

PME *Magazine*

Portugal.Mundo.EMPRESAS

ABRIL 2022 • TRIMESTRAL • EDIÇÃO 24
DIRETORA: MAFALDA MARQUES
PMEMAGAZINE.SAPO.PT

pmemagazine.sapo.pt



**FILIPA
MARTINS**

**Inovar na
valorização
do colaborador**





Figura de destaque

Filipa Martins

“Os vales sociais são um benefício para a sociedade como um todo”



A importante valorização do colaborador

A expectativa era grande para escrever este editorial, numa altura em que víamos os números da pandemia a descer cada vez mais e o mundo a entrar nas estatísticas de crescimento que outrora percecionámos. Contudo, no dia em que escrevo o texto, deparamo-nos com algo que julgava impossível nos tempos que correm: uma guerra em plena Europa. São tempos conturbados, instáveis, em que a inflação tende a subir, e é fácil perceber que, a qualquer momento, tudo pode mudar. Como é hábito, fomos descobrir casos de sucesso nacionais e entrevistámos Filipa Martins, CEO da Edenred, a figura de capa da vigésima quarta edição, sobre benefícios extrassalariais e retenção de talentos.



Texto:
João Carreira
Redação

Acompanhe-nos nesta jornada.

Boas leituras e bons negócios!

ColorADD na PME Magazine

A PME Magazine conta com 15 grandes secções, que servem de guia estrutural para as temáticas abordadas. De forma a tornar a revista mais inclusiva, foi integrado nas secções o sistema de identificação de cores ColorADD. Assim, cada secção conta com uma cor diferente, identificada com um símbolo que permite a pessoas daltónicas identificarem as cores que estão a ver. Desenvolvido com base nas três cores primárias, representadas através de símbolos gráficos, o código ColorADD assenta num processo de associação lógica que permite ao daltónico, através do conceito da adição das cores, relacionar os símbolos e facilmente identificar toda a paleta de cores. O branco e o preto surgem para orientar as cores para as tonalidades claras e escuras.



DIRETORA: Mafalda Marques • **EDITORIA:** Ana Rita Justo • **REDAÇÃO:**

João Carreira, João Pedro Monteiro e Sara Fonseca • **VÍDEO E FOTOGRAFIA:** Guilherme Mendes, NortFilmes e João Filipe Aguiar • **DESIGN GRÁFICO:** José Gregório Luís • **DIGITAL MANAGER:** Sofia Neves • **COLABORARAM NESTA EDIÇÃO:** Elisabete Jacinto, João Silveira Lobo, Pedro Pires, Sandra Laranjeiro dos Santos, Sérgio Ferreira, Sofia Neves e Luís Caixinhas • **ESTATUTO EDITORIAL** (leia na íntegra em pmemagazine.sapo.pt) • **DIREÇÃO COMERCIAL** - Daniel Marques • **EMAIL:** publicidade@pmemagazine.com • **PROPRIEDADE:** Massive Media Lda. • **NIPC:** 510 676 855 • **MORADA DA SEDE DA ENTIDADE PROPRIETÁRIA:** Av. Dr. António Carvalho Figueiredo, 1, 4B, 2670-406 Loures • **MORADA DO EDITOR:** Lisboa Biz - Av. Engenheiro Arantes e Oliveira, n.º 3 R/C - 1900-221 Lisboa • **REDAÇÃO:** Lisboa Biz - Av. Engenheiro Arantes e Oliveira, n.º 3 R/C - 1900-221 Lisboa • **TELEFONE:** 217 112 690 • **EMAIL:** info@pmemagazine.com • **N.º DE REGISTO NA ERC:** 126819 • **EDIÇÃO N.º:** 24 • **DEPÓSITO LEGAL N.º:** 427738/17 • **ISSN:** 2184-0903 • **TIRAGEM:** 1000 exemplares • **IMPRESSÃO:** Sprint - Zona Industrial Segulim, Rua José Pereira, Lote 3º, 1685-635 Famões, Odivelas • **DISTRIBUIÇÃO:** por assinatura anual • **PERIODICIDADE:** Trimestral



“Os vales sociais
são um benefício
para a
sociedade
como um todo”

