

PORTUGAL EM DESTAQUE

Veja no interior
NEXT
BITT



Haier Europe



“É UM ORGULHO IMENSO PODER LIDERAR ESTE CONJUNTO DE PESSOAS”

JOÃO PAULO FERREIRA, PORTUGAL COUNTRY MANAGER DA HAIER EUROPE

TECNOLOGIA ARTES E CULTURA TOP 5% PME

PERIODICIDADE MENSAL | DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

Os desafios mais difíceis. A ciência mais avançada.

Combatemos os desafios de saúde mais difíceis com ciência avançada, colocando a paixão pelo nosso trabalho onde existem maiores necessidades. Porque o nosso objetivo como empresa biofarmacêutica global é causar um impacto notável na vida das pessoas.

Está nas mãos de todos nós transformar possibilidades em medicina que ajuda milhões de pessoas. Por essa razão, estabelecemos parcerias com autoridades de saúde, instituições académicas, grupos científicos e associações de doentes. Juntos, estamos a inventar o futuro da medicina.

Visite-nos em
abbvie.pt



abbvie

**Pessoas. Paixão.
Possibilidades.®**

Editorial

O mês de outubro trouxe novidades quanto ao levantamento das restrições, como o fim da exigência de certificado digital para acesso a restaurantes (que, por sua vez, deixam de ter limite máximo de pessoas por grupo), a estabelecimentos turísticos ou alojamento local, entre outros, mas dita também o fim do teletrabalho e do uso obrigatório de máscara em alguns locais fechados.

A normalidade está praticamente reposta e as empresas e instituições retomam as suas atividades. Reflexo disso foi o regresso das empresas às feiras nacionais e internacionais onde apresentam as novidades em que estiveram a trabalhar durante o último ano, a apresentação de novos projetos que, até ao decretar do confinamento, não tinham passado do papel e o retomar das atividades no setor da cultura. Aos nossos leitores e seguidores apresentamos as empresas que cresceram durante o último ano, que conseguiram manter postos de trabalho e agora regressam com outro fôlego à tão desejada normalidade.

Boa leitura!

Ana Miguel Lopes
Editora

SAMSUNG

13 SAMSUNG



FICHA TÉCNICA

PROPRIEDADE: FRASES CÉLEBRES, LDA | Edição e Publicação: Ana Miguel Lopes | Direção Editorial: Ana Miguel Lopes ana.lopes@portugalemdestaque.pt | Jornalista: Ana Matos | Direção Gráfica: Sofia Lemos | Publicidade e comercial: redacao@portugalemdestaque.pt | Redação e Publicidade: Rua Nova do Seixo, N.º 55, Sala 4, 4460-383 Senhora da Hora / +351 910 536 121 | Distribuição: gratuita com o semanário SOL/ dec. regulamentar 8-99/9-6 artigo 12 n.º 1 | NÚMERO DE REGISTO NA ERC 126615 | Periodicidade: Mensal | SETEMBRO 2021 | Estatuto Editorial: <https://www.portugalemdestaque.pt/estatuto-editorial>



INOVAÇÃO TECNOLÓGICA



A tecnologia foi uma das áreas que mais se desenvolveu e cresceu no ano 2020.

Foi necessário criar algo distinto e responsivo em relação às alterações a que o último ano obrigou, num processo denominado de inovação tecnológica, processo esse, que aproximou o Homem da tecnologia e a tornou mais responsiva às suas exigências e necessidades.

Atualmente, a inovação tecnológica é imprescindível para que as empresas se destaquem e apresentem valor acrescentado em mercados cada vez mais competitivos e internacionalizados. Cada vez mais, o empreendedor tem de implementar novas ferramentas tecnológicas e acompanhar a evolução do mercado.

A inovação tecnológica permite otimizar processos, agregar valor à experiência do cliente, aumentar a produtividade e fortalecer a cultura organizacional da empresa.

Nesta edição, damos-lhe a conhecer a forma como as empresas investiram na inovação tecnológica e como esta traz inúmeras vantagens para os mais diversos negócios e para o conforto dos utilizadores.

“O FUTURO PASSA PELA CONECTIVIDADE EM TODAS AS ÁREAS”



JOÃO PAULO FERREIRA

A Haier é líder mundial, em grandes eletrodomésticos, pelo 12.º ano consecutivo, segundo o Euromonitor 2020. Esta foi uma das maiores conquistas da Haier Europe no ano transato?

O ano de 2020, e os primeiros 8 meses de 2021, foram tempos muito desafiantes para todos. Obviamente que a parte da saúde e a gestão dos recursos humanos foram, de longe, os maiores desafios ao regular funcionamento das empresas e instituições. As restrições impostas, o teletrabalho, tudo contribuiu para que se gerasse incerteza e que nos fizesse questionar tudo. Felizmente, passados 20 meses, e em abono da verdade, temos de dizer que passámos um pouco pelos intervalos da pandemia, sendo um dos setores que teve uma *performance* acima do que seria expectável. A verdade é que mudámos de instalações

A líder mundial, em eletrodomésticos, há 12 anos consecutivos celebra mais uma vitória. O grupo Haier provou que consegue estar sempre na vanguarda e já atingiu algumas das metas que pareciam impossíveis para o setor. João Paulo Ferreira, Portugal Country Manager da Haier Europe, revela a superação de objetivos traçados e quanto o espírito de equipa contribuiu para atingir excelentes resultados.

durante este período de incertezas e ainda não tivemos oportunidade de o inaugurar condignamente.

O ano transato foi um ano que seguiu a tendência dos anos pré-pandemia, a companhia cresceu a dois dígitos, solidificando posições em várias áreas de negócio. Continuámos a investir em espaços de marca em lojas de referência do país, contribuindo para que o consumidor identificasse facilmente os nossos artigos. Estes períodos de incerteza, são os que nos obrigam a pensar fora da caixa e arriscar mais. Ter uma atitude resiliente, é uma característica intrínseca na nossa companhia. Infelizmente, este ano, está a revelar-se agora muito mais difícil para o setor, dados os problemas de falta de componentes, o grave aumento do preço das matérias-primas e dos custos logísticos que atingiram valores recorde e que criaram um aumento exponencial do produto final, que terá graves repercussões junto do consumidor com aumentos consideráveis. Infelizmente este problema tem vindo a agravar-se e espera-se que continue durante 2022.

O novo escritório e showroom de Lisboa já estão a completar um ano. As marcas do grupo têm vindo a crescer de forma equitativa? O volume de vendas é equilibrado em comparação com as três marcas do grupo?

As novas instalações, para onde mudámos em agosto de 2020, foi o cumprir de um desejo e foi na altura certa porque com as exigências de espaço para cumprir as regras sanitárias da DGS, no que ao protocolo Covid-19 se referia, teríamos de ter muito mais espaço do que tínhamos nas anteriores instalações. Agora temos espaço para poder manter as pessoas a trabalhar mais à vontade e criámos um espaço dedicado a *Showroom* e formação, inclusive com uma cozinha funcional. Quanto ao volume de vendas, as marcas Candy Hoover fazem hoje a grande fatia de faturação, porque a Haier tem um ano de atividade no nosso país. Contudo, o crescimento tem sido extraordinário e deixa antever que o futuro será muito risonho.

A Haier, tratando-se de uma marca *Premium*, encontra sempre as dificuldades de uma marca nova porque é, entre nós, portugueses, pouco conhecida, mas estamos a fazer de tudo para que esta seja cada vez mais uma opção no nosso mercado.

Apostaram no famoso *Chef Rui Paula*, detentor de duas estrelas *Michellin*, como embaixador em Portugal da marca de eletrodomésticos Haier. Explane o impacto e feedback do público a esta aposta.

A Marca #1 em Eletrodomésticos teria de escolher também o *Chef#1* em Portugal. Foi extremamente gratificante, o *Chef Rui Paula* ter aceitado o desafio de ser nosso embaixador. Apesar de ser uma marca que em Portugal está ainda a dar os primeiros passos, todos reconhecem que tem um enorme potencial. Tem sido muito recompensador trabalhar com o *Chefe*, obviamente, a sua imagem ajuda a marca a demonstrar todo o seu valor aos interessados por marcas *Premium*.





O mercado de encauste está maduro e tem muitas marcas a operar há muitos anos. Entrar neste mercado obrigava a reinventar produtos, características, a lançar conceitos inovadores e a proporcionar experiências extraordinárias a quem cozinha e esses são alguns dos objetivos da marca Haier.

A hOn app permite que todos os eletrodomésticos interajam entre si e também com outras áreas. De que forma funciona esta tecnologia e como contribui para uma vida doméstica mais saudável?

A hOn, foi criada para colocar o IOT acessível em todos os eletrodomésticos, criando um ecossistema entre eles, com um único fim: facilitar a vida ao consumidor.

Esta App agrega todos os artigos das marcas do grupo, oferecendo para cada uma delas as funcionalidades que foram estudadas para os seus utilizadores. Ou seja, a app é a mesma, mas o acesso tem diferentes caminhos consoante a marca a que o utilizador acede. O grupo foi pioneiro na utilização do IOT nos eletrodomésticos e a evolução tem sido diária. Hoje num patamar tão importante que justificou um evento em Milão no salão do design, com um espaço totalmente dedicado à conectividade.

O grupo usa muitas vezes a expressão “democratização do IOT”, porque transversalmente para as marcas do grupo, inclusivamente a com a marca Candy que tem gamas de produtos acessíveis a todos. A ideia é que possamos entrar em todos os segmentos com artigos

conectáveis que hoje são já uma realidade, permitindo uma interação com os consumidores e facilitando a vida destes. O futuro passa pela conectividade em todas as áreas, permitindo que os produtos se “relacionem” e comuniquem com os utilizadores.

A Haier marcou recentemente presença na feira de Milão. O que representou este regresso à “normalidade”? Quais foram as novidades apresentadas?

A Haier esteve presente no evento, mas nós (Portugal) decidimos não ir devido ainda às questões relacionadas com a pandemia. No evento não foram apresentados produtos, mas os conceitos de ecossistemas de interação entre os vários produtos e a inteligência artificial ligada aos mesmos. Por exemplo, máquinas que podem funcionar tirando fotos à roupa que se quer lavar e a máquina escolhe o programa adequado para o fazer.

” O futuro passa pela conectividade em todas as áreas, permitindo que os produtos se relacionem e comuniquem com os utilizadores ”

Aplicando o mesmo conceito na roupa e na louça. Frigoríficos que scanarizam os produtos e datas de validade e, posteriormente, avisam e sugerem receitas para os produtos que temos no frigorífico. As caves de vinho que ligam com as Apps em torno do vinho e que nos aconselham o que beber com o prato que fotografamos e com a receita que tirámos de um dos fornos.





Fornos e micro-ondas que têm uma panóplia de receitas em memória e que possibilitam a criação de receitas próprias para que quando as queiramos utilizar seja possível escolhê-la e carregar num botão.

Todos estes conceitos serão mais ou menos transversais às três marcas.

A Hoover SDA apresentou um *scan* que mede o nível de pó e ar menos *clean* e envia mensagens ao purificador para iniciar e ao *robot* para aspirar a casa, entre outras funcionalidades que facilitam a vida dos utilizadores.



