

CONTINENTE

QSP
CONSULTORIA
DEMARKETING

THE CHALLENGE

QSP SUMMIT'18

EXPONOR, PORTO | 22 MARÇO

SPEAKERS



DANIEL GOLEMAN

Autor
Emotional Intelligence
Psychologist



STEVE KNIGHT

INSEAD MBA
Professor
Presenter of BBC
and Discovery
Channel



TAMARA MCCLEARY

CEO
Thullum



BONIN BOUGH

Host of
CNBC's Cleveland
Hustles



ROB GOFFEE

Emeritus
Professor of
Organizational
Behavior

TRENDS FORUM



ÂNGELO PAUPÉRIO

Sonae SGPS



JOSÉ MIGUEL JUDICE

PMLJ



RUI MASSENA

Maestro



MIGUEL PINA MARTINS

Science4you



MICHAEL CONRAD

Berlin School of
Creative Leadership



MATT BUSH

Google



QUNKAI LIU

Alibaba Cloud



FERNANDO MEDINA

Câmara Municipal
de Lisboa



LUÍS ARAÚJO

Turismo de
Portugal



RUI MOREIRA

Câmara Municipal
do Porto



CHRISTIAN LANGER

Lufthansa Technik



BERNARDO CORRÊA

Fundação
Chamallinaud,
Nova Medical School

WORKLABS



O QSP Summit afirma-se como uma das mais relevantes Conferências de Marketing e Gestão da Europa, e, uma vez mais, acolhe líderes globais que marcam tendências.

Nesta edição, sob o tema "The Challenge", vamos refletir sobre como as empresas, as marcas e os profissionais podem otimizar a comunicação com o seu público no contexto atual, onde diariamente somos confrontados com múltiplos conteúdos, mensagens e estímulos nas mais diversas plataformas e meios.

Vamos abordar temas tão diversos como: Inteligência Emocional, Inteligência Artificial, Inovação, Transformação Digital, Disruptive Marketing, Estratégia Digital, Mobile Marketing, Content Marketing, Turismo, Marketing Pessoal, Atenção e Produtividade, Competitividade, Comunicação Interna, Comunicação de Liderança, Relações Públicas, Tendências, Ativações de Marca e tantos outros. Conteúdos que, certamente, irão merecer a atenção da audiência com apresentações vibrantes e novas visões de mercado.

O evento conta com oradores de topo mundial, quer no Main Auditorium, quer nos Worklabs, Trends Forum e Thinkers Hall. Um dia intenso de partilha de conhecimento, networking e debate, bem como experimentação de novas soluções e produtos na área de exposição.

Junte-se ao QSP Summit 2018. Faça parte dos mais de 1500 quadros de topo que, com a QSP, estão anualmente na vanguarda destas temáticas!



DANIEL GOLEMAN

Author
Emotional Intelligence
Psychologist

Psicólogo e Autor dos livros *Emotional Intelligence* e *Focus*, Daniel Goleman tem transformado a forma como o mundo educa as crianças, se relaciona com a família e amigos, e como gere os negócios. O *Wall Street Journal* classificou-o como um dos 10 mais influentes pensadores empresariais. O seu artigo "What Makes a Leader" mantém-se a impressão mais solicitada da história da *Harvard Business Review*.

O seu *bestseller* de 2014, *Focus: The Hidden Driver of Excellence*, aborda o modo como a liderança oferece resultados que exigem um foco triplo: em nós mesmos; nos outros, para os nossos relacionamentos; e nas forças externas que dão forma às organizações e à sociedade. "The Focus Leader" de Goleman ganhou em 2013 o Prémio HBR McKinsey Award - atribuído anualmente ao melhor artigo na *Harvard Business Review*.

No seu livro *A Force for Good: The Dalai Lama's Vision for Our World* - que foi selecionado pessoalmente por Dalai Lama - combina os ensinamentos-chave de Dalai Lama, evidências empíricas e narrativas verdadeiras de pessoas que colocam as suas lições em prática, oferecendo aos seus leitores aplicações práticas para fazer do mundo um lugar melhor.

Emotional Intelligence, esteve na lista de *bestsellers* do *The New York Times* por cerca de ano e meio. Nomeado um dos 25 "Most Influential Business Management Books" pela *TIME*, foi traduzido para 40 idiomas. A *Harvard Business Review* considerou o livro "uma ideia revolucionária e paradigmática". O seu seguidor, *Work-*

ing with *Emotional Intelligence*, delineou a importância da Inteligência Emocional no ambiente profissional.

