

Valor

MAGAZINE

Mensal
Fevereiro de 2021
nº014
Gratuito

SECRETDEVOTION

Paixão e transparência no mercado imobiliário

Patrícia Magalhães, CEO


Relações bilaterais Portugal-Moçambique
uma história feita de passado, presente e futuro

Arquitetura e Design Sustentável
O futuro é agora

Climatização ecológica
Soluções que respeitam o ambiente

Mulheres de Valor
Empreender no feminino

ColchaoNet
Cuidamos do Seu Descanso

SALDOS  **ATÉ** **S**

60%  

O seu sono merece  *o Melhor Descanso*

30 LOJAS EM TODO O PAÍS

A Maior Rede de Lojas de Descanso em Portugal

www.colchaonet.com

LISBOA - PORTO - BRAGA - SETÚBAL - ALGARVE - C. BRANCO - VISEU - AVEIRO

Campanha válida de 05/01/2021 a 28/02/2021 em produtos seleccionados.



**EMPRESA 100%
PORTUGUESA**

Editorial

O ano de 2021 começou ainda envolto na pandemia de Covid-19.

O país atravessou o seu pior período, no que concerne ao combate ao vírus, com os profissionais de saúde a solicitar o rápido confinamento da população.

Os portugueses obedeceram e, mais uma vez, recolheram a casa. Regressou o teletrabalho, as proibições de circular na via pública por motivos não essenciais e a incerteza, quanto ao futuro pessoal e profissional de cada um.

Mais uma vez, os empresários e empreendedores nacionais, homens e mulheres lutadores e determinados, reinventaram os seus negócios, criaram soluções e recusaram desistir.

São exemplos destes que a Valor Magazine destaca, na sua edição de fevereiro. Empresas de setores tão distintos como o imobiliário, a arquitetura, a climatização, o ensino e a tecnologia resistem e continuam a trabalhar, fazendo frente às dificuldades e adaptando-se às circunstâncias.

Em destaque estarão também as relações bilaterais entre Portugal e Moçambique.

A Valor Magazine está nas bancas e, mais uma vez, preparou uma edição única para si.

Desfrute-a!

VALOR - aquilo que uma coisa vale; importância que se atribui ou reconhece a algo ou alguém; qualidade que desperta admiração por alguém; valia, mérito, préstimo; qualidade de quem pratica atos difíceis, extraordinários ou perigosos; valentia; coragem.

Somos Valor

Somos Valor M A G A Z I N E



Axiz



Embaixada Portuguesa em Moçambique



ACOQ



studium

DESTAQUES

Os artigos que integram esta edição são da responsabilidade dos seus autores, não expressando a opinião do editor. Quaisquer erros ou omissões nos conteúdos não são da responsabilidade do editor, bem como este não se responsabiliza pelos erros, relativos a inserções que sejam da responsabilidade dos anunciantes. A paginação é efetuada de acordo com os interesses editoriais e demais questões técnicas da publicação, sendo que é respeitada a localização obrigatória - e paga - dos anúncios. É proibida a reprodução desta publicação, total ou parcial, por fotocópia, fotografia ou outro meio, sem o consentimento prévio do editor. "O Estatuto Editorial pode ser consultado no nosso facebook e em <https://www.weboost.pt/developer/valormagazine/wp-content/uploads/2019/09/Estatuto-Editorial.pdf>". nosterms do n.º1, art.º17º da Lei n.º2/99 de 13 de janeiro - Lei de Imprensa".

FICHA TÉCNICA : Propriedade e Administração: Sinónimos Breves Unipessoal, Lda | Gerência detentora de 100% do capital social | José Moreira | Sede da Administração, Redação e Edição: Avenida da República, 1622, 7º andar, Frente, sala 19, 4430-193 V.N. Gaia | Telefone Geral: 223 204 952 / 221 143 269 | Email: geral@valormagazine.pt redacao@valormagazine.pt | www.valormagazine.pt | facebook.com/revistavalormagazine | linkedin.com/company/revista-valor-magazine | Impressão: Gráfica Jorge Fernandes, Rua Quinta de Mascarenhas, N9, Vale Fetal 2825-259 Charneca da Caparica | Diretor: José Moreira | Editora: Sara Freixo | Design e Paginação: Rui Fonseca facebook.com/insidejob.communication | Gestores de Comunicação: Fernando Costa, Miguel Machado e Rui Moreira | Fotógrafo de Capa: Diogo Luís | NIF: 515 541 664 | Registo ERC n.º 127356 | ISSN: 2184-6073 Depósito Legal: 462265/19

PORTUGAL CRIATIVO 7
EMPREENDEDORISMO E CRIATIVIDADE FEMININA
07 - Secretdevotion - "Cada vez estou mais apaixonada pelo que faço"
11 - Sara Correia Dental Clinic - A inovação em Medicina Dentária

PORTUGAL CRIATIVO 12
12 - Magnificat Real Estate - "O produto premium tem sempre procura"
14 - WorkplaceCompass - Escritórios flexíveis: soluções à medida de cada um
15 - Altyra Solutions - Desafios únicos, soluções personalizadas

ARQUITETURA E DESIGN SUSTENTÁVEL 16
16 - studium - Visão, paixão e estranheza
18 - The Atelier - "Superarmo-nos é o nosso maior desafio"
20 - DARQ2 - Arquitetura nacional sustentável e inovadora
22 - Mint Interior Design - "O cliente é o centro do projeto"
24 - Unum Arquitetura - "As pessoas estão no centro do pensamento arquitetónico"

MULHERES DE VALOR 26
26 - Light & Store - "As pessoas já reconhecem a importância da iluminação"
28 - Points of You - Ferramenta inovadora para desenvolvimento pessoal
29 - Check In - "A recuperação virá em 2022"