No fundo, o *stand* desta feira, em Milão, era a explicação dos vários conceitos da conectividade e inteligência artificial, aplicadas aos eletrodomésticos. Com ambientes por marca, onde cada uma tinha uma “casa” onde os seus produtos comunicavam entre si e com o utilizador.

A estratégia “Zero Distance” é a forma de agir a que o Grupo Haier habitou os seus clientes. De que forma contornaram o encerramento temporário das lojas e qual foi o impacto nas vendas *online*? O consumidor nacional estava preparado para a realidade do comércio *online*?

A Zero Distance não é um *slogan*, é uma forma de estar e agir.

Na realidade, a necessidade de estar próximo dos nossos consumidores, começa por criar artigos que preencham as suas necessidades e depois fazer com que se possa estudar os hábitos de uso, para criar programas personalizados, para um uso mais facilitado próximo da realidade.

Queremos estar próximos dos nossos clientes e discutir sempre as melhores formas de chegar ao consumidor de forma clara e eficaz.

Na verdade, grande parte das lojas estiveram pouco tempo encerradas, na sua maioria, havia restrições de horário e lotação, mas estiveram (quase sempre) abertas ao público. As vendas *online* foram potenciadas ao máximo por nós, com lead time de entregas de 24 horas, criando mais e melhores conteúdos para a *web*.

No período de *lockdown*, nunca parámos e estivemos sempre disponíveis para encontrar soluções para as solicitações.

” A frase não é minha, mas cabe perfeitamente para explicar a Haier Atitude: “Uma equipa não é um conjunto de pessoas que trabalham juntas. Equipa é um conjunto de pessoas que confiam uns nos outros e lutam por um só objetivo” ”





As vendas *online* cresceram exponencialmente sendo que Portugal era um dos países que tinha o menor *share* de vendas por internet na União Europeia. Agora que começamos a voltar a alguma normalidade, acredito que as vendas na internet possam manter-se em níveis bastante mais altos do que anteriormente. Para isso contribuiu e contribuirá sempre uma boa experiência de compra por parte do consumidor, só assim este se sentirá confiante em fazer este tipo de compras.

Em pleno confinamento, as etiquetas energéticas foram alteradas. Considera que a escolha do consumidor que tinha de comprar *online* ficou mais dificultada?

Em questões energéticas, os produtores têm apresentado grande dinamismo e encontram-se

disponíveis para inovar de forma a cumprir e superar as metas impostas pelas diretrizes da União Europeia.

As alterações de etiqueta, ou seja, dos parâmetros, causam sempre algumas dúvidas ao consumidor, mas estas alterações tiveram muito que ver com a forma de as medir.

Mais uma vez, o grupo provou que consegue estar sempre na vanguarda e atingiu algumas metas que pareciam impossíveis para o setor, colocando-se na frente no que às classes energéticas diz respeito.

Quanto ao processo de venda, penso que até será mais fácil pois toda a informação

já se encontrava disponível e foi bem destacada de forma a informar e esclarecer os consumidores.

Às vezes é melhor deixar na mão dos consumidores para lerem e tomarem a sua própria decisão, do que criar (muito) ruído à volta de uma questão que no final é fácil de entender, sem ouvir opiniões menos fundamentadas que possam distorcer alguma informação.

O grupo tem tido uma *performance* que permite ter o destaque de ser considerado o grupo com o crescimento mais rápido no nosso setor. Em Portugal, os últimos três anos foram marcados com crescimentos muito acentuados que permitem ao Grupo ter, atualmente, uma posição mais forte no mercado.

Para terminar, gostava de deixar um agradecimento público às pessoas que trabalham nesta empresa porque para um grupo tão pequeno de pessoas conseguir, nestes últimos anos, resultados de crescimento a dois dígitos exigiram muito empenho, concentração e sacrifício próprio e das famílias para estarem sempre disponíveis para tudo.

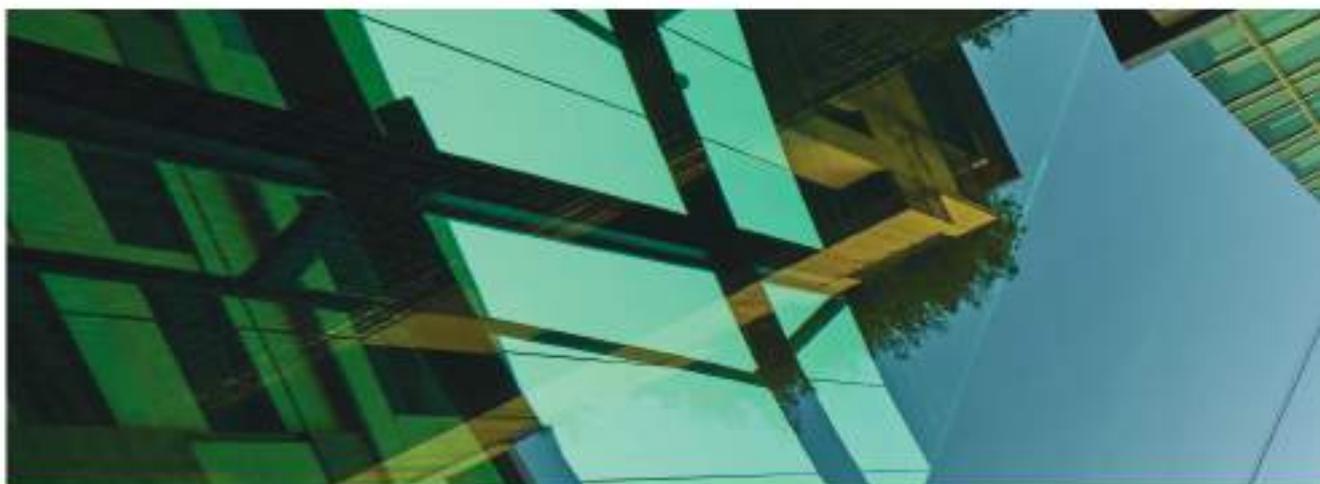
No pico da pandemia, todos mostravam vontade de nunca parar e desdobraram-se em soluções para que tudo corresse bem. É um orgulho imenso poder liderar este conjunto de pessoas.

A frase não é minha, mas cabe perfeitamente para explicar a “Haier Atitude”: “Uma equipa não é um conjunto de pessoas que trabalham juntas. Equipa é um conjunto de pessoas que confiam uns nos outros e lutam por um só objetivo”.



Mais do que um software de Enterprise Asset Management

Do Enterprise Asset Management ao Facility Management, da gestão de ordens à gestão de auditorias, a plataforma **NextBITT** utiliza a tecnologia mais recente para apresentar respostas aos desafios relativos à gestão de ativos.

