

# PORTUGAL

# INOVADOR

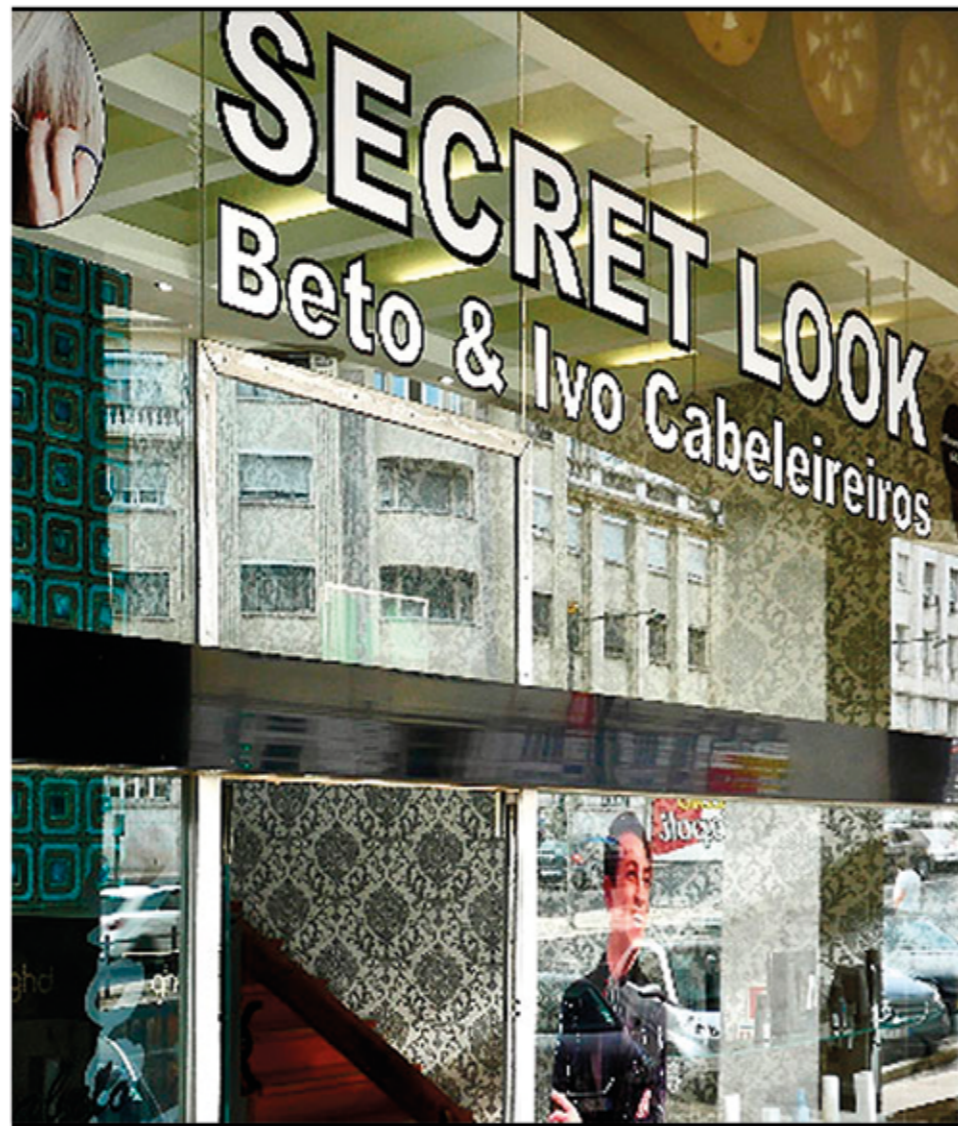
Think  
Green

Nr. 128  
Março 2020

## EM DESTAQUE

BRASIL EM LISBOA

**NTN**  
NATURTHOUGHTS Turismo de Natureza, Lda



## Bem-vindo ao Salão de Cabeleireiro Secret Look

Secret Look Cabeleireiros é o local ideal para cuidar da sua imagem!

Num espaço especializado em alisamento de cabelo, a nossa maior preocupação é o bem-estar e satisfação dos clientes. Num espaço a pensar em Si, todas(os) as(os) têm acesso a um variado leque de serviços desde o tradicional corte e brushing, passando pela madeixas, madeixas californianas, manicure, pedicure e massagens de relaxamento. Um espaço de requinte, luxo e bom gosto com uma equipe profissional e simpática habilitada para satisfazer todos os seus desejos. "



Av. António Augusto Aguiar, 150-D • 1050-022 Lisboa  
Tel.: +351 216 028 123 / +351 929 075 519  
E-mail: secretlook.lisboa@gmail.com

Av. Dr. António Carvalho de Figueiredo, N. 43A • Loures  
Tel.: +351 215 893 221 / +351 927 704 747  
E-mail: secretlook.Loures@gmail.com

[www.secretlook.pt](http://www.secretlook.pt)





## UMA ESCOLA INTERNACIONAL INOVADORA NO CENTRO DE LISBOA

**Abertura em setembro de 2020**

Situada perto do Parque das Nações, a United Lisbon International School será uma escola moderna e inovadora com programas académicos em inglês desde a educação pré-escolar (a partir dos três anos) até ao 12º ano e um ensino baseado nos padrões dos EUA incluindo programas reconhecidos em universidades internacionais tais como o International Baccalaureate (IB) Diploma. Com a parceria com a Microsoft, a United Lisbon fará parte de uma rede global exclusiva de escolas líderes, estimulando a aprendizagem através das mais recentes tecnologias e garantindo inovação contínua na escola.



REF:33PS

› Empreendimento - Bicuda Urban Village / Lisboa / Cascais  
Moradias Ecológicas próximo da Praia do Guincho e do Golf da Quinta da Marinha

› Development - Bicuda Urban Village / Lisbon / Cascais  
Ecological Villas near to Guincho Beach and Golf of Quinta da Marinha

PRIVATE  BROKER

INTERNATIONAL REAL ESTATE



[www.privatebroker.pt](http://www.privatebroker.pt)

info@privatebroker.pt | Tf: +351 218 202 549 | TI: +351 938 223 025

Quinta da Beloura - Centro Empresarial lote 304 edifício 7 loja 4  
2710-693 Sintra





# ÍNDICE

Naturthoughts **6**

Brasil em Lisboa **9**

Induplano **10**

Secret Look **14**

Schultz **16**

Private Broker **20**

PORTUGAL  
INOVADOR

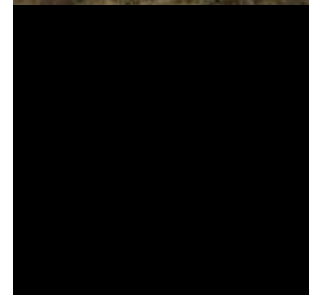
Propriedade: Página Exclusiva • Telefones: 22 502 39 07 / 22 502 39 09 • Fax: 22 502 39 08

Site: [www.revistaportugalinovador.pt](http://www.revistaportugalinovador.pt) • Email: [pagina.exclusiva.geral@gmail.com](mailto:pagina.exclusiva.geral@gmail.com) • Periodicidade: Mensal • Distribuição: Gratuita com o Semanário Sol

Preço Unitário: 4€ / Assinatura Anual: 44€ (11 números)

Interdita a reprodução, mesmo parcial, de textos, fotografias ou ilustrações sob quaisquer meios, e para quaisquer fins sem autorização do editor.

A paginação é efectuada de acordo com os interesses editoriais e técnicos da Revista e o editor não se responsabiliza pelas inserções com erros ou omissões que sejam imputáveis aos anunciantes.



# EDITORIAL

Desde os empreendedores do universo tecnológico aos agentes do setor bancário, sem esquecer os investidores que, através dos vistos Gold, desenvolveram projetos de negócio e fomentaram a criação de emprego, é vasta a contribuição que a comunidade brasileira exerce em Portugal. Mas nem tudo se resume à Economia e convém lembrar

que a chegada de agregados familiares pode ser, também ele, um pequeno contributo no combate à decrescente tendência da natalidade lusa. E que dizer daquilo que, embora não seja estatisticamente mensurável, se afigura igualmente importante: a forma como pessoas de diferentes sensibilidades sobre o mundo podem, juntas, contribuir para o enriquecer?

## Brasileiros em Portugal: laços em crescimento

# Naturthoughts – Turismo de Natureza

## FEEL<sup>®</sup>Nature

Sediada em Mirandela, a Naturthoughts - Turismo de Natureza, Lda. (NTN) é atualmente uma empresa de referência no panorama nacional do Turismo de Natureza. Tendo como principal referencial de atuação a segurança, proporciona experiências diferenciadoras e autênticas, privilegiando o contacto com a população, a acessibilidade e a inclusão.

**D**omingos Pires e João Neves, depois de mais de duas décadas dedicadas à carreira militar, com experiência em operações no âmbito da Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN), na Bósnia e Herzegovina e Kosovo, e da Organização das Nações Unidas (ONU), na Costa de Marfim e Timor Leste, em ações de cooperação técnico-militar em Moçambique e em exercícios multinacionais em Portugal, Espanha, Itália e Alemanha, deixaram os Teatros de Operações para criar a NTN e se dedicarem, de forma apaixonada, ao Turismo de Natureza em Portugal.

ANTN encontra-se estruturada em três segmentos distintos: Aventura, onde são desenvolvidos, essencialmente, workshops e atividades de Team Building em ambiente outdoor, o Walking, que compreende caminhadas conjugadas com experiências relacionadas com produtos endógenos e a Consultoria em Turismo de Natureza, dedicada a estudos e projetos ligados à instalação de Percursos Pedestres Homologados, Percursos Pedestres Homologados acessíveis, Centros de Cyclin'Portugal, Centros de Trail Running, produção de Cartografia Temática, desenvolvimento de Aplicações Móveis ligadas ao turismo e soluções de Design de Apoio a Produtos Turísticos.

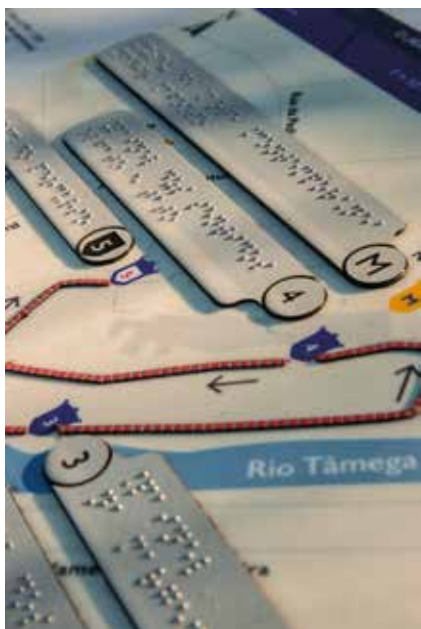
Nos últimos seis anos, a empresa tem apostado, permanentemente, na qualidade da prestação dos serviços e na



qualificação e competência dos seus recursos humanos, tendo sido distinguida com dois prémios atribuídos no último concurso Natural.PT Awards: o prémio de melhor empresa de animação turística em Portugal e o de melhor projeto em áreas protegidas, com o projeto "Touring no Parque Natural Regional do Vale do Tua". João Neves refere que estes prémios constituíram um grande incentivo para a empresa porque, em primeiro lugar, foi um reconhecimento público da NTN, enquanto empresa de animação turística à escala nacional e, em segundo, permite validar a metodologia utilizada na execução dos projetos de consultoria que privilegiam a ligação com os territórios e as suas gentes.

No desenvolvimento de projetos, Domingos Pires considera determinante privilegiar o contacto com a população e os agentes locais. Deste contacto resulta a criação de produtos turísticos com uma identidade, na qual as gentes desses territórios se reveem plenamente, conciliando, de forma equilibrada, os desígnios da sustentabilidade nos contextos social, económico e ambiental, privilegiando a preservação e promoção do património material e imaterial dos territórios, bem como a criação de sinergias entre a população local e os turistas. Refere ainda que o objetivo principal dos projetos é garantir que as infraestruturas implementadas sejam, essencialmente, um meio privilegiado para preservar e promover o território, constituindo-se, desta forma, uma verdadeira alavanca para outros setores e atividades económicas da região.

Em relação aos Percursos Pedestres Homologados, produto cada vez mais procurado no panorama nacional, a NTN apostou no desenvolvimento de soluções inovadoras que permitiram a implementação, em Chaves, do primeiro percurso pedestre homologado acessível, inclusivo e sensorial de Portugal. Este



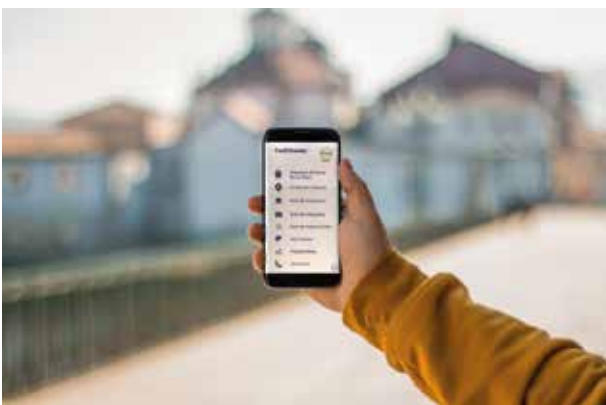


percurso integra elementos de interpretação do espaço natural e ambiental existentes na envolvente do Museu de Arte Contemporânea Nadir Afonso, apelando à experimentação de uma dimensão sensorial na vivência destes espaços, e colocando-os em estreito diálogo com as obras de arte moderna e contemporânea que se encontram patentes, de forma permanente ou temporária, no museu. Este percurso pedestre estabelece uma ligação direta entre a ponte de Trajano, sobre o rio Tâmega, o mais importante legado histórico do império romano de Aquae Flaviae, e a coleção de pinturas de Nadir Afonso, o mais importante legado contemporâneo. Esta Pequena Rota tem um conjunto de informação em código Braille. A sinalética utilizada tem cores com elevado contraste e segue um traçado praticamente plano, sem obstáculos, marcado com pavimento tátil direcional e pontuado por aparelhos de proximidade que transmitem informações áudio diretamente a telemóveis que tenham instalada a aplicação móvel Feel® Chaves. A sua dimensão sensorial é garantida através de “convites” para parar, escutar, observar a natureza, sentir os cheiros, abraçar as árvores e, em determinadas alturas, comer algumas peças de fruta de árvores plantadas na proximidade da Pequena Rota.

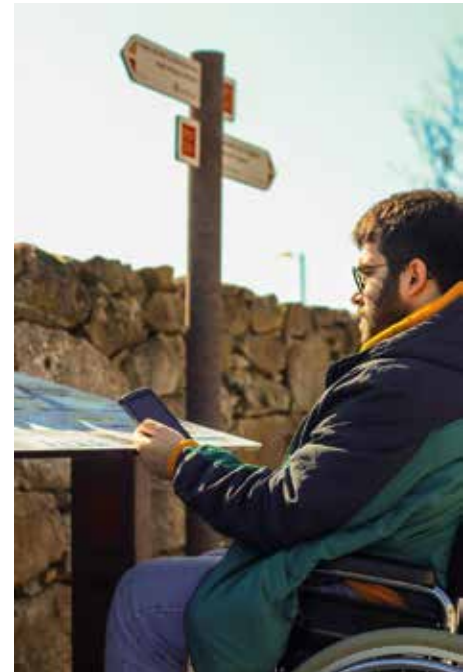
Esta aplicação (App), desenvolvida pela NTN sob a marca registada “Feel”, fornece informação direcional e informação sobre os principais pontos de interesse da Pequena Rota, abrindo uma porta de visita ao Museu de Arte Contemporânea Nadir Afonso, bem como uma janela de sensações sobre o rio Tâmega. Esta App contempla, ainda, informação sobre quatro rotas temáticas implementadas no centro histórico de Chaves, permitindo uma visita inovadora e desafiante, tendo por base cada uma das diferentes temáticas: a fotografia, o património, o sistema solar e a arte urbana.

Uma das maiores preocupações da NTN, no planeamento de Percursos Pedestres Homologados, é envolver as pessoas no processo de criação. Só assim é possível criar projetos com verdadeira identidade, e transformar as infraestruturas implantadas em verdadeiros produtos turísticos.