RELAÇÕES BILATERAIS PORTUGAL-MOÇAMBIQUE 30
30 - Embaixada Portuguesa em Moçambique - "O capital humano é o motor do desenvolvimento"
32 - Grupo ETE - "Moçambique é um mercado importante"
35 - CCPM - Moçambique, Portugal e a presidência da União Europeia
37 - Fundação Joaquim Chissano - "A Educação é um fator de estabilidade social"
39 - Grupo Ensinus - Educar em Portugal e Moçambique
41 - Asseco PST - Parceiro na evolução digital da Banca
44 - RSA LP - Uma rede unida pela Língua Portuguesa
46 - Ferpinta - "Distinguimo-nos pela qualidade"

WEBDESIGN 49
49 - Yourbranding - "O online é o futuro"

CONTABILIDADE E FISCALIDADE 50
50 - ACOQ - "Falta valorizar esta atividade"

CLIMATIZAÇÃO ECOLÓGICA - SOLUÇÕES PARA O FUTURO 53
53 - Trane - Soluções de sustentabilidade
54 - Reynaers Aluminium - Soluções de vanguarda
55 - b.market - Soluções AVAC personalizadas
57 - A Casa das Janelas - Soluções tecnológicas e amigas do ambiente

IMOBILIÁRIO 58
58 - Grupo Reis & Figueiredo - "A qualidade do ar é fundamental para a saúde"
60 - Arcada Imobiliário - "No arrendamento não habitacional existem fenómenos interessantes"

MUNICÍPIO BANDEIRA VERDE - ECOXXI 62
62 - C.M. Manteigas - "A preservação ambiental está nos genes dos manteiguenses"

SISTEMA IMUNITÁRIO: A NOSSA DEFESA 65
65 - Ana Sousa - Nutricionista - "Alimentação saudável depende das nossas escolhas"
66 - Sílvia Calero - Nutricionista - "Nutrição Consciente a importância das escolhas"



Soluções logísticas para qualquer parte do mundo

Somos especialistas na construção de soluções logísticas globais.

A nossa experiência e know-how em vários mercados e o facto de pertencermos ao GRUPO ETE, uma referência internacional na economia do mar, permite-nos oferecer aos nossos clientes soluções integradas potenciando o seu negócio e a abertura de portas a novos mercados. Na ETE Logística, os nossos clientes contam ainda com uma rede alargada de agentes que assegura o transporte intermodal e respetiva distribuição de qualquer tipo de mercadoria, em qualquer parte do mundo, com toda a fiabilidade, segurança e rapidez.

ETE Logística. Bridging markets. Boosting business.

www.ete-logistica.pt



60.000
contentores operados



50.000
m² de área de armazenagem



+650.000
kg de carga transportada




ETE LOGÍSTICA

PORTUGAL CRI@TIVO

O tema Portugal Criativo tem como objetivo central dar a conhecer aos leitores exemplos daquilo que de melhor se faz e se desenvolve em Portugal, procurando precisamente contrariar a ideia de “se é bom não está em Portugal ou não é português”.

Cumulativamente, este tema inclui também exemplos de empreendedorismo e de criatividade feminina. Mulheres líderes que, na sua área de atividade, demonstram que o empreendedorismo feminino pode assumir um papel preponderante na sociedade. Exemplos disso são Patrícia Magalhães, CEO da Secretdevotion, e Sara Correia, diretora clínica da Sara Correia Dental Clinic.

Nesta edição, estarão ainda presentes a Magnificat Real Estate, o WorkplaceCompass e a Altyra Solutions.



Patrícia Magalhães fundou a Secretdevotion, uma empresa dedicada ao mercado imobiliário, com particular foco nos imóveis de luxo e, desde então, vive todos os dias o sonho de dirigir uma empresa sua, onde se sente plenamente realizada. Uma entrevista à mulher, empreendedora e empresária Patrícia Magalhães, onde todas as vertentes humanas e profissionais se cruzam, numa complementaridade plena.

Patrícia Magalhães
Fundadora e Consultora Imobiliária

**“CADA VEZ ESTOU
MAIS APAIXONADA PELO QUE FAÇO”**

A quando da última entrevista concedida à Valor Magazine, lembrou o facto de a Secretdevotion ser uma empresa recente que, ainda assim, nunca parou de trabalhar durante a pandemia. Fazendo um balanço de tudo o que vivenciou até aqui, como avalia o comportamento da empresa e a sua relação com o mercado?

Sem dúvida que a Secretdevotion é uma empresa resiliente face às adversidades do mercado e à pandemia. Contudo, continua sempre fiel aos seus clientes e parceiros, dedicada e com os mesmos valores. O ano transato foi de muita alegria e prosperidade, mesmo em tempo de crise, logo a minha relação com o mercado e com os clientes tornou-se mais sólida. Foi nestes momentos de pandemia que criei fortes laços com parceiros e com clientes fantásticos, que perduram até aos dias de hoje.

Como caracterizaria a principal região de atuação da empresa e o tipo de imóveis que angaria?

Inicialmente, a Secretdevotion focou-se apenas no mercado de luxo em Cascais e Lisboa. Como foi transmitido na última entrevista, adaptou-se às necessidades que as pessoas sentiram de procurar novas e maiores habitações e com mais espaço

exterior. Assim, com muita dedicação e esforço, e com o objetivo de ir ao encontro das necessidades dos clientes, saiu da sua zona de conforto e dedicou-se na procura, fora dos centros urbanos, de moradias com espaço exterior a um preço mais competitivo. Continuarei a tentar angariar imóveis mais competitivos e a ajudar a alcançar os sonhos dos meus clientes.