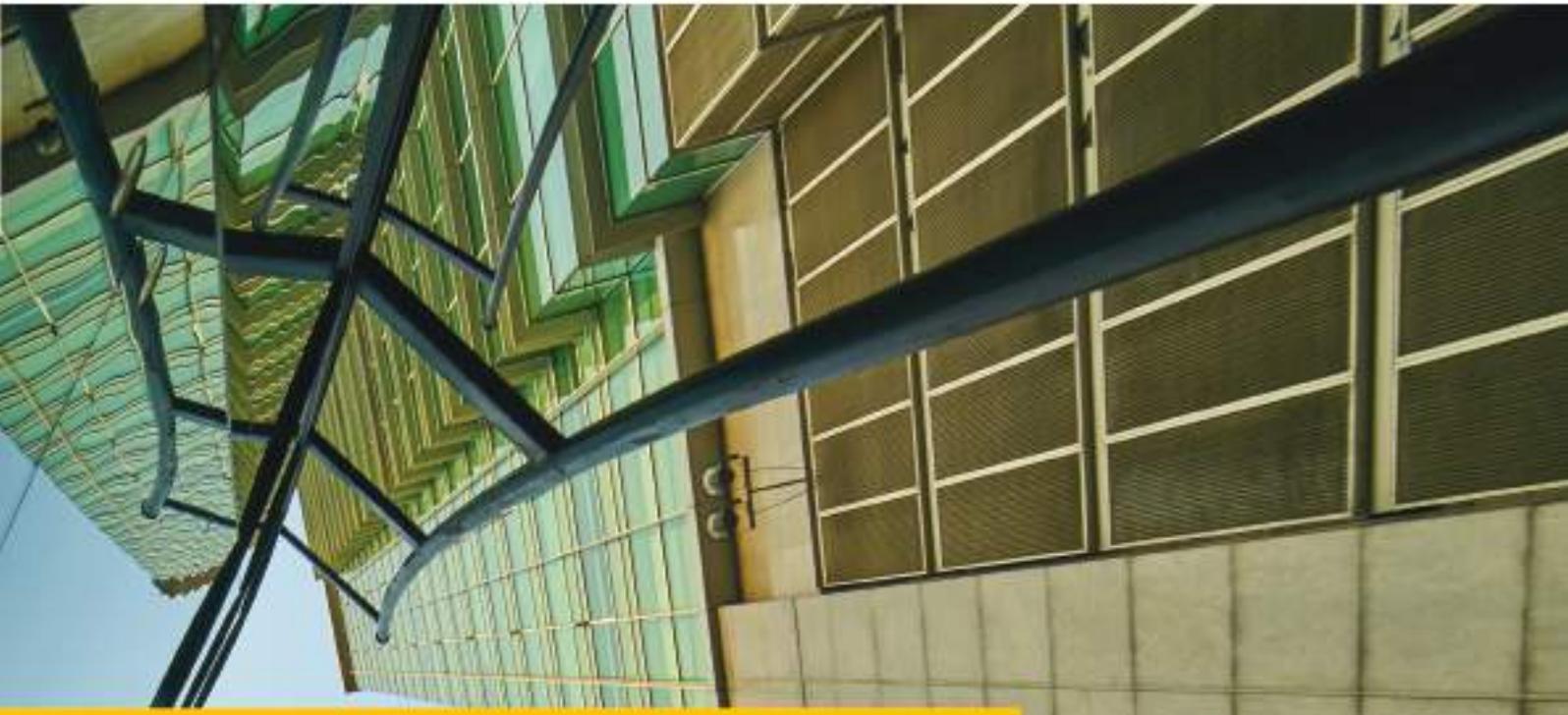


Partners

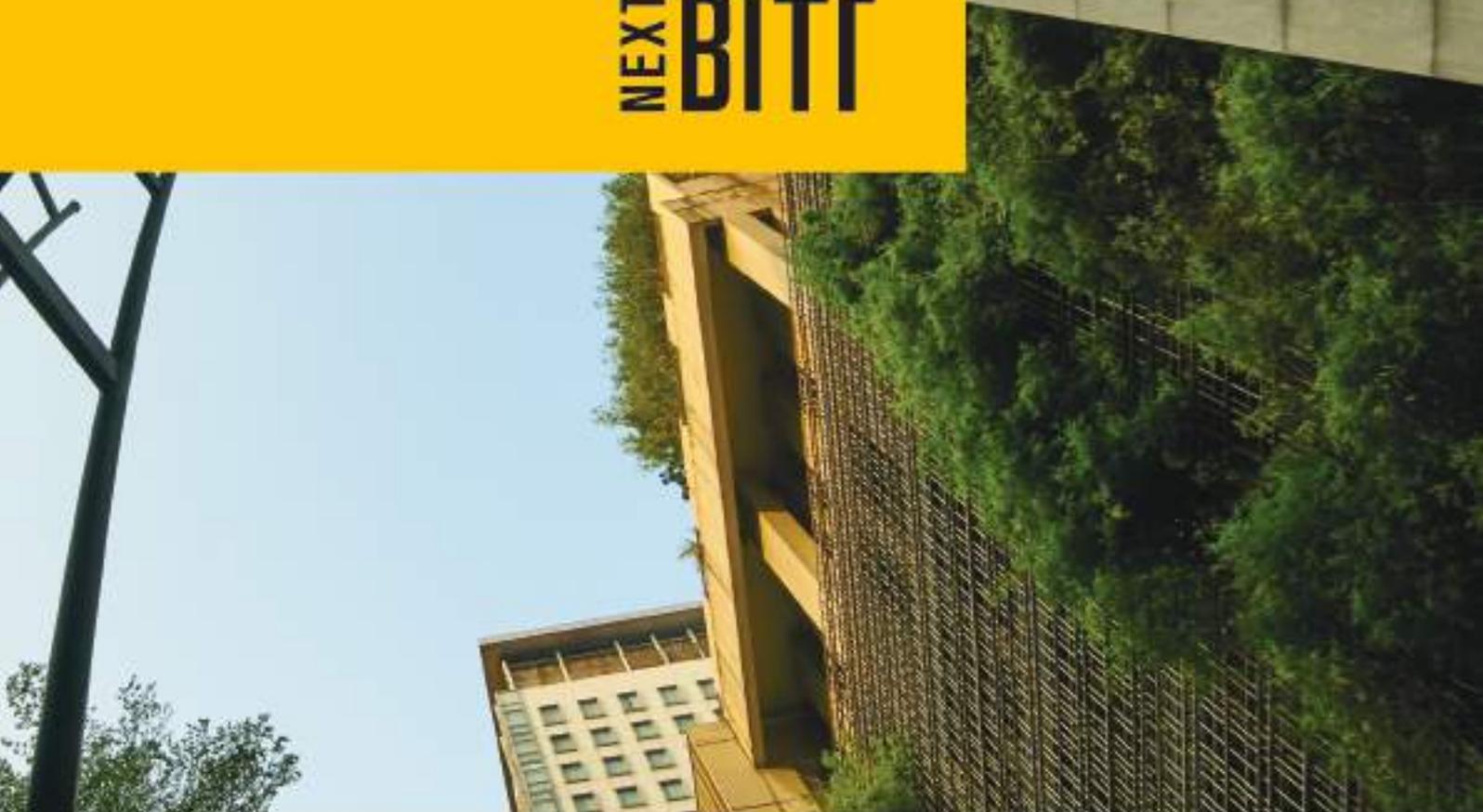
Pedro
Morais

André
Calixto

Miguel
Salgueiro



**NEXT
BITT**



**FACILITY MANAGEMENT • ENTERPRISE ASSET MANAGEMENT
FIELD SERVICE • INTERNET OF THINGS**

A MELHOR TECNOLOGIA AO SERVIÇO DA GESTÃO DE ATIVOS FÍSICOS

● YOUTUBE BANE VÍDEOS COM DESINFORMAÇÃO SOBRE VACINAS ANTI-COVID

A plataforma banuiu todos os conteúdos com falsas alegações sobre as vacinas contra o coronavírus para combater a desinformação sobre a saúde. Neste sentido, o YouTube já removeu mais de 130 mil vídeos desde outubro do ano passado por violarem as políticas relativas à informação sobre vacinas.



● CIBERATAQUES EM PORTUGAL AUMENTAM NO PRIMEIRO SEMESTRE DESTE ANO

O boletim do Observatório de Cibersegurança contabiliza um aumento de mais de 20% nos primeiros seis meses deste ano, relativamente ao mesmo período de 2020. Estes ciberataques foram mais frequentes durante os momentos de confinamento social. Foram registados, pelo Centro Nacional de Cibersegurança, um total de 847 incidentes no primeiro semestre.

● MAIORIA DOS PORTUGUESES UTILIZA MOTORES DE BUSCA PARA LER NOTÍCIAS

Um estudo da Google sobre os hábitos e formas de pesquisa *online* dos portugueses concluiu que a grande maioria dos portugueses usa os motores de pesquisa principalmente para ler conteúdos noticiosos. O inquérito abrangeu mais de 600 portugueses de diferentes regiões e gerações.



● INSTAGRAM CONTINUA A PROMOVER DISTÚRBIOS ALIMENTARES E TRATAMENTOS MILAGROSOS

A análise feita pelo grupo de ativistas SumOfUs permitiu descobrir que existem empresas e particulares a promover serviços de eficácia duvidosa, distúrbios alimentares e dietas milagrosas através da rede social Instagram.

SAMSUNG

Galaxy Z Fold3 | Flip3 5G



Imagem simulada. Requer uma ligação 5G estável. A ligação a redes de 5G em Portugal está dependente de infraestruturas e serviços disponibilizados pelas operadoras de comunicações móveis. S Pen Edição Fold vendida separadamente e apenas compatível com o Z Fold3 5G.

SAMSUNG: UNIDOS PELA INOVAÇÃO

A marca de tecnologia, Samsung, é uma das maiores na área em Portugal. Tendo como objetivo acompanhar as mudanças dos tempos, a Samsung alia a inovação ao bem estar e necessidades do utilizador.

A Samsung aposta num futuro no qual os utilizadores possam usar os telemóveis com várias janelas de programas abertas, permitindo um multitasking mais fluido. Trata-se de uma nova geração tecnológica?

Na Samsung trabalhamos diariamente para oferecer aos nossos consumidores tecnologia que lhes permita ter experiências mais enriquecedoras e próximas do seu estilo de vida e necessidades. A tecnologia aparece, neste campo, cada vez mais com um papel de facilitador da nossa vida, e num mundo que evolui a uma velocidade vertiginosa, a necessidade que muitos de nós sentimos em responder a cada vez mais solicitações é bem real. As nossas soluções de *hardware* e *software* permitem trabalhar num ambiente de multi janela, executando várias tarefas em simultâneo e com uma experiência de utilização mais dinâmica e que visa responder precisamente a estas necessidades do mundo moderno.



Relativamente aos novos equipamentos 5G dobráveis que lançaram recentemente no mercado nacional, que novidades trazem aos consumidores?

Enquanto marca, acreditamos que o futuro da indústria *mobile* passará, em grande parte, pela inovação a nível do formato dos telemóveis. Hoje, já todos nos habituámos ao tradicional formato retangular dos nossos telemóveis. Recusamo-nos a aceitar que existem formatos impossíveis, e estes dois *smartphones* dobráveis, o Galaxy Z Fold3 5G e o Z Flip3 5G, são a prova disso mesmo. A grande inovação que estes dois equipamentos trazem é precisamente a nível do ecrã, uma vez que se podem dobrar, podendo assim usufruir de um ecrã de grandes dimensões e ao mesmo tempo compactos o suficiente para caberem confortavelmente num bolso. Outras inovações que trazemos para esta nova geração de equipamentos dobráveis têm muito que ver com algo muito importante para qualquer utilizador – a sua resistência e durabilidade. Ambos os dispositivos vêm certificados para resistência à água (IPX8) e trazem na sua construção o mais recente e resistente alumínio utilizado pela Samsung – novo *armor aluminium*. O Galaxy Z Fold3 traz ainda a primeira câmara de *selfie* escondida por trás do ecrã interior (*Under Display Camera*), oferecendo assim uma verdadeira experiência de visualização imersiva. Além disso, é também no Z Fold3 que temos a novidade da inclusão da nossa já tão conhecida S Pen, um pequeno estilete que permite transformar o Fold num verdadeiro caderno de notas ou de desenho, tornando-o numa verdadeira máquina de produtividade.

Para quem não pretende adquirir já os produtos, tem a opção de um período experimental de 60 dias de teste? Em que consiste este programa?



Aquando da chegada destes novos equipamentos a Portugal, nós lançamos pela primeira vez, no nosso país, um programa de *Buy & Try*. Este programa implica a compra do equipamento, sendo que oferecemos a possibilidade de devolução do equipamento até 60 dias depois da compra, isto se não estiverem satisfeitos. A todos os que decidam devolver o equipamento, a Samsung garante o reembolso da totalidade do valor do mesmo sem quaisquer custos. Este programa terminou no passado dia 30 de setembro e teve como objetivo deixar os consumidores mais tranquilos em experimentar este formato inovador e transitar para esta nova tipologia de equipamentos *mobile*.

A inovação tecnológica estende-se também a outros produtos, como os relógios e auscultadores. A Samsung pretende oferecer ao consumidor produtos que sejam facilitadores e potenciadores de bem-estar e qualidade de vida?

Oferecer o melhor da tecnologia é, sem dúvida, fundamental para a Samsung e a base do dia-a-dia da nossa marca. Mais do que procurar entregar aos consumidores os produtos de última geração, acreditamos que estes devem ser acessíveis a todos, dispondo das últimas tecnologias e de um leque de opções que ofereçam experiências personalizadas e ilimitadas. A Samsung dispõe de um vasto ecossistema e recursos inovadores que capacitam os utilizadores, sempre ajustados a cada perfil de utilização. Desde logo começando na área *Mobile*, onde além de *Smartphones* temos uma vasta oferta de *tablets* e *wearables* (relógios e auscultadores inteligentes). Temos também uma fortíssima gama de produtos de eletrónica de consumo, desde TVs, frigoríficos e eletrodomésticos. Todos estes equipamentos Samsung são passíveis de se ligar entre si, e podem ser todos geridos em simultâneo através da nossa plataforma *Smart Things*, uma plataforma que ajuda a transformar as nossas casas em verdadeiras casas inteligentes.