Tendo como base todo o conhecimento e trabalho efetuado no segmento da consultoria, a NTN privilegia os territórios onde



esses projetos são implementados, transformando o investimento efetuado pelas entidades promotoras, essencialmente comunidades intermunicipais, municípios, juntas de freguesias e privados, em produtos turísticos de walking tours genuínos e autênticos. São programas exclusivos e diferenciadores com durações médias de 1 a 8 dias. Conjugam caminhadas com experiências associadas aos produtos endógenos dos territórios onde decorrem, potenciando e promovendo assim o património material e imaterial desses locais.







DOM CARLOS  
PARK  
LISBOA

[www.domcarloshoteis.com](http://www.domcarloshoteis.com)

Tel.: +351 213 512 528 • Fax: +351 213 520 272 • E-mail: [reservas@domcarloshoteis.com](mailto:reservas@domcarloshoteis.com)



DOM CARLOS  
LIBERTY  
LISBOA



**BRASIL**  
**EM**  
**LISBOA**



in

induplano  
ARCHITECTURE & INTERIORS



# BRASIL em LISBOA



**Embaixada do Brasil em Portugal - Embaixador Carlos Alberto Simas Magalhães** “Nós tivemos muita gente de poucos recursos, que num primeiro momento migrava para Portugal na busca de novas oportunidades. Hoje em dia temos muitos aposentados brasileiros, temos classe média e média-alta, também se deslocando. A demanda sobre nossa rede consular tem sido muito grande. E isso significa que eles exigem uma atenção especial”.

*In Agência Senado*

**- Embaixador José Pinto - Consulado Geral do Brasil em Lisboa** “Há uma questão interessante: quais são as razões de um brasileiro para vir ao consulado? Uma é a busca de passaporte, que não é só um documento de viagem, é um documento de identificação que os brasileiros apresentam ao SEF. Outros são os registos civis, de nascimento, de casamento (...), outro é a validação da carta de condução e o outro são as procurações”.

**- SEF - Cristina Gatões** “Qualquer comunidade migrante, desde que devidamente integrada e enquadrada, pode passar a fazer parte de uma forma muito positiva na comunidade. Portugal tem uma tradição, e eu volto a dizer nestes 30 anos de trabalho no SEF, assistimos a fenómenos de sucessos de integração na comunidade de uma forma muito genuína. (...) O que eu acho que é importante fazer é demonstrar que os imigrantes são uma mais-valia, não apenas para a economia e demografia, mas também para as próprias comunidades que ganham uma vida completamente diferente”.

*In Observador*

**- Câmara do Comércio e Indústria Luso Brasileira - Clovis Martines** “Temos como principal objetivo fomentar e apoiar as relações económicas e comerciais entre os dois países. Promovemos uma rede de oportunidades de negócios e o fortalecimento do networking entre a comunidade empresarial Brasileira e Portuguesa. Colaboramos ativamente com os nossos associados e todos aqueles que nos procuram, a fim de prestar informações sobre o mercado, identificar instituições e autoridades que possam ajudar nos projetos e estimular o fortalecimento da atividade económica entre Portugal e Brasil”.

**- Casa do Brasil em Lisboa - Cyntia de Paula** “Atualmente temos um gabinete de inserção profissional, que é uma parceria com o IEFP, nesse gabinete temos uma técnica que ajuda as pessoas a desconstruir a situação de trabalho, e não só. Temos um gabinete de orientação e encaminhamento, o 'chefe' da casa, é aquele serviço constante que todos os dias mais recebe pessoas.(...) Temos o atendimento em Cascais, o centro de apoio jurídico, e na área da cultura várias atividades que vão surgindo”.

**- Presidente da Câmara Municipal de Lisboa - Fernando Medina** “Fernando Medina disse que a capital lisboeta está “em crescente visibilidade internacional, reconhecimento, prestígio e capacidade de atração de investimento”, estando a ser “redescoberta por várias partes do mundo”.

“Temos de preparar a cidade de forma clara para este desafio. Temos a consciência na Câmara de Lisboa que temos de aproveitar este momento único positivo de investimento, de mobilização, sensibilização para a cidade de Lisboa, para cravarmos de forma sólida as estacas que nos vão permitir perpetuar este ciclo que vivemos”.

*In Sapo 24*

# Elegant Group

O Elegant Group destaca-se pelos premiados hotéis de luxo que tem vindo a desenvolver sob a marca Martinhal, espaços pensados para famílias à procura de conforto e lazer de cinco estrelas.

Fundado em 2010 por Chitra e Roman Stern, o Elegant Group iniciou a sua visão de dedicação às famílias com o Martinhal Sagres Beach Family Resort, no Algarve. Desde então a marca não tem parado de crescer. Atualmente, possui o Martinhal Quinta Family Resort, na Quinta do Lago, o Martinhal Lisbon Chiado Family Suites e o Martinhal Cascais Family Hotel.

Em 2022, o Parque das Nações conhecerá um novo projeto, o Martinhal Residences, pensado para unir o luxo à funcionalidade. Mas, mantendo o foco nas famílias, brevemente será também criada a United International School of Lisbon, pensada para ser "a escola internacional mais inovadora de Portugal".



# Elegant Group

Elegant Group stands out for its award-winning luxury hotels, developed under the Martinhal brand, places designed for families looking for five-star comfort and leisure.

Founded in 2010 by Chitra and Roman Stern, Elegant Group began its dedication to families with Martinhal Sagres Beach Family Resort, in Algarve. Since then it has never stopped its expansion. Currently, it owns Martinhal Quinta Family Resort, in Quinta do Lago, Martinhal Lisbon Chiado Family Suites and Martinhal Cascais Family Hotel.

In 2022, Parque das Nações will see a new project, Martinhal Residences, designed to connect luxury with functionality. Furthermore, keeping the attention on families, soon will be created what's expected to be "the most innovative international school in Portugal", the United International School of Lisbon.



MARTINHAL  
RESIDENCES

## INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO DE LUXO

Bistro • Piscina Aquecida • Ginásio • Concierge • Recepção •  
Playground Exterior • Kids Club • Espaço Co-working



Residências 5 estrelas numa localização privilegiada no Parque das Nações em Lisboa – Excelentes apartamentos contemporâneos com serviços de luxo projetados pelo Grupo Martinhal

LISBOA • PORTUGAL

CONTACTOS:

+351 917 085 718 | [info@martinhalresidences.com](mailto:info@martinhalresidences.com) | [www.martinhalresidences.com](http://www.martinhalresidences.com)

# Luxo e requinte no cuidado da imagem

Foi após tomar a decisão de mudar o seu rumo de vida que Roberto Tani, fundador do Secret Look Cabeleireiros juntamente com Ivo Tavares, encontrou em Portugal a chance para o seu intento. Depois de ter tido um salão de sucesso no Brasil, o nosso interlocutor está há 20 anos em solo luso e é uma das figuras mais proeminentemente faladas quando se trata de estética e beleza, a nível nacional e internacional.

**S**e inicialmente a sua partida do Brasil tinha Itália como destino, rapidamente se sentiu cativado por Portugal ao ponto de decidir aqui estabelecer-se. A procura por emprego iniciou de imediato e, com efeito, começou a cuidar de idosos em regime noturno. Contudo, e com formação e provas dadas em estética, beleza e enfermagem, continuou a apostar na profissão que o apaixonou. Conforme nos explica, antes de ter o seu próprio salão, colaborou com outros espaços. “Fazia cinco salões, intercalados, e trabalhei assim durante cinco anos”, acrescenta.

Há dez anos fundou o Secret Look em Lisboa, atualmente na Avenida António Augusto de Aguiar perto do El Corte Inglés e mais tarde abriu o salão situado em Loures. No entanto, o empreendedor revela que “sempre quis ter espaços em vários países”, uma vez que possui clientes de toda a Europa. Hoje, com 12 colaboradores (todos brasileiros) nos dois salões, o sucesso permite-lhe ajudar outros compatriotas que chegam a Portugal e que se deparam com uma situação idêntica à que tinha experienciado.

O êxito foi apenas possível através de muito trabalho e dedicação, aliado “à magia que Portugal tem”, constata. “Na minha área, não vejo como as pessoas não consigam ter sucesso em Portugal, desde que façam um trabalho correto. É uma porta aberta ao Mundo, com uma mistura de nacionalidades, onde me senti bem acolhido”, considera. Apesar das conquistas, o percurso de Roberto Tani foi composto por algumas dificuldades que, embora superadas, o fizeram “ser uma pessoa muito melhor”, revela.

Se este aspeto pode ser considerado diferenciador, a inspiração enquanto cabele-

reiro é apenas equiparada à sua excelência profissional. “Sou apaixonado pelo meu trabalho. Tenho curso em estética geral e, portanto, amo tudo o que faço e tudo me inspira”, afirma. Detentor de diversas especializações, os tratamentos que realiza são todos criações próprias. Para isso, conta com um pequeno laboratório onde experimenta e inventa, sempre com vista no melhor tratamento pretendido. Foi em Zurique que, inclusivamente, arrecadou o prémio de melhor tratamento de reconstrução do fio de cabelo. “Eu consigo manter o cabelo tratado dois anos após o alisamento, desde que a pessoa siga todos os procedimentos corretamente”, salienta.

Questionado acerca da opinião brasileira relativa a Portugal, o nosso interlocutor acredita que “o Brasil vê Portugal como uma chance de mudança. É um país muito querido e para o qual as pessoas sonham em vir”. Concluindo, Roberto Tani deixa um apelo a todos os brasileiros que pensam estabelecer-se em Portugal: “Humildade, respeitar o espaço das pessoas e educação. É necessário que se adaptem ao país e não o contrário, porque isso é o essencial para ter sucesso”, conclui.





## Luxury and refinement in image care

It was after making the decision to change his life path that Roberto Tani, founder of Secret Look Cabeleireiros along with Ivo Tavares, found in Portugal the chance for his attempt. After having a successful salon in Brazil, our interviewee has been on Portuguese soil for 20 years and is one of the most prominently spoken figures when it comes to aesthetics and beauty, both nationally and internationally.



If initially his departure from Brazil had Italy as the destination, Portugal quickly captivated him completely to the point of deciding to settle here. The search for a job started immediately and thus he started taking care of elderly people at night. However, with training and proven experience in aesthetics, beauty and nursing, he continued to bet on the profession that he loves. As he explains, before having his own salon, he worked in other spaces. "I used to do five salons, interspersed, and I worked like this for five years", he adds.

Ten years ago he founded Secret Look in Lisbon, presently at Augusto de Aguiar Avenue nearby El Corte Inglés, and five years ago he opened the second salon, located in Loures. However, the entrepreneur reveals that "he always wanted to have a space in several countries", since he has customers from all over Europe. Today, with 12 employees (all Brazilian) in the two salons, success allows him to help other compatriots who arrive in Portugal and who are faced with a situation identical to the one he experienced.

The success was only possible through hard work and dedication, combined with "the magic that Portugal has", he says. "In my area, I don't see how

people fail to succeed in Portugal, as long as they do the right job. It is an open door to the World, with a mix of nationalities, where I felt welcomed". Despite the achievements, Roberto Tani's path was made up of some difficulties that, although overcome, made him "a much better person", he reveals.

If this aspect can be considered distinctive, the inspiration as a hairdresser is only equated with his professional excellence. "I am passionate about my work. I have a course in general aesthetics and, therefore, I love everything I do and everything inspires me", he says. With several specializations, the treatments he performs are all his own creations. For this, he has a small laboratory where it experiments and invents, always with the best treatment in mind. It was in Zurich that he even won the prize for the best hair reconstruction treatment. "I manage to keep the hair treated two years after straightening, as long as the person follows all procedures correctly", he highlights.

Asked about the Brazilian opinion regarding Portugal, our interviewee believes that "Brazil sees Portugal as a chance for change. It is a very dear country and one that people dream of going to". In conclusion, Roberto Tani leaves an appeal to all Brazilians who plan to settle in Portugal: "Humility, respecting one another's space and education. It is necessary that one adapts to the country and not the other way around, because that is the essential for one to become successful", he concludes.







# Promover o turismo, cimentando laços interculturais

Apostando num conjunto de serviços turísticos tão diferenciados quanto inovadores, a Schultz entrou em Portugal com o objetivo de se consolidar em território europeu, mediante um conceito que alia a personalização de cada viagem e circuito com o imperativo da sustentabilidade e do respeito pela diversidade cultural.

Filho de imigrantes europeus, tinha o sonho de ser militar e começou a vida profissional como office boy numa agência de viagens. A partir desse momento, Aroldo Schultz – o mais novo de sete irmãos, criados no campo – nunca mais parou, fazendo jus à profecia de que “ser comerciante estava no sangue da família”. Foi, aliás, mediante muita “persistência” e proatividade que o empreendedor (natural de Curitiba) logrou ir deixando a sua marca no amplo universo dos serviços de turismo – não apenas no Brasil, mas também na América Latina e, cada vez mais, na Europa.

Afinal, e à margem do talento que provou ter quando, ainda muito jovem, dinamizou um negócio dedicado à consultoria consular (auxiliando, de forma célere, cidadãos brasileiros a obter os vistos necessários para viagens em diferentes pontos do mundo), Aroldo Schultz acabaria por consolidar – de forma gradual, mas firme – um interessante império no setor turístico. Indissociável do seu sucesso foi o desenvolvimento de valiosas relações de parceria/representação junto de players tão importantes quanto a agência espanhola Viajes Ecuador ou, já posteriormente, a Europamundo (líder mundial em circuitos de autocarro).

Hoje, mais de três décadas volvidas desde a sua génese, o Grupo Schultz dispensa quaisquer apresentações no Brasil, proporcionando um abrangente leque de serviços e produtos turísticos. Longe de parar por aqui, no entanto, o empresário assumiu o “desafio” de “empreender fora do país”. Nesse sentido, o território escolhido para o efeito não poderia ter sido mais estratégico. “Sempre amei Portugal, mas achei que o país estava mal vendido”, contextualiza o gerente, numa alusão ao potencial com “tantas belezas” que, a seu ver, não estava a ser suficientemente explorado por

um setor com uma oferta demasiado homogénea.

Fazendo uso da enorme experiência do seu fundador, a Schultz Portugal revelar-se-ia pioneira no desenvolvimento de uma nova tipologia de circuito, assente num serviço “mais privativo” e numa viagem “mais calma”. Surgiu, desta forma, o conceito das Small Group Tours, vocacionadas para que “um máximo de sete passageiros” possa conhecer a essência de um país rico em diversidade, património e experiências. Atualmente, existem já “dezanove roteiros a começar em Lisboa”, estando já projetados outros “nove com início no Porto”, sublinha Aroldo Schultz.

Falamos, em suma, de uma experiência turística com mais tempo para degustar cada cidade ou aldeia incluída no roteiro, à medida que se enfatizam os percursos menos massificados e os “lugares lindíssimos que o mundo está agora a descobrir”. Por outro lado, e paralelamente à conquista do estatuto de “maior empresa portuguesa de circuitos”, a Schultz não esconde a intenção de aproveitar o posicionamento privilegiado de Portugal para propagar este conceito turístico em territórios como Espanha, França ou Marrocos. Tudo isto, claro, mediante uma lógica de “turismo sustentável” que respeita não só o meio ambiente, mas também o património e a individualidade de cada território visitado.

Por fim, e numa referência ao país que tão bem o acolheu, Aroldo Schultz elogia “a tranquilidade mental” que Portugal lhe permitiu, reconhecendo-lhe fatores como “a segurança, a hospedagem, a gastronomia maravilhosa, a qualidade da Educação” ou o custo de vida acessível. Ainda assim, “muitas pessoas ainda não fazem ideia do que é Portugal”, conclui o empresário, garantindo que tudo continuará a fazer para que este se possa transformar “no destino para que os brasileiros mais queiram viajar”.



# Promoting tourism to intensify intercultural bonds

Investing on a set of tourist services as different as they are innovative, Schultz established itself in Portugal, aiming to expand to the European territory, through a concept that combines the customization of each trip and circuit with the imperative of sustainability and respect for cultural diversity.