Filipa Martins

P **ME Magazine – Afinal, o que são os vouchers sociais?**
Filipa Martins (F. M.) – Vouchers sociais são títulos extrassalariais que não fazem parte da remuneração. São veículos para exercer uma determinada necessidade das populações, pelo que têm sempre uma componente social, no sentido de terem sido pensados para atribuir esse benefício a uma população. São reforçados por um contrapeso fiscal que, na verdade, é o que acaba por incentivar à utilização. A origem dos vales sociais vem do pós-segunda guerra mundial, em 1950. Foram criados com o propósito de ajudar as empresas a garantir aos seus colaboradores pelo menos uma refeição quente ao longo do dia, para se tornarem mais produtivos e terem um equilíbrio nutritivo em termos de saúde. Hoje, estão patentes em 40 países no mundo, 19 da União Europeia e, tipicamente, conseguem criar esta espécie de círculo virtuoso entre uma série de *players*: empresas, colaboradores e uma terceira entidade, que são os estabelecimentos aderentes à rede onde se utiliza o benefício propriamente dito. Para estes últimos, é uma forma de aumentar emprego. O próprio Estado acaba por ficar com um ecossistema regulado, uma economia regulada, não informal, que propicia mais receitas de impostos. Os vales sociais são, por isso, um benefício para a sociedade como um todo. Os vales sociais, não sendo meios de pagamento, são títulos que permitem gerir estes benefícios sociais. Têm um conjunto de características que estão legisladas e que os tipificam. Passa muito por terem de ser atribuídos a empresas por entidades emissoras, entidades como a própria Edenred, para uma rede que, no fundo, é controlada para garantir a satisfação da tal necessidade. Se estamos a falar do benefício de refeição, o vale social tem de ser utilizado para efeitos de alimentação. No caso português, seja em restauração, seja bens alimentares, essa rede obviamente está cingida ao território nacional, até porque, se há um benefício fiscal, é para fazer o incentivo ao consumo no próprio território.

PME Mag. – Passando para a esfera nacional, que tipos de vales sociais existem em Portugal?

F. M. – Nesta tipificação de vales sociais, ▶



Texto:
João Carreira
Redação

Fotografia:
João Filipe Aguiar

Com mais de 20 anos de experiência em gestão de empresas, marketing, parcerias estratégicas e projetos digitais, Filipa Martins é, atualmente, CEO da Edenred Portugal. Integrou a empresa em fevereiro de 2021, em plena pandemia, e assumiu como missão dinamizar a área dos vales sociais nas empresas nacionais.



“

Se há um benefício fiscal é para fazer o incentivo ao consumo no próprio território.

Filipa Martins

”



Em Portugal, a Edenred vai fazer 38 anos, conta com meio milhão de utilizadores, tem cerca de 41 mil estabelecimentos aderentes e um universo de 17 mil clientes.

existem essencialmente três: o mais conhecido de todos é o benefício refeição, associado ao subsídio de almoço. Basicamente, há um incentivo fiscal para a atribuição pela empresa aos colaboradores deste benefício até 4,77 euros em *cash*, mas o benefício mais atrativo está, na verdade, no vale social – em formato cartão, eventualmente

voucher ou até, potencialmente, em formatos digitais –, em que este valor vai até 7,63 euros por dia. Temos benefícios na área da creche, para crianças até seis anos, inclusive. No vale social creche, temos isenção de TSU, majoração de IRC e isenção de IRS, o que acaba por ser um incentivo bastante interessante para a utilização deste tipo de vales. Depois, há um terceiro que agrega várias componentes: a de estudante – para a educação de crianças com mais de sete anos e formação de adultos –, e todo o ecossistema relativo a saúde e lares, de apoio a seniores. Neste terceiro, a isenção e o incentivo é, essencialmente, ao nível da TSU.

PME Mag. – Nesta vertente, qual a sua importância para as empresas? E, já agora, que benefícios fiscais representam ao final do ano?

F. M. – O benefício fiscal é o que as empresas valorizam à cabeça, embora não seja o único incentivo que existe. Há toda uma componente de motivação das equipas, até de *employer branding*, que é relevante e que não devemos descartar. Mas, do ponto de vista fiscal, uma empresa com cerca de dez colaboradores, atribuindo o subsídio de refeição com vale social, pode conseguir uma poupança anual de cerca de 1600 euros, sendo que cada um dos colaboradores desta empresa terá um benefício fiscal de cerca de 200 euros. Se saltarmos para o outro benefício da creche, para crianças até aos seis anos inclusive, já estamos a falar de valores até 3300 euros para empresas com até dez colaboradores. Depois os valores descem um pouco, porque só há incentivo TSU no benefício da educação, saúde, etcétera. E aí estamos a falar de valores de poupança anual de 2000 euros para empresas de cerca de 100 euros por colaborador.