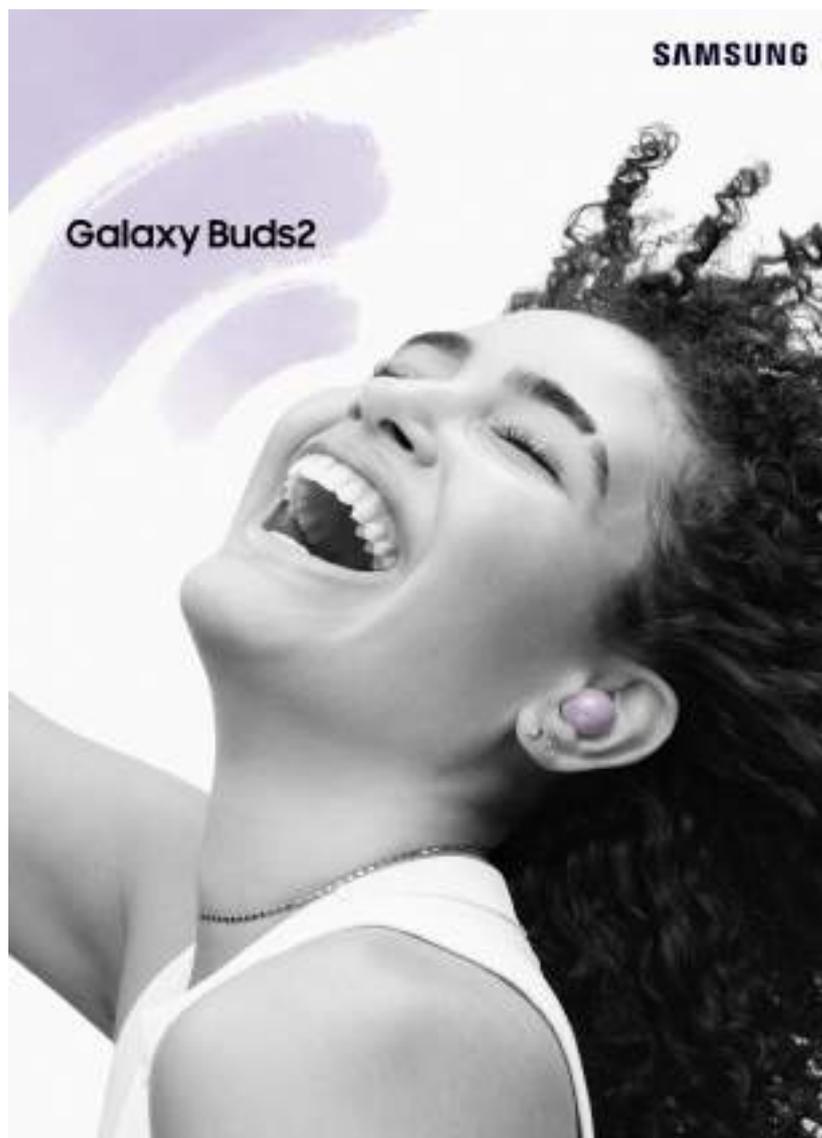
Galaxy Z Flip3 5G

Galaxy Z Fold3 5G



Todo este nosso ecossistema foi desenhado a pensar nos nossos consumidores e como a nossa tecnologia pode contribuir para a melhoria da sua qualidade de vida. Entre todos estes equipamentos há também um elo que os une – a inovação. Costumamos dizer que as limitações e barreiras ficam para outras marcas, na Samsung só temos espaço para a inovação e isso implica que testemos incansavelmente as regras existentes e que a tecnologia esteja ao serviço e centrada nas pessoas. Sabemos que a margens para o que a tecnologia pode fazer são confinadas apenas pelo alcance da nossa imaginação – e a nossa não conhece limites. Sabemos que a inovação estará sempre no centro de tudo o que fazemos, e com a satisfação dos nossos utilizadores e garantia do seu bem-estar como os nossos principais objetivos. Acreditamos que a tecnologia não é apenas aquilo que os dispositivos são capazes de fazer, é sobre o que as pessoas podem fazer com ela.

Tendo em conta o excelente patamar em que se encontra a Samsung, ao nível tecnológico, quais as perspetivas para o futuro da tecnologia? A Samsung tem assumido, nos últimos anos, uma posição de liderança em quase todas as áreas onde atua. Dessa posição, advém um elevado grau de expectativas relativamente à marca e à tecnologia que esta introduz no mercado. Um certo espírito irreverente e não conformado faz parte do nosso ADN, e é isso mesmo que está na base daquela que é a nossa promessa enquanto marca – ‘Do What You Can’t’. Um espírito que atravessa tudo o que fazemos, de desafiar os nossos próprios limites, alcançar os nossos objetivos e que podemos dar um passo em frente. Um sentimento que espelhamos junto dos nossos seguidores da marca, de também querer ir mais longe e estando a Samsung capaz de promover esse tipo de experiências e busca pela superação. Esta promessa é o que nos motiva em querer continuar a ser um dos grandes do mundo tecnológico, ao trazer soluções inovadoras e por vezes até revolucionárias que irão, com certeza, esculpir o presente e o futuro, e que nos ajudarão, por exemplo, a seguir um caminho mais sustentável e com impacto positivo na sociedade, entre outros.



ARTES E CULTURA

Em Portugal, a valorização das artes e da cultura assume um papel fundamental para o desenvolvimento equilibrado e sustentável do setor artístico. Este reconhecimento é crescente através da implementação de medidas estruturantes, como a promoção da igualdade de acesso às artes, o incentivo à criação, produção e difusão artísticas e a projeção internacional de criadores, produtores e outros agentes culturais portugueses.

Também as associações locais, juntas de freguesia e grupos culturais têm um papel fundamental no crescimento da atividade artística em Portugal. Através destas organizações é possível transformar a história e os feitos históricos alcançados em momentos de aprendizagem e apreciação, conjugados com as artes, sejam elas a dança, a música, o teatro, entre outras. A junção entre as artes e as associações culturais resulta num momento único de conhecimento, aliado às artes performativas, e permitem a partilha de conhecimento e de cultura.



TRANSFERIR EXPERIÊNCIA DE PALCO ÀS GERAÇÕES MAIS NOVAS



FRANCISCO SANTOS

Com o objetivo de produzir espetáculos de referência de Teatro Musical em Portugal, assim surgiu a Vivonstage, há 15 anos. Francisco Santos, diretor artístico e produtor, apresenta um crescimento de sucesso, que recentemente se materializou com a criação da Vivonschool, que nasce em plena pandemia, uma escola onde os atores e bailarinos transmitem toda a sua experiência de palco às gerações mais novas.

Com mais de 15 anos de experiência em Teatro Musical, a ImpactCircle – Vivonstage, já apresentou mais de 2000 espetáculos por todo o país. Apresente este projeto, do seu percurso até aos dias de hoje.

Nascemos há cerca de 14 anos com o intuito de produzir espetáculos de referência de Teatro Musical em Portugal. Com uma equipa jovem e dinâmica, o projeto foi crescendo natural e organicamente no Porto, onde é a nossa sede. Um dos projetos mais emblemáticos foi a adaptação da Crónica dos Bons Malandros a Musical em estreita colaboração com o autor do livro, Mário Zambujal, mas, entretanto, seguiram-se muitos outros: Peter Pan, Tarzan, O Príncipezinho, A Pequena Sereia, Espelho Meu, etc.

“Um Novo Amanhã” é o mais recente espetáculo que apresentam ao público. Como teve contacto com desta história?

Esta história surgiu através do contacto que mantenho com pessoas de Alvarenga há mais de 30 anos. Com o passar dos anos fui descobrindo esta história intrigante com detalhes fantásticos e desconhecidos do grande público, o que me motivou ainda mais a escrever este Guião. Um dos aspetos mais curiosos foi perceber como estes acontecimentos ainda influenciam toda a sociedade Alvarenguesa em 2021.

Inspirado na II Guerra Mundial e no motim que aconteceu em Alvarenga, Arouca, em 1942, o musical “Um Novo Amanhã” baseia-se em acontecimentos reais. O que o motivou a contá-la pelos olhos de uma criança?

Talvez pela inocência e frontalidade próprias das crianças. Com um tema tão impactante como seja a II Guerra Mundial achei que seria o ideal.

Evidentemente que existem muitos outros subtemas no espetáculo, mas, para mim, tornou-se clara essa opção desde o início. Devo acrescentar que não é apenas uma, mas duas crianças afastadas 2 mil quilómetros e que nos darão essas duas visões do mesmo acontecimento: uma está em Alvarenga e outra em Amsterdão. E mais não posso dizer...

Quando apresentou o seu projeto à comunidade Alvarenguesa, qual foi a reação destes? A comunidade e instituições locais também vão participar?

A comunidade Alvarenguesa abraçou e de alguma maneira apropriou-se deste projeto desde o momento em que foi apresentado. Contamos com a participação da Banda de Música e do Rancho de Alvarenga e a avaliar pelo entusiasmo com que encaram os ensaios com os nossos atores, irá ser emocionante. Aproveito para referir que o elenco de Um Novo Amanhã tem 20 atores para além dos músicos e elementos do rancho já referidos.

O musical “Um Novo Amanhã” tem data de estreia marcada para 15 de outubro, no Euro-parque, mas vai certamente viajar pelo país. Em que palcos e em que datas a poderemos encontrar?

Após o Europarque iremos pisar o palco do Teatro Sá da Bandeira no Porto, o Altice Braga Fórum, o Auditório de Olhão e finalmente o C. C. de Alvarenga onde faremos o fecho desta Tournée.

O projeto ImpactCircle cresceu com a Vivonstage e, entretanto, nasceu a ViVonSchool e a ViVonTech. Quando sentiu a necessidade de crescer estes projetos e em que consistem?

Estes projetos decorrem do tal crescimento orgânico que falava. A Vivontech coordena e gere toda a área técnica: equipamento, som, luz, vídeo. A Vivonschool nasce em plena pandemia, curiosamente, e é o futuro: uma escola onde os nossos atores e bailarinos transmitem toda a sua experiência de palco às gerações mais novas.



”

Esta história surgiu através do contacto que mantenho com pessoas de Alvarenga há mais de 30 anos. Com o passar dos anos fui descobrindo esta história intrigante com detalhes fantásticos e desconhecidos do grande público, o que me motivou ainda mais a escrever este Guião

”



viv onstage



ANDREA GRAF

Como diretora de cena dos Musicais da ViVonStage e do “Um Novo Amanhã» quais foram os maiores desafios que encontrou para a recriação desta peça, uma vez que se passa nos anos 40?

O cuidado e precisão histórica na escolha dos figurinos e adereços envolve muito estudo e pesquisa para que seja o mais fiel à época descrita. Já a cenografia será retratada de uma forma realista/minimalista sendo complementada com projeções de vídeo.

Assume, para além deste cargo, a Direção Executiva da ViVonSchool. Apresente os desafios e conquistas que têm marcado o crescimento e sucesso desta Companhia.

O desafio da ViVonSchool nasceu da necessidade que sentimos em passar o nosso conhecimento e formação aos mais novos e futuros atores, bailarinos, músicos e técnicos. Todos os dias atingimos novas conquistas na ViVonSchool, visto esta ser de e para os nossos alunos. Todas as pequenas dificuldades que ultrapassamos juntos são vistas por nós como conquistas, fazendo tudo parte do crescimento da ViVonStage, porque estas crianças/jovens são o nosso “Um Novo Amanhã”.





“OS ALVARENGUENSES RESPIRAM CULTURA”



LUIS FILIPE TELES

Foi reeleito Presidente da Freguesia de Alvarenga para o seu 3.º mandato. Considera esta vitória um reflexo do trabalho desenvolvido pela sua liderança em conjugação com a equipa que o acompanha?