He was a son of European immigrants, dreamed of joining the military and started his professional life as an office boy for a travel agency. From that moment on, Aroldo Schultz – the youngest of seven siblings raised in the countryside – has never stopped, living up to the prophecy that “being a merchant was in the veins of the family”. In fact, it was through a lot of “persistence” and proactivity that the entrepreneur (born in Curitiba) managed to leave his mark on the wide universe of tourism services – not only in Brazil, but also in Latin America and, more recently, in Europe.

In fact, and apart from the talent he proved to have when, at a very young age, he set up his own business dedicated to consular consulting (helping Brazilian citizens to quickly obtain the necessary visas to travel to different parts of the world), Aroldo Schultz would end up developing – slowly, but firmly – an interesting empire in the tourism industry. Inseparable from its success was the development of valuable partnerships with key players, such as the Spanish travel agency Viajes Ecuador or, later on, Europamundo (world leader in bus circuits).

Nowadays, more than three decades since it was established, the Schultz Group is a household name in Brazil, providing a comprehensive range of services and tourism products. Far from standing still, however, the entrepreneur took on the “challenge” of “starting a business outside of the country”. In this sense, the territory chosen could not have been more strategic. “I’ve always loved Portugal, but I thought it was being badly sold”, the manager explains, in a reference to its potential with “so many beauties” that, in his point of view, was not being sufficiently explored by an industry with a homogeneous offer.

Due to the enormous experience of its founder, Schultz Portugal would become a pioneering agency in the development of a new type of circuit, based on

a “more personal” service and a “slower” trip. Hence, the concept of Small Group Tours was created. Its aim is for “a maximum of seven passengers” to get to know the essence of a country rich in diversity, heritage and experiences to offer. As of now, there are “nineteen itineraries available, beginning in Lisbon”, while other “nine, starting in Porto” are being planned, as underlined by Aroldo Schultz.

In short, such tourist experience grants more time to taste each city or village included in the itinerary, while emphasizing the less crowded routes and the “beautiful places that the world is now discovering”. On the other hand, and regardless of its status as the “largest Portuguese circuit company”, Schultz does not hide the intention to take advantage of Portugal’s privileged position to spread this tourist concept to other territories, such as Spain, France or Morocco. All of this, of course, will be achieved while following an ethic of “sustainable tourism”, which respects not only the environment but also the heritage and singularity of each visited territory.

Finally, and while discussing a country that has welcomed him so well, Aroldo Schultz praises “the mental tranquillity” that Portugal has allowed him, recognizing factors such as “security, accommodation, its wonderful cuisine, the quality of Education” or the affordable cost of living. Even so, “many people still have no idea what Portugal is”, the businessman concludes, ensuring that he will continue doing everything possible so that this country can become “the destination Brazilian people want to travel the most to”.



# Sofisticação e elegância, em busca da perfeição

A Induplano surge em 2004 no coração da cidade do Porto, pela mão de Ivone Neves, fruto da sua paixão pela pele natural e pela influência que esta tem no mundo do design de interiores.

Desde essa altura, o crescimento tem sido evidente, pautado pela “inovação no design, exclusividade e diferenciação nos ambientes apresentados”, conforme indica a fundadora. Com um showroom no Porto, em plena Foz do Rio Douro, rapidamente a Induplano se expandiu para Lisboa, onde está representada por um magnífico espaço na Rua Rosa Araújo, bem perto da Avenida da Liberdade.

Tal como nos explica Ivone Neves, a Induplano é atualmente uma empresa “criadora de sonhos”. Com uma equipa de 16 criativos, arquitetos, designers e designers gráficos, estes trabalham em conjunto para criar conceitos, desenvolver projetos e realizar as pretensões de cada cliente, seja qual for o projeto. “Amamos o que fazemos e criamos”, salienta. “É verdadeiramente enaltecedor sentir que somos importantes, contribuindo para a realização dos sonhos dos nossos clientes e isso é visível nas suas reações quando recebem os nossos trabalhos. A nossa equipa sabe ouvir e vai ao encontro dos desejos de cada um”, sublinha.

Questionada acerca dos domínios nos quais a Induplano se focaliza, a nossa interlocutora constata que a “empresa tem os seus traços espelhados em todas as áreas”, sejam projetos residenciais ou corporate.

Com cada vez mais sucesso na área hoteleira, destaca-se igualmente o nicho residencial de luxo, estando a empresa munida de marcas como Bentley, Fendi, Hermés, Versace e muitas outras que constituem ferramentas para criar ambientes luxuosos, altamente procurados e característicos da sua identidade.

Com um público-alvo exigente, que tem as suas pretensões bem definidas e focadas no luxo e exclusividade, Ivone Neves salienta que os clientes da Induplano “gostam do luxo refinado, procuram a qualidade e diferenciação”, ao mesmo tempo que “valorizam ambientes calmos com atmosferas intimistas. Conhecemos bem este nicho de mercado e achamos gratificante trabalhar com estes clientes”, evidencia.

Os clientes oriundos do Brasil e atualmente a residir em Portugal crescem de dia para dia, conforme explica a fundadora. Para justificar essa tendência, a empreendedora aponta fatores como “a segurança que Portugal oferece, o clima de zonas como o Cascais e o Estoril, o idioma, a gastronomia e a hospitalidade dos Portugueses”.

Para o futuro, Ivone Neves é perentória quanto à intenção da Induplano: “Continuar a crescer com a vontade que nos caracteriza”, conclui.



# Sophistication and elegance, in the search for perfection

Induplano was founded in 2004 in the heart of Porto, by the hand of Ivone Neves, as the result of her passion for natural skin and the influence it has in the world of interior design.

Since then, its growth has been evident, guided by “innovation in terms of design, exclusiveness and differentiation in the presented environments”, as indicated by the founder. With a showroom in Porto, in the heart of Foz do Rio Douro, Induplano quickly expanded to Lisbon, where it is represented by a magnificent space on Rosa Araújo Street, very close to Avenida da Liberdade.

As Ivone Neves explains to us, Induplano is currently a “dream making” company. With a team of 16 creatives, architects, designers and graphic designers, they work together to create concepts, develop projects and fulfill the wishes of each client, whatever the project. “We love what we do and create”, she stresses. “It is truly exhilarating to feel that we are important, contributing to the fulfillment of our clients’ dreams and this is visible in their reactions when they receive our work. Our team knows how to listen and meets everyone’s wishes”, she adds.

Asked about the areas in which Induplano focuses, our interviewee finds that the “company has its features mirrored in all areas”, whether they’re residential or corporate projects. With increasing success in the hotel sector, the luxury residential niche also stands out, with the company equipped with brands such as Bentley, Fendi, Hermés, Versace and many others that constitute valuable resources to create luxurious environments,

that are highly sought after and characteristic of its identity.

With a demanding target audience, whose intentions are well defined and focused on luxury and exclusivity, Ivone Neves comments that Induplano’s clients “like refined luxury, seek quality and differentiation”, while “valuing calm environments with intimate atmospheres. We are well aware of this market niche and we find it rewarding to work with these customers”, she highlights.

Clients from Brazil and currently residing in Portugal are growing day by day, as the founder explains. To justify this trend, the entrepreneur points to factors such as “the security that Portugal offers, the climate of areas such as Cascais and Estoril, the language, gastronomy and hospitality of the Portuguese”.

As for the future, Ivone Neves is clear about Induplano’s intentions: “To keep on growing with the will that defines us”, she concludes.





# PRIVATE BROKER



INTERNATIONAL ESTATE

## O seu parceiro na hora de investir

Numa altura em que o país se tornou apetecível ao investimento estrangeiro, a Private Broker ajuda clientes de todo o mundo a integrarem-se em Portugal, através de um acompanhamento completo e personalizado que vai muito além da mediação imobiliária.

Idealizado pelo empresário Rui Pereira, a Private Broker é muito mais do que um simples projeto dedicado ao segmento premium do mercado imobiliário. Falamos, mais concretamente, de uma empresa que “surgiu pela necessidade de responder a uma lacuna que havia no setor” em Portugal: a capacidade de proporcionar um serviço de excelência, assente numa filosofia de “acompanhamento”, que se estendesse além da aquisição de imóveis e se caracterizasse pela abrangência e personalização de todo um trabalho de apoio, prestado em contexto pós-venda.

A bordo dos serviços assegurados pela Private Broker, encontramos uma lógica de “fidelização do cliente”, que se evidencia no empenho com que a agência procura (a par de outros públicos-alvo) auxiliar o investidor estrangeiro a “instalar-se” no país de forma tranquila, célere e eficaz. Longe de uniforme, o acompanhamento prestado oscila consoante a individualidade de cada caso, podendo englobar desde o aconselhamento no preenchimento de contratos e/ou documentação legal, ao auxílio na aquisição de automóveis, peças de mobiliário e outros bens, sem esquecer o apoio na identificação dos melhores estabelecimentos de ensino para a subsequente inscrição dos filhos (entre outros serviços).

Através de processos como este, a empresa procura “direcionar o cliente para aquilo que é a realidade portuguesa, tentando educá-lo para os aspetos do nosso país que serão diferentes”, enfatiza Rui Pereira. Inovadora e pouco utilizada em Portugal, esta sensibilidade e modus operandi têm-se revelado particularmente interessantes para públicos como o investidor brasileiro. Afinal, e apesar de a partilha do mesmo idioma se apresentar como catalisador para o desenvolvimento ou internacionalização de negócios, importa sublinhar o trabalho de aconselhamento que a Private Broker também desenvolve, alertando os empresários para as diferenças que os dois territórios manifestam em termos de enquadramento legal, fiscal e económico.



## EMPREENDER DE FORMA MÚTUA

Argumentos como a relativa proximidade entre as duas culturas, o sentimento de segurança, a excelente gastronomia ou a possibilidade de entrada no universo europeu ajudam a explicar o porquê de “Portugal ser um país interessante para o investimento” brasileiro. Claro está que esta sensação de benefício não poderia ser mais recíproca. “Sinto que o nosso país ainda tem uma visão um pouco redutora sobre o que é o empreendedorismo”, argumenta Rui Pereira, antes de acrescentar que a tipologia de clientes que tem vindo a procurar a Private Broker poderá assumir um papel preponderante no “contágio”, junto do panorama empresarial nacional, de um espírito ainda mais dinâmico e visionário.

Felizmente, “o nosso país tem conseguido atrair muitos clientes que fazem investimento”, prossegue o CEO da agência, que não subestima o contributo que este nicho de mercado poderá ainda – desde que devidamente valorizado e acompanhado – proporcionar à nossa economia. Escusado será dizer que a Private Broker continuará a manifestar um especial carinho pelo público brasileiro (nada mais, nada menos do que a maior comunidade de imigrantes em Portugal), desenvolvendo o seu trabalho de consultoria e mediação não apenas na região de Lisboa, mas na totalidade do território nacional.

De resto, e sempre com o futuro em vista, Rui Pereira acredita que uma das próximas etapas desta agência imobiliária será o alargamento do seu foco às infraestruturas e espaços comerciais – um produto igualmente apetecível a potenciais investidores. Iguamente projetada no horizonte está, por outro lado, a criação de uma empresa vocacionada para a gestão de ativos, permitindo que empreendedores estrangeiros possam fazer os seus investimentos em Portugal, deixando a sua administração ao parceiro que lhes proporciona a melhor confiança, profissionalismo, experiência e discrição.



# Your partner in the hour of investing

At a time when Portugal has become an interesting target for international investment, Private Broker helps clients from all over the world feel welcome in this country, through a fully customized contact that goes beyond real estate mediation.

Developed by businessman Rui Pereira, Private Broker is much more than a simple business project committed to the premium segment of the real estate market. As a matter of fact, we refer to a company that “was established in order to address a gap that existed within this industry” in Portugal: the ability to provide an excellent service, based on an “accompaniment” ethic, which could extend beyond the acquisition of properties and would be evident in the comprehensiveness and customization of a whole support service, provided in an after-sales context.

Among the services provided by Private Broker, we find a logic of “client loyalty”, evident in the effort with which the agency seeks (along with other target audiences) to assist foreign investors to “settle in” Portugal, in a calm, fast and efficient way. Far from uniform, the nature of such accompaniment is based in the singularity of each case, ranging from helping in the signing of contracts and/or legal documentation, assisting in the purchase of automobiles, furniture and other goods, without forgetting (among other services) the support in selecting the best school establishments to enrol their children.

Through the aforementioned processes, the company seeks to “direct the client towards the Portuguese reality, while educating them to the different aspects of the country”, emphasizes Rui Pereira. Innovative and still uncommon in Portugal, this sensitivity and set of procedures have proved to be particularly interesting to the Brazilian investor. In fact, and even though the use of the same language could become a catalyst for the development or internationalization of businesses, it is important to underline the advisory work that Private Broker also provides, warning entrepreneurs about the differences that the two territories have in terms of their legal, tax and economic laws.

## A MUTUAL INVESTMENT

Reasons such as the relative proximity between the two cultures, the perceived safety, the excellent gastronomy or the possibility of entering the

European universe help to explain why “Portugal is an interesting country” for Brazilian investment. Naturally, such reciprocity couldn’t be more evident. “I feel that our country still has a somewhat limited vision about entrepreneurship”, argues Rui Pereira, before adding that the type of clients that Private Broker has been seeking may assume a leading role in the “contagion” of a more dynamic and visionary mindset among the Portuguese business landscape.

Fortunately, “our country has managed to attract many clients who make investments”, continues the agency’s CEO, who does not underestimate the contribution that this market niche may still – provided it is properly valued and accompanied – provide to the Portuguese economy. It goes without saying that Private Broker will continue to express a special affection for the Brazilian public (which represents the largest immigrant community in Portugal), developing its consultancy and mediation work not only in the Lisbon area but also throughout the whole country.

In addition, and always looking forward to the future, Rui Pereira believes that one of the next steps of this real estate agency will be to broaden its business focus, by including commercial infrastructures and facilities, since such product is also sought by foreign investors. Also projected on the horizon is, on the other hand, the development of a new company, focused on asset management, which will allow foreign entrepreneurs to “make their investments in Portugal”, leaving their management to the business partner that will grant the best confidence, professionalism, experience and discretion.

PRIVATE  BROKER  
INTERNATIONAL REAL ESTATE



[www.privatebroker.pt](http://www.privatebroker.pt)



# Criação de espaços que marcam

Desde 2014, Andreia Matias, diretora criativa da DZINE & CO., apresenta ao mercado um método sui generis de criação. Do “particular para o geral”, é desta visão sobre o mundo que nascem projetos que se diferenciam pelo conforto, personalidade e elevada sofisticação.

A adesão a este conceito cresce, enquanto que, no atelier, Andreia Matias trabalha com afinco, deixando o seu cunho em todos os projetos coordenados por equipas dedicadas, que aliam arquitetos e designers de interiores com a imprescindível colaboração de técnicos 3D.

Tendo nascido com o foco na decoração de interiores, a DZINE & CO. assume o papel de único interlocutor de grandes projetos, muitos chave na mão, que envolvem desde a vertente de arquitetura, construção, até à decoração. “A nossa vocação são os interiores, mas a aliança com a arquitetura permite-nos, ao idealizar a localização do sofá, pensar em coisas mais práticas e simples como a colocação de um ponto de luz, até as mais complexas como a estruturação da domótica”, expõe a diretora criativa.

A equipa da DZINE & CO. demarca-se pela total imersão em cada projeto. Nunca impondo diretrizes, cada novo trabalho evolui da partilha com o proprietário para que “no final o cliente sinta que a casa foi feita por si” – “e somos exaustivos na questão do pormenor”, sublinha Andreia Matias. Essa é efetivamente uma marca presente na DZINE & CO. Em cada etapa tudo é pensado ao pormenor, antes de ser executado, imprimindo uma elevada qualidade estética a cada peça, a cada divisão, a cada casa.

À sua carteira de clientes chega um número crescente de brasileiros que adquire casa em Portugal. “Clientes que, culturalmente, têm uma sensibilidade estética muito grande e privilegiam as peças de qualidade”, destaca Andreia Matias, reforçando que apreciam “texturas naturais (pedras, madeiras, etc.), projetos com conteúdo, com trabalho de arquiteto, arriscando no design”. Para dar resposta aos requisitos de quem os elege a DZINE & CO. apresenta a SABE, uma marca especializada em mobiliário e objetos de decoração de luxo.

A DZINE & CO. nasce da paixão pela decoração e do fascínio pela arte do detalhe, características que atraem um público exigente.