O pioneiro, *Primal Leadership: Unleashing the Power of Emotional Intelligence*, escrito por Goleman, juntamente com Richard Boyatzis e Annie McKee, revelou evidências científicas que provam que as competências emocionais de um líder têm um grande impacto no resultado final da organização. Dentro dos seus mais recentes livros, incluem-se *Social Intelligence: The New Science of Social Relationships*; *Emotional Intelligence* e *What Makes a Leader*.

INTELIGÊNCIA EMOCIONAL

Existem quatro componentes para a Inteligência Emocional: autoconhecimento e autogestão, que são a base para a liderança própria; e a conscientização social e gestão do relacionamento, que são essenciais para liderar os outros. As vantagens destas quatro componentes são a base de uma liderança de topo. Dentro de cada uma das componentes da Inteligência Emocional há competências adquiridas ou competências que são cruciais para uma liderança excecional. Por exemplo, para a autogestão, algumas das competências de liderança adquiridas são: equilíbrio emocional, adaptabilidade e perspetiva positiva.

Na sua apresentação, Daniel Goleman irá abordar o uso da Inteligência Emocional no caso comercial e científico, como chave para uma liderança excelente e um desempenho distinto.

KEY POINTS

- Descreve detalhadamente as 12 competências cruciais da Inteligência Emocional
- Mostra como a fraqueza numa competência causa problemas na liderança
- Explora a contribuição única das competências de Inteligência Emocional para uma liderança de topo
- Partilha exemplos de líderes com pontos fortes em diversas competências
- Explica como desenvolver forças nas competências de Inteligência Emocional

ONE OF THE MOST

OUTSTANDING

MARKETING AND MANAGEMENT EVENTS

Tamara McCleary é CEO da Thulium, uma agência de consultoria digital e marketing especializada em social media, brand account, influencer marketing and account-based marketing.

É uma especialista reconhecida internacionalmente em novas tecnologias, branding, storytelling e social influence. Tamara é a principal influenciadora feminina na área de cada ranking digital e de social media em disciplinas-chave, que vão desde a Inteligência Artificial à Robótica, do Big Data à Transformação Digital e de Blockchain à Realidade Aumentada. Além disso, foi nomeada a mulher mais influente da Martech (Marketing Technology) pela *B2B Marketer* e nomeada para o *Irish America Business 100* em 2016 e 2017.

Uma oradora internacional, que conta com mais de 20 presenças anuais em grandes palcos, para organizações como a SAP, IBM e Gartner. Tamara é também conselheira exclusiva e consultora de várias

TAMARA MCCLEARY

CEO, Thulium



empresas tecnológicas que são líderes globais, como a Verizon, IBM, Mercer, SAP, Dell EMC, Huawei e Ericsson. A sua reputação em criar um poderoso reconhecimento da marca digital é incomparável.

A CONFERÊNCIA DO MARKETER E DA MÁQUINA: COMO É QUE A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL ESTÁ A BROMPEAR O MARKETING

A inovação costumava ser considerada um esforço especificamente tecnológico, mas já não é assim. A inovação de hoje une a tecnologia e as pessoas, para que juntos, possam desenhar uma experiência melhorada para os seus clientes. A Inteligência Artificial permite aos marketers

concretizar o sonho anteriormente considerado impossível - uma comunicação bem sucedida e um envolvimento bidirecional com cada cliente, de forma personalizada e com significado. Aqui, o "Ho conductor" é o uso estratégico da tecnologia. Marcas inovadoras não procuram a tecnologia pela tecnologia em si. Ao invés, aproveitam o seu poder de forma estratégica para agregar valor para o consumidor e transformar a forma como o negócio e o mundo funcionam.

Nesta apresentação, irá perceber, como a criatividade humana emparelhada com a inteligência artificial revolucionará o futuro do marketing.

KEY POINTS

- Explora como liderar sem medo no marketing através da inovação direcionada para a organização
- Explica a carreira de marketing à prova do futuro, avançando o seu maior ativo
- Descreve o Top de 4 coisas que os líderes disruptivos de marketing fazem sempre
- Demonstra como a Inteligência Artificial está a resolver problemas de comunicação entre marcas e consumidores
- Compartilha as melhores inovações de marketing em Inteligência Artificial e mostra casos

ROB GOFFEE

Emeritus Professor of Organizational Behavior, London Business School



PORQUE É QUE ALGUÉM DEVERIA SER LIDERADO POR SI?

