

CORTIÇA

Exa4Life, uma aposta tecnológica na saúde

HOJE em dia pensar-se em saúde é desde logo pensar-se em tecnologia. Esta estreita relação tem vindo a crescer de forma exponencial e o aumento da procura de cuidados de saúde faz com que, de igual forma, seja cada vez maior a necessidade para o desenvolvimento de soluções tecnológicas eficientes.

Reconhecendo o potencial imenso que este binómio apresenta, a empresa Exatronic abraçou este desafio e criou em 2010 uma nova unidade de negócio, a Exa4Life. Esta apresenta-se direccionada para área médica com competências na concepção, desenvolvimento, industrialização, certificação e fabrico de soluções biomédicas com electrónica integrada.

A Exa4Life surge no mercado de forma destemida e inovadora uma vez que aposta no desenvolvimento de dispositivos médicos electrónicos made in Portugal, fenómeno incomum no nosso país na área da saúde.

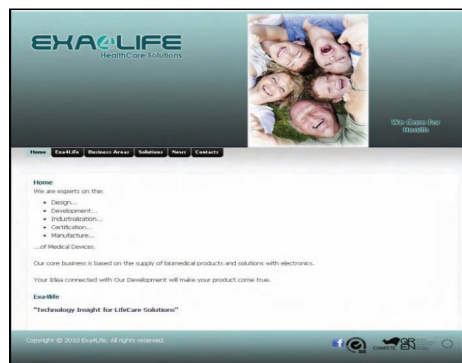
Actualmente esta intervém em três áreas distintas, oferecendo serviços e produtos que incluem: o desenvolvimento de dispositivos médicos à medida com electrónica integrada, consultadoria em processo de marcação CE de dispositivos médicos e desenvolvimento de sistemas de administração de fármacos.

Esta última foi a responsável pelo nascimento da Exa4Life, uma vez que este sistema foi a primeira solução desenvolvida com competências exclusivas da própria organização. O sistema já se encontra certificado pela diretiva médica 93/42/CEE, estando apto a ser colocado no mercado.

Este dispositivo foi agraciado pela revista Hospital do Futuro com o segundo lugar na categoria de biotecnologia em 2010 no seio de 170 candidaturas.

A Exa4Life, desde a sua génese, tem procurado aumentar a oferta tecnológica disponível aos profissionais de saúde, tendo assim desenvolvido soluções inovadoras que contribuem para o aumento da capacidade de resposta dos mesmos. Duas dessas soluções, um dispositivo de Electroterapia e outro de Ultra-Som destinam-se à Medicina Física e Reabilitação. Mais recentemente, os seus esforços estão direccionados para o desenvolvimento de soluções capazes de monitorizar sinais vitais de uma pessoa na sua própria casa. Desta forma, conseguem-se poupar recursos materiais e económicos uma vez que se evita a deslocação do paciente a qualquer unidade de cuidados de saúde. Para além disto, com este dispositivo consegue-se realizar um acompanhamento contínuo do estado clínico de qualquer pessoa ao longo do dia, sendo facilmente detectável a ocorrência de anomalias nos seus sinais vitais.

Estando sempre na vanguarda das novas tecnologias, a Exa4Life inovou e deu mais um passo na sua evolução tendo apresentado no mês de Outubro a sua nova imagem através do lançamento oficial do seu sítio na internet www.exa4life.com.



ESPAÇO INOVA-RIA



Associação Portuguesa da Cortiça

■ A Apcor tem como missão representar e promover a indústria portuguesa da cortiça, representando cerca de 250, que são responsáveis por cerca

de 80 por cento da produção nacional total e 85 por cento das exportações de cortiça. É também responsável pelo desenvolvimento de acções de promoção e valorização da cortiça através da realização de iniciativas de carácter nacional e internacional, disponibilizando, ainda, um centro de informação.]