A formação e o trabalho em parceria são dois pontos que salientou como importantes para esta área profissional. Como se posiciona a Secretdevotion no que respeita a estas duas questões?

A Secretdevotion está em constante formação, no sentido de abranger e consolidar áreas que, de uma forma ou outra, estão interligadas com este setor. Para além do exigido, como o Branqueamento de Capitais, nesta fase de pandemia irá aproveitar alguns cursos online que considere pertinentes para o seu exercício. No que respeita às parcerias, continuo a defender que o futuro do imobiliário vai exigir ainda mais inovação, muita partilha e entreaajuda em parcerias. A Secretdevotion tem, neste momento, dois excelentes parceiros onde angariamos em conjunto para maior visibilidade nos portais e possibilidade na venda. Quando a venda se concretiza sabemos que ambos

saímos vencedores e concretizamos sonhos! Confesso que, para tal, é necessário confiar, trabalhar em equipa e existir muita transparência nos negócios.

Ainda considera que, para muitos, a profissão de consultor imobiliário é uma profissão alternativa? O que é necessário fazer para combater isso?

Durante alguns anos, Portugal foi considerado um dos melhores países para se viver e passar férias, logo o número de comerciais e imobiliárias cresceu, no sentido de impulsionar ainda mais o nosso mercado.

Na nossa última entrevista, afirmei que teria de deixar de ser uma profissão alternativa, no sentido em que muitos consultores imobiliários não conseguem obter as formações desejadas, conhecimentos e as certificações exigidas. Não sou moralista ao afirmar que é uma profissão alternativa se eu mesma mudei o rumo na minha carreira profissional e me dediquei a esta setor! Considero, sim, a certificação uma das premissas nesta área. Os comerciais neste setor têm de ser devidamente qualificados, têm de ter perfil e muita, mas muita vontade de “correr” e poder de sacrifício para alcançarem os seus objetivos.





A MULHER E A PROFISSIONAL

O que a fez avançar para um projeto seu? Porquê um projeto na área do imobiliário?

Abricei a área do imobiliário impulsionada por uma querida amiga, também ela ligada a este setor. Convidou-me para trabalhar numa imobiliária, fazendo parte da equipe dela. Após alguma insistência e dizendo que eu tinha o perfil adequado devido ao meu percurso profissional, na vertente do Marketing e Comercial, bem como à minha essência e forma como encaro a vida e novos desafios, decidi abraçar esta área, apaixonando-me de imediato pelo mercado imobiliário. Obrigada, Sofia Amaral! Sem dúvida “desencaminhaste-me” para onde hoje realmente sou feliz.

A Secretdevotion nasceu de um desejo de mudança, após um longo período de trabalho numa outra imobiliária, onde de alguma forma não me sentia feliz e realizada. Tive alguns obstáculos que vieram principalmente do passado, mas os mesmos foram e serão sempre ultrapassados com a maior serenidade e, sem dúvida, após contornados, tornam-me ainda mais forte!

Como sonhadora e apaixonada por tudo a que me dedico, é com um enorme orgulho que vejo a minha empresa e o meu trabalho ser reconhecidos e valorizados pelas minhas competências e profissionalismo. Devido a muita dedicação e trabalho árduo, hoje estou com um dos meus sonhos, a Secretdevotion.

Quais as características que aplica na Secretdevotion e na relação com os clientes que fazem parte da forma de ser da própria Patrícia Magalhães?

A humildade, a dedicação, a paixão, a ética, a atitude, a transparência, a espontaneidade e bastante humor são a chave do empreendedorismo. Tenho consciência de que sou uma comercial um pouco atípica neste setor. As relações com os meus clientes são sempre muito sinceras e extrovertidas. Quando conjugo a

Paixão pelo que faço com as relações com os meus clientes existe um “explodir” das minhas emoções, logo a mensagem que desejo mostrar é facilmente transmitida. O brilho no olhar não engana! Quando somos felizes no que fazemos conseguimos transmitir energia, essa “explosão” de paixão ao próximo. O foco principal neste setor, para além da venda, angariação, tecnologias e outras, centra-se nas relações humanas. São as diferentes relações com os meus clientes que tornam a minha vida profissional cada vez mais desafiante e motivadora. Compete-me também frisar que ao longo deste ano conheci clientes fantásticos que, sem darem conta, através de uma simples palavra, gesto ou ação, fazem de mim uma pessoa ainda mais apaixonada pelo meu trabalho e com vontade de querer fazer mais e melhor. Para além das características acima referidas, não posso deixar de referir que sou uma mulher sonhadora e que não desiste facilmente, o que de alguma forma vai ao encontro do que os meus clientes valorizam.

Enquanto mulher profissional, que evolução nota em si, considerando o tempo de existência deste projeto e o facto de já ter atravessado uma pandemia?

De facto, e considerando que a Secretdevotion tem apenas um ano no mercado e atravessou logo uma pandemia, uma das minhas principais evoluções, enquanto mulher profissional, foi o meu sentimento de resiliência e esperança neste “novo mundo”. Foram momentos que propiciaram forças estratégicas em mim para enfrentar as adversidades. Tal como afirmei na nossa última entrevista, continuei sempre a trabalhar durante o confinamento, mas com uma ausência total de visitas até meados de maio. Adaptei-me de imediato a uma nova realidade, onde fui uma afortunada na concretização de negócios. Mais uma pandemia que enfrento mas estou certa que a irei “contornar” com toda a serenidade e que sem dúvida me tomará numa mulher mais forte, confiante e resiliente.

Na última entrevista que tivemos, antecipava um 2021 com um mercado estável, sobretudo devido à chegada da vacina. Tendo em conta os últimos números relativos às infeções por Covid-19, ainda considera que será assim?