LIDERANÇA AUTÉNTICA E ORGANIZAÇÕES AUTÉNTICAS

O mundo do trabalho está em transformação, e com ele as exigências da liderança. Os padrões de carreira estão a mudar, há diferenças geracionais nas expectativas de trabalho e um número crescente de "funcionários inteligentes". Simultaneamente, as fontes de coesão social estão a mudar e os níveis de confiança a diminuir.

Essas mudanças tornam a liderança mais importante, e ainda mais difícil. Mas o que sabemos sobre liderança? A procura por uma receita universal revelou-se inútil. A liderança varia de acordo com o contexto, e com as necessidades e aspirações daqueles que são liderados.

Esta mudança rápida da realidade determina a forma como os líderes almejam a inspiração dos outros e como estes criam dinâmicas locais de trabalho.

Corporation, Why Should Anyone Be Led By You, e Clever - Leading your Smartest Most Creative People. O seu mais recente livro, em co-autoria com Gareth Jones, é Why Should Anyone Work Here?, publicado pela Harvard Business School Press em novembro de 2015.

Publicou artigos na Harvard Business Review, Leader to Leader, European Business Forum, Business Strategy Review, Management Today, People Management e The Financial Times.

Rob Goffee obteve diversos prémios de excelência no ensino e tem contribuído como orador em várias conferências em todo o mundo. *Why should anyone be led by you?* ganhou o McKinsey Award para melhor artigo na *Harvard Business Review* e foi classificado como um dos artigos mais vendidos da revista. Contribui regularmente em programas de negócio na televisão e rádio.

KEY POINTS

- Tarefa central da liderança: inspirar os outros a níveis mais altos de desempenho
- As 5 skills da liderança autêntica
- Como entusiasmar e desenvolver os outros
- Atrair e manter talentos construindo organizações de SONHO
- Responder a 2 questões: porque é que alguém deveria ser liderado por si? Porque é que alguém deveria trabalhar aqui?

STEVE KNIGHT

Adjunct Professor, Executive Coach and Business Communications Specialist, INSEAD



Reino Unido e Europa. É ainda um influenciador no LinkedIn.

A ARTE DA COMUNICAÇÃO – DE DENTRO PARA FORA

Como líderes, temos o dever de cuidar para liderar, inspirar e aplicar. A forma como comunicamos internamente nas nossas organizações tem um impacto significativo na eficiência e eficácia do negócio e, posteriormente, no sucesso externo com os consumidores e stakeholders. Temos de saber liderar e comunicar dentro, a fim de impactar o mercado fora de portas.

Como tal, temos o dever de cuidar e a responsabilidade de comunicar de modo a ir diretamente ao cerne da questão, de forma rápida, clara e eficiente. É necessário resumir

KEY POINTS

- Estar 100% focado na sua intenção. O que quer que as pessoas pensem, sintam e façam?
- Decida o que é que as pessoas precisam de ouvir de si para que se sintam inspiradas em dar o seu apoio
- Estructure uma mensagem clara e concisa que chegue ao cerne da questão, no tempo pretendido
- Compreenda como maximizar o seu impacto através da voz, linguagem corporal e presença executiva
- Compreenda qual é o seu dom como pessoa, o seu conhecimento, a sua experiência e o seu contributo

BONIN BOUGH

Host of CNBC's Cleveland Hustles



Federation's Advertising Hall of Achievement e foi mencionado na *Fortune Magazine's* "40 under 40", *Fast Company's* "100 Most Creative People in Business", *The Adweek* 50 e *PRWeek Power List*.

HACKONOMY: POR VALOR QUEBRANDO OS MODELOS DE MARKETING

Bonin Bough irá focar-se na questão: como é que se cria valor ao ser disruptivo? Vai desafiar marketers a construírem modelos e treinar os mobile marketers, tendo sido nomeado "Mobile Marketer of the Year" pela MMA. Em 2013 integrou a American Advertising

formas de envolver o consumidor através do mobile messaging. Como é que as empresas devem pensar a transformação digital e a inovação? Continuar a fazer o mesmo que foi feito no passado, não irá ser disruptivo. Os marketers devem pensar mais como startups, sair da sua zona de conforto e experimentar coisas em tempo real. As marcas precisam de preparar a sua nova geração de líderes para um novo ambiente de consumo, onde a inovação tem de acontecer rapidamente.