# Creating spaces that leave a mark

Since 2014 Andreia Matias, creative director of DZINE & CO., has introduced in the market a unique method of creation. From the “particular to the general”, it is from this vision of the world that projects arise and distinguish themselves for their comfort, personality and high sophistication.

DZINE & CO. was born out of a passion for decoration and a fascination with the art of detail, characteristics that attract a demanding public.

Interest in this concept keeps growing, while at the studio Andreia Matias works hard to leave her stamp on projects coordinated by dedicated teams, which combine architects and interior designers with the indispensable collaboration of 3D technicians.

Having been born with a focus on interior decoration, DZINE & CO. takes on the role of the client's sole interface for major projects, many of them turnkey, involving everything from architecture and construction to decoration. “Our vocation is interiors, but the alliance with architecture allows us, when idealizing the location of the sofa, to think of more practical and simple things like placing a light point,

even the most complex ones such as the structuring of home automation”, explains the creative director.

The DZINE & CO. team stands out for the total immersion in each project. Never imposing guidelines, each new work evolves from sharing with the owner so that “in the end the client feels that the house was made by him” - “and we are exhaustive in matters of detail”, stresses Andreia Matias. This is effectively a motto for DZINE & CO. At each stage, everything is thought out in detail, before being executed, giving a high aesthetic quality to each piece, each division, each house.

A growing number of Brazilians are arriving at their portfolio of clients who purchase a house in Portugal. “Customers who, culturally, have a great aesthetic sensitivity and privilege quality pieces”, highlights Andreia Matias, reinforcing that they appreciate “natural textures (stones, wood, etc.), projects with content, with architectural work and a daring design”. To meet the requirements of those who choose them, DZINE & CO. presents SABE, a brand specialized in luxury furniture and decorative objects

**DZINE**  
ARCHITECTURE  
& INTERIOR DESIGN

 **SABE**  
-Unique Furniture Design-



Rua das Janelas Verdes, Antigo Convento dos Marianos, Galeria 6A | 1200-690 Lisboa | Portugal  
Tel.: +351) 212 427 934 | (+351) 929 323 368 | Email: info@dzine.pt  
www.dzine.pt





# Garantir a estética capilar com inovação e excelência

A Master Group é o lugar onde as falhas no cabelo, sobrancelhas ou barba são resolvidas de forma personalizada e integrada, recorrendo a protocolos de tratamento diferenciadores e atentos às mais recentes tecnologias.

De portas abertas desde 2012, a Master Group é uma clínica dedicada à realização de transplantes e tratamentos capilares que tem vindo a diferenciar-se, no panorama português, não apenas pela ampla experiência do seu corpo clínico, mas também pela aposta numa abordagem holística e personalizada de cada paciente. Ao leme deste projeto, sediado em Lisboa, encontramos a excelência, o conhecimento e a paixão de três profissionais da Medicina – Mariana Alves, Flávia Barsali e Bárbara Costa –, em cujo currículo se englobam experiências e formações desenvolvidas em diversos pontos do mundo.

Um aspeto que desde logo aproximou as três médicas brasileiras (que se cruzaram profissionalmente em Portugal) foi a vontade de dinamizar uma clínica de tratamentos capilares “que permitisse atender os pacientes com mais qualidade, através de um serviço menos comercial em que as pessoas fossem acompanhadas de uma forma mais integrada”, sustentam. É precisamente neste aspeto que o corpo clínico da Master Group – devidamente reconhecido pela Sociedade Internacional de Cirurgia de Restauração Capilar – se demarca de um mercado “muito agressivo”, que vive das decisões tomadas por impulso.

Claro está que o conceito subjacente à clínica de Mariana Alves, Flávia Barsali e Bárbara Costa não poderia ser mais distinto. Nesse sentido, e para além de “os transplantes capilares serem exclusivamente realizados por médicos” credenciados, a Master Group proporciona também uma série de outros tratamentos (menos agressivos do que a vertente cirúrgica) no combate à perda de cabelo – quer de homens, quer de mulheres de diversas faixas etárias. Já outro dos elementos que melhor caracteriza a abordagem desta clínica é a capacidade de atender às causas subjacentes aos problemas capilares, que muitas vezes denunciam uma natureza genética que, se ignorada, poderá comprometer o sucesso dos transplantes já efetuados.

Por fim, à margem do trabalho feito em sintonia com especialistas de áreas como a Dermatologia e a Cirurgia Estética, importa lembrar o papel pioneiro da Master Group na realização (em Portugal) de transplantes de pelo corporal. É, posto isto, com otimismo que as nossas interlocutoras falam nas oportunidades de “um mercado que está a crescer muito”, elogiando também o “país belíssimo” e cheio de “pessoas amáveis” que tão bem as acolheu.

# Promoting hair aesthetics with innovation and excellence

The Master Group is the place where hair, eyebrow or beard gaps are addressed in a customized and integrated procedure, using both top-class treatment protocols and the latest technology.

Established in 2012, Master Group is a clinic that specializes in hair transplants and treatments, which has already left a strong mark, in the Portuguese landscape, not only due to the wide experience of its clinical staff, but also because of the holistic and customized approach used to treat each patient. At the helm of this project, based in Lisbon, we find the excellence, expertise and passion of three Medicine professionals – Mariana Alves, Flávia Barsali and Bárbara Costa –, whose curriculum includes experiences and training in different parts of the world.

One aspect that immediately brought the three Brazilian doctors (who initially crossed paths in Portugal) was the willingness to create a hair treatment clinic “that would allow patients to be treated with more quality, through a less commercial service in which people could be accompanied in a more integrated way”, they explain. It is because of this ethic that the clinical staff of the Master Group – duly acknowledged by the International Society of Hair Restoration Surgery – has distanced itself from a “very aggressive” market, which thrives on decisions taken on impulse.

It is clear that the concept underlying the clinic of Mariana Alves, Flávia Barsali and Bárbara Costa could not have been more different. In this sense, and in addition to “hair transplants being performed exclusively by accredited doctors”, Master Group also provides a series of other treatments (less aggressive than the surgical ones) in order to prevent hair loss – both for men and women of different age groups. Another element that characterizes the approach of this clinic is the ability to address the underlying causes of hair problems, which often betray a genetic nature that, if ignored, could compromise the success of previous transplants.

Finally, and apart from the work done in harmony with specialists in fields such as Dermatology and Aesthetic Surgery, it is important to remember the pioneering role of Master Group in the development of body hair transplants in Portugal. As a result, it is with optimism that our interviewees emphasize the opportunities of “a market that is growing a lot”, while praising the “beautiful country” full of “kind people” that has welcomed them so well.



Rua Xavier de Araújo • 1600-226 Lisboa  
Edifício Laranjeiras Plaza nºA/B (Bloco 6)  
Tel: +351 210 168 281  
Tlm: +351 937 553 261  
E-mail: geral@transplantecapilar.pt  
[www.transplantecapilar.pt](http://www.transplantecapilar.pt)

# “Em Portugal, os brasileiros sentem-se em casa”



Desde 2016 que a Lisboa, Se Faz Favor apoia cidadãos estrangeiros interessados em morar ou investir em Portugal. Com um serviço de consultoria personalizada e exclusiva, a empresa de Mariana Roque do Vale e Luciana Trajano Rodrigues agiliza, descomplica e protege a integração dos seus clientes, fazendo de Lisboa o berço da famosa hospitalidade portuguesa.

Da gastronomia ao clima, da simpatia ao baixo custo de vida, muitos são os argumentos que todos os dias convencem milhares de estrangeiros a conhecerem Portugal. Mas e o que fazer quando se pretende obter uma autorização de residência, comprar casa ou escolher uma escola para os filhos? Como escolher onde almoçar ou como procurar assistência médica? Quais os documentos necessários para uma estadia desocupada e confortável?

Foi para ajudar a tomar estas decisões que as nossas interlocutoras fundaram a Lisboa, Se Faz Favor, em 2016. Mariana Roque do Vale, portuguesa e licenciada em direito, tinha acabado de regressar ao seu país-natal depois de um longo percurso na área da banca, em Londres, quando conheceu Luciana Trajano, brasileira. Em Lisboa, ambas encontraram a oportunidade para iniciar um projeto próprio, destacando-se pela “personalização do serviço” e pela “confiança”. “Vários amigos brasileiros perguntavam-nos sobre Portugal, o que

nos levou a perceber que havia aqui uma oportunidade de negócio”, explica Mariana Roque do Vale. Assim, embora a empresa acolha clientes franceses, espanhóis, entre outros, é no mercado brasileiro que concentra 82% da sua atividade.

Falamos maioritariamente de empreendedores brasileiros da classe média e alta. A autorização de residência para investimentos, conhecida como “Visto Gold” ou “Golden Visa”, é um dos argumentos que atrai estes empresários. Mas há também muitos jovens e reformados na carteira de clientes da Lisboa, Se Faz Favor, atraídos pelo clima, gastronomia e, claro, a segurança que Portugal proporciona.

Além da burocracia, as duas consultoras procuram apoiar os seus clientes nas “questões práticas do dia-a-dia”. A procura de casa é um desses primeiros desafios, dado que “a oferta é pouca para aquilo que eles precisam”, aponta Mariana Roque do Vale. Também a escolha de uma escola é “uma preocupação constante”, já que influencia a localização da casa e vice-versa. Por outro lado, “as listas de espera das escolas internacionais são enormes e os critérios muito rigorosos, além de darem preferência a crianças cuja língua-materna não seja o português”, acrescenta.

Mas será Portugal uma boa aposta para estes novos residentes? Mariana Roque do Vale não hesita em reiterar o quanto “eles gostam de morar cá”. Mas aponta também o elevado nível de burocracia que limita a capacidade de investimento.

Contudo, o país é mais do que negócios. Com o apoio da Lisboa, Se Faz Favor e numa capital de hospitalidade, tradições e autenticidade portuguesas, Mariana Roque do Vale considera que, em Portugal, “os brasileiros sentem-se em casa”, estreitando assim os laços que unem os dois países.



# “In Portugal, Brazilians are at home”

Since 2016, Lisboa, Se Faz Favor has provided support to foreign nationals interested in living or investing in Portugal. Thanks to an exclusive and tailor-made consultant service, this company, owned by Mariana Roque do Vale and Luciana Trajano Rodrigues, speeds up and simplifies everything that’s needed for their clients to settle down, turning Lisbon into the birthplace of Portugal’s renowned hospitality.



From cuisine to climate, from kindness to low cost of living, one finds a whole lot of reasons as to why so many foreigners come to Portugal every day. But what about obtaining a residence permit, buying a house or choosing a school? How to decide where to have lunch or how to seek medical assistance? Which papers are needed for an easy and relaxed stay?

To help making decisions such as these, our interviewees founded Lisboa, Se Faz Favor, in 2016. Mariana Roque do Vale, Portuguese and graduated from Law School, had just returned to her home country after a long time in London, working in the banking business, when she met Luciana Trajano, Brazilian. In Lisbon, they both found an opportunity to start their own project, a business notorious for its “tailor-made service” and “security”. “Several Brazilian friends used to ask us about moving in to Portugal, and then we realized this was a business opportunity”, says Mariana Roque do Vale. Therefore, even though the company deals with French and Spanish clients, among others, the Brazilian market makes up for 82% of their consultant services.

These are mostly Brazilian entrepreneurs from middle and upper class. The national residence permit for investments, known as “Visto Gold” or “Golden Visa”, explains why so many entrepreneurs choose our country. But many young people and pensioners are also part of Lisboa, Se Faz Favor’s portfolio, drawn to our climate, cuisine and, of course, safety.

Besides all the paperwork, both consultants engage in their clients “day-to-day issues”. Searching for the right home is one of those challenges, since “the housing market is too small for what they really need”, as Mariana Roque do Vale points out. Choosing a school is also “a permanent concern”, as it impacts the house location and vice versa. On the other hand, “international schools have long waiting lists, very strict criteria and they usually give preference to children whose mothertongue is not Portuguese”, she adds.

However, is Portugal really a good bet for these new residents? Mariana Roque do Vale firmly assures us how much “they enjoy living here”. But she also worries that so much bureaucracy might limit some investments.

Nevertheless, this country is more than just business. With the support of Lisboa, Se Faz Favor and in a place of Portuguese hospitality, traditions and authenticity, Mariana Roque do Vale believes that, in Portugal, “Brazilians are at home”, thus strengthening the bond between both countries.



[www.facebook.com/lisboasefazfavor](https://www.facebook.com/lisboasefazfavor)  
[luciana.rodrigues@lisboasefazfavor.com](mailto:luciana.rodrigues@lisboasefazfavor.com)  
[mariana.rvale@lisboasefazfavor.com](mailto:mariana.rvale@lisboasefazfavor.com)

# Um ensino focado na individualidade de cada aluno

# Education that focuses on each student's individuality

Desde 2002 que o PaRK International School tem desenvolvido um percurso assinalável no panorama educativo nacional, apostando na inovação pedagógica e na plena preparação dos estudantes para os mais diversos desafios futuros, não só académicos como pessoais e sociais.

Mais recentemente, essa sua missão adquiriu um novo alcance, com a integração no grupo Inspired, em setembro de 2018. Um passo que veio reforçar a sua aproximação com as melhores práticas mundiais e, com isso, elevar ainda mais a sua posição entre as ofertas educativas em Portugal.

O projeto nascera em 2002, quando Barbara Beck Lancastre era estudante de MBA na University of Virginia – Darden Business School. Em 2004, inaugurou a primeira creche aberta ao público, juntamente com a sócia, Marta Villarinho Pereira. Seguiu-se uma evolução orgânica, à medida que a adesão foi crescendo, o que justificou o alargamento para outras etapas educativas. Hoje, é uma escola internacional com cobertura até ao 12.º Ano, que desde cedo preconiza a exposição dos alunos à língua inglesa, oferecendo o currículo português num modelo bilingue até ao 4.º Ano e o currículo internacional a partir do 5.º Ano - Cambridge até ao 10.º Ano e o IB Diploma Programme nos dois últimos anos de escolaridade. Seguindo este percurso, os alunos do PaRK IS ficam preparados para qualquer universidade, em Portugal ou no estrangeiro.

A sua filosofia de ensino - que dá forte ênfase a uma educação 360º, que inclui tecnologia integrada, artes e desporto no currículo - encontra agora um novo universo de possibilidades, fruto do suporte prático e pedagógico de um grupo de referência à escala mundial, detentor de 65 escolas na Europa, Austrália, África, Médio Oriente e América Latina. Falamos, portanto, dos mais elevados standards internacionais ao serviço das particularidades e aspirações individuais de cada um dos seus mais de 1700 alunos.




Since 2002, PaRK International School has developed a remarkable path in the national educational landscape, through its focus on pedagogical innovation and the full preparation of students for their most diverse future challenges, not only in the academic sense but also personally and socially.

More recently, in September 2018, this mission acquired a new reach, with the school's integration in the Inspired group. A step that further aligned it with the best international practices and thus helped elevate its position among educational offers in Portugal.

The project had been created in 2002, when Barbara Beck Lancastre was an MBA student at the University of Virginia - Darden Business School. In 2004, she set up the first daycare center open to the public, together with her partner, Marta Villarinho Pereira. An organic evolution ensued, as membership grew, a process which justified its extension to other educational stages. Today, it is an international school with coverage up to Grade 12, which advocates the early exposure of students to English, offering the Portuguese curriculum in a bilingual model up until Grade 4 and the international curriculum from Grade 5 onwards - Cambridge up until Grade 10 and the IB Diploma Programme for the last two years of school. Following this path, students are prepared for any university in Portugal or abroad.

Its teaching philosophy - which is based in a 360º education and includes integrated technology, arts and sports in the curriculum - has now found a new range of possibilities, thanks to the practical and pedagogical support of a group that's renowned on a worldwide scale, with 65 schools in Europe, Australia, Africa, the Middle East and Latin America. We speak of the highest international standards at the service of the individual traits and aspirations of each of its more than 1700 students.



I choose a UNIQUE CURRICULUM

- Bilingual Education
- Cambridge Key Stages
- IGCSE
- IB Diploma Programme

**PaRK INTERNATIONAL SCHOOL**

Member of **inspired**

[www.park-is.com](http://www.park-is.com)

# GILLES: a arte do requinte

Elegância, prestígio e excelência são palavras que poderíamos usar para descrever o papel que a GILLES assume no universo das joias e da alta relojoaria, não apenas em Portugal, mas também no panorama internacional.