Realmente, a minha projeção para 2021 e as perspetivas para este ano e a médio prazo eram de um mercado mais estável, dependendo da evolução da pandemia, onde a vacina poderia transmitir mais confiança. Infelizmente, vivemos tempos muito críticos e os números são deveras assustadores, devido às variantes da pandemia mas também, em grande parte, à falta de planeamento que o nosso Governo não antecipou.

Estou solidária com todas as medidas do Governo para tentar travar a pandemia e compreendo a necessidade deste novo confinamento, mas o acesso à habitação é tão essencial aos cidadãos que procuram novas habitações e à sobrevivência do imobiliário. Nós, enquanto imobiliárias, neste novo confinamento, não nos é permitido continuar a fazer o nosso trabalho. À semelhança do ano anterior, podemos continuar a trabalhar com marcação, cumprindo todas as regras de segurança e higiene. Não conseguimos funcionar em teletrabalho e em serviço de take-away. Não existe motivo algum para não permitir que o setor imobiliário não continue a fazer o seu trabalho. O Governo não pode esquecer que foi este setor que impulsionou a recuperação económica após a pandemia anterior. Qual o sentido de os bancos continuarem com o crédito à habitação, os peritos continuarem as avaliações, os notários a realizarem escrituras, os construtores a trabalharem se o setor imobiliário, nós que somos o canal de vendas, está parado? Somos nós que ajudamos com os impostos que as pessoas têm de efetuar com a compra de um imóvel. Somos nós que alavancamos a recuperação económica.

Sinceramente, o nosso Governo deveria ponderar e rever a possibilidade do setor imobiliário continuar a trabalhar.

O futuro é tão incerto e sempre em constante alteração e, por vezes, quando menos esperamos, a vida prega-nos partidas. Desta forma, e cada vez mais, vivo o presente como se fosse o último dia da minha vida.



Patrícia Magalhães
Owner

(+351)
96 11 92 553

pmagalhaes@secretdevotion.pt



SECRET
DEVOTION
PROPERTIES
SOLUTIONS

geral@secretdevotion.pt
WWW.SECRETDEVOTION.PT

AMI 17340

SARA CORREIA DENTAL CLINIC

A INOVAÇÃO EM MEDICINA DENTÁRIA

Sara Correia é médica dentista há 16 anos com a sua própria clínica dentária - Sara Correia Dental Clinic, com todas as especialidades desta área médica. Recentemente, complementou os seus serviços com tratamentos de estética e rejuvenescimento facial.



Sara Correia
Médica Dentista e Diretora Clínica

Ser dentista foi sempre o seu objetivo profissional? O que a levou a abrir a sua própria clínica, em 2013?

Sempre pensei em enveredar pela área da Saúde e foi na Medicina Dentária que encontrei a conjugação perfeita ao ajudar quem me procura, aliando saúde, função e estética. Em 2004, adquiri uma policlínica, a Clínica de São Pedro, com várias valências da Medicina e, em 2013, abri a Sara Correia Dental Clinic, mantendo apenas a minha equipa de Medicina Dentária, com todas as especialidades da área, complementando-a, recentemente, com tratamentos de Estética e Rejuvenescimento Facial.

Quais as especialidades médicas disponíveis?

Temos todas as especialidades da Medicina Dentária, desde a Cirurgia e Implantologia Oral à Reabilitação e Estética Dentária, passando pela Periodontologia, Odontopediatria e pela Ortodontia e Ortopedia Dento-facial. Somos Invisalign Provider, ao nível dos alinhadores invisíveis e também um Centro de Branqueamento Dentário da marca Philips Zoom. No último ano, desenvolvemos uma nova marca, a Sara Correia Facial Aesthetics, que reúne os tratamentos mais inovadores da Estética e Rejuvenescimento Facial, como o ácido hialurónico, a toxina botulínica e os bioestimuladores e bioremodeladores de pele.

Muitas pessoas ainda assumem ser difícil ir ao dentista, muitas por medo, outras também pela sua condição financeira. Como é que a Sara Correia Dental Clinic se posiciona relativamente a esta última questão?

Estabelecemos parcerias com empresas na zona que pudessem proporcionar os nossos serviços aos seus colaboradores a um preço mais acessível e protocolámos acordos com seguros de saúde que, no nosso entender, não põem em causa a

qualidade dos nossos planos de tratamento. Por último, trabalhamos com uma empresa intermediária de crédito, adequando assim as expectativas e necessidades de quem nos procura.

Com a chegada da pandemia, as clínicas dentárias tiveram de aumentar a prevenção e medidas de segurança. Quais as inovações presentes na vossa clínica, decorrentes desta necessidade?

Cumprimos escrupulosamente o uso de Equipamentos de Proteção Individuais e investimos em tecnologias complementares, como o uso de aspiradores de aerossóis durante as consultas, a purificação permanente de ar em toda a clínica e a frequente desinfeção profissional do espaço.

A preocupação com o sorriso é cada vez mais evidente, fruto da importância da imagem atualmente. Esta é efetivamente uma área que apresenta grande procura? Sim, mais do que uma intervenção de saúde e de função, as pessoas procuram intervenções cada vez mais estéticas, uma vez que o nosso sorriso está invariavelmente ligado à nossa autoestima e autoconfiança. Por isso, numa reabilitação oral poderemos complementar os serviços de branqueamento dentário, facetas de cerâmica e tratamentos de rejuvenescimento facial, proporcionando o equilíbrio desejado.

Quais os desafios que a Medicina Dentária atravessa e que importa salientar?

O desafio passa por praticarmos cada vez mais uma "Slow Dentistry". Privilegiamos um atendimento personalizado dos nossos pacientes para a obtenção de resultados mais harmoniosos, atingindo desta forma um exigente padrão de qualidade, alicerçado numa aprendizagem constante e nas mais modernas tecnologias.