KEY POINTS

- O mobile é o novo modo de vida
- A inovação não acontece se continuarmos a fazer o que sempre foi feito
- Mudar os modelos do seu negócio ou abandonar o negócio
- Como transformar uma empresa para a próxima geração? Análise das empresas que têm sido disruptivas e como é que elas trabalham
- Exemplos da carreira de Bonin Bough como inovador de marcas

TRENDS FORUM



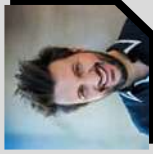
ÂNGELO PAUPÉRIO

Co-CEO
Sonae SCPs



JOSÉ MIGUEL JÚDICE

Founding Partner e-Head
of Arbitration, PLUJ
Sociedade de Advogados



RUI MASSENA

Maestro



MIGUEL PINA MARTINS

CEO & Founder
Science4you

KEY POINTS

- Como se constrói a comunicação das organizações?
- Quais as prioridades de um líder na comunicação?
- Estará a comunicação nas mãos do líder?
- Como alinhar a comunicação com os valores da organização?
- A comunicação é uma ferramenta de motivação das equipas?



MODERAÇÃO **ANTÓNIO COSTA**

Publisher, ECO

TEMPO 50 minutos

THINKERS HALL



DANIEL GOLEMAN

Author, Emotional Intelligence,
Psychologist



MODERAÇÃO **ISABEL BARROSO**

Executive Board Member
Sonae IMC

TEMPO 50 minutos

KEY POINTS

Está a tornar-se cada vez mais difícil atuar num mundo frenético, distraído e complexo. Mas se quisermos sobreviver ou mesmo prosperar, devemos aprender a manipular dois componentes essenciais que orientam todos os nossos pensamentos e ações: Foco e Inteligência Emocional.

É do conhecimento geral que um QI elevado não garante sucesso, felicidade ou virtude. A proliferação da Inteligência Emocional demonstrou-nos a poderosa e poderosa influência que as emoções têm nos nossos pensamentos e decisões. Daniel Goleman vai direcionar-nos para o foco, um recurso mental normalmente ignorado que tem grandes implicações sobre a forma como "navegamos" durante a vida. Se equiparmos o loco a um músculo, este atrofia-se não for utilizado, mas fortalece-se for devidamente trabalhado, melhorando a sua consciência geral e capacidade de atenção.

- Combinar pesquisa de ponta com descobertas práticas: Daniel Goleman irá aprofundar case studies de várias áreas, tais como desportos competitivos, educação, artes e negócios, e revelar aquilo que distingue especialistas de amadores, e estrelas de artistas medianos
- Delinear o foco em três principais componentes: *inner*, *other* e *outer focus*. Daniel Goleman irá detalhar a razão pela qual uma vida bem vivida requer os três níveis de foco, e que os profissionais de alto desempenho são igualmente ágeis em cada componente

WORKLABS

TOURISM: THREAT OR OPPORTUNITY?

KEY POINTS

- O boom do turismo é uma invasão ou uma bênção para Portugal?
- Estamos apenas na moda ou temos um crescimento sólido no turismo?
- Como conseguir manter este grande fluxo de turistas e habitantes das cidades?
- Como conciliar uma convivência pacífica entre turistas e habitantes das cidades?
- Até quando Lisboa e Porto irão suportar um aumento do número de turistas?
- Como poderá o interior ser beneficiário do incremento do turismo?