Programa InterCork em 12 países

■ A acção que está a ser lavada a cabo nos EUA e no Canadá está inserida no programa InterCork – Promoção Internacional da Cortiça – um

projecto de comunicação da Associação Portuguesa da Cortiça (Apcor) a ser desenvolvido em 12 países distintos. Trata-se de um projecto que conta com um orçamento total de 21 milhões de euros e tem uma participação pública de 80 por cento do Compete – Programa Operacional Factores de Competitividade.]

Cortiça “anda” sobre rodas nos EUA e Canadá

Camião mostra, até Junho de 2011, pavimentos e revestimento em 16 cidades dos Estados Unidos da América e do Canadá



CAMIÃO vai estar nos EUA até Junho de 2011

■ Um camião para promover a cortiça como material de construção e decoração começou a percorrer as ruas dos EUA e Canadá, no mês de Setembro. Com o nome Décor(k) Tour, a primeira paragem foi em Nova Iorque, na Herald Square, em frente aos conhecidos armazéns Macy's, e contou com a presença da reconhecida designer Candice Olson e cerca de dez jornalistas que fazem a cobertura regular dos temas do design e dos pavimentos.

Dentro do camião, vários cenários deram corpo ao "Divine Design", da autoria de Candice Olson, e convidaram os visitantes a experimentar a cortiça nas várias divisões da casa, assim como a sentir a sua textura e a observar os diferentes visuais disponíveis. "A escolha do pavimento é sempre um elemento chave no meu design," refere a designer, acrescentando

que "os revestimentos de cortiça são uma escolha perfeita para a casa, porque podem satisfazer as nossas necessidades, o nosso gosto e são funcionais e amigos do ambiente".

Para o delegado do Aicep para a América do Norte, Rui Boavista Marques, "os Estados Unidos são um grande produtor de vinhos e o maior consumidor mundial de materiais de construção". "É um mercado muito forte, onde há grandes importadores, exportadores de conceitos e começar a promoção da cortiça aqui era fundamental para nós", concluiu o responsável.

Em Setembro o camião passou, ainda, pelo Canadá (Toronto e Montreal), onde recolheu mais uma apoiante para a cortiça, a conhecida personalidade televisiva e perita em design, Manon Leblanc.



CAMIÃO promove a cortiça nos EUA

A próxima paragem será em Dallas, no dia 20 de Janeiro de 2011.

Iniciativa do InterCork

Esta é mais uma das iniciativas do programa InterCork – Promoção Internacional da Cortiça – um projecto de comunicação da Associação Portuguesa da Cortiça (Apcor) a ser desenvolvido em 12 países distintos. Registe-se que este projecto conta com um orçamento total de 21 milhões de euros e tem uma participação pública de 80 por cento do Compete – Programa Operacional Factores de Competitividade, sendo que os restantes 20 por cento são financiados por fundos privados, essencialmente de associados da Apcor e de associações e empresas de cortiça nos diferentes mercados.

Percurso americano

O camião vai percorrer, ao todo, 16

cidades e muitos quilómetros na América do Norte.

As cidades visitadas e a visitar são: New York (1-2 Setembro); Boston (17-19 Setembro); Montreal (23 Setembro); Toronto (29 Setembro a 3 Outubro); Buffalo (8 Outubro); Washington, DC (20 Outubro); Atlanta (23 Outubro); Dallas (20 Janeiro de 2011); Las Vegas (25 a 27 Janeiro de 2011); San Francisco (1 Fevereiro de 2011); Seattle (4 Fevereiro de 2011); Vancouver (8 Fevereiro de 2011); Salt Lake City (12 Fevereiro de 2011); Denver (5 Fevereiro de 2011); Chicago (14 a 16 Junho de 2011); e Los Angeles (24 a 26 Junho de 2011).

O camião vai estar ainda presente num conjunto de eventos/feiras, a saber: Surfaces (Las Vegas), Toronto Fall Home Show (Toronto), Boston Fall Home Show (Boston), Neo Con (Chicago) e Dwell on Design (Los Angeles).