Estávamos no começo dos anos 1990 quando José Madeira Gil – impulsionado pelo amplo know-how que acumulara no setor – abriu uma loja de joalheria no Centro Colina do Sol, que desde logo se diferenciou pela qualidade de um serviço personalizado, bem como pelo design e estética de um espaço com tanto de singular, quanto de convidativo.

Hoje, volvidas quase três décadas, a GILLES multiplica-se por quatro estabelecimentos na Grande Lisboa – incluindo um na prestigiadíssima Avenida da Liberdade. Ainda que capacitadas para atender a diferentes estilos de cliente, importa lembrar que todas as lojas se caracterizam pela elegância de um catálogo “muito exclusivo”, onde marcas de renome mundial convivem com os diversos encantos da joalheria de produção própria.

Conciliando a elegância destas coleções com um serviço de atendimento e pós-venda apostado no cumprimento de toda e qualquer expectativa, não deverá constituir surpresa que a GILLES seja cada vez mais popular entre o público estrangeiro. Não são, por exemplo, raros os clientes brasileiros que fazem questão de (re)visitar um dos estabelecimentos da marca, sempre que se encontram em Portugal.

Será, por isso, com elegância, requinte e personalização que a GILLES continuará a diferenciar-se, num esforço para concretizar o mais exigente dos sonhos.



# GILLES: the art of refinement

Elegance, prestige and excellence are words we could use to describe the role of GILLES in the world of jewellery and high-end watchmaking, not only in Portugal, but also in international markets.

In the early 1990s, José Madeira Gil – driven by the wide expertise he had garnered within the industry – decided to open a jewellery store at Colina do Sol Center, which became immediately notable, not only for the quality of its customized service, but also due to the singular and inviting design and aesthetics of said establishment.

Today, almost three decades later, there are four GILLES stores in Greater Lisbon – including one on the prestigious Avenida da Liberdade. While being able to attend the needs of different sorts of customers, all stores are recognized by the elegance of a “very exclusive” catalogue, where world-renowned brands coexist with the various charms of a signature set of jewellery pieces.

Balancing the elegance of such collections with a customer and after-sales service focused on fulfilling all possible expectations, it should come as no surprise that GILLES is becoming increasingly popular among foreign audiences. In fact, it is not uncommon for Brazilian customers to (re)visit one of the brand’s establishments, whenever they are in Portugal.

Therefore, the brand will continue to strive with elegance, refinement and customization, in an effort to make the most demanding dreams come true.

**GILLES**  
FINE JEWELLERY  
www.gillesjoalheiros.com

Av. Liberdade, 103 - Tel.: 213 466 364 - Tlm.: 912 521 599 - 1250-140 Lisboa  
C. Colombo, Loja 0.141 - Tel.: 217 166 821 - Tlm.: 912 227 848 - 1500-392 Lisboa  
C. Colina do Sol, Loja 9 - Tel.: 214 760 006 - Tlm.: 912 227 847 - 2650-639 Amadora  
C. Vasco da Gama, Loja 1.013 - Tel.: 218 951 238 - Tlm.: 912 227 849 - 1990-094 Lisboa

# Ei! A primeira agência migratória de Portugal

Gilda Pereira foi para Angola em 2008, onde trabalhava como consultora empresarial. Quando decidiu regressar a Portugal pensou em abrir um negócio e, após ter feito um pequeno estudo, percebeu que grande parte das pessoas que conhecia estavam emigradas. Foi neste contexto que decidiu fundar a Ei, ainda quando vivia em Angola.

No início da atividade, a empresa prestava mais assessoria aos clientes que pretendiam sair do país, mas a partir de 2016 essa situação inverteu-se e atualmente 95% dos clientes são imigrantes, com 80% de nacionalidade brasileira sendo na sua maioria profissionais altamente qualificados na área das tecnologias de informação.

O processo com a Ei! torna-se mais simples: num primeiro momento, é feita uma consulta migratória via Skype ou WhatsApp, na qual é analisado o perfil socioeconómico do cliente e da sua família e são indicadas quais as formas legais aplicadas ao caso concreto para emigrar de forma segura. Naturalmente, Gilda Pereira sabe que a mudança de país é uma situação stressante e é a pensar nos clientes que existe um acompanhamento em tudo o que é necessário, desde a análise dos vistos mais adequados, tirar um NIF, abrir uma conta bancária, até à procura de casa para o cliente. Todas estas etapas beneficiam de uma relação de grande confiança, estando aí o segredo do negócio.

Para além de pessoas individuais, a Ei! tem vindo a desenvolver cada vez mais parcerias com empresas sediadas em Portugal para contratação de mão-de-obra estrangeira.

Neste momento, a Ei! detém 71.6% do mercado migratório no território português que recorre a assessorias para o processo migratório, tendo já auxiliado mais de 3500 pessoas a que viessem residir em Portugal. A intenção é continuar a crescer, angariar mais parcerias e, talvez um dia, explorar o mercado internacional. Gilda Pereira acredita que a vinda de estrangeiros qualificados para Portugal é essencial para a economia nacional e para a modernização do nosso país. “Há-de ser a imigração que vai tirar Portugal da crise”, sublinha.



# Ei! Portugal's first immigration agency

Gilda Pereira went to Angola in 2008 where she worked as a business consultant. When she decided to return to Portugal, she thought about opening a business and, after doing a small study, she realized that most people she knew were emigrated. It was in this scenario that she decided to found Ei, while she was still in Angola.

At the beginning of the activity, most of the company's efforts were directed to the customers who wanted to leave the country, but as of 2016 this situation has been reversed and currently 95% of customers are immigrants, 80% of whom are Brazilian, most of them highly qualified professionals in the IT area.

With Ei! the process becomes rather simple: first a migratory consult is done via Skype or WhatsApp, where the socioeconomic profile of the client and his family is analyzed and the proper legal ways of emigrating safely are indicated. Gilda Pereira is naturally aware that moving to another country is a stressful situation and it is with her clients in mind that there is a follow-up on everything that is necessary, from the analysis of the most appropriate visas, applying for a NIF number, opening a bank account to helping the client look for a house to live. All these stages benefit from a strong relationship of trust, wherein lies the secret for this business' success.

In addition to individual people, Ei! has been developing more and more partnerships with companies based in Portugal to hire foreign labor.

Ei holds 71.6% of the migratory market in Portuguese territory which uses consultancy services, and it already helped more than 3,500 people who moved to Portugal. The intention is to continue to grow, to gather more partnerships and, perhaps one day, to explore international markets. Gilda Pereira believes that the arrival of qualified foreigners to Portugal is essential for the national economy and for the country's modernization. “It will be immigration that will take Portugal out of the crisis”, she stresses.

**98% SUCESSO** na obtenção de vistos

**A PRIMEIRA AGÊNCIA MIGRATÓRIA EM PORTUGAL**  
Desde 2014 o processo migratório simples e eficaz, tornou-se possível

Visto Empreendedor    Autorizações de Residência    Tech Visa (profissionais de TI)    Vistos de Trabalho

Lisboa: Av. Fontes Pereira de Melo, 35 - 2.ª A 1050-118 Lisboa    Porto: Rua João das Regras, 213 - 1.º Esq 4000-295 Porto    Açores: R. Machado dos Santos, 96 - 2.ª Sala 201 9500-083 Ponta Delgada

www.eimigrante.pt / geral@eimigrante.pt / +351 217 960 436

**Ei!**  
Assessoria Migratória

# A Medicina Estética ao seu dispor

Combater os sinais do envelhecimento nunca foi tão fácil e seguro. Entre na Clínica Mirai e permita que a sua autoestima rejuvenesça, na companhia de profissionais que conciliam uma ampla experiência com o atendimento personalizado.



Situada em Cascais, a Clínica Mirai é mais do que um lugar onde se proporcionam tratamentos de Medicina Estética. Orientado pela médica Joana Morimitsu, este é um espaço onde a beleza e o bem-estar se unem para que o seu visual possa “recuar no tempo”, através de procedimentos adaptados às necessidades de cada um, desempenhados por uma equipa de especialistas credenciados e em constante atualização profissional.

Inglorando tratamentos tão vastos como, por exemplo, a harmonização facial, a aplicação de toxina botulínica, a redução de bochechas, a eliminação de manchas na pele ou o combate à queda de cabelo, rapidamente a Clínica Mirai se transformou num espaço de referência no que aos serviços e consultas de Medicina Estética, Dermatologia, Nutrição e Nutrologia diz respeito.

O grande segredo? Talvez seja “o tratamento aconchegante, informal e de proximidade” que a equipa liderada por Joana Morimitsu proporciona, “sem jamais perder o profissionalismo”. A comprová-lo, são cada vez mais os portugueses, brasileiros e demais públicos internacionais que escolhem a Clínica Mirai para ‘rejuvenescer’ e encontrar novos momentos de felicidade.

Para o futuro, a diretora clínica promete o desenvolvimento de novas valências no âmbito da Medicina Estética, da Dermatologia e da Nutrição, bem como a abertura de outras especialidades (nomeadamente, a Medicina Geral e Familiar, a Psiquiatria e a Urologia), com a qualidade a que todos já se habituaram.



# Aesthetic Medicine at your service

Addressing the signs of ageing has never been safer or easier. Make yourself welcome in Clínica Mirai and allow your self-esteem to rejuvenate, in the company of professionals who combine extensive experience with a customized service.

Located in Cascais, Clínica Mirai is more than a place where aesthetic medicine treatments are provided. Guided by physician Joana Morimitsu, this is a space where beauty and well-being are combined so that your look can “go back in time”, thanks to a set of procedures that are adjusted to the needs of everyone, while being performed by a team of duly accredited specialists, in constant professional training.

Including such wide treatments as, for example, facial harmonization, the application of botulinum toxins, cheek reduction, the removal of dark spots in the skin or hair loss, Clínica Mirai quickly became a household name in terms of appointments and services in the fields of Aesthetic Medicine, Dermatology, Nutrition and Nutrology.

The big secret behind such success? Perhaps it is “the warm, informal and close treatment” that the medical team led by Joana Morimitsu provides, “without ever losing its professionalism”. As proof, there is a growing number of Portuguese, Brazilian and other international patients who choose Clínica Mirai to ‘rejuvenate’ and find new moments of happiness.

For the future, the clinical director promises the development of new services in the fields of Aesthetic Medicine, Dermatology and Nutrition, as well as the opening of other specialties (namely, General and Family Medicine, Psychiatry and Urology), with the quality that everyone is already familiar with.





# A essência do Brasil nas mesas de Portugal

Não é preciso ir a Minas Gerais para conhecer uma das gastronomias mais ilustres do Brasil. Inaugurado em 2001, o Sabor Mineiro acolhe os seus clientes com várias opções de buffet, rodízio e churrasco, fazendo de cada refeição um momento de alegria, como só o Brasil sabe oferecer.

Num espaço rico em diversidade e cultura, o Sabor Mineiro prova diariamente que o Brasil, afinal, está mais perto do que se pensava. De facto, não faltam pelas ruas de Portugal locais onde desfrutar deste tipo de cozinha, mas o Sabor Mineiro destaca-se por apresentar pratos ricos em sabor e qualidade, servidos com o tempero quente do nosso país irmão.

Para quem procurar variedade, há um buffet com pratos quentes e frios. Mas, para quem quiser comer toda a carne que conseguir, há um rodízio de carne com mais de 20 opções. Da Feijoada à Brasileira ao Feijão Tropeiro, da Picanha à Maminha, os produtos são selecionados diariamente e acompanhados por uma carta com mais de cem vinhos.

O Sabor Mineiro divide-se entre a Avenida José Malhoa, em Lisboa, e a Avenida Elias Garcia, na Charneca da Caparica. Em ambos os espaços há música brasileira ao vivo e um ambiente de tradição, ideal para grupos ou famílias.

Além da comida ou do ambiente multicultural, o Sabor Mineiro conquista pela paixão com que prepara cada ingrediente, servindo às mesas pratos ricos em autenticidade, calor e conforto.



# The essence of Brazil at Portugal's tables

There is no need to travel to Minas Gerais in search of one of Brazil's most distinguished cuisines. Opened in 2001, Sabor Mineiro welcomes customers with several buffet options, carvery and barbecue, turning each meal into a time of enjoyment, as only Brazil knows how to convey.

In a space filled with diversity and culture, Sabor Mineiro proves daily that Brazil is, after all, closer than we thought. There are indeed plenty of places in Portugal where to enjoy this kind of cuisine, but Sabor Mineiro stands out for dishes jammed with flavor and quality, presented with the cheerful seasoning from the the other side of the sea.

To those looking for variety, there is a buffet with hot and cold dishes. But, to those hoping to eat as much meat as possible, there is a carvery with more than 20 options to choose from. From Brazilian-style "Feijoada" (stew of beans and pork) to Tropeiro's Beans, from "Picanha" to "Maminha" (beef cuts), products are selected daily and accompanied by a menu with more than one hundred wines.

Sabor Mineiro can be found at Avenida José Malhoa, in Lisbon, and Avenida Elias Garcia, in Charneca da Caparica. There is live Brazilian music in both places, as well as a traditional environment, just the right thing for groups and families.

In addition to the food and the multicultural ambience, Sabor Mineiro is also noted for the passion it puts in every ingredient, presenting dishes packed with authenticity, affection and comfort.

sabormineiro@sabormineiro.pt  
www.sabormineiro.pt

SABOR MINEIRO LISBOA  
+351 21 726 9218

SABOR MINEIRO CHARNECA  
+351 21 297 3407

@gruposabormineiro

CHURRASCARIA  
SABOR MINEIRO  
RESTAURANTE  
Desde 2001

Rodízio de Carnes  
Buffet  
Música ao Vivo

# O verdadeiro sabor do churrasco gaúcho

Clenio Scartezini foi o primeiro Gaúcho Bresciense a levar o rodízio além fronteiras. Abriu o primeiro restaurante no Algarve no início da década de 90. Hoje contabiliza inúmeros restaurantes da marca Fogo de Chão Europa, localizados em Lisboa, Cascais, Porto, Amadora, Braga, Portimão, Madrid e Londres, sendo que já no próximo mês irá abrir mais um novo restaurante, num dos pontos mais privilegiados de Londres e visitados na Europa, em Piccadilly, na rua 17 Wardour Street W1D 6PJ.

Fogo de Chão, Sabor Gaúcho, Prazeres da Picanha, Scartezini e António dos Leitões são as marcas dentro do grupo Fogo de Chão que, de norte a sul do país, serve os melhores sabores do churrasco e da comida italiana. Quando se estabeleceu em Portugal, Clenio Scartezini decidiu democratizar o acesso ao rodízio, oferecendo uma variedade de pratos acessível a todos.

O Fogo de Chão trouxe para Portugal o verdadeiro sabor do churrasco gaúcho, que atrai um público de diferentes nacionalidades. Clenio Scartezini conta já com mais de 30 restaurantes, sendo designado no Brasil como “o primeiro gaúcho a levar o rodízio além-fronteiras”.

Qualidade, rapidez e preço são as três chaves do sucesso desta cadeia de restaurantes, que sai reforçado com a simpatia e profissionalismo dos seus colaboradores.

Carnes de qualidade superior, “em grande medida oriundas da América do Sul”, fazem as delícias de milhares de pessoas que diariamente passam por estes espaços. A possibilidade de vir a abrir novos restaurantes não é negada pelo fundador do Fogo de Chão, que está atento a novas oportunidades em Portugal, Inglaterra e Espanha – “um projeto em contínuo crescimento”. Esta é uma história de sucesso de um empresário brasileiro que decidiu apostar em Portugal, empregando hoje mais de 350 pessoas.



# The true taste of 'churrasco gaúcho'

Clenio Scartezini was the first Bresciense Gaúcho to take rodízio overseas. The first restaurant in the Algarve opened in the early 90s. Today he holds numerous restaurants under the Fogo de Chão Europa brand, located in Lisbon, Cascais, Porto, Amadora, Braga, Portimão, Madrid and London, and next month he will open yet another new restaurant, in one of London's most privileged spots as well as one of the most visited in Europe, in Piccadilly, at 17 Wardour Street W1D 6PJ.