PME Mag. – É dessa forma que contribui para o desenvolvimento sustentável das empresas.

F. M. – É. Há, inclusivamente, estudos feitos em Portugal. Especificamente para o benefício refeição, há um estudo do professor Jorge Bravo, da Universidade Nova de Lisboa, retratando este benefício e este ecossistema em Portugal. Este estudo macroeconómico refere que, por cada euro injetado na economia através de compras com este *voucher* social, cerca de 2,09 euros são injetados na economia e 2,01 euros em PIB. Portanto, há, de facto, um fator de escala, de majoração, relevante. Mas, além disso, há um aumento de produtividade das empresas. A empresa que utiliza tem esse benefício muito direto, no que toca à motivação dos seus colaboradores.

“Há uma panóplia de benefícios que são uma mais-valia para os colaboradores e em que conseguimos uma economia de escala para uma PME, porque ela entra num ecossistema que lhe consegue facultar isso.”

Filipa Martins

PME Mag. – Porque é que há tantas empresas que desconhecem a existência deste tipo de benefícios sociais?

F. M. – O que noto no mercado é que não há muito conhecimento da génese dos benefícios, por que é que foram criados, como é que funcionam, o valor acrescentado social macroeconómico... A vertente mais direta é, de facto, a vertente fiscal. Faz parte do trabalho das empresas emissoras que gerem a operação destes títulos, como a Edenred, fazer essa pedagogia. O valor da Edenred também está aí: por um lado, faz essa pedagogia, passando às empresas informações do ponto de vista da fiscalidade, da utilidade para a sociedade e até do ponto de vista da responsabilidade social; por outro lado, gere o sistema, porque é preciso ter contratos. E esta é uma das características específicas dos vales sociais: têm de ter uma rede contratualizada, para se poder garantir que o benefício está a ser utilizado para aquele fim em particular. Dar estas garantias ao ecossistema faz também parte do nosso trabalho do dia a dia.

PME Mag. – Em Portugal, estes vouchers têm alguma limitação de subscrição por empresas?

F. M. – Não, nem por número de colaboradores. Qualquer empresa pode utilizar, desde PME com um colaborador a quem se atribui o subsídio de refeição, até empresas *corporate* na casa dos milhares de colaboradores.

PME Mag. – E, no nosso país, quais são os vouchers mais procurados? Restauração, educação?

F. M. – Certamente, o mais conhecido, procurado e utilizado é o de refeição. Diria que os outros têm vindo a crescer, até porque, nos últimos anos, a pandemia acelerou a preocupação com os temas de educação, de creches e até de saúde.

PME Mag. – O recurso a vales sociais aumentou durante a pandemia? Se sim, quanto e em que setores? Ou foi transversal?

F. M. – Não notámos que tenha havido um acréscimo específico pela pandemia. Há um interesse mais direcionado para a área da educação e da formação. Há um acréscimo, fruto, se calhar, da tal pedagogia, do tal conhecimento que vai havendo destas possibilidades. A evolução, na verdade, já vinha de trás.

PME Mag. – Em que medida a pandemia acelerou ou provocou alterações na vossa oferta?

F. M. – Aí, acelerou, certamente. Costumo dar quatro tendências que



Filipa Martins destaca benefícios para as empresas dos vales sociais

a pandemia, globalmente, acelerou e acho que todas elas se refletiram na oferta da Edenred. Certamente, a digitalização das empresas teve uma aceleração nítida, porque ficámos todos em teletrabalho, as crianças em telescola, etcétera. O *e-commerce* também aumentou muito, quer ao nível das preocupações com o *contactless*, quer do crescimento das compras online. Tudo isto vinha de trás, mas teve aqui um incremento na utilização. Depois, uma vertente mais de segurança, associada às preocupações com a saúde. E, por último, a própria sustentabilidade. Mesmo durante a pandemia falou-se muito da questão do planeta e “vamos ficar todos bem” e houve aqui uma

