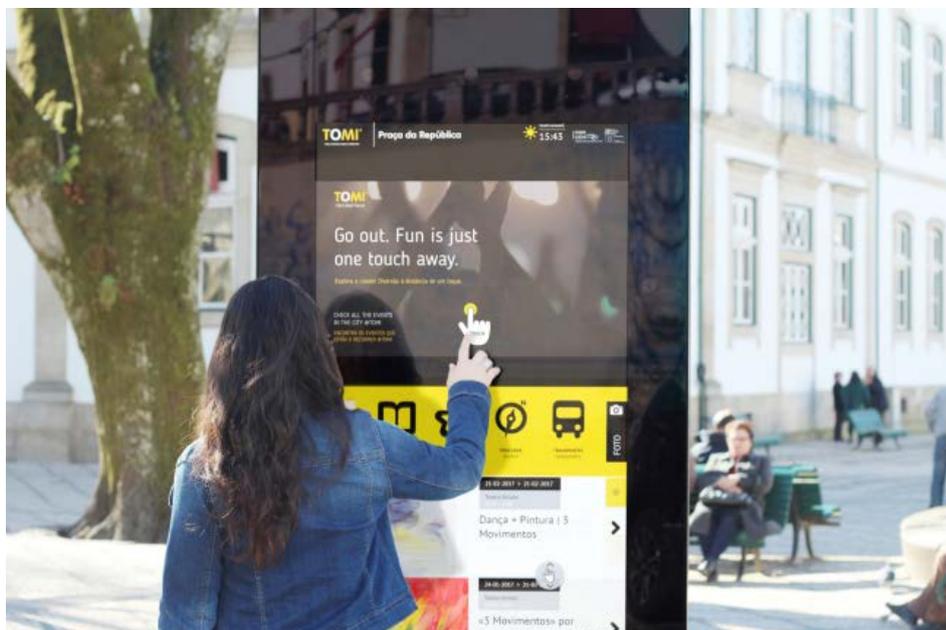


Tomi aproxima as cidades das pessoas

FERNANDA SILVA TEIXEIRA
fernandateixeira@vidaeconomica.pt

Criado para servir e interagir com a população e visitantes, o Tomi já está em cerca de 100 cidades em Portugal, Brasil e Chile. Presente nas ruas nacionais há cerca de 7 anos, a sua evolução e expansão tem sido constante. A plataforma tem vindo a integrar novas funcionalidades, com serviços inovadores, e tem chegado a diversas novas localizações. Assumindo que o objetivo é “aproximar as cidades das pessoas que nela vivem, trabalham ou simplesmente a visitam”, José Agostinho, CEO da Tomi World, salienta que a aposta na “internacionalização é muito importante” na estratégia da empresa e revela estar já “em negociações para levar o Tomi para cidades de todo o mundo”.

A Tomi World foi criada com o objetivo de colmatar uma necessidade que “entendemos existir em todas as cidades do mundo: a necessidade de encontrar informação e serviços, de forma oportuna, quando e onde são precisos”, indica José Agostinho. Segundo CEO da empresa, esta é uma inovação que “disponibilizamos às cidades e aos cidadãos”. Esta é uma solução interativa de comunicação urbana, user-friendly, que promove atividades e pontos de interesse como turismo, cultura, comércio local, serviços públicos, entre outros, “no local certo à hora certa”. Nesse sentido, o objetivo do Tomi é “aproximar as cidades das pessoas que nela vivem, trabalham ou simplesmente a visitam”. Depois de cerca de 2 anos de investigação e desenvolvimento, o primeiro Tomi foi instalado e, desde então, a empresa tem vindo a implementar diversas redes em pequenas localidades e grandes me-



trópoles. “Estamos já presentes em cerca de 100 cidades, contamos com mais de 7 anos de experiência de rua e disponibilizamos publicamente métricas de utilização e interação”, reforça o responsável.

José Agostinho considera que o sistema já faz parte do dia-a-dia das cidades: “O Tomi responde com tecnologia inovadora e acessível às necessidades das cidades, dos

O Tomi responde com tecnologia inovadora e acessível às necessidades das cidades, dos residentes e dos visitantes



residentes e dos visitantes. Pretendemos continuar a melhorar o serviço que criamos e que acreditamos ser único e fundamental na dinâmica das smart cities”.

Tomi foi criado especialmente a pensar nas cidades

Somando inúmeros prémios de reconhecimento mundial, o Tomi “foi criado especialmente a pensar nas cidades”. O equipamento disponibiliza informação e serviços inteligentes através dos seus quatro módulos principais: “Notícias, com a atualidade da cidade; “Agenda”, com os principais eventos a decorrer; “Procurar”, onde se pode encontrar pontos de interesse desde onde comer, onde dormir, o que fazer, entre outros; e por fim os “Transportes”, no

qual se podem obter indicações, preços e sugestões de transportes públicos para o destino pretendido.

Para além disso, este é também um equipamento acessível e inclusivo, que disponibiliza estatísticas de utilização e interação publicamente. Assim, por exemplo, é possível aceder diretamente em qualquer Tomi aos serviços públicos e tirar senhas de atendimento para as Lojas de Cidadão e outras entidades públicas. Pode também ser solicitado um alerta por sms quando faltarem 3 senhas para a sua vez, evitando que os utilizadores tenham de esperar na loja. “Estes são apenas alguns dos motivos, inovações e funcionalidades que nos diferenciam”, reforça o responsável.