SARACORREIA
DENTAL CLINIC & FACIAL AESTHETICS



CENTRO DE BRANQUEAMENTO DENTÁRIO



INVISALIGN PROVIDER



IMPLANTOLOGIA E REABILITAÇÃO ORAL



REJUVENESCIMENTO FACIAL



“O PRODUTO PREMIUM TEM SEMPRE PROCURA”

A Magnificat Real Estate é especializada em transações imobiliárias, sobretudo no que respeita ao segmento "prime", bem como em produtos de investimento nacionais. Carla Moniz Soares, CEO, destacou a forma de trabalhar da Magnificat Real Estate e como o mercado se comportará em 2021.

Como definiria a forma de estar no mercado da Magnificat Real Estate? O que a distingue das restantes concorrentes?

Temos por missão promover a intermediação imobiliária, pautada pelos mais elevados padrões de excelência de serviço e onde a transparência é fundamental desde o início até ao fim do negócio. Os nossos serviços são construídos com base na confiança e integridade, o que dá aos nossos clientes, colegas, parceiros e investidores a confiança para trabalhar connosco. O que nos distingue é termos um tratamento personalizado, oferecemos aconselhamento à medida, o que constrói relacionamentos de longo prazo e permite assegurar o apoio para a tomada de decisão relativamente ao imóvel. A Magnificat Real Estate tem quatro pilares que caracterizam a sua forma de estar no mercado e na vida, que são Honestidade, Confiança, Profissionalismo e Acolhimento.

Carla Moniz Soares
CEO

Que avaliação faz do mercado imobiliário, sobretudo das regiões que mais trabalham?

A Magnificat Real Estate presta serviços em todo o país, com mais incidência em Lisboa, Porto, Setúbal e Algarve, tendo também parceria no setor imobiliário no Brasil. Os ativos continuam a ter procura em todo o território, mas de uma forma mais seletiva e contida, sendo uma certeza que investir em ativos imobiliários é uma forma segura de investir. Mesmo com o aparecimento da pandemia, em 2020, o volume de negócios não estagnou. Abrandou, houve uma alteração de foco nos investimentos, o arrendamento dos ativos imobiliários cresceu, principalmente a habitação, dado que os investidores dos alojamentos locais contornaram a situação por falta de turistas e deram preferência ao arrendamento de longa duração. A nível do mercado da habitação de compra e venda, os preços estão inflacionados e mantiveram-se altos, atendendo ao salário mínimo e médio existente em Portugal, mas com os juros baixos e a facilidade de crédito continua a haver bastantes transações e o mercado muito ativo. Todavia continua a haver no mercado uma disparidade entre a procura e a oferta.

Com a pandemia e o fecho das fronteiras anteriormente praticado, a entrada de investidores estrangeiros ficou mais difícil. É possível encontrar em Portugal investidores que mantenham o mercado Premium a funcionar?

Com o surgimento da pandemia, o mercado abrandou nos primeiros meses, porque os investidores não sabiam quais seriam as consequências do seu investimento. Porém, não desistiram de investir em Portugal, porque também surgiram novas oportunidades de investimento atraentes. O produto premium tem sempre procura pois são investidores específicos, que procuram ter um investimento de qualidade e seguro de retorno, quando necessário.

Quais as dificuldades que atualmente se verificam, neste setor?

Estando numa aldeia global, onde a informação é acedida facilmente, os preços dos imóveis inflacionaram por contágio. A presença de estrangeiros em Portugal foi aliciante e os proprietários aumentaram o valor dos seus imóveis, o que pode ser um entrave a mais transações. A diminuição do turismo interno e externo e as restrições ao visto Gold são um obstáculo ao investimento.

"O setor imobiliário continuará a ser um dos motores da economia portuguesa"

Como se adaptaram e inovaram, na vossa forma de trabalhar e de chegar aos clientes, sobretudo tendo em consideração a necessidade de distanciamento social e a redução dos contactos presenciais?

A forma de atuação da Magnificat Real Estate não foi alterada, dado que sempre apostámos num serviço de excelência, mas maioritariamente feito à distância de um clique, poupando tempo ao cliente e investidor e tendo as trocas de ideias e reuniões, quando existem decisões de ambas as partes.

Reforçámos a utilização das plataformas digitais, apoiados por uma equipa profissional de marketing digital, cultivámos uma política de parcerias, desenvolvemos o teletrabalho e estudámos semanalmente o mercado, para oferecer um serviço "chave na mão".

Como considera que será o comportamento do mercado imobiliário nacional, tendo em conta a existência da pandemia, em 2021?

O setor imobiliário está mais preparado para a existência da pandemia em 2021 do que em 2020, pois conseguiu aderir e utilizar mais os serviços em formato digital, o que o tornou mais robusto e eficiente, e o cliente final e o investidor também aceitaram esta inovação. Com o marketing digital, houve redução de custos, o que dá outras opções de investimento na divulgação. O comprador e o proprietário estão mais exigentes, pelo que temos de fazer cada vez mais e melhor. A alteração na legislação referente ao visto Gold vai reduzir algum investimento, que estava dedicado a este nicho de mercado, principalmente nas grandes cidades, mas se as taxas de juro continuarem baixas e a facilidade de crédito se mantiver, os clientes irão ter tendência para comprar casa. Os fundos de investimento continuarão a ter um papel importante, como todas as entidades que ajudam a impulsionar o mercado. Assim, o setor imobiliário continuará a ser um dos motores da economia portuguesa. O mercado vai continuar a crescer, mas moderadamente e a Magnificat Real Estate continuará a focar-se na relação com o cliente, que é prioritária para alcançar o sucesso e realização do cliente e mediador imobiliário e, assim, crescer em número de colaboradores, parcerias e volume de negócios.