RUI NOGUEIRA

Mayor, City of Porto



LUÍS ARAÚJO

President,
Turismo de Portugal



FERNANDO MEDINA

Mayor, City of Lisboa

TEMPO 50 minutos



MODERAÇÃO **JOÃO AZEITEIRO FÁRIA**

Journalist / Anchor, RTP

BEWARE OF THE CONTENT TRAP

KEY POINTS

- As Marcas, Empresas, Organizações e Serviços são construídos com base em conteúdos publicados e testados, e que mais?
- O aumento da comunicação implica o desaparecimento da campanha publicitária?
- Irá o marketing inteligente celebrar o crescimento orgânico vs media pagos e conteúdos próprios?
- Marcas que foram construídas recentemente com base em marketing de conteúdos
- A integração estratégica dos conteúdos em missão, visão ou herança de uma marca parece ser o próximo desafio



MICHAEL CONRAD

President, Berlin
School of Creative
Leadership



TEMPO 50 minutos

MODERAÇÃO **LUÍS COSTA**

Head of Marketing,
Santander Totta

INNOVATION

KEY POINTS

- Quais são as tendências digitais e do ecossistema na China?
- Tempo para olhar a Este e Oeste, simultaneamente?
- Case study: Como as tecnologias de dados alteram o novo retalho
- Case study: Como as tecnologias de dados alteram o fabrico
- Case study: Como as tecnologias de dados alteram as cidades



QUANKAI LIU
Business Development
Director, Alibaba
Cloud Europe



MODERAÇÃO MÓNICA TORRES-BAPTISTA
Brand & Communication
Senior VP, NOS

TEMPO 50 minutos

SPEED AS A COMPETITIVE ADVANTAGE

KEY POINTS

- A tecnologia está a permitir que os consumidores possam acelerar e ter mais poder
- O Google está em constante evolução para permitir que os consumidores e as empresas trabalhem conjuntamente
- A velocidade está a tornar-se num atributo-chave do marketing, em todas as experiências do cliente
- Novas pesquisas mostram como as empresas estão a melhorar a experiência do seu consumidor no mobile
- Empresas sábias estão a acelerar tudo o que fazem com as novas tecnologias



MATT HUSH
Country Sales Director,
Google



MODERAÇÃO ROSÁLIA AMORIM
Editorial Director, Dinheiro Vivo
& Editorial Director Of Economy,
Global Media Group

TEMPO 50 minutos

DIGITAL STRATEGY

KEY POINTS

- Qual o caminho da digitalização e porque se fala disso atualmente?
- A digitalização é diferente nas indústrias pesadas (por exemplo, a indústria da aviação), e como evolui a arte de planejar?
- Competir com players digitais nativos
- Eficiência digital *versus* novos negócios; perspetivas sobre os diferentes horizontes de utilização de meios digitais para melhorar negócios
- A indústria da aviação é uma boa causa de aversão ao risco: mudar para uma cultura mais ágil em estruturas estabelecidas



CHRISTIAN LANGER
Vice President Digital Strategy,
Innovation & Transformation,
Fleet Solutions,
Vice President Digital
Lufthansa Technik



MODERAÇÃO FRANCESCO BERRETTINI
CEO, Iresting

TEMPO 50 minutos

HEALTH FORUM

KEY POINTS

- Atenção, produtividade e o cérebro
- Gémeos falsos: criatividade, inteligência e produtividade
- É possível aumentar a atenção e a produtividade?
- Existe *trade-off* entre a criatividade e a produtividade?
- Como o stress afeta a concentração, a criatividade e a inteligência?



BERNARDO BARAHONA CORREIA
Neuropsychiatry Consultant
at Fundação Champalimaud,
Auxiliary Professor of Psychiatry
at NOVA Medical School



MODERAÇÃO DUARTE ARAÚJO
Executive Member at Rópele,
Chairman at Oasis Plaza

TEMPO 50 minutos

PROGRAMA

HORÁRIO QSP SUMMIT 2019 - "THE CHALLENGE"

08h00 - 09h20	CREDENCIAÇÃO
09h20	ABERTURA
09h30	DANIEL GOLEMAN
10h30	COFFEE BREAK E NETWORKING
11h00	STEVE KNIGHT
11h50	BONIN BOUGH
12h30 - 14h15	PAUSA E SESSÃO DE AUTÓGRAFOS

THINKERS HALL | INNOVATION | SPEED AS A COMPETITIVE ADVANTAGE | TOURISM: THREAT OR OPPORTUNITY?