Com certeza que é um reflexo do trabalho desenvolvido nos últimos oito anos. É lógico que há a expectativa de sermos sempre melhores, porque a nossa fasquia é sempre muito alta. Mas é o resultado, sem dúvida, daquela que é a nossa postura, a nossa humildade, do nosso trabalho e da nossa vontade: de estar sempre junto das pessoas. Julgo que os alvarenguenses sentiram isso. Somos pessoas que entendemos como é importante estar perto umas das outras e damos valor aos pedidos e soluções que as pessoas nos solicitam. Falamos com todos, sem excluir ninguém, independentemente das cores partidárias ou dos pensamentos. Quando os problemas existem e o são verdadeiramente, nós respondemos com prontidão. Somos uma equipa que analisa as questões que os alvarenguenses nos

O turismo e a cultura têm tido um crescimento exponencial em Alvarenga. Luís Filipe Teles, presidente da Junta de Freguesia de Alvarenga, revela os projetos para o próximo mandato e a importância do musical “Um Novo Amanhã” para a localidade.

colocam, procuramos encontrar soluções que agradem à maioria da população e estamos sempre dispostos para dialogar.

Alvarenga é sobejamente conhecida pela qualidade dos bifes da raça arouquesa, mas a fama assumiu outros contornos quando inauguraram os Passadiços do Paiva. Apresente a atual realidade turística de Alvarenga e o impacto no comércio local nestes últimos anos.

Arouca e Alvarenga tem valorizado muito o território. Temos, por exemplo, o Arouca Geoparque. Nós já somos conhecidos, há muitos anos, pelo bife de Alvarenga com carne arouquesa e acumulamos fama e alguma notoriedade. A maioria dos restaurantes locais funcionam muito bem, porque sabemos muito bem trabalhar na produção de gado, de

carne e também sabemos cozinhar e servir com qualidade. Temos essa fama e é, de facto, uma carne fantástica.

Mais tarde, surgiram os passadiços que nos trouxeram uma visibilidade enorme. Os Passadiços do Paiva permitem observar toda a beleza do território. Foi tão bem idealizado e construído que todas as pessoas que os visitam ficam abismados com a beleza natural que encontram.

A Ponte 516 Arouca, a maior ponte suspensa do Mundo é, sem dúvida, a obra do século para Alvarenga, porque é uma artéria ligada ao coração, que são os Passadiços do Paiva. É uma estrutura incrível, única e que traz muitos visitantes famosos e curiosos.

É uma obra única que traz fama pelo património material e imaterial de Alvarenga. Neste sentido, Arouca tem crescido muito e esse





crescimento também se reflete em Alvarenga. Neste momento é considerado um luxo viver em Arouca ou em Alvarenga.

A par com o turismo, o investimento na cultura assumiu mais relevância quando inaugurou o Centro Cultural de Alvarenga?

Essa tem sido uma das nossas bandeiras. Se estudarmos a história de Alvarenga, chegamos à conclusão de que esta localidade sempre se pautou pela cultura e esse facto deu dimensão cultural e conhecimento às pessoas. Entendemos perfeitamente que a cultura e a educação são fundamentais para o crescimento de qualquer território, freguesia ou cidade. Queríamos criar condições para as nossas associações poderem apresentar as suas criações e o trabalho desenvolvido pelos intervenientes e para que os nossos fregueses assistam a belíssimos espetáculos e demais ações culturais. O Centro Cultural de Alvarenga teve, até ao momento, todos os espetáculos esgotados. A infraestrutura dispõe de mais de 200 lugares e estiveram sempre esgotados, isto numa freguesia em que estão recenseados menos de mil pessoas. Portanto, a adesão dos alvarengueses, dos seus familiares, amigos e dos turistas que nos visitam está refletida nesta adesão em massa. Os alvarengueses respiram cultura e somos um exemplo de que faz todo o sentido levar a cultura às terras mais pequenas.

Em cartaz têm o teatro musical “Um Novo Amanhã”, da ViVonstage, nos dias 12 e 13 de novembro que trata de factos reais, ocorridos durante a II Guerra Mundial em Alvarenga. Revele o impacto que este espetáculo teve nas instituições locais, estas estão envolvidas nesta dinâmica?

Temos o musical “Um Novo Amanhã” que irá representar o que nos vai no sangue. É um musical que tem lugar em Alvarenga, que efetivamente ocorreu aqui, na freguesia, e que nos diz muito, porque todos os alvarengueses conhecem essa história. A nós, alvarengueses, honra-nos muito e tenho a certeza que vai ter um enorme sucesso. Os meus parabéns à organização, a VIVONSTAGE, porque acredito que vai ser uma

surpresa a nível nacional e vai ser muito positivo para Alvarenga e para o concelho de Arouca. A história é forte, numa época muito importante para Alvarenga e que mostra um bocadinho das nossas raízes, a nossa forma de estar e os valores que nos regem numa época que transformou a localidade.

A extração do volfrâmio, denominado ouro negro, trouxe riqueza e acesso à educação das gerações seguintes, contacto com culturas nacionais e internacionais, abrindo novos horizontes e aumentando a vontade de chegar mais além. Foi uma época que nos definiu-nos. Eu tenho um bocadinho do que é “Um Novo Amanhã”.

Alvarenga é rica em instituições e coletividades. A equipa da junta de freguesia, ao longo destes oitos anos, tem acompanhado, dado condições e reconhecido o trabalho destas. Tem sido fantástico trabalhar com pessoas empenhadas, muito capazes e nós entendemos que é uma mais-valia para a freguesia. Fez todo o sentido elas estarem presentes no espetáculo e tenho a certeza de que vão dar um brilho especial ao “Um Novo Amanhã”.

Acredita que a procura turística vai continuar a aumentar nos próximos anos?

Eu acredito que sim. Temos de acompanhar esse crescimento e já dispomos de infra-

estruturas importantes para o fazer. Isto é só o primeiro passo daquilo que pode ser o nosso futuro turístico. Preocupamo-nos que as pessoas sejam recebidas com qualidade. Portanto, estamos empenhados, mas sabemos que ainda há muito por fazer, nomeadamente ao nível das acessibilidades. Não queremos que as pessoas visitem apenas a ponte e os passadiços, mas que possam usufruir de toda a freguesia, porque existem outros locais igualmente magníficos por descobrir.

Revele os projetos principais que almeja concretizar neste mandato.

Temos vários projetos, mas, neste momento, há dois que considero fundamentais. O primeiro é referente ao parque habitacional. Notámos que muitas pessoas que saíram para as cidades estão a regressar à freguesia e recebemos pessoas que não têm raízes na região, para esses e todos os que o desejem, precisamos de criar habitações para compra e arrendamento. Este vai ser o nosso principal objetivo nos próximos quatro anos.

O segundo projeto passa por dar dimensão ao Centro Cultural de Alvarenga. O auditório está construído, mas falta o edifício da frente que tem as casas de banho, o centro de saúde e a futura sede do rancho. Essa será uma obra importantíssima para a freguesia.

Os outros projetos passam por construir uma sede da Junta de Freguesia, com biblioteca para criar um espaço destinado aos jovens. Para além disso, é necessário aumentar a rede de saneamento e de fornecimento de água canalizada. Também é necessário dar condições às escolas para poderem crescer, porque a educação é um pilar estruturante. Também temos expectativas de criar mais postos de trabalho, aliado com o crescimento económico e empresarial da freguesia.





UNLOCK
Boutique Hotels

MELO ALVIM
HOTEL



**Unlocking 16 Hotels&Full Experiences
all over Portugal**

MONVERDE
REAL EXPERIENCE HOTEL



Rosegarden House
SINTRA



Viana do
Castelo

Amarante

Douro

**CASA DA
LAVANDEIRA**
TURISMO & EVENTOS



HOTEL DA ESTRELA
LISBOA



THE NOBLE HOUSE
ÉVORA



**PALACETE
CHAFARIZ D'EL REI**
LISBOA



Sintra

Évora

Lisboa

Grândola

ADC
ALBERGARIA
DO CALVÁRIO
BOUTIQUE P-HOTEL - ÉVORA



**Vila Termal Caldas de
Monchique**
SPA RESORT



Monchique

Sobreiras
alentejo country hotel



Hotel Central



Hotel D. Carlos Regis



Hotel Termal



Todas as
unidades:



Hotel + Suites&Apartments

TOP 5% MELHORES PME DE PORTUGAL

Já são conhecidas as pequenas e médias empresas que fazem parte do grupo restrito.

TOP 5% Melhores PME de Portugal. Neste grupo incluem-se as empresas nacionais que projetam a sustentabilidade da marca, a confiança dos clientes e a qualidade das suas equipas. O reconhecimento atribuído pela Scoring baseia-se na classificação económico-financeira, avaliando o desempenho e a solidez da empresa. Tratam-se de certificações com rigor científico, conforme parecer de docentes universitários doutorados em gestão, e auditadas por uma entidade independente que assegura o rigor e a independência da aplicação do método de classificação. Para além disso, são utilizados dados oficiais, totalmente independentes das empresas avaliadas. De realçar que o importante não são os rankings de vendas ou os valores teóricos definidos pelos rácios, mas a qualidade e sucesso do projeto.

A avaliação é realizada de forma rigorosa e a isenta, valorizando o trabalho desenvolvido por cada empresa. O principal objetivo é perceber se as empresas têm futuro e se poderão ter uma sólida reputação, com a finalidade de aumentar confiança dos clientes e a motivação dos colaboradores. Nas próximas páginas fique a conhecer algumas das empresas que foram reconhecidas como as TOP 5% Melhores PME de Portugal.

CONSTRUÇÕES BENEVIDES: NASCIDA DA PAIXÃO PELA CONSTRUÇÃO CIVIL



LUÍS BENEVIDES

A Construções Benevides, LDA foi distinguida com a Certificação “TOP 5% melhores PME de Portugal”, na edição de 2020. A empresa confirma, desta forma, a sua consistência nas vertentes económica e financeira. Luís Benevides, fundador da empresa, realça o empenho e dedicação que têm vindo a desenvolver.

A Construções Benevides é uma empresa especializada em construção civil e urbanizações. Fale-nos um pouco mais deste projeto.

A Construções Benevides Lda foi fundada em julho de 2012, com o propósito de dar o seu contributo na área da Construção Civil, que é a paixão do seu fundador, Luís Benevides. Ao longo deste percurso, procuramos aumentar o nosso leque de serviços e soluções, ampliando competências no ramo da construção, tendo como objetivo a plena satisfação das necessidades dos nossos clientes.

Foram distinguidos com a certificação “TOP 5% melhores PME de Portugal”. Gostávamos de ouvir a sua reação a este reconhecimento.

É com muito orgulho e satisfação que recebemos a distinção “TOP 5% melhores PME de Portugal”, que espelha o empenho e a dedicação no trabalho que temos vindo a desenvolver. Não podemos deixar de dedicar este reconhecimento aos nossos colaboradores, clientes, fornecedores e parceiros de negócio.



Este reconhecimento reflete o crescimento da empresa? Consideram que, no futuro, vão crescer ainda mais ao nível do volume de vendas?

Sem dúvida que este reconhecimento reflete o crescimento da empresa, pelo que a intenção é continuar a trabalhar para que a empresa se desenvolva de forma segura e sustentável, pautada pela saúde financeira.

O crescimento da empresa obriga à realização de alterações no trabalho. Aponte as principais alterações tiveram de implementar para responder às solicitações dos vossos clientes.