Miguel Gomes
CEO

ESCRITÓRIOS FLEXÍVEIS: SOLUÇÕES À MEDIDA DE CADA UM

Miguel Gomes é o CEO da Workplace Compass, uma consultora especializada em espaços de trabalho flexíveis. Com a pandemia, muitos dos espaços ficaram desocupados, mas Miguel Gomes acredita que a partir do terceiro trimestre as empresas poderão voltar a procurar estes espaços flexíveis para congregar as equipas.

Como se posiciona a Workplace Compass no mercado, tendo em consideração a relação com os clientes e as alternativas de espaços que oferece?

A Workplace Compass é uma consultora especializada em Flexible Office Spaces. Trabalhamos com cerca de 85 por cento dos operadores de Coworking e escritórios flexíveis no mercado de Lisboa, mas também estamos no Porto, Madrid e Barcelona. Esta capacidade que temos de trabalhar com todo o tipo de alternativa de espaço de escritório flexível posiciona-nos num patamar de grande valor acrescentado para os clientes que procuram soluções de espaços de trabalho fora da rigidez dos mercados tradicionais de arrendamento. Conhecemos bem a oferta existente no mercado, a flutuação de preços destes e o nível de serviço, conseguindo conceber o target ideal de clientes para cada um desses espaços, o que encurta o tempo que o cliente depende a analisar o mercado.

Que tipo de espaços têm disponíveis? Quais as vantagens de optar por cada um deles?

Lisboa hoje tem um mercado de Flexible Offices bastante desenvolvido, com todo o tipo de oferta, para todo o tipo de cliente, mais flexível, mais nómada, mais conservador e mais vanguardista. Os chamados planos híbridos, de ocupação pontual em planos mensais, é que parecem tardar

em chegar ao mercado nacional como, por exemplo, já chegaram aos nossos vizinhos espanhóis.

Quem são as empresas que mais vos procuram? Existe um determinado setor de atividade, em maior evidência?

Os setores da tecnologia e serviços partilhados são os setores que mais se evidenciam.

Com a chegada da pandemia e do teletrabalho obrigatório, como tem a Workplace Compass inovado, na sua oferta e no seu mercado, para continuar a responder à procura existente?

Temos acompanhado empresas que procuram compromissos menos firmes com o espaço físico, que precisam de espaço para reagrupar as suas equipas de forma a garantir que a motivação e a cultura da empresa não caem por terra. Mas também temos estado ao lado dos operadores de espaços, cuja taxa de ocupação média caiu dos 90 a 100 por cento para os 40 por cento, em alguns casos. Nestes casos, temos tentado ajudar com a nossa leitura diária do mercado, atraindo clientes. Com a redução temporária da procura, temo-nos focado em expandir para outros mercados e contamos estar presentes, até ao final do ano, em, pelo menos, mais quatro ou cinco mercados.

O futuro passa pelo arrendamento de espaços de

escritório ou a digitalização e os escritórios virtuais irão sobrepor-se? Existe já uma tendência?

O que existe hoje é uma impossibilidade legal de ir aos escritórios e, nesse sentido, os escritórios virtuais tiveram um crescimento exponencial. O que se verificou logo após o primeiro período de confinamento foi um desejo forte das empresas voltarem a estar fisicamente com os seus colaboradores, em formatos mais flexíveis. Há uma tendência em desenvolver conceitos menos estritos de arrendamento de escritórios, que significará, a meu ver, uma fusão entre os conceitos de escritório físico e escritório virtual.

Como antecipa o ano de 2021, no que respeita à economia e às tendências no modo de trabalhar?

Acredito que tenhamos duas ou três velocidades, no que respeita à economia e à forma de trabalhar. Uma primeira velocidade, que se traduz na sobrevivência da maioria das empresas, durante o primeiro trimestre; uma segunda velocidade – entre o segundo e terceiro trimestres – que irá depender do plano de vacinação e do índice de confiança das pessoas e das empresas, que as fará regressar aos seus espaços de trabalho e, aí sim, aumentará a procura por espaços de trabalho flexíveis; no quarto trimestre teremos uma terceira velocidade, onde as empresas perspetivarão 2022 e aí haverá um aumento grande da procura por espaços de trabalho.



**workplace
compass**

DESAFIOS ÚNICOS, SOLUÇÕES PERSONALIZADAS

Pedro Alves é o CEO da Altyra Solutions, uma empresa de IT e desenvolvimento de software que se assume ao lado dos clientes, preparada para responder a qualquer necessidade, com soluções criadas à medida de cada um.

Altyra é um parceiro fundamental na evolução das empresas? Sim, a atual realidade do mercado, independentemente do setor de atividade, pressiona as empresas a trabalhar lado a lado com a tecnologia, seja por motivos de diferenciação, otimização ou estruturais. Quando a Altyra acompanha as empresas desde o seu nascimento todo o desenho da arquitetura tecnológica pode ser criado à medida, sem desperdício de recursos. Quando as empresas estão em crescimento têm desafios de organização e de sustentabilidade que podem ser resolvidos através de soluções tecnológicas implementadas pela Altyra.

Como caracteriza a forma de estar no mercado e o relacionamento com os clientes? A Altyra nasceu de desafios colocados pelos clientes, por isso está no seu ADN ajudar as empresas a superar os obstáculos que vão surgindo ao longo do seu caminho, trabalhando sempre lado a lado com o cliente na procura de soluções.

Como são desenvolvidas e apresentadas as soluções ao cliente? Quando o cliente tem muito bem definida a solução que necessita, é desenvolvido um projeto que vai ao encontro do pedido. Nos casos em que o cliente tem um problema e não sabe como o solucionar, através de uma análise exaustiva do negócio apresentamos uma ou várias soluções que possam resolver as dificuldades apresentadas.