O posicionamento da marca é o “City’s Best Friend”, isto é, o Tomi é o melhor amigo das cidades, ao disponibilizar informação e serviços inteligentes, melhorando a qualidade de vida dos habitantes e a experiência daqueles que visitam a cidade. Os valores da empresa passam pela constante inovação, por garantir qualidade e atualidade de conteúdo e pelo contínuo investimento em investigação e desenvolvimento, assegurando um posicionamento “smart” às cidades que disponibilizam o sistema.

“Queremos levar o Tomi para cidades de todo o mundo”

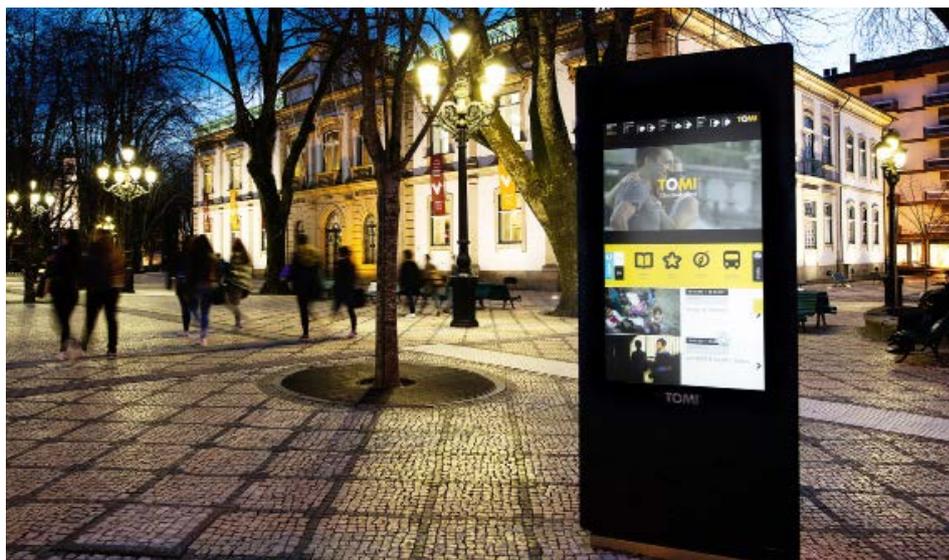
A Tomi World é a empresa tecnológica de atividade global. O seu ambicioso projeto de internacionalização explica que a empresa tenha já presença em cerca de 100 cidades em países como Portugal, Brasil e Chile. “A internacionalização é muito importante na nossa estratégia, por isso estamos atualmente em negociações para levar o Tomi para cidades de todo o mundo”, afirma José Agostinho.

Com um volume de negócios global de 2,5 milhões de euros no último ano, a empresa assume como objetivo para 2019 “continuar a crescer, através da inovação e expansão das funcionalidades do Tomi”, tornando as cidades mais inteligentes e acessíveis. “Na área da inovação, continuamos a trabalhar para integrar serviços inovadores e únicos. Estamos a desenvolver importantes projetos de investigação em colaboração com instituições acadé-

Tomi é o melhor amigo das cidades, ao disponibilizar informação e serviços inteligentes

micas de referência, que vão trazer uma nova linha de serviços e funcionalidades públicas, às cidades onde o Tomi está implementado”.

Para além disso, “estamos a trabalhar para expandir o sistema nas cidades portuguesas, de norte a sul do país, levando o mesmo a novas cidades e aumentando o número de equipamentos nas localidades onde este já existe, “completando a rede



nacional que já é utilizada por quem vive e reside em Portugal”.

Prémio Start & Go atribui Menção Honrosa na categoria Inovação à Tomi World

Distinguida com a Menção Honrosa, na categoria de Inovação, na 1ª edição dos Prémios Start & Go, são já inúmeros os prémios que a Tomi World tem recebido. Só no ano passado, a empresa ganhou quatro prémios mundiais de smart cities: Smart Cities E-Gov (concedido pela World’s Smart Cities Organization), InovaCidade (concedido pela Smart City Business America), Smart 50 Awards (pela Smart Cities Connect) e o Smart Cities UK Awards.

Sobre o que os levou a concorrer ao Prémio Start & Go, José Agostinho refere que a área da inovação “é muito importante no posicionamento da empresa, e tínhamos dois grandes projetos que implementámos no último ano que mereciam reconhecimento. Este reconhecimento resulta num reforço nacional do posicionamento na área da inovação para o Tomi”.

Por um lado, “lançámos a integração dos Serviços Públicos no Tomi através de um protocolo com a Agência para a Modernização Administrativa”. Em paralelo, a empresa lançou também uma inovadora forma de promover acessibilidade e inclusão nas cidades com o ‘Tomi For All’, que permite a disponibilização de informação e serviços inteligentes de forma adaptada a utilizadores em cadeira de rodas, com

dificuldades auditivas, cognitivas, visuais e até cegos. “Funcionalidades que tornam o TOMI ainda mais único e inovador”.

Segundo o CEO da TOMI World, o Prémio Start & Go “é bastante interessante e conta com um júri de renome, muito diversificado. Foi uma boa oportunidade para partilhar o nosso projeto e contactar com profissionais da área”.

Mais recentemente, a empresa foi ainda finalista no Tech Marketing & Innovation Awards, na categoria “Diversidade e Inclusão”, e nos Computing Digital Technology Leaders Awards, e foi distinguido nos European Product Design Awards, que conta com o Parlamento Europeu como parceiro, com o galardão de ouro na categoria Design para Sociedade. ■