Por forma a responder às solicitações dos nossos clientes, a nossa aposta passa pela inovação contínua por meio de investimentos e qualificação profissional, visando o aperfeiçoamento constante dos nossos serviços e consequentemente a satisfação dos nossos clientes.



Rua da Cruz, n.º 30
9970-319 Santa Cruz das Flores
Tel: 292 542 156 | Telm: 914 787 461
construcoesbenevides@sapo.pt

“CADA VEZ MAIS AS PESSOAS QUEREM AS CASAS COM MELHOR ISOLAMENTO”

Com mais de 20 anos de experiência, a Caleiras Sertã foi certificada com o selo TOP 5% melhores PME de Portugal. Ana Rita Figueiredo, administradora, refere que o sucesso da Caleiras Sertã se deve à satisfação dos seus clientes e profissionalismo dos seus colaboradores.

A Caleiras Sertã dedica-se ao fabrico e montagem de caleiras e algerozes. Possui sede em Portela dos Bezerrins e uma loja localizada na Sertã. A empresa, com mais de duas décadas de atividade, recebeu a certificação do selo TOP 5% melhores PME de Portugal. Ana Rita Figueiredo, administradora, considera que esta conquista foi motivadora e que “é o reflexo da satisfação dos clientes e do empenho e da dedicação dos colaboradores”.

Empresa familiar, administrada pela segunda geração, a Caleiras Sertã foi adquirindo maquinaria ao longo do tempo, o que permitiu aumentar o raio de atuação e fazer refletir o sucesso por todo o país. Para além da montagem de caleiras e algerozes, “a empresa também faz coberturas em painel *sandwich*”, remata a administradora.

Ana Rita Figueiredo assume que os portugueses “começaram a cuidar mais das suas casas no último ano. Cada vez mais as pessoas querem as casas com melhor isolamento e sem humidade, melhorando a qualidade de vida e conforto da família.”, reforça.

Apostando na formação de todos os colaboradores, a empresa trabalha muito com a referênciação, e é um caso de sucesso neste setor de atividade. De forma a responder às encomendas e solicitações dos clientes, a Caleiras Sertã adquiriu “uma máquina de rufo contínuo e uma máquina de capeamentos inteiriços, exigida para as construções mais recentes”, afirma a administradora.



Embora o mercado da construção comece a sentir algumas lacunas no fornecimento de matérias-primas, a Caleiras Sertã “nunca sentiu essa pressão, uma vez que conta com fornecedores profissionais e honestos e que garantem a qualidade dos materiais fornecidos”, realça, Ana Rita Figueiredo, com orgulho.

Ana Rita Figueiredo estima que o mercado da construção e reconstrução de imóveis “vai continuar a aumentar e que a empresa sente esse crescimento no aumento do volume de vendas” da Caleiras Sertã.



Caleiras Sertã
FABRICAÇÃO E MONTAGEM DE CALEIRAS

Ana Rita Dias Figueiredo, Unipessoal, Lda.

Nº5, R. do Convento, Sertã
Tel: 966 488 504



CRITICAL PATH MANAGERS: UMA EQUIPA COM EXPERIÊNCIA

A Critical Path Managers foi distinguida com a certificação Top 5% melhores PME de Portugal em 2020. Contudo, José Paulo, gerente, releva que a empresa se destaca pela qualidade do serviço prestado aos clientes.



JOSÉ PAULO



MIRANDA RODRIGUES

A Critical Path Managers é uma empresa especializada em gestão de projetos e empreendimentos na área da consultoria de engenharia. Fale-nos um pouco mais deste projeto e da vossa experiência de mais de três décadas.

A Critical Path Managers (CPM) foi criada em 2015, tendo os seus sócios fundadores tido proveniência em duas das maiores empresas portuguesas na área da engenharia.

O enfoque da nossa atividade tem sido na área da consultoria, projetos, gestão de empreendimentos, fiscalização de empreitadas e administração de obras. Cada vez mais, as atividades ligadas à engenharia necessitam de uma abordagem profissional e multifacetada, onde seja dada prioridade ao planeamento e à organização de trabalhos, de modo a antecipar os problemas do dia-a-dia, sem afetar os objetivos primordiais: prazo, custo e qualidade.

A experiência da CPM é uma junção da experiência dos seus diretores e fundadores, com mais de 30 anos de trabalho com a experiência dos seus colaboradores, criteriosamente recrutados e com referências no mercado da construção.

Os conhecimentos da nossa equipa técnica e a forma profissional com que abordamos os projetos e obras, na defesa dos interesses dos nossos clientes, têm sido os fatores que tem marcado a diferença no nosso posicionamento no mercado.

A CPM foi distinguida com a certificação "TOP 5% melhores PME de Portugal". Gostávamos de ouvir a sua reação a este reconhecimento.

Face ao trabalho que temos vindo a desenvolver nos últimos anos, recebemos esta distinção com alguma naturalidade. Por um lado, encarámo-la, como uma distinção para toda a nossa equipa técnica,

uma vez que é ela que, com o seu trabalho no dia-a-dia, cria a base da confiança e reconhecimento dos nossos clientes. Por outro lado, mostra também que a estratégia delineada pela gestão da empresa e o caminho de excelência escolhido são uma escolha acertada e um fator diferenciador. Podemos ainda acrescentar que, neste momento, uma vez que estão reunidas todas as condições e rácios necessários, está também em curso a candidatura a PME Líder, que corresponderá a mais uma distinção do trabalho de toda a equipa.

Estes reconhecimentos refletem o crescimento da empresa? O futuro passará por um crescimento sustentado e aumento do leque de serviços?

Sim. Sem dúvida que estes reconhecimentos e distinções refletem o crescimento da empresa.

Não conseguimos prever o futuro, mas tudo faremos para que o crescimento seja sempre sustentado, baseado na consolidação da qualidade dos serviços e na satisfação dos nossos clientes.

Podemos avançar também que não está no nosso horizonte, o aumento do leque de serviços que prestamos, que, por si só, já é extenso, preferindo focarmo-nos na melhoria contínua dos serviços que prestamos.

O crescimento da empresa obriga à realização de alterações no trabalho. Aponte as principais adaptações implementadas.

O crescimento da empresa tem sido gradual e feito de uma forma equilibrada, pelo que não temos tido necessidade de fazer grandes alterações na forma como trabalhamos e prestamos os serviços aos nossos clientes. Não temos dúvidas que, a verificar-se a continuidade do crescimento da empresa, teremos de recorrer à implementação de novos processos organizacionais, alterando a forma como trabalhamos hoje.



TD CRÉDITO: COMPROMETIDOS A REALIZAR SONHOS

Na TD Crédito, o lema é facilitar o pedido de crédito e ajudar os clientes a alcançar os seus sonhos. Neste sentido, a empresa recebeu o certificado “TOP 5% melhores PME de Portugal”. Samuel Neves, diretor geral, considera que a distinção confirma o trabalho de qualidade e a confiança depositada pelos clientes.

A TD Crédito é uma empresa que pretende apoiar e aconselhar as pessoas no acesso ao crédito. Fale-nos um pouco mais deste projeto e do seu percurso até aos dias de hoje.

Sim, é verdade. Na TD Crédito, sabemos que o dinheiro é importante para as pessoas. Que possibilita realizar sonhos, concretizar projetos e até transformar vidas. Na TD Crédito estamos comprometidos em ajudar os nossos clientes a alcançar os seus sonhos.

A TD Crédito foi criada em janeiro de 2012, tendo iniciado a sua atividade apenas comigo na região de Aveiro, tendo à data de hoje oito colaboradores e uma cobertura nacional.

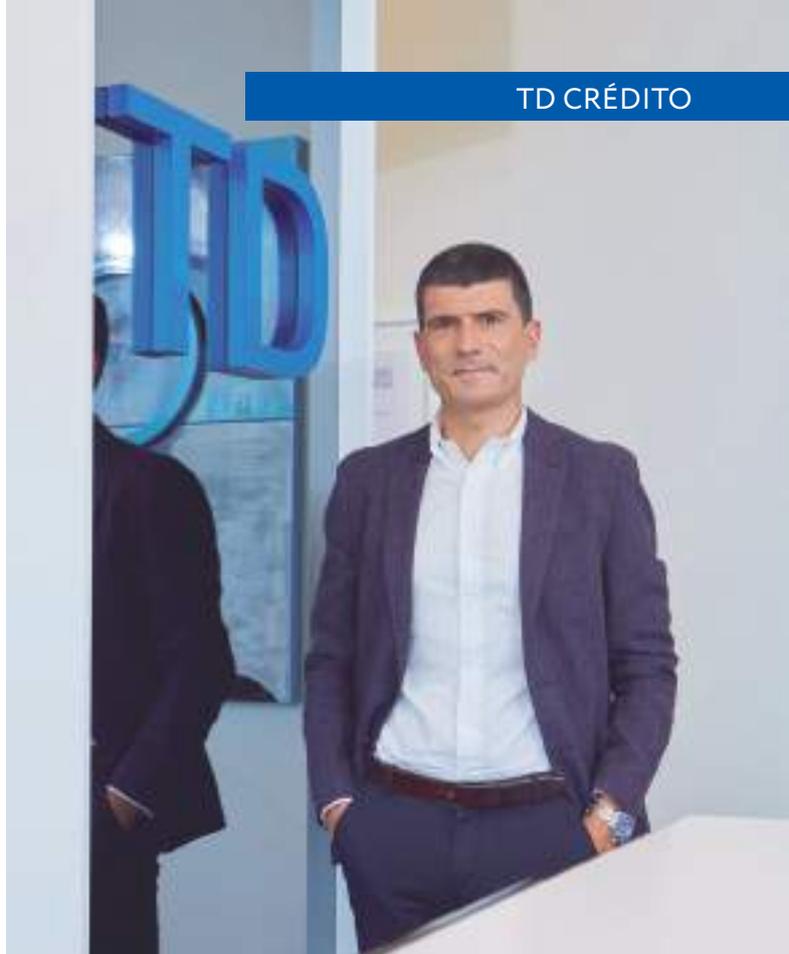
No ano passado, em julho de 2020, mudámos para umas instalações maiores que muito nos orgulhamos. Estamos sediados no centro de Aveiro, pelo que convido o público em geral a visitar-nos.

Que tipo de opções de crédito oferecem aos vossos clientes?

As nossas soluções de crédito passam pelo crédito automóvel, crédito pessoal e crédito consolidado, produtos com um grande crescimento no seguimento dos dados também publicados pelo Banco de Portugal.

A TD Crédito foi distinguida com a certificação “TOP 5% melhores PME de Portugal”. Gostávamos de ouvir a sua reação a este reconhecimento.

Esta distinção destaca a qualidade de serviço prestado pela empresa e pelos seus colaboradores, assim como a confiança que os nossos clientes e parceiros depositam em nós.



SAMUEL NEVES

Este reconhecimento reflete o crescimento da empresa? O futuro passará por um crescimento sustentado e aumento do leque de serviços?

Sim, é, sem dúvida, o reflexo de um crescimento sustentado e dos compromissos que assumimos connosco e com os outros. Cada vez mais pretendemos ser uma referência nacional de boas práticas nesta área de negócio.

A nossa preocupação é termos sempre no nosso leque de serviços alternativas para responder às necessidades dos nossos clientes e parceiros.