DANIEL GOLEMAN MODERADOR: CAROL BARROS	BONKAI LUO MODERADOR: NICKY THOMAS-BAPTIST	MATT BUSH MODERADOR: ROSALIA AMORIM	ROI MORTEN / LUIS AMARJO / FERNANDO NEGRIN MODERADOR: JOAO NEGRIN FARIAS
---	---	--	---

ROB GOFFEE

TAMARA MCCLEARY

15h30	
16h00	
16h50	COFFEE BREAK

TRENDS FORUM | DIGITAL STRATEGY | HEALTH FORUM | BEWARE OF THE CONTENT TRAP

ÁNGELO PAUZEIRO / JOSE MIGUEL JUDGE / ROI MASSENA / MIGUEL PINA MARTINS MODERADOR: ANTONIO COSTA	CHRISTIAN LANGER MODERADOR: FRANCISCO BERTHINI	BERNARDO BARAHONA CORREIA MODERADOR: DANTE AMARJO	MICHAEL CONRAD MODERADOR: LUIS COSTA
--	---	--	---

FINAL : LIVE UNPLUGGED DRUMMER

18h00-18h25

INSCRIÇÕES

Para efetuar inscrição, deverá enviar a ficha em anexo - ou fazer download em www.qspmarketing.pt/summit - juntamente com o comprovativo de pagamento, para o email, fax ou morada abaixo indicados.

FORMAS DE PAGAMENTO

Transferência bancária ou cheque à ordem de QSP - Consultoria de Marketing, Lda. (Santander Total)

IBAN: PT50 0018 0003 43617653020 54

Linha de Apoio: 91 625 2000 (09h30-19h00)

Telefone/Fax: 226 108 552

Email: conferencia@qspmarketing.pt

QSP - Consultoria de Marketing, Lda.
Avenida da Boavista, 1167, 4º andar, sala 5
4100-130 Porto - Portugal
www.qspmarketing.pt/summit

PROTÓCOLOS

ACP - Associação Comercial do Porto
AEP - Associação Empresarial de Portugal
ANJE - Associação Nacional de Jovens Empresários
APCOR - Associação Portuguesa de Cortiça

APPM - Associação Portuguesa de Profissionais de Marketing
ATP - Associação Têxtil e Vestuário de Portugal
CCLB - Câmara de Comércio Luso-Britânica
POPAl - Associação Portuguesa de Marketing at-Retail

Descontos de 10% em passes individuais e corporate, 5% de desconto em passes premium, não acumulável com compra antecipada.

O PASSE INCLUI:

- Acesso a toda a conferência
- Pasta com dossier da conferência
- Coffee Breaks
- Diploma de Participação
- Acesso livre à área de exposição
- Acesso a Worklabs (mediante inscrição prévia e disponibilidade)
- Wi-Fi

NOTAS: O conteúdo das apresentações é da exclusiva responsabilidade dos oradores.

Por motivos de força maior poderão ocorrer ligeiras alterações no programa.

Para mais informações sobre a agenda do evento, por favor consulte o site:

www.qspmarketing.pt/summit

- Nº de inscrições limitado à lotação do auditório.

ALMOÇO NÃO INCLUIDO

LOTAÇÃO LIMITADA

TRADUÇÃO SIMULTÂNEA DA LÍNGUA INGLESA NO MAIN AUDITORIUM

PASSE PREÇO COMPRA ANTECIPADA ATÉ 26 DE JANEIRO

Individual	500 €
Corporate (3)	1.500 €
PREMIUM (10)	4.700 €
PREMIUM (10)	4.350 €

Acrece IVA à taxa em vigor



MAIN SPONSOR

CONTINENTE

SPONSORS



FORUM & WORKLABS SPONSORS



INSTITUTIONAL SUPPORT

OFFICIAL HOTEL

OFFICIAL TRANSLATION

MEDIA PARTNER



SUPPORT



PROTOCOLS

ACP - Associação Comercial do Porto
AEP - Associação Empresarial de Portugal
ANJE - Associação Nacional Jovens Empresários
APCOR - Associação Portuguesa da Cortiça

APPM - Associação Portuguesa Profissionais de Marketing
ATP - Associação Têxtil e Vestuário de Portugal
CCLB - Câmara de Comércio Luso-Britânica
Popai - Associação Portuguesa de Marketing at-Retail

QSP
CONSULTORIA
DEMARKETING



Informações:

QSP - Consultoria de Marketing, Lda. • Av. da Boavista, 1167, 4º andar, sala 5, 4100-130 Porto

Linha de Apoio:

Tlm.: 916 252 000 • Tel.: 226 108 552 • Fax: 226 108 552 • conferencia@qspmarketing.pt

www.qspmarketing.pt/summit