Como caracterizaria Portugal no que respeita ao desenvolvimento IT e à aposta das empresas na transformação digital? Portugal esteve muitos anos atrasado comparativamente à maior parte dos países desenvolvidos. Nos últimos anos conseguimos evoluir muito rapidamente e, em muitas áreas dentro da tecnologia, estamos bastante avançados face a países que estavam mais desenvolvidos anteriormente.

A pandemia foi o “impulso que faltava” para que muitas empresas dessem o passo na direção desta transformação digital? Sem dúvida. A pandemia acabou por dar um abanão às empresas que ainda

tinham dúvidas da importância da tecnologia no sucesso dos seus negócios e acabaram por aderir fortemente a este processo.

Como perspectiva o ano 2021?



Penso que será um ano de recuperação, pois temos as políticas expansionistas da Europa, através da injeção de financiamento para as empresas e, por outro lado, se o processo de imunização da população evoluir rapidamente, temos uma ansiedade muito grande de voltar à normalidade, o que poderá despoletar uma aceleração muito rápida do crescimento económico.

Pedro Alves
CEO



altyra
SOLUTIONS

Let's make IT done.

 www.altyra.com  geral@altyra.com  +351 217 217 471



Software
(Desenvolvimento à medida)
Aplicações Mobile
(iOS e Android)
Outsourcing
(Recursos humanos especializados)

VISÃO, PAIXÃO E ESTRANHEZA

Ostudium é um estúdio com um conceito diferenciado, que congrega a prática da Arquitetura e do Design de Comunicação. Com uma metodologia unificada para todos os criativos e uma forma de projetar que o cliente acompanha e valida a cada etapa, este é um estúdio que vive a Arquitetura em pleno, como explicam o arquiteto e cofundador, Sérgio Magalhães e a diretora criativa, Catarina Rodrigues.

Quais as principais vantagens de se reunir, num único espaço, todas estas áreas?

Sérgio Magalhães (S.M.): O que fazemos é um trabalho direto, de um para um, com o cliente. A diversidade de áreas de atuação permite-nos ter um projeto diferenciador e que tem que ver com a vontade de estabilizar uma carreira em torno destas áreas – a área da Arquitetura e do Design de Comunicação – que se ampliam, depois, para as áreas específicas dentro destas. No caso da Arquitetura, temos o Design de Interiores, a Arquitetura e o Desenho de produto, a estabilização de sistemas, de mobiliário... Estas têm sido áreas que ajudam a reconhecer o studium como oferta diferenciadora. No Design de Comunicação, há cada vez mais uma convergência do design impresso com o design digital e uma maior convergência entre o meio físico e o digital.

Fale-me um pouco do seu método estruturalista e do Sistema Metodológico. De que se trata?

S.M.: É simples. É fácil o público confundir criativos, de várias áreas, pois é fácil pensarem que, por serem criativos, dispõem de uma linguagem

própria que lhes permite um entendimento imediato, mas isso não é verdade. Cada criativo tem a sua forma de estar, tem as suas condições de base académica – formação, experiência – e uma das primeiras dificuldades que encontramos foi precisamente como traduzir conceitos entre todos estes criativos, de forma a que a inteligibilidade prevaleça. Se não existir comunicação, nada funciona. Assim, descodificámos as diferentes linguagens e tentámos convergi-las num ponto que fosse compreendido por todos. Daí a criação do sistema metodológico.

Catarina Rodrigues (C.R.): Esta metodologia foi criada por nós. Já tem mais de 10 anos e vai-se adaptando à nossa realidade e à nossa forma de perceber a profissão. Esta metodologia é a nossa guia, através dela conseguimos pôr um arquiteto a comunicar com um designer e depois extravasar isso para o próprio cliente. A forma como nós abordamos o projeto tem muito a ver com estas boas práticas e é o que permite a um grupo de trabalho multidisciplinar conseguir falar a mesma língua. Este sistema metodológico é composto por Manuais de Boas Práticas, Manuais de Ética, Manuais de

Tendências, ou seja, um conjunto de elementos que permite um acompanhamento muito próximo, entre os profissionais de forma autónoma, em grupo e com os clientes.



HBK Spectris Innovation Centre



Portfolio Vinhos
consórcio com Fantoffice

Como se verifica isto nos projetos finais, sobretudo no que respeita ao HBK Spectris Innovation Centre e ao GKN Automotive Business Centre?

C.R.: Nós envolvemos o cliente desde muito cedo na abordagem ao projeto. Ele próprio constrói um briefing e é partir daí que são desenvolvidas as bases de trabalho, essencialmente teóricas – na Arquitetura há muita recolha de informação – que o cliente acompanha e valida connosco, seguindo a nossa metodologia. Por isso é que raramente o cliente fica insatisfeito, acompanha passo a passo o processo, é fácil perceber o seu desenvolvimento. Talvez a maior surpresa, para ele, seja a nossa abordagem crítica, que é um ponto fundamental da nossa estrutura. Nestes dois projetos, o processo foi exatamente esse.

SM.: O projeto da GKN resulta de um concurso privado, no qual participámos por convite e ganhámos. A nossa participação foi feita no consórcio com a Fantoffice, que se tomou num frequente parceiro nos projetos de arquitetura e interiores. Demonstrámos as nossas capacidades diretamente à AICEP. Fomos contratados para gerir e dirigir criativamente, tecnicamente e metodologicamente o projeto. Isto faz a diferença no mercado da Arquitetura em Portugal. Neste projeto em particular, o espaço foi desenhado para o máximo de 300 pessoas, sendo que a equipa foi aumentando à medida da necessidade do cliente.