Não posso acabar esta entrevista sem deixar o porquê da nossa empresa, espelhado na frase de Henry Ford: “Reunir-se é um começo, permanecer juntos é um progresso e trabalhar juntos é sucesso”.



DIA MUNDIAL DA PSORÍASE

A psoríase é uma doença crónica da pele, de natureza autoimune. Esta patologia é bastante comum e não é contagiosa, o que significa que não é possível contrair a doença pelo contacto com pessoas afetadas.

Aparece mais frequentemente como placas elevadas e avermelhadas cobertas de uma área esbranquiçada, afetando os cotovelos, joelhos, couro cabeludo, unhas e a região lombar.

Não existe forma de prevenir ou curar esta doença, contudo existem vários tratamentos e é possível reduzir o número de surtos, mantendo a pele seca e cuidada, evitando o stress, a ansiedade e também os medicamentos que a podem desencadear.

A Associação Portuguesa de Psoríase, mais conhecida por PSOPortugal, é uma instituição de saúde sem fins lucrativos, com intervenção a nível nacional. Criada em 2005, tem como objetivo informar sobre a doença e de lutar pelos direitos dos doentes que sofrem desta patologia. Nesta edição, damos-lhe a conhecer esta doença, os tratamentos e assinalámos, a 29 de outubro, o Dia Mundial da Psoríase.



PSORÍASE, UMA PATOLOGIA INFLAMATÓRIA CRÓNICA

A investigação permitiu que a psoríase seja a patologia inflamatória com o tratamento mais eficaz em toda a medicina. Jaime Melancia, presidente da PSOPortugal, explica o papel da PhDTrials nos tratamentos da psoríase.



JAIME MELANCIA

Considera que a investigação na área da Psoríase, e dos seus efeitos na vida e saúde dos doentes, está a ajudar a melhorar a qualidade de vida de quem sofre desta doença?

O tratamento da psoríase tem evoluído de uma forma impressionante nas últimas décadas. As terapêuticas biológicas vieram alterar completamente a forma como esta doença moderada-a-grave é abordada. A psoríase passou de uma doença de tratamento complicado para a patologia inflamatória com o tratamento mais eficaz em toda a medicina. Sem dúvida, que o facto de um doente conseguir manter a pele livre de lesões durante largos períodos de tempo, vários anos, é um virar de página na qualidade de vida dos doentes psoriáticos.

O desenvolvimento de estudos e de pesquisas em pessoas com psoríase contribui para o desenvolvimento de soluções medicamentosa, houve algum produto que tenha sido lançado recentemente?

Citando o Prof. Doutor Tiago Torres, do Instituto de Ciências Biomédicas Abel Salazar

da Universidade do Porto, “no último ano foram lançados em Portugal dois novos medicamentos biológicos de uma nova classe, esperando-se para breve o lançamento de um terceiro. Estes novos fármacos vêm aumentar o leque de opções no tratamento da psoríase, colocando-a como uma das patologias inflamatórias crónicas de todas as áreas da medicina com mais opções terapêuticas. E, no futuro, podemos ainda esperar a aprovação de mais terapêuticas”.

Empresas como a PhDTrials, que têm como principal atividade a consultoria a empresas na área de produtos de uso humano, dedicando-se à avaliação de tolerância e eficácia de produtos, são um aliado fundamental do trabalho que desenvolvem?

Sem dúvida que os ensaios clínicos desempenham um papel crucial e obrigatório no desenvolvimento de novos medicamentos, sendo também fundamentais para toda a terapia auxiliar do tratamento da psoríase, nomeadamente de cremes, loções e champôs que fazem parte do dia a dia do doente psoriático. Os doentes são sujeitos a todo o tipo de publicidade a produtos milagrosos que “curam” a psoríase, pelo que é cada vez mais relevante a chancela de empresas de reputada credibilidade, como a PhDTrials no desenvolvimento destes produtos.

Quer deixar uma mensagem a quem sofre de psoríase e pretende comunicar com pessoas que o entendam e falem abertamente sobre este tema?

É com otimismo que destacamos a existência de novas terapêuticas no mercado, sinais de esperança para os doentes psoriáticos, que ultrapassam os 200 mil em Portugal.

”
O desejo para o futuro é o mesmo de sempre: equidade no acesso dos doentes às consultas e ao tratamento em todo o país, independentemente da sua condição
”

Diagnóstico tão precoce quanto possível e resiliência no tratamento – muitas vezes longo ou para a vida – são, comprovadamente, fundamentais para tratar esta patologia não contagiosa, mas alvo de estigmatização, tanto menor quanto maior for a informação de quem contacta com a doença. O desejo para o futuro é o mesmo de sempre: equidade no acesso dos doentes às consultas e ao tratamento em todo o país, independentemente da sua condição. Gostava, também, que os doentes exigissem mais do SNS e que fossem mais reivindicativos, inclusivamente junto dos médicos que os tratam, de modo a entenderem melhor a doença e a lutarem por uma melhor qualidade de vida. Tratar a psoríase a sério, as nossas vidas dependem disso.

10 anos a medir a eficácia do seu produto cosmético.

www.phdtrials.com





JAIME MELANCIA

PSO PORTUGAL: A LUTAR PELOS DOENTES COM PSORÍASE

A psoríase é uma doença inflamatória crónica que se manifesta principalmente na pele, não contagiosa e que afeta mais de 200 mil portugueses. Em Portugal, a PSOPortugal adotou um papel fundamental na desmistificação desta patologia e na luta pelos direitos dos doentes.

O presidente da PSOPortugal, Jaime Melancia, aborda este tema e explana o trabalho fundamental da IPSS em prol dos doentes com psoríase.

A PSOPortugal - Associação Portuguesa da Psoríase

IPSS da saúde, fundada em 2005, tem como principais objetivos a “promoção da melhoria da qualidade de vida e a defesa dos direitos dos portadores de psoríase no contexto pessoal, profissional e social”. Para isso, promove iniciativas de carácter social e cultural, com o propósito de esclarecer e sensibilizar a opinião pública sobre as características da doença. “Coopera também com as entidades técnicas de saúde, no desenvolvimento e na investigação da doença, disponibilizando informação aos técnicos de saúde, bem como aos doentes, dos resultados das aplicações de vários tipos de terapêuticas, assim como na melhoria do acesso às consultas e tratamentos”.

A psoríase, doença crónica e sem cura

A psoríase é uma doença inflamatória autoimune, que afeta sobretudo a pele. “É uma doença crónica não contagiosa, mas que tem tratamento”. O seu aspeto, extensão, evolução e gravidade são muito variáveis, caracterizando-se, geralmente, pelo aparecimento de lesões vermelhas, espessas e descamativas, que afetam preferencialmente os cotovelos, joelhos, região lombar e couro cabeludo. Nos casos mais graves, “estas lesões podem cobrir extensas áreas do corpo e podem surgir em qualquer idade. Fruto da falta de informação, a psoríase é uma doença que ainda suscita alguns preconceitos e estigmas”.

O stress, alguns tipos de fármacos e fatores que afetem o sistema imunitário podem desencadear a psoríase. Sabe-se que esta doença é mais frequente em países frios - a ausência da luz solar e uma maior secura da pele provocada pelas baixas temperaturas e a exposição a aquecimentos podem favorecer o desenvolvimento de psoríase. A obesidade também está presente em muitos doentes com psoríase, o que poderá ser explicado pelo facto da obesidade poder provocar inflamação crónica, que, por sua vez, pode agravar a psoríase.

“Fruto do esforço da PSOPortugal, junto dos grupos parlamentares, foi aprovada a Lei n.º 6/2010 de 7 de maio que enquadrou, no escalão A, a comparticipação dos medicamentos queratolíticos e antipsoriáticos, de aplicação tópica e sistémica, quando destinados aos doentes portadores de psoríase”. Toda a terapêutica auxiliar do tratamento da psoríase, como os cremes, loções e champôs, além de não ser comparticipada, tem a taxa máxima do IVA. No sentido de minimizar o esforço financeiro dos associados da PSOPortugal com os seus tratamentos,

”

Em 2020, foi lançada uma série de seis episódios para tirar dúvidas colocadas por doentes reais nas redes sociais. Nesta série, são dadas “respostas a inúmeros temas, desde o diagnóstico, os tratamentos, o estilo de vida, a resiliência, o impacto do verão, a relação da doença com a Covid-19 e conta com a participação do Dr. Paulo Ferreira, dermatologista”

“foram estabelecidos protocolos e acordos de cooperação com estabelecimentos de saúde, que permitem facilitar aos nossos associados o acesso a cuidados de saúde”. Neste âmbito, foi desenvolvido o programa “A Cuidar da SUA Pele” que permite aos sócios “usufruir de descontos na aquisição de cremes hidratantes, champôs e outros auxiliares terapêuticos, que constam de uma tabela de comparticipações elaborada e disponibilizada pela PSOPortugal”.

Desmistificar a doença e informar a sociedade

A Associação Portuguesa da Psoríase tem vindo a desenvolver inúmeras iniciativas para informar os doentes e familiares sobre a doença, mas também, para desmistificar o estigma e a desinformação que ainda existe na sociedade. Para isso, “foram desenvolvidas campanhas de esclarecimento com o apoio de especialistas, como dermatologistas, reumatologistas, psicólogos, entre outros”. Em 2020, foi lançada uma série de seis episódios para tirar dúvidas colocadas por doentes reais nas redes sociais. Nesta série, são dadas “respostas a inúmeros temas, desde o diagnóstico, os tratamentos, o estilo de vida, a resiliência, o impacto do verão, a relação da doença com a Covid-19 e conta com a participação do Dr. Paulo Ferreira, dermatologista”.

Este ano, “foi dada especial atenção aos mais jovens e lançado um desafio à consultora Loyal Ecosystem, de onde surgiu a ideia genial de realizar a campanha “PSOFriends”, que visa recriar um ambiente jovem e adequado à interação entre si, à semelhança da série em que se inspira”. Uma série, com Luís Filipe Borges, que retrata a força da amizade e a importância da empatia, que derruba mitos e preconceitos, mostrando que ninguém está sozinho e que a aceitação existe.

Com leveza e descontração, PSOFriends ajuda a sociedade a perceber que a psoríase não é contagiosa, não é descuido, não é desleixo. Os episódios terão entre 15 e 20 minutos de duração cada, e serão exibidos em novembro/dezembro. O lançamento da campanha está agendado para 23 de outubro, dia do Encontro anual da PSOPortugal.

“Este encontro realiza-se todos os anos desde a fundação da PSOPortugal. As circunstâncias atuais não permitiram ainda um ambiente presencial, mas, tal como em 2020, os doentes vão reunir-se em formato *online*, com a presença de dermatologistas e especialistas de outras áreas. Está previsto um debate, onde os participantes terão a possibilidade de colocar perguntas aos médicos”.

