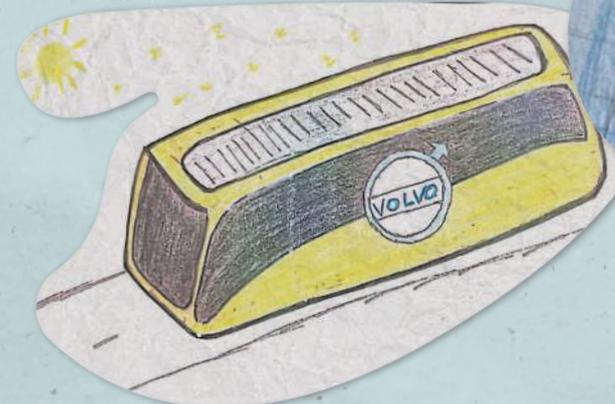
Lorena Ferrara



Lorena Ferrara



Lorena Ferrara



Lorena Ferrara



Agnes Coelho



Responda a um breve  
questionário aqui

**A sua opinião é muito importante para nós.**

Queremos que faça parte de cada página da Nors Magazine. Responda a um breve questionário e partilhe connosco a sua opinião sobre o novo formato da revista corporativa do grupo. Queremos tornar este meio de comunicação cada vez mais nosso — cada vez mais Nors.



[www.nors.com](http://www.nors.com)

**we drive trust.**

**NORS**