Fogo de Chão, Sabor Gaúcho, Prazeres da Picanha, Scartezini and António dos Leitões are the brands within the group Fogo de Chão that, from north to south of the country, serve the best flavors of 'churrasco' and Italian food. When he settled in Portugal, Clenio Scartezini decided to democratize access to 'rodízio', offering a variety of dishes that could be accessible to everyone.

Fogo de Chão brought to Portugal the true taste of 'churrasco gaúcho', which attracts a public of several different nationalities. Clenio Scartezini already has more than 30 restaurants, being designated in Brazil as “the first gaúcho to take the rodízio across borders”.

Quality, swiftness and price are the three keys to the success of this restaurant chain, which is reinforced with the friendliness and professionalism of its employees.

Superior quality meats, “largely from South America”, delight thousands of people who pass through these spaces every day. The possibility of opening new restaurants is not denied by the founder of Fogo de Chão, who is attentive to new opportunities in Portugal, England and Spain - “a project in continuous growth”. This is a success story of a Brazilian businessman who decided to invest in Portugal, employing more than 350 people today.



**Fogo de Chão**

PORTUGAL  
ESPAÑA  
INGLATERRA

WWW.FOGODECHAO.PT

FOGODECHAOPORTUGAL



# Tradição brasileira no coração de Portugal

A viver com boas condições no Brasil, mas à procura de maior estabilidade e segurança, Viviane Calderone e Robinson Carneiro decidiram vir para Portugal. Agora sentem que sempre viveram no país e não pretendem sair.



Foi no final de 2017 que o restaurante Tempero Brasileiro abriu as portas a Lisboa. O negócio fluiu naturalmente graças à comida tradicional brasileira que encantou e conquistou os portugueses, e que tem levado os brasileiros às suas raízes nos instantes que aqui passam. Além do prato do dia, que conta com a feijoada brasileira à sexta-feira, servem feijoada de frutos do mar, picanha, moqueca em panela de barro e, claro, os tradicionais “salgadinhos”. A busca por produtos de qualidade é prioridade da casa e é por isso que a picanha que servem vem da América do Sul, onde se distingue pela qualidade. Viviane Calderone realça essa preocupação na seleção dos produtos usados pelo chef de cozinha, Robinson Carneiro.

A gerente salienta que o Tempero Brasileiro sobressai entre muita da oferta existente de restaurantes brasileiros. É um local onde se serve tradição à mesa e se sente um atendimento especial: “O brasileiro é conhecido pela alegria, então a gente atende o cliente sempre sorridente”, diz-nos.

Mostrando contentamento, Viviane Calderone refere que quer ver a empresa crescer e adiantou a possibilidade de abrir um novo espaço ainda este ano. Em relação a um futuro mais distante, quer ver o Tempero Brasileiro espalhado pela cidade lisboeta.



# Brazilian tradition in the heart of Portugal

Living in good conditions in Brazil, but searching for greater stability and safety, Viviane Calderone and Robinson Carneiro decided to come and live in Portugal. Now they feel that they have always lived in the country and do not intend to leave.

It was at the end of 2017 that the Tempero Brasileiro restaurant opened its doors to the public of Lisbon. The business flowed naturally thanks to the traditional Brazilian food that enchanted and conquered Portuguese citizens, and has led many Brazilians to their roots for the moments they stay here. In addition to the daily dish, which features Brazilian feijoada on Friday, they serve seafood feijoada, picanha, moqueca in a clay pot and, of course, the traditional “salgadinhos”. The search for quality products is a priority and that is why the picanha they serve comes from South America, where it distinguishes itself for its quality. Viviane Calderone highlights this concern regarding the products used by the chef, Robinson Carneiro.

The manager points out that Tempero Brasileiro stands out among many other Brazilian restaurants. It's a place where tradition is served at the table and a special service is felt: “Brazilians are known for their joy, so people serve the customer always with a smile”.

Showing contentment, Viviane says she wants to see the company grow and advances the idea of opening a new space later this year. Referring to a more distant future, she wants to see Tempero Brasileiro spread throughout Lisbon.



Restaurante  
Delivery  
Take Away



[www.temperobrasileiro.pt](http://www.temperobrasileiro.pt)

Rua das Laranjeiras, 5b - São Domingos de Benfica - Lisboa • Tel.: 217 270 443 • pedidos@temperobrasileiro.pt



# O espírito carioca no coração de Lisboa

Foi em Portugal que o destino de Cleber Costa se cruzou com o de Ronald Souza e Alexandre Moraes, os três fundadores do Boteco Dona Luzia, em Lisboa. Neste espaço onde se respira Brasil, a criação de experiências únicas é o objetivo principal desde 2018.

No seguimento da vontade de criar um projeto ímpar de raiz brasileira, o nosso interlocutor salienta que “a ideia sempre foi que quem entrasse no ambiente do Boteco e provasse a sua comida, fosse remetido para a comida brasileira com amor de mãe e avó”. Nesse sentido, Dona Luzia (mãe de um dos sócios) entra neste projeto, ao qual dá o nome e cria as iguarias que, segundo Cleber Costa, provocam uma “explosão de sabores”.

A boa comida faz parte de uma experiência global onde o próprio espaço, a música, o bom atendimento e a simpatia no receber se fundem num único conceito. A carta foi idealizada aliando o que mais se consome no Brasil com aquilo que faz mais sentido no palato português. Hoje, o Boteco Dona Luzia conta com 70% de petiscos e 30% de pratos elaborados, e apresenta iguarias que atraem, propositadamente, os seus visitantes. Destacam-se as coxinhas de frango, pão de queijo, o Pastel Dona Luzia, o croquete de alheira, o pudim Dona Luzia, a Cocada e o petit gâteau.

Com ofertas diferenciadas, o Boteco está aberto de segunda a sexta-feira ao almoço com o menu executivo e à noite com serviço à carta. Ao sábado, é possível degustar a típica Feijoada e à sexta-feira e sábado à noite a refeição é acompanhada por música ao vivo. Há cerca de quatro meses os domingos têm sido marcados pelo brunch, iniciativa que tem tido enorme sucesso. Tudo isto num espaço que senta 50 pessoas, número que aumenta consoante marcação prévia de grupos. Estando já a trabalhar o conceito de catering, no horizonte está a abertura de outros espaços em pontos-chave de Portugal, sendo que o Porto será o primeiro destino. No entanto, “cada passo será dado no seu tempo certo”, conclui o responsável.



# The carioca spirit in the heart of Lisbon

It was in Portugal that Cleber Costa's destiny crossed with that of Ronald Souza and Alexandre Moraes, the three founders of Boteco Dona Luzia, in Lisbon. In this space where one breathes Brazil, the creation of unique experiences has been the main objective since 2018.

Following the desire to create a unique project with Brazilian roots, our interviewee stresses that the “idea has always been that whoever entered the Boteco environment and tasted their food would contact with Brazilian food as if feeling the love of a mother or grandmother”. In this way, Dona Luzia (one of the partners' mother) joins this project, to which she gives the name and creates the delicacies that, according to Cleber Costa, provoke an “explosion of flavors”.

Good food is part of a global experience where the space itself, the music, its quality service and the hosts' friendliness merge into a single concept. The menu was designed by combining what is most consumed in Brazil with what makes the most sense on the Portuguese palate. Today, Boteco Dona Luzia has 70% snacks and 30% elaborate dishes, and presents delicacies that purposely attract its visitors. Chicken drumsticks, cheese bread, the Pastel Dona Luzia, ‘alheira croquette’, Dona Luzia pudding, Cocada and petit gâteau are highlighted.

With differentiated offers, Boteco is open from Monday to Friday for lunch with the executive menu and at dinner with à la carte service. On Saturday, it is possible to taste the typical Feijoada and on Friday and Saturday night the meal is accompanied by live music. For about four months, Sundays have been marked by brunch, an initiative that has been hugely successful. All of this in a space that seats 50 people, a number that increases according to previous group booking. With the catering concept already working, on the horizon is the opening of other spaces in Portugal's key points, with Porto being the first destination. However, “each step will be taken at its right time”, concludes the manager.

**Boteco Lisboaeta, Alma Carioca.**

Av 5 de Outubro 36D - Lisboa, PT

botecodonaluzia 212 424 371

www.botecodonaluzia.com

**DONA LUZIA**  
COMIDA DE BOTECO

# O melhor do Brasil aqui em Portugal

A Pedacos do Brasil existe desde 2005 e é uma empresa líder na comercialização de produtos de origem brasileira, destacando-se não só no nosso país como numa série de outros mercados europeus. É um projeto de Renato Pinto, que em 2011 fundou também a loja Made in Brazil, estabelecimento de referência em Lisboa.

Renato Pinto é um empreendedor lusodescendente, nascido no Rio de Janeiro e que está cá desde 1981, altura em que regressou com os pais com 17 anos de idade. Após ter tido negócios ligados ao comércio de frutas, resolveu aceitar o desafio de constituir uma sociedade em 2005, com outros dois sócios. Surgiu assim a Pedacos do Brasil, que o nosso entrevistado mais tarde veio a adquirir na totalidade.

A empresa evoluiu de forma clara e com naturalidade, importando uma ampla variedade de algumas das mais conceituadas marcas de produtos alimentares do Brasil, e fazendo a sua distribuição por Portugal e outros destinos como Espanha, França, Itália, Bélgica, Países Baixos, Luxemburgo, Reino Unido e República da Irlanda. Um sucesso que podemos justificar com a qualidade e diversidade da sua gama de produtos, os preços atrativos e um atendimento dedicado e de grande empatia com os seus clientes.

Virtudes que podemos também encontrar na Made in Brazil, criada em 2011, juntamente com a esposa, Rozana. Este lugar é um verdadeiro ponto de encontro da comunidade brasileira, que vê aqui um sítio onde acontece muito mais do que a compra e venda de produtos. Ao mesmo tempo, também o público português tem vindo a crescer de forma nítida. Sempre com trabalho e dedicação, os projetos de Renato Pinto são um caso de sucesso e de crescimento, algo que deverá evoluir ainda mais com a entrada da Made in Brazil no comércio online, um passo que irá acontecer muito em breve.



# The best of Brazil here in Portugal

Pedacos do Brasil has existed since 2005 and is a leader in the commerce of products of Brazilian origin, standing out not only in our country but in a series of other European markets. It is a project by Renato Pinto, who in 2011 also founded the Made in Brazil store, a successful establishment in Lisbon.

Renato Pinto is an entrepreneur of Portuguese-descent, born in Rio de Janeiro and established here since 1981, when he returned with his parents at the age of 17. After having businesses related to the fruit trade, he decided to accept the challenge of setting up a company in 2005 with two other partners. This was how Pedacos do Brasil came about, which our interviewee later acquired in full.

The company evolved in a clear and natural way, importing a wide variety of some of the most respected food product brands from Brazil, and distributing them to Portugal and other destinations such as Spain, France, Italy, Belgium, Netherlands, Luxembourg, United Kingdom and Republic of Ireland. A success that can be explained with the quality and diversity of its product range, attractive prices and a dedicated and empathetic service with its customers.

Virtues that we can also find in Made in Brazil, created in 2011, together with his wife, Rozana. This is a real meeting point for the Brazilian community, which sees here a place where much more happens besides the purchase and sale of products. At the same time, the Portuguese public has also been growing clearly. Always with work and dedication, Renato Pinto's projects are a case of success and growth, something that should evolve even more with Made in Brazil's entry into online commerce, a step that will happen very soon.

	
Estrada de Pintéus, LT 12 • Armazém 7 2660-194 Santo Antão do Tojal • Tel: +351 219 531 581 E-mail: geral@pedacosdobrasil.com • www.pedacosdobrasil.com	Rua José Ricardo, nº 2A • 1900-287 Lisboa Telefone: +351 21 813 9172 E-mail: madeinbrazilgeral@hotmail.com • www.madeinbrazil.pt

# BeGuest, Sinta-se em Casa

A BeGuest nasceu em 2015, como um projeto familiar, mas com ambição de crescer de forma sustentada e consistente no mercado nacional, atuando na Gestão de Alojamento Local, cujo foco principal centra-se na zona de Lisboa, Sintra e Cascais.

Graças à sua experiência, a BeGuest possui um vasto conhecimento do mercado turístico de cada zona de atuação, que permite oferecer ao proprietário o 'know-how' na gestão eficaz de cada propriedade para uma maior probabilidade na rentabilidade do mesmo.

Afirmando-se como uma empresa que vai muito mais além da Gestão de Alojamento Local, a BeGuest oferece mais-valias ao proprietário, que a destacam no mercado nacional. A BeGuest zela pelo bom funcionamento da propriedade através de uma série de serviços como a gestão integrada de reservas, comunicação e apoio ao Hóspede 24/7, Coordenação Operacional, entre outros. Assim, a vigilância da propriedade é constante e efetuada nos vários passos da gestão BeGuest.

A BeGuest é o parceiro ideal para o hóspede que deseja arrendar um alojamento sem quaisquer preocupações, disponibilizando alojamentos quer para Curta Duração como Longa Duração, oferecendo um vasto leque de opções na área da grande Lisboa e sempre com um serviço de proximidade entre todos os intervenientes, fator sem dúvida diferenciador!



## BeGuest, Make Yourself at Home

BeGuest was born in 2015, as a family project, but with the ambition to grow in a sustained and consistent manner in the national market, working in Local Accommodation Management and having as its main focus the Lisbon, Sintra and Cascais area.

Thanks to its experience, BeGuest has a vast knowledge of the tourist market in each area of operation, which allows it to offer owners a high level of expertise in the efficient management of each property thus ensuring greater profitability.

Affirming itself as a company that goes far beyond the Management of Local Accommodation, BeGuest offers added value to the owner, which allows the company to stand out in the national market. BeGuest takes care of the property's proper functioning through a series of services such as the integrated management of reservations, communication and support to Guests 24/7, Operational Coordination, among others. Therefore, the property's surveillance is constant and carried out in the various steps of BeGuest's management.

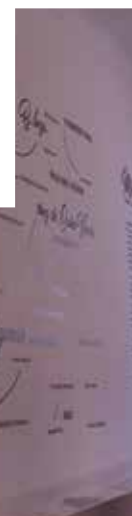
BeGuest is the ideal partner for the guest who wants to rent accommodation without any worries, providing accommodation both Short Term and Long Term, and offering a wide range of options in the greater Lisbon area, always with a close service among all stakeholders, which is definitely a distinguishing factor!



Praça D. Manuel I, Loja 4A  
1400-371 Lisboa  
Tel.: (+351) 212 489 584  
E-mail: [reservations@beguest.pt](mailto:reservations@beguest.pt)  
[www.beguest.pt](http://www.beguest.pt)



# A expressão da alma cabo-verdiana



No dia 11 de dezembro do passado ano de 2019, a Morna foi reconhecida pela UNESCO como Património Imaterial da Humanidade. Estivemos em diálogo com Eurico Correia Monteiro, embaixador de Cabo Verde em Portugal, nas instalações do recém-inaugurado Centro Cultural de Cabo Verde em Lisboa, numa conversa em que ficámos a conhecer melhor o significado desta tradição musical.



nosso entrevistado começa por expressar o “orgulho” por ver o seu país reunir agora dois elementos classificados como Património Mundial: a Cidade Velha (já desde 2009) e agora a Morna. Para Eurico Correia Monteiro, este género musical é “a expressão da identidade cultural de Cabo Verde”. Transversal a todas as suas ilhas, a todos os estratos sociais e faixas etárias,

a Morna comunica profundamente também com a sua numerosa diáspora. “Fala no amor, na saudade, nas terras de Cabo Verde e nos seus valores, e tudo isso tem um significado muito especial. É algo que mexe com a condição do imigrante e que dá à Morna esse alcance universal”, explica.

Foi todo este valor cultural e identitário que a UNESCO reconheceu, após um processo de candidatura em relação ao qual o embaixador aproveita para assinalar o empenho e a competência do Ministério da Cultura e do seu Ministro Abraão Vicente na condução do processo e a “a assessoria prestada por consultores em Portugal que tinham já muita experiência, aquando da organização de candidaturas como a do Fado”. Acrescentando, sublinha que “essa colaboração suscitada pelo Ministério da Cultura e das Indústrias Criativas foi fundamental para o êxito da candidatura de Cabo Verde”.