29 de outubro - Dia Mundial da Psoríase

No que diz respeito às comemorações do Dia Mundial da Psoríase, 29 de outubro, “estas coincidem com o início da série PSOFriends nos canais digitais da PSOPortugal. Embora este dia permita ter um foco especial na problemática dos doentes psoriáticos, as atividades da instituição desenrolam-se ao longo do ano em diversas iniciativas, na participação em programas de televisão e entrevistas várias, newsletters e publicações nas redes sociais”. A PSOPortugal “vai colaborar, novamente, nas jornadas organizadas pelo Prof. Doutor Tiago Torres, presidente do Grupo



Português de Psoríase da SPDV – “Uma manhã com a psoríase”. Evento que vai reunir, no Porto, no início do próximo ano, doentes e médicos, com o principal objetivo de dar a conhecer aos doentes as particularidades da psoríase, bem como as doenças associadas e as possíveis formas de tratamento”.

A importância de um diagnóstico correto e atempado

A psoríase, para além da carga imunossupressora e da inflamação sistémica que envolve, “é uma doença com um elevado espetro de comorbilidades, como a diabetes tipo II, hipertensão arterial, dislipidemia, obesidade, síndrome metabólica, risco acrescido de desenvolver doenças cardiovasculares graves e doenças do foro psicológico e psiquiátrico.

Estas suscitam, desde logo, problemas sociais, relacionais, de imagem e de autoestima aos doentes, sendo que o medo e o isolamento, entre outros constrangimentos, levam a que estes doentes se fechem ainda mais socialmente”.

A psoríase passou de uma “doença de tratamento complicado, para a patologia inflamatória com o tratamento mais eficaz em toda a medicina”.

Em Portugal, estima-se que afete mais de 200 mil pessoas. Não sendo adequadamente tratada a psoríase pode evoluir para situações graves que causam grande desconforto e dor. “O diagnóstico médico atempado da psoríase é essencial e, aliado a uma terapêutica correta, previne o sofrimento desnecessário dos doentes, os problemas articulares graves e irreversíveis, e, claro, o descontrolo da doença”.

Programa	Conteúdo
14h30_14h35	Abertura
14h35_14h45	Introdução
14h45_15h10	Gestão Integrada da Psoríase
15h10_15h30	Perguntas e Respostas
15h30_15h55	PSOFriends: Além das Clínicas
15h55_16h15	Perguntas e Respostas
16h15_16h20	PSOFriends: O Trailer
16h20_16h25	Encerramento

PSOPORTUGAL
ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DA PSORÍASE

MOBILIÁRIO E DECORAÇÃO DE INTERIORES

A Indústria do Mobiliário em Portugal representa um valor significativo nas exportações nacionais, contribuindo para um crescimento contínuo deste setor. Contudo, devido à longa vida útil dos móveis, as empresas confiam em três fatores para aumentar as suas vendas: efeitos das tendências, a construção de novas habitações e a mobilidade da população. Embora exporte bastante, este mercado é, historicamente, controlado por vendedores presentes nos pontos de venda físicos, as marcas tradicionais encontram-se cada vez mais em dificuldades face ao crescimento do comércio online e ao crescimento do mercado de segunda mão. No entanto, mesmo com a pandemia de Covid-19, o mercado continuou a crescer. Neste sentido, o mobiliário português continua a resistir à pandemia e mantém a robustez apesar do vírus, sendo que, no primeiro trimestre do ano, o mobiliário cresceu 5% em comparação com o ano passado.

Nas próximas páginas, fique a conhecer algumas empresas que sobreviveram à pandemia e que conjugam o mercado do mobiliário com a decoração de interiores.



“A DECORAÇÃO DE INTERIORES DEVE SER ACESSÍVEL A TODOS”

Na Raízes Paralelas, cada projeto é único e adequado a cada cliente. Susana Ferreira, fundadora da empresa, revela os segredos por detrás do sucesso do negócio e explica a importância do acesso à decoração de interiores.

A Raízes Paralelas tem como missão fazer com que todas as famílias se sintam verdadeiramente em casa. Fale-nos um pouco mais deste projeto, como nasceu e se desenvolveu.

A Raízes Paralelas nasceu de uma visão dos seus fundadores, eu e o Hélio de Sousa, tendo sido criada em 2019.

A nossa missão é proporcionar a todos os que entendam ter a casa dos seus sonhos, pois a decoração de interiores deve ser acessível a todos.

Na concretização de cada projeto, pretendemos espelhar a personalidade de cada um, permitindo que a pessoa se sinta bem na sua casa. É importante entender o que o cliente quer e com o que se identifica. Temos que passar muito tempo com a pessoa, escutar e fazer as perguntas certas para que não nos falte nenhuma informação. Idealizamos os projetos sempre pela perspetiva do cliente e creio que o nosso sucesso está diretamente relacionado com esta questão.

Quais os serviços e produtos que a Raízes Paralelas oferece?

Os nossos serviços são decoração de interiores, onde trabalhamos de várias formas, projeto total ou por serviço; remodelação de interiores total ou por divisão e reabilitação de imóveis antigos. Em todos os nossos serviços, a nossa mais-valia é a utilização do projeto 3D.

De que forma conjugaram as vossas áreas de formação, tendo em conta que são formados em *design* e decoração de interiores, bem como engenharia, para serem bem sucedidos?

Somos um casal que trabalha em conjunto há bastante tempo. Fiz formação de decoração



SUSANA FERREIRA E HÉLIO DE SOUSA

de interiores e estou a terminar a licenciatura em *Design*. O Hélio é engenheiro de formação e tem muita experiência na área de projeto e obra. Portanto, juntámos as nossas sinergias para o sucesso deste projeto. Eu desenvolvo os projetos e o Hélio coloca-os em prática.

O ano de 2020 foi marcante para todos os setores de atividade. Como contornaram as limitações impostas?

Quando iniciámos este projeto, estávamos longe de imaginar que, seis meses depois, estaríamos a viver uma pandemia que mudou por completo o mercado.

Durante o ano de 2020, ainda foi possível trabalhar de uma forma constante apesar das restrições. Este ano foi particularmente difícil com todas as restrições impostas. Aproveitámos para trabalhar mais na reabilitação de imóveis que não obriga a tanto contacto com o público.

A retoma económica é uma realidade e neste sentido, gostaria que apontasse alguns dos objetivos que traça a curto prazo para a Raízes Paralelas.

Com a mudança total no mercado imobiliário, no próximo ano, não iremos investir na reabilitação de imóveis, devido à especulação do preço. Iremos aguardar que o mercado estabilize, mas prevemos que, no prazo máximo de um ano, retomaremos a compra de imóveis.

Percebemos também que a presença digital é fundamental, por isso investimos



Raízes Paralelas

Construção, Remodelação e Design de Interiores



numa forte estratégia de *marketing* digital, através das páginas de *Facebook*, *Instagram* e no nosso site. Pretendemos mostrar às pessoas que é possível, dentro dos valores que podem despende, ter acesso a um projeto de decoração. Queremos que todos possam ter acesso a informação privilegiada sobre formas de transformar as suas casas, dando dicas e mostrando algumas formas de melhorar.

Estamos a criar, igualmente, uma rede de parceiros, que nos vai permitir estabelecer relações de trabalho e confiança a longo prazo.



CRISTINA MARQUES

A paixão pelos têxteis e pelo mundo da decoração levou Cristina Marques a embarcar na área da Decoração e de Têxteis para a Hotelaria, em 2011, com a criação da CM Concept. A persistência e o perfeccionismo fazem parte do *modus operandis* da empresária que se revela uma “pessoa diferente” e com objetivos bem delineados para o futuro.



Hotel & Home
Textiles

www.cmconcept.pt

info@cmconcept.pt

244 491 338 / 91 676 8248

Av. da Igreja, Lote 4, Porto de Mós



A LIDERANÇA IMPULSIONA O SUCESSO

“Viver um dia de cada vez, ser sempre melhor - nunca melhor do que os outros - mas sim trabalhar para tal”, é a máxima de vida de Cristina Marques, CEO da CM Concept, um atelier que se dedica à criação e venda de produtos de decoração e têxteis lar.

Ser mulher no mundo empresarial é difícil, mas a curiosidade e persistência da empresária ultrapassam todas as barreiras que possam surgir.

CM Concept: uma paixão materializada

Em 2011, nasce a CM Concept, fabricante e representante de produtos na área de têxtil lar (cama, banho, mesa e decoração) que dispõe de uma linha própria de produtos destinados à casa, eventos e instituições (quintas, hotelaria e restauração). Um atelier que surge fruto da persistência da sua criadora, Cristina Marques, impulsionada também por várias pessoas que lhe são próximas.

O negócio teve a sua entrada no mercado através da produção e venda de produtos têxteis para a decoração de eventos, mas a recomendação e a satisfação dos clientes exponenciaram o negócio para outro patamar e, hoje, serve também as áreas da restauração, hotelaria e lares de idosos com a confecção de fardamento e outros equipamentos. Um percurso de 10 anos que qualifica de sucesso, na colaboração com os restaurantes, os hotéis e quintas de eventos, as casas de turismo de habitação e agroturismo, entre outras. Embora, por vezes, *“seja difícil cumprir prazos, o objetivo é nunca falhar”*.

As restrições do ano de 2020 estimulam a criatividade de Cristina Marques

Perante este cenário, e trabalhando a empresa para um mercado diversificado, a empresária viu uma oportunidade de se reinventar, com a confecção de máscaras, dentro e fora do concelho. Mas não só destes produtos se fez o negócio, que respondeu às necessidades daqueles que não estavam devidamente preparados para a pandemia, como os lares de idosos e clínicas, mas o Município de Porto de Mós,

”

Eu sou diferente, mas é difícil ser mulher. Temos de pensar como os homens, agir como senhoras, parecer sempre jovens e trabalhar muito

”

“a quem estou muito grata”, adjudicou o trabalho de fardamento – em conformidade com o plano de vacinação contra a Covid-19 –, um reconhecimento da qualidade do trabalho desenvolvido pela empresária.

A liderança carismática e a dedicação impulsionam o crescimento da CM Concept

Cristina Marques adora ser líder e sabe liderar. *“Eu sou diferente, mas é difícil ser mulher. Temos de pensar como os homens, agir como senhoras, parecer sempre jovens e trabalhar muito”*.

Dedica-se de corpo e alma a um negócio que confeciona 75% do que vende, fruto do seu trabalho e paixão pelo que faz. Caracterizando-se como uma pessoa realizada e feliz pelo sucesso da CM Concept, admite que o futuro da empresa, está bem delineado: ampliar o negócio, alcançando o mercado de exportação, é o próximo grande objetivo de Cristina Marques, que acredita num *“futuro com mais mulheres líderes”*.

T.: +351 213 512 528
F.: +351 213 520 272
reservas@domcarloshoteis.com
www.domcarloshoteis.com



Lisboa , Portugal



www.domcarloshoteis.com

IMPACT CIRCLE
APRESENTA

UM NOVO AMANHÃ

MUSICAL

Europarque 15 Out
Teatro Sá da Bandeira 22, 23 Out
A. M. Olhão 6 Nov
C.C. Alvarenga 12, 13 Nov

BILHETES À VENDA NA TICKETLINE

informações e reservas 1820 / info.vivonstage@gmail.com / 917857526

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA

Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional



Uniarte Gráfica, S.A.

SOBEBER