No caso do projeto da HBK, o objetivo era distinto – foi-nos deixado claro que a equipa era de 100 pessoas, mas o edifício deveria permitir a acomodação de 200, pois esse era o aumento previsto. Assim, na matriz do projeto foi contemplada essa necessidade – deixámos as bases necessárias para a criação de uma mezzanine, de forma a criar um piso superior que permita acomodar mais 100 pessoas. O piso superior será exatamente igual ao rés-do-chão, com as mesmas condições de luminosidade e conforto.

C.R.: Raramente um projeto se foca apenas numa área. O projeto da GKN engloba a área da Arquitetura e do Design Gráfico. É esta envolvimento e sentido crítico, proativo que traz ao cliente uma experiência que ele não teve até então. Por isso criamos relações duradouras e a longo prazo com os clientes.

Esse reconhecimento começa a acontecer de outras formas que não só o cliente, como por exemplo, o nosso projeto HBK foi selecionado pela curadoria da plataforma Archdaily para votação a Building of the Year. Ser um dos projetos finalistas desta edição é algo que muito nos orgulha.

Como projeta o ano de 2021 para o Studium?

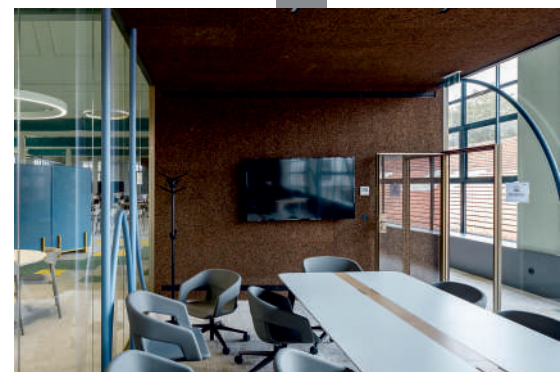
S.M.: Neste momento, temos trabalho até ao primeiro trimestre de 2022. Estamos a contratar, mas na verdade não consigo encontrar quem queira trabalhar. Se conseguisse, poderia ter inclusivamente trabalho assegurado durante mais tempo.

Que avaliação faz do setor da Arquitetura em Portugal?

S.M.: Sou extremamente crítico em relação à academia, pois eu fui formado exatamente da mesma forma que um colega meu e tenho colegas radicalmente diferentes de mim, que vivem no caos, passam uma ideia ao cliente que depois não conseguem materializar, porque não existe organização. A academia deveria centrar-se mais em capacitar aqueles que se distinguem, que são muito bons, dando-lhes as bases técnicas para que sejam ainda melhores, mas atualmente não é o que acontece. A Arquitetura é algo que exige motivação e dedicação. Tem de se viver com a Arquitetura e não a partir dela. É uma profissão de grande exigência.



GKN Automotive Business Centre
consórcio com Fantoffice



Arquitetura : studium . creative studio
Obra : Fantoffice
Fotografias : Ivo Tavares Studio

“SUPERARMO-NOS É O NOSSO MAIOR DESAFIO”

Lara Lucas e Miguel Louro são os responsáveis pelo The Atelier, um projeto que nasceu há seis anos, unindo pessoas apaixonadas por Design e Arquitetura e cujos projectos desenvolvidos estão particularmente focados no mercado do Médio Oriente e Portugal.

Caracterize-me este projeto e aquilo que o distingue, em particular, dos demais concorrentes do setor.

The Atelier nasce em 2015 no Dubai, Emirados Árabes Unidos, com o ideal de ser o ponto de encontro de indivíduos talentosos e com paixão por Design, numa variedade de disciplinas, sem nunca esquecer o impacto e as possibilidades que o bom Design desencadeia no objetivo de melhorar a nossa sociedade. O nosso conhecimento resulta de uma exposição a uma diversidade de projetos em quatro continentes que, em conjunto, já conta com mais de 40 anos, é naturalmente o nosso fator diferenciador. Aliado a uma vontade insaciável de atingir a perfeição e, com isto, proporcionar aos nossos clientes uma experiência enriquecedora. The Atelier desenvolve parcerias privilegiadas que se focam no crescimento individual de cada um, assim como no crescimento dos seus associados, de forma a assegurar que cada projeto realizado seja um sucesso. Através do nosso Design, pretendemos enriquecer a sociedade, ao criar edifícios ou espaços interiores moldados de forma inovadora, com atenção a cada pormenor, avanços tecnológicos, funcionalidade apropriada e ainda com consciência de aspetos ambientais e sociais.

Quais os desafios de trabalhar em projetos de luxo, quer no que respeita a projetos residenciais, quer ao nível da hotelaria, sobretudo em mercados culturalmente distintos do nacional?

O maior desafio que encontramos em mercados do ultraluxuoso, como é o caso do Médio Oriente, é a necessidade constante de nos superarmos. Naturalmente, isto é um pressuposto em qualquer parte do mundo, no entanto, nesta região ganha uma dimensão e contornos exponenciais. Em inglês existe a expressão EST FACTOR – greatEST, biggEST,

bEST... Quer isto dizer que cada cliente, cada projeto e o sucesso do mesmo depende muito deste fator, da capacidade de inovar, de atrair e de declarar sem rodeios as somas avultadas de dinheiro despendidas na concretização de projetos. Superarmo-nos a este nível representa o nosso maior desafio.

Em Portugal, que importância considera que é dada à Arquitetura?

Infelizmente, não é dada importância necessária e merecida. Arquitetos continuam a batalhar o conceito de que são aqueles que “fazem umas coisas bonitas”. A Arquitetura é muito mais do que isso. Passa, por exemplo, pela capacidade de identificar as necessidades de um utilizador e criar um espaço devidamente funcional e apto a responder a este pressuposto básico.