Na decorrência desta classificação, surge agora a necessidade de percorrer um novo caminho, que vise a perpetuação e reforço desta manifestação cultural. Entre os elementos estruturantes do plano, Eurico Correia Monteiro começa por nomear a vertente da investigação. “Ainda há muitas interrogações à volta da Morna, como a sua raiz, e isso vai agora depender do trabalho de historiadores e especialistas em Música, que poderão dar aqui uma ajuda preciosa para que se perceba melhor qual a sua origem”, indica. De igual modo, a formação de músicos “também é um aspeto muito importante”, e inclusive “hoje vemos que a Morna evoluiu e ganhou uma estrutura que hoje em dia todos consideram ser mais rica, com maior plasticidade e com outras influências”.

A componente da divulgação também será para continuar, procurando “levar a Morna o mais longe possível, dando a conhecer esta tradição a novos povos e a novos segmentos da sociedade”. Além disso, merecerá atenção a formação, a investigação e a “preservação de todos os artefactos que estejam ligados a este género musical, para que mais tarde venhamos a ter uma mostra que dê conta de todo o historial e de todo o ambiente à volta da Morna”.

Por último, quando questionado sobre a colaboração entre as duas nações no âmbito cultural, Eurico Correia Monteiro considera que “tem corrido a um bom ritmo e com um nível bastante razoável”, havendo “protocolos de cooperação em diversas áreas”, tais como a recuperação de património edificado, a formação em áreas como o artesanato e a investigação.







# Referência cimeira no ensino bilingue

A Queen Elizabeth's School é sinónimo de tradição, prestígio e ao mesmo tempo de inovação e abertura para os desafios do ensino contemporâneo. Características bem enraizadas na sua identidade desde 1935, de acordo com a visão da fundadora, Denise Lester, e que continuam a ser reforçadas pela liderança de Conceição Oliveira Martins.

Este histórico colégio, localizado em Lisboa, integra entre as suas valências o berçário, creche, educação pré-escolar e o 1º ciclo do ensino básico português. Uma oferta que se orienta pelos princípios de uma formação humanista, adaptada à personalidade de cada criança e que visa o seu desenvolvimento pleno e integral. A esta filosofia, acresce o foco na aprendizagem precoce do inglês como segunda língua e no respetivo contacto com a cultura britânica, conseguidos de forma natural e intuitiva em contexto bilingue.

Tal representa um projeto educativo idealizado, fundado e durante décadas conduzido por Miss Margaret Denise Eileen Lester O.B.E. (Order of the British Empire), cidadã inglesa que encontrou no nosso país o local para realizar a sua obra dedicada ao ensino e à aproximação das duas nações. No já referido ano de 1935, criou a Queen Elizabeth's School com o conceito de que fosse uma escola inglesa para crianças portuguesas e nativas da língua inglesa a residir em Portugal, seguindo o currículo oficial português e harmonizando-o com os desejos de pais e encarregados de educação que pretendam uma educação inglesa coextensiva com a portuguesa.

Naturalmente, o seu projeto teve início num cenário bem diferente do atual, com lugar numa casa particular e dirigido a apenas três crianças. O reconhecimento foi claro e levou a que, ainda em vida da fundadora (falecida em 1982), ascendesse aos 300 alunos e aos atuais cerca de 400. Nos seus primeiros anos, foi transitando para diferentes instalações que acompanharam este crescimento até ao seu estabelecimento no espaço onde se mantém até hoje. Em 1952, o atual edifício da Queen Elizabeth's School foi construído de raiz para o efeito, por intermédio de um donativo do Governo inglês, que desse modo reconheceu o seu mérito.

Neste momento, o colégio é dirigido por Conceição Oliveira Martins, que nos últimos anos tem desempenhado a missão de manter vivos os ideais preconizados pela obra da fundadora, conforme instituído aquando da criação da Fundação Denise Lester, em 1965. Decorre daí que a escola conserve o seu propósito de acompanhar os programas de ensino vigentes nas escolas britânicas, cultivar a relação de amizade entre o Reino Unido e Portugal e assegurar um conjunto de docentes de nacionalidade inglesa e de administradores britânicos no seu Conselho de Administração.

Além deste legado, acresce o reforço da sua presença no panorama do ensino bilingue em Portugal. Nesse sentido, a atual liderança tem mostrado um constante dinamismo na procura de novas formas de dar aos alunos a melhor preparação para singrarem na sociedade contemporânea, a qual é cada vez mais global e inclusiva. Desde o ano letivo 2014/2015 que a Queen Elizabeth's School segue um modelo integrado de ensino bilingue, em conformidade com as orientações para o ensino pré-escolar nacional e currículo do primeiro ciclo do ensino básico português e o Programa Primário Internacional da Universidade de Cambridge – a Queen Elizabeth's School é reconhecida como "Cambridge Primary School" e "Cambridge International School" desde 2013. O seu conjunto de relações com entidades internacionais apresenta uma grande extensão, sendo Centro de Preparação de Exames da Cambridge English, Centro de Exames do Trinity College London e membro do Instituto




Britânico do Programa de Parceria de Exames “Advantage”.

Quanto ao reconhecimento internacional do seu ensino de Inglês, este é validado pelos Cambridge Primary Checkpoints (desde o ano letivo de 2014/2015) nas disciplinas de matemática, ciências e inglês como segunda língua, para a obtenção de um Statement of Achievement e Diagnostic Report do Programa Primário Internacional da Universidade de Cambridge, pelos “Young Learners English Tests” da Universidade de Cambridge (desde 1998), “Integrated Skills in English” (ISE I e ISE II, desde 2010) e Graded Examinations in Spoken English (GESE VII) do Trinity College London, First Certificate in English da Universidade de Cambridge (FCE, desde 2015), Certificate in Advanced English (CAE, desde 2016) e Certificate of Proficiency in English (CPE, desde 2017), correspondentes respetivamente aos níveis A1, A2, B1, B2, C1 e C2 do Quadro Europeu Comum de Referência para Línguas do Conselho da Europa (QCECR). A Queen Elizabeth’s School dá continuidade ao ensino de inglês aos seus alunos através dos clubes de inglês para antigos alunos.

Recentemente, o colégio tem desenvolvido esforços em várias outras dimensões, como o alargamento da sua oferta para a área da creche, onde tem tido uma grande procura e que poderá vir a justificar uma ampliação da estrutura para esta valência. A exposição dos alunos às expressões artísticas como a música também tem sido uma forte aposta, podendo iniciar-se nos 3 anos de idade e exercendo nas crianças um estímulo para o desenvolvimento das suas capacidades cognitivas. A Queen Elizabeth’s School tem desde sempre dado muito valor à expressão dramática e musical como instrumentos de excelência na aprendizagem da língua inglesa. Os alunos do pré-escolar são submetidos a um exame de Artes Performativas “Trinity Stars: Young Performers in English Award” (Stage II e Stage III, desde 2014), assim como os alunos que frequentam as aulas de iniciação de piano podem, se os encarregados de educação pretenderem, realizar um exame de música, adequado às suas faixas etárias, que vai do nível preparatório até ao nível 2, podendo depois ter continuidade numa escola de profissional de música, da Associated Board of the Royal Schools of Music, líder mundial na área de avaliações e exames de música. De igual modo, a integração das tecnologias mais recentes com o processo de ensino vai também no sentido de lhes dar esse reforço na aprendizagem, estando o colégio em vias de iniciar um projeto ligado ao uso da robótica na interação com os alunos, na área do storytelling.











Todas estas iniciativas refletem o espírito de uma instituição que não só honra o seu passado em toda a plenitude, como mostra um grande sentido de adaptação e de leitura das tendências e desafios da educação atual.









# FUNDAÇÃO DENISE LESTER QUEEN ELIZABETH'S SCHOOL

BERÇÁRIO | CRECHE | PRÉ-ESCOLAR | 1º CICLO DO ENSINO BÁSICO

PORTUGUÊS - INGLÊS

## 84 ANOS DE ENSINO BILINGUE



# À descoberta dos vinhos de montanha biológicos da Beira Interior

A Quinta da Caldeirinha representa uma tradição familiar que se soube redefinir através da aposta na agricultura orgânica. A sua atividade distribui-se pelo vinho, o azeite, a amêndoa e a floresta e podemos encontrá-la em Almofala, localidade do concelho de Figueira de Castelo Rodrigo.



O seu histórico remonta ao tempo dos avós de Aida Rocha, atual responsável, que hoje preserva este legado em conjunto com o marido e com os filhos. A dedicação das anteriores gerações inspirou-a a querer assumir os destinos deste local e, nesse sentido, reestruturou a área de cultivo com novas castas e em modo biológico. Um passo que deu em 2001 e que consistiu num manifesto pioneirismo, atendendo ao cenário vitivinícola de então, especialmente no contexto da Beira Interior.

Inserida no Parque Natural do Douro Internacional, área altamente protegida, a Quinta da Caldeirinha cedo se assumiu como um projeto autêntico e fiel na sua relação com as características da terra. Com efeito, as suas vinhas e olivais, certificados pela SATIVA, não contam com qualquer tipo de recurso a químicos. Estamos perante uma produção que manifesta o terroir na sua plenitude, beneficiando de solos onde predomina o xisto e o granito, numa altitude de quase 800 metros.

Tratam-se de vinhos de montanha biológicos, vinhos com 'tempo' adequados para o consumidor vegan, perfazendo uma gama com 8 referências, entre as quais quatro blends (o Vinha Velha com Rufete, Mourisco e Alicante Bouschet; o Três Castas com Aragonês, Touriga Nacional e Cabernet Sauvignon; o Branco e o Estorninho), e os monovarietais Cabernet Sauvignon, Syrah, Touriga Nacional e Aragonês. O seu circuito de distribuição passa, essencialmente, pela restauração e pelo comércio gourmet, tendo como mercados de exportação a Alemanha, Itália, Países Baixos e Espanha.

Mantendo-se firme num registo que segue a qualidade e a sustentabilidade, a Quinta da Caldeirinha é um bom exemplo da abertura de horizontes que está a acontecer no cenário vitivinícola da Beira Interior, região que, também neste domínio, cada vez mais merece ser descoberta.



# Discovering the organic mountain wines from Beira Interior

Quinta da Caldeirinha represents a family tradition that has been redefined by its investment in biological agriculture. Its activity is spread over wine, olive oil, almonds and forestry and we can find it in Almofala, in the municipality of Figueira de Castelo Rodrigo.

Its history goes back to the grandparents of Aida Rocha, who currently preserves this legacy together with her husband and children. The dedication of previous generations inspired her to want to take over the destinies of this place and, thus, she restructured the cultivation area with new varieties and adapted it to biological processes. A step taken in 2001 and that consisted of a clear pioneering spirit, taking into account the wine scene at the time, especially in the context of Beira Interior.

Located in the Natural Park of Douro Internacional, a highly protected area, Quinta da Caldeirinha soon became an authentic and faithful project in its relationship with the land's own characteristics. Indeed, its vineyards and olive groves, certified by SATIVA, do not rely on any type of chemical resource. Its productions express their terroir in its fullness, benefiting from soils where shale and granite are predominant, at an altitude of almost 800 meters.

These are organic mountain wines, ones with 'time' and suitable for the vegan consumer, making up a range with 8 references, including four blends (Vinha Velha (Old Vine) with Rufete, Mourisco and Alicante Bouschet; Três Castas (Three Castes) with Aragonês, Touriga Nacional and Cabernet Sauvignon; White and Estorninho), and the monocast Cabernet Sauvignon, Syrah, Touriga Nacional and Aragonês. Its distribution circuit covers, essentially, restaurants and gourmet stores, having as export markets Germany, the Netherlands and Spain.

Keeping itself firmly in a path that strives for quality and sustainability, Quinta da Caldeirinha is a good example of the way new horizons are being opened in the wine scene of Beira Interior, a region that merits increasing attention also when it comes to this field.



QUINTA DA  
CALDEIRINHA

*organic farming*

vinho & azeite

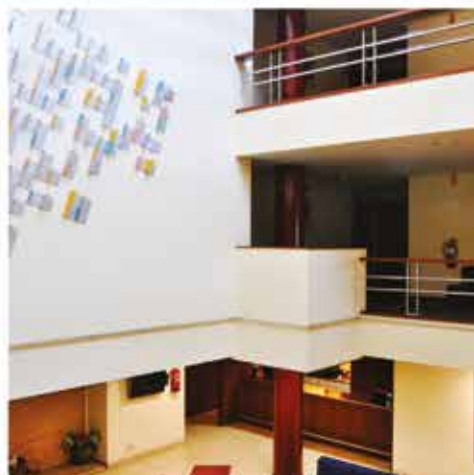


Telemóvel: 963 787 106

E-mail: [info@quintadacaldeirinha.com](mailto:info@quintadacaldeirinha.com)

[www.quintadacaldeirinha.com](http://www.quintadacaldeirinha.com)





O Hotel dos Cavaleiros está situado no **centro histórico** da cidade de **Torres Novas**, próximo do **Castelo de Torres Novas**, do **Museu Municipal Carlos Reis**, das **piscinas municipais** e **ruas de comércio tradicional**.

A cidade de **Torres Novas** localiza-se a **25km de Fátima**, a **100km de Lisboa** e a **100km de Coimbra**.

O Hotel dispõe de **57 quartos individuais e duplos** e de **3 suites** (todos equipados de **casa de banho privativa**, **telefone**, **ar condicionado** e **WIFI Gratuito**), **Lobby Bar**, **Restaurante**, **Auditório com 150 lugares**, **Salas de Reuniões**, **Salão para Banquetes** e, ainda, **parque de estacionamento** e **garagem**.

- **LOBBY BAR;**
- **RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL PORTUGUESA;**
- **AUDITÓRIO PARA 150 PESSOAS.**

## Uma vida em Memórias

Folheando álbuns de família, descobrimos verdadeiras relíquias, momentos únicos que ficaram gravados e podem ser recordados, independentemente do tempo e do espaço; passando de geração em geração. Valorizamos esses pequenos pedaços de papel, atribuindo forte significado ao significante.

Mas estaremos hoje a captar essas memórias com o cuidado e a seletividade que as tornarão tão especiais?

O avanço tecnológico, a facilidade de acesso a dispositivos de captação de imagem, levam-nos a viver de telemóvel em punho, convivendo com uma sequência de “flashes” automáticos, quase que irracionais. A tecnologia mudou a nossa perspetiva sobre o mundo, para alguns literalmente, pois optam por absorver a realidade através da objetiva, recolhendo e acumulando material que dificilmente conseguirão um dia reviver.

Nas viagens, nos encontros, nos momentos em família... a máquina fotográfica permite-nos captar recordações e guardá-las numa memória física. Já o era no passado e hoje, agudiza-se esta sua missão, sendo presença contínua. Mas em que medida deixamos de viver, dada a constante preocupação de encontrar no ecrã do telemóvel o melhor enquadramento; gravar um pormenor no meio da imensidão de um grande momento? Quantas conversas perdemos por estarmos focados na tecnologia e não no momento, único e irrepetível. Que memórias visuais dos concertos, das viagens, dos encontros... têm aqueles que convivem com a ânsia de captar tudo, vendo o mundo através da objetiva redutora de um telemóvel.

Nas viagens, nos encontros, nos momentos em família... a máquina fotográfica deve ser um assessorio e nunca a protagonista principal desse filme que nos vai permitir construir uma vida em memórias.



Tel.: 275 322 140

Fax: 275 322 142



NO CENTRO DA CIDADE

[www.hotelcovilhajardim.com](http://www.hotelcovilhajardim.com)



Email: [geral@hotelcovilhajardim.com](mailto:geral@hotelcovilhajardim.com)

# O inconfundível sabor do leitão bísaro



Os verdadeiros apreciadores de leitão têm, no restaurante Filhos de Moura, a oportunidade de experimentar uma outra variante da iguaria que tão bem conhecem. Façam a reserva, sentem-se à mesa e preparem-se para uma experiência onde a textura e o sabor falam mais alto.