grande associação a esta componente de sustentabilidade. Em termos de digitalização, reforçámos a nossa oferta numa lógica de plataforma de multibenefícios flexíveis. O que é que isto quer dizer? As empresas têm um portal a que podem recorrer e gerir toda a oferta, consoante os benefícios que querem atribuir a cada um dos seus colaboradores. A mesma coisa para os utilizadores, que têm uma aplicação chamada MyEdenred, em que gerem todos os benefícios que lhes possam ter sido atribuídos, por exemplo, pode ter uma criança com vale creche, outra tem o vale de educação, porque a criança é mais velha, e tem o subsídio de refeição. Pode consultar os saldos, os movimentos e ►



vantagens associadas a estes produtos nesta aplicação. Do ponto de vista de *e-commerce*, lançámos uma parceria com o MB WAY, para pagamentos sem contacto, e os pagamentos *online e mobile* aceleraram neste período de 2021. Depois, na vertente de saúde e segurança, lançámos um plano de saúde gratuito para todos os utilizadores do cartão. Temos uma preocupação nesse sentido que casou muito com este período de pandemia. Finalmente, demos mais destaque e trabalhamos sobre o tema da sustentabilidade. Fizemos novamente um barómetro “FOOD”, um programa que temos de combate à obesidade, com a DGS, e que faz parte dos nossos temas de responsabilidade social. Acreditamos que as empresas também querem atribuir este tipo de benefícios com empresas que têm preocupações com este cariz. E este tema também é valorizado pelos próprios colaboradores. Portanto, houve uma aceleração em várias áreas, embora os temas já fizessem parte da nossa estratégia e viessem de trás.

PME Mag. – Sobre o “FOOD”, aproveito para perguntar que balanço faz do programa?

F. M. – É um programa que tem já cerca de 10 anos na empresa, em Portugal resulta de uma parceria com a DGS, que oferece todo o *know-how* na área da alimentação. O programa chama-se “FOOD”, tem que ver com nutrição e pretende combater a obesidade. É um programa que pretende passar a informação de como comer de forma mais saudável, nutritiva e equilibrada. A Edenred lança o programa porque contacta com todo o ecossistema. Não é por acaso que o nosso propósito é “*Enrich connections. For good.*” [n. d. r. em português “*Enriquecer ligações. Para o bem.*”], em que “*for good*” quer dizer de uma forma sustentada e para o bem. Temos um ecossistema de cerca de meio milhão de utilizadores a usar a nossa aplicação e as nossas soluções e um ecossistema de dezenas de milhares de clientes. Do ponto de vista de estabelecimentos aderentes, temos cerca de 41 mil. Temos muitos pontos de contacto para passar duas grandes mensagens: para os utilizadores, estas preocupações relativamente à alimentação saudável; para os estabelecimentos onde o cartão pode ser utilizado, que tenham também essas preocupações e sugestões nos menus. É esse o nosso papel em colaboração com a DGS. O barómetro “FOOD” é feito anualmente, fizemos também em 2021, durante a pandemia. O que notámos mais este ano foi, efetivamente, uma preocupação acrescida com a boa alimentação. É um programa em que queremos



A Edenred Portugal aplica um regime que complementa trabalho presencial e teletrabalho

apostar até mais, e é um eixo fundamental no nosso posicionamento de responsabilidade social.

PME Mag. – Especificamente para uma PME, quais as vantagens de ter uma oferta de benefícios sociais para os seus colaboradores?

F. M. – Se remontarmos novamente às origens do vale refeição, à partida, uma pequena e média empresa tem mais dificuldade em criar a sua própria cantina. Consegue, sim, atribuir o subsídio de refeição aos seus colaboradores, garantindo com o vale social a nutrição, produtividade e motivação dos colaboradores, sem ter de investir numa cantina. Portanto, há uma poupança de custos, o que é um benefício óbvio. Ao nível da educação, há uma preocupação da

Paixão pelos Clientes

Respeito

Imaginação

Simplicidade

Espírito Empreendedor



A empresa lançou a aplicação MyEdenred que permite aos colaboradores gerirem os benefícios

formação e do desenvolvimento dos colaboradores, que também foi reforçada com a pandemia. Com o benefício educação, para mais de sete anos, é também possível que adultos integrem escolas de línguas, universidades, pós-graduações, etcétera. Este benefício permite investir nos próprios colaboradores e criar desenvolvimento. Por também serem pequenas e médias empresas, as PME acabam por ter, muitas vezes, mais dificuldade em negociar, por exemplo, descontos, vantagens ou benefícios, e os nossos 500 mil utilizadores têm um conjunto de vantagens: descontos diretos em fornecedores, em postos de abastecimento de combustível, telecomunicações, planos de saúde... Há uma panóplia de benefícios que são uma mais-valia

para os colaboradores e em que conseguimos uma economia de escala para uma PME, porque ela entra num ecossistema que lhe consegue facultar isso. Toda esta componente de benefícios extrassalariais, no nosso caso, foi pensada com um regime de flexibilidade. Ou seja, as empresas não têm de adotar todos os benefícios. Têm total acesso à plataforma, existe a aplicação, mas vão customizando os benefícios consoante as necessidades. Um casal com filhos pequenos valoriza o benefício creche, quem não tem já não valoriza esse e, se calhar, valoriza o da formação. Há essa adaptação.