**L**ocalizada em Aboim (Amarante), há uma casa familiar onde todos são bem-vindos a sentar-se à mesa para saborear os encantos de um leitão de características únicas e inesquecíveis, confeccionado e servido num ambiente de descontração, partilha e amizade. Falamos da adega regional Filhos de Moura, um estabelecimento que abriu as portas, há cerca de dez anos, na sequência da gradual aposta que Agostinho Moura fez na criação de porco bísaro. Mas se os planos iniciais do empresário passavam pela produção de fumeiro, cedo a sua visão de negócio levá-lo-ia a enveredar pelo mundo da restauração, alimentado por um impulso tão proativo quanto autodidata.

Efetivamente, e ao invés de adquirir leitão já confeccionado a terceiros, cedo o nosso interlocutor deu por si “a pesquisar as principais receitas de molho” e os segredos de assadura, até encontrar o seu próprio toque diferenciador. “Comecei a assar o leitão sem saber das virtudes dos outros, mas sem conhecer também os seus vícios”, sustenta Agostinho Moura. Já o resultado de tal atitude não poderia ter sido mais positivo, sendo cada vez mais os apreciadores (e entendidos) que reconhecem a qualidade e o sabor único com que esta iguaria se serve

nesta tradicional casa portuguesa. Claro está que muito do reconhecimento que o restaurante Filhos de Moura tem reunido se explica pela aposta exclusiva na confeção de leitão de raça bísara, a qual assume “características muito próprias”.

Falamos, afinal, de uma variante “mais comprida, alta e estreita” de um animal, cuja confeção resulta numa carne com menos gordura e “mais suculenta”. Existe, ainda assim, outro elemento que o proprietário enfatiza: “A textura da carne acaba por ser diferente também pelo regime de produção extensivo”, que permite que os animais circulem “livres”. Por outro lado, e à margem de uma filosofia que respeita o ecossistema e que se revela particularmente sustentável, sublinhe-se o apuradíssimo controlo de qualidade (assumido pelo próprio gerente da casa), fazendo com que a carne servida à mesa se encontre – homogénea e consistentemente – dentro do patamar de excelência a que os visitantes deste restaurante se habituaram.

Já para acompanhar o seu prato mais icónico, Agostinho Moura sugere o vinho verde da casa (de produção familiar), que concilia um pouco de gás e acidez com um aroma extremamente agradável. Mas antes ainda de o ingrediente principal ser colocado à mesa, todos são convidados a degustar entradas como a alheira de leitão bísaro ou os cogumelos salteados. Igualmente obrigatórios são, de resto, os doces caseiros aqui confeccionados, que farão as delícias dos apreciadores do pudim abade de priscos, do pão-de-ló húmido ou do bolo de bolacha.

## FAÇA A RESERVA E MARAVILHE-SE

Contando com um ambiente rústico e acolhedor que tão depressa convida à discrição quanto à informalidade de um convívio demorado com amigos ou familiares, o restaurante Filhos de Moura é um lugar onde as memórias se consomem sem pressas, pois assim todos têm a oportunidade de saborear o verdadeiro significado da qualidade.

Essencial para esse efeito tem sido, aliás, o contínuo empenho de quem dá, dia após dia, “a cara pela casa”. Falamos, naturalmente, do valioso contributo prestado por uma empenhadíssima equipa de colaboradores – alguns dos quais presentes desde o dia em que se serviram as primeiras refeições – para que nada falhe e cada almoço ou jantar neste lugar se torne num argumento para cá voltar, com amigos ou família.

Nesse sentido, e de forma a garantir a melhor experiência para todos, o gerente reforça a necessidade de qualquer visitante (mesmo para o serviço de take-away)



fazer a sua reserva antes de se deslocar ao espaço. Esse compromisso deve-se não apenas ao facto de “a casa cheia” ser um cenário típico de fim-de-semana, mas também pelo facto de o leitão bísaro ser “um produto nobre, relativamente ao qual não pode haver desperdício”, argumenta Agostinho Moura. Apenas desta forma se torna, aliás, possível manter a relação qualidade-preço que tem conquistado não só o exigente público português, mas também a curiosidade de brasileiros, espanhóis ou italianos. A razão, essa, não poderia ser mais evidente: “quem estiver habituado a comer leitão notará a diferença”, garante o nosso entrevistado, deixando o convite para que todos se aventurem pelos encantos do sabor bísaro.



[www.filhosdemoura.pt](http://www.filhosdemoura.pt)





# Hidrofer: crescimento com História

Carlos Alberto Silva tinha apenas 23 anos quando fundou a Hidrofer, em 1975. Tinha estado na construção da barragem Cahora Bassa, em Moçambique, e quando regressou queria fazer algo por si próprio.



ponto de partida foi uma fábrica de algodão hidrófilo que se encontrava desativada e em ruínas. Carlos Silva aproveitou as instalações, melhorou-as e começou a sua própria produção. Dois anos depois, um incêndio destruiu tudo o que tinha construído mas, com a ajuda dos fornecedores, voltou a abrir a fábrica e desta vez

com mais motivação.

A pequena empresa começava a crescer e a evoluir naturalmente. Foi então que o administrador decidiu adquirir novos equipamentos e passou a produzir novos produtos: bolas de algodão, algodão Zig-Zag, discos desmaquilhantes, cotonetes e compressas.

A Hidrofer sentiu necessidade de passar para as Certificações ISO 9001 (Qualidade), ISO 14001 (ambiente), ISO 13485 (Dispositivos Médicos), Certificação dos Produtos pela Farmacopeia Europeia). O empenho dos Administradores Carlos Alberto Silva e da esposa Maria Manuela foi fundamental para os próximos passos de notoriedade.



Mais tarde, com o contínuo crescimento da empresa e a falta de espaço de produção existente, foram adquiridas novas instalações onde se encontram a Hidrocotton e a P&C, empresas do grupo Hidrofer. Foi na Hidrocotton que inovaram a produção dos discos desmaquilhantes, através de um investimento de quase 5 milhões de euros para adquirir equipamentos com a finalidade de fazer o cruzamento de fibras por jatos de água.

A empresa não parava de crescer e para uma maior rentabilização, tendo em conta o baixo preço dos produtos, começou a produzir as próprias embalagens de cotonetes e também os sacos plásticos com fio. Para além desta inovação, desenvolveu máquinas para melhorar o portfólio da empresa porque havia necessidade de fabricar certos produtos, mas não havia máquinas próprias no mercado para essas produções.

A participação em Feiras tornou-se fundamental para a Empresa se tornar conhecida Internacionalmente. A qualidade dos produtos e a sua logística foi outra alavancagem para as suas exportações. Nomeadamente para os Países, como Israel, Argélia, Brasil, Marrocos, França, Dinamarca, Reino Unido, Irlanda, Espanha, Itália, Marrocos, Síria, Líbia, Moçambique República Dominicana e Angola.

Os mais recentes investimentos da empresa passam pela transição do plástico para o papel em conjunto com a Certificação de FSC (bastões para papel), continuando com mais um passo para o desenvolvimento das caixas em papel e os bastões das cotonetes também em papel. “Não abandonando o que temos relativamente ao plástico e estando convicto que o plástico irá voltar”, sublinham. Os administradores mostram algum ceticismo em relação ao corte total do plástico nas indústrias, afirmando que no futuro o papel será um problema. Segundo Carlos Silva a inovação para o papel, “deixando o plástico, está um pouco distorcida, sendo que deveria começar na educação e sensibilização para a correta utilização do plástico e tratamento do mesmo.”

Estando sempre na vanguarda com os seus investimentos e continuando com o desenvolvimento de novos Produtos e novas Certificações como as GOTS e SMETA. Continuando a existir uma forte componente de crescimento nas empresas originando novos postos de trabalho e desenvolvimento em Portugal.



Hidrofer S.A.

Rua do Largo, 193 • 4765-080, Carreira - Vila Nova de Famalicão

Tel.: +351 252 900 530 • Fax: +351 252 900 539 • E-mail: hidrofer@hidrofer.com • www.hidrofer.com



# Serviço eficiente, evolução permanente

No mercado desde 2001, a Eletromendanha deve o seu crescimento e prestígio à experiência e visão do seu fundador, José Mendanha Ferreira. Da Eletricidade às Telecomunicações, dos Sistemas de Segurança à Automação, hoje a empresa atua em vários setores, afirmando-se como a escolha acertada para quem procura inovação e excelência.



m Vila Nova de Famalicão, um dos maiores centros industriais de Portugal, são poucas as fábricas que não passaram pelas mãos de José Mendanha Ferreira. “Homem de muito trabalho desde tenra idade”, como é descrito pelos seus filhos, André e Ricardo Ferreira, é a ele que muitas indústrias do concelho devem a sua instalação elétrica.

A Eletromendanha, Lda. nasceu com o nome do seu fundador, José Mendanha Ferreira, e assim se manteve entre 1996 e 2001, quando adotou a designação atual. À medida que as necessidades do mercado se modificavam, a empresa cresceu em dimensão e resposta. Se, até 2008, a maioria dos serviços se centrava na obra e manutenção para o setor industrial e residencial, com a entrada do Eng.º Ricardo Ferreira a empresa implementou nesse ano a ISO 9001:2008, destacando-se, assim, em vários concursos públicos. Da Educação (Porto Business School) à Cultura (Museu Vista Alegre, em Ílhavo), da Saúde (Hospital Lusíadas, em Braga) ao Desporto (Academia de Ginástica, em Guimarães), passando ainda pela Indústria (OM Pharma) e Serviços (Sede da Santa Casa da Misericórdia do Porto), o nome da Eletromendanha é hoje sinónimo de confiança e qualidade.

Com a entrada do Eng.º André Ferreira, em 2012, reformulou-se o modelo de eletrificação e produção de quadros elétricos, sendo atualmente uma empresa autónoma em todo o seu processo. Nesse ano, ao mesmo tempo que fortaleceu o seu know-how no segmento residencial, iniciou o caminho da automação industrial. O Edifício Cofina e o Restaurante Porto Sentido by Chef Cordeiro, no Porto, estão entre alguns dos projetos realizados neste âmbito. Não obstante a diversidade de soluções inovadoras, estes projetos têm em comum a personalização do serviço, à medida do cliente e com a qualidade a que estes técnicos já habituaram o mercado.

Alcançar esta capacidade de resposta só foi possível graças a “um percurso de evolução contínua na área da engenharia”, destaca André Ferreira, salientando que a empresa tem direcionado fortes apostas para a formação dos seus cerca de trinta colaboradores.

Além disso, Ricardo Ferreira destaca o “forte investimento” feito na credibilidade institucional. A Eletromendanha está qualificada pela Empresa Internacional de Certificação no âmbito da Qualidade e obedece à nova norma ISO 9001:2015. Nas palavras do sócio-gerente, estas garantias “trazem qualidade e saber”, aumentando o rigor de cada execução.

Esta empresa de engenharia eletrotécnica diferencia-se pela sua experiência e capacidade de adaptação a qualquer desafio. Isso e, claro, “ambição, curiosidade e muito trabalho”, como realçam os filhos do fundador. E é essa vontade de construir uma empresa cada vez melhor, com respeito pelo passado e gosto pelo desafio, que continuará a alimentar o futuro da Eletromendanha.



Eletromendanha, LDA.

Rua Joaquim Sá Leonardo, 461 - PAV. n.º 2 - Antas - 4760-042 V. N. Famalicão • Tel.: 252 377 105 • Fax: 252 321 274 • E-mail: comercial@mendanha-eng.com

# 20 anos de inovação e excelência, à medida dos desafios

Num mundo em que a automação assume um papel preponderante na competitividade das empresas, a Deltamatic, S.A. apresenta-se como um parceiro fiável na conceção e desenvolvimento de sistemas de automação industrial.

No vasto domínio da automação industrial, falar em inovação é ir mais além do que o 4.0 ou a simples robotização de processos. Para o CEO da Deltamatic, Martingo Pato, e para a sua equipa de 28 profissionais, automação significa “acrescentar valor” e “cumprir todas as expectativas dos clientes”.

Da robótica inteligente à visão artificial, das instalações elétricas ao software industrial, cada solução é desenhada à medida das necessidades. “Somos um alfaiate elétrico”, explica o CEO. Ou seja, com soluções tecnológicas inovadoras, uma equipa especializada e uma visão de “honestidade e transparência”, a empresa responde aos desafios propostos com a seriedade de quem sabe o que faz e como lá chegar.

É em Pindelo, Oliveira de Azeméis, que tudo isto acontece. Ao longo dos anos, a empresa especializou-se na área alimentar, mas a sua atuação é transversal a qualquer indústria, sendo hoje conhecida em todo o país. Numa região de “baixa taxa de desemprego” e com um tecido empresarial “muito competitivo”, Martingo Pato acredita que o futuro se deve construir com a formação adequada de novos especialistas e, claro, “sendo o mais criativo e inovador possível”. Esse é, na verdade, o maior e mais ambicioso projeto da Deltamatic.



## 20 years of innovation and excellence, with tailor-made solutions

In a world where automation has a powerful impact on boosting businesses' competitiveness, Deltamatic has become a reliable partner in the design and development of industrial automation systems.

In the wide field of industrial automation, to be innovative is to go beyond 4.0 or the robotization of production lines. To Deltamatic's CEO, Martingo Pato, and to his team of 28 professionals, automation means “adding value” and “meeting customer expectations”.

From intelligent robotics to artificial vision, from electrical systems to industrial software, each solution is tailored to fit customer's needs. “We are an electrical tailor”, says the CEO. In other words, with cutting-edge solutions, a team of highly skilled experts and a culture of “honesty and transparency”, this company faces any challenge with the headset of those who know what to do and how to do it.

Pindelo, in Oliveira de Azeméis, is where everything happens. Over the years, the company has specialized in the food industry, but it can work on any field, a reason as to why it's known throughout the country. In a region of “low unemployment rates” and “very competitive” businesses, Martingo Pato believes in a future of appropriate training for new specialists and, of course, “to be as creative and inventive as possible”. In fact, this is Deltamatic's biggest and most ambitious project.

**DELTA MATIC**  
AUTOMATED SOLUTIONS

[www.deltamatic.pt](http://www.deltamatic.pt)  
Parque Imodelta, Frações P e Q • 3720-444 Pindelo OAZ  
Telefone: 256 860 030 • E-mail: geral@deltamatic.pt

SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS INOVADORAS

PROJETOS DE EXCELÊNCIA

AJUSTADOS ÀS NECESSIDADES DE CADA CLIENTE



# ECOVIA<sup>DO</sup> RABAÇAL

A Ecovia do Rabaçal criou um novo conceito de Turismo de Natureza no interior profundo do Norte de Portugal. Venha conhecer Valpaços "Passo a passo".



# PORTUGAL

Para os que querem viajar mais tranquilamente, passar menos tempo no veículo e mais tempo nas cidades, conhecer pessoas, receber informações turísticas e descobrir experiências locais, com mais conforto e qualidade diferenciada, a um preço que não é de luxo...

2021 Collection

PARA OS VIAJANTES QUE BUSCAM

**uma viagem mais tranquila**

- ✓ **saídas garantidas** a partir de 2 passageiros
- ✓ **menos** tempo no veículo
- ✓ **mais** tempo nas cidades
- ✓ **menos** passageiros
- ✓ **mais** hotéis centrais
- ✓ **menos** troca de hotéis
- ✓ **menos** fazer e desfazer malas
- ✓ **mais** experiências

**POR UM PREÇO que não é de luxo.**



small GROUPS travelCLUB

pequenos grupos. grandes viagens.



**7** **6**  
DIAS NOITES

**PORTUGAL CORES E SABORES**

por pessoa a partir de

€ **699**

Indicado para o viajante que deseja conhecer um Portugal fascinante, além de Lisboa, sem ter que rodar muitos quilômetros!

**saídas garantidas**  
A PARTIR DE 2 VIAJANTES

**VEÍCULOS DE ALTO PADRÃO COM ATÉ 7 VIAJANTES**



**10** **9**  
DIAS NOITES

**PORTUGAL IMPERDÍVEL**

por pessoa a partir de

€ **1.399**

Indicado para o viajante que deseja conhecer com mais calma e um toque de requinte o melhor de Portugal, incluindo: Lisboa, Fátima, Douro e Porto.

(+351) 214 180 069  
schultz.com.pt

**Schultz** ✈️  
PORTUGAL

Imagens meramente ilustrativas, utilizadas sob licença do Shutterstock.com, de birós de turismo pertinentes às localidades, e/ou de propriedade da Schultz Portugal.