PME Mag. – Qual o papel dos vouchers sociais no pós-pandemia?

F.M. – Já se falava, há umas semanas, muito do tema da inflação e que o poder de compra baseado no salário ia ser reduzido. Isso, na verdade, é ainda mais agravado com o cenário de guerra que estamos a ver na Europa, com notícias de aumento dos preços dos bens alimentares. Já não estamos a falar de aumentos de um ponto percentual, vão ser, de facto, valores mais significativos. É nesse cenário, precisamente, que estes tipos de benefícios mais fazem sentido. Os vales sociais, no fundo, democratizam o acesso a certos bens e respondem às tais necessidades da população em determinadas áreas, garantindo que elas são suprimidas. É importante, de facto, ao dia de hoje, garantir, novamente, que há acesso a uma alimentação condigna, nutritiva, que há acesso à educação. É exatamente neste momento que os vouchers sociais vão ter um papel cada vez mais importante. E não há apenas estes vouchers que existem em Portugal. Há um estudo interessante da OCDE, chamado “*Social vouchers: innovative tools for local development and social inclusion*”, em que se faz uma espécie de benchmark europeu e mostra-se que tipo de soluções existem lá fora. Muitos países utilizaram os vales sociais, durante o período da Covid-19, para incentivar, por exemplo, o consumo na restauração. Há outras soluções, como os *eco vouchers* na Bélgica, que existem há 10 anos, para fomentar a sustentabilidade, em que os vouchers são utilizados em bens e produtos ecológicos. Há muitas outras soluções e adaptações... Este contexto pós-pandémico e, infelizmente, de guerra na Europa, vem dar mais relevância à utilização deste tipo de mecanismos.

PME Mag. – Para terminar, qual a importância da operação portuguesa no grupo?

F.M. – A Edenred, globalmente, está presente em 46 países, tem ▶



“O programa ‘FOOD’ pretende passar a informação de como comer de forma mais saudável, nutritiva e equilibrada. A Edenred lança o programa porque contacta com todo o ecossistema.”

Filipa Martins



cerca de 50 milhões de utilizadores, dois milhões de estabelecimentos aderentes e cerca de 900 mil clientes, e está presente no mundo há 50 anos. São números significativos, décadas de atuação. Em Portugal, vamos fazer 38 anos, temos o tal meio milhão de utilizadores, cerca de 41 mil estabelecimentos aderentes e cerca de 17 mil clientes. Somos uma operação relevante, dentro da imensidão e dos 46 países em que a Edenred está presente mundialmente. Na Europa, temos uma presença também destacada, estamos incluídos nos países do Sul da Europa e somos uma operação para a qual o grupo olha com bastante atenção. ●

A CEO da Edenred Portugal pretende manter o programa “FOOD”



Filipa Martins

É CEO da Edenred Portugal, tendo mais de 20 anos de experiência em gestão de empresas, *marketing*, parcerias estratégicas e projetos digitais. Foi diretora-geral do Sapo, tendo como missão definir a estratégia de conteúdos digitais, *e-commerce* e produtos e serviços Sapo na Altice Portugal e liderou as equipas de produto, comerciais e tecnológicas. Assumiu, ainda, o cargo de administradora não executiva das empresas Sportinveste Multimédia, Janela Digital e Venda Já. Anteriormente, trabalhou cinco anos como consultora na A. T. Kearney, nas áreas de transportes, administração pública, instituições financeiras e pasta e papel. Possui um mestrado e MBA pela NOVA School of Business and Economics, e uma licenciatura em Business Administration pela Universidade Católica.





FIQUE POR DENTRO
DE TODOS OS **NEGÓCIOS**
EM 2022!

ASSINATURA ANUAL
39,95€



ASSINE EM:
pmemagazine.sapo.pt/assinatura



pmemagazine.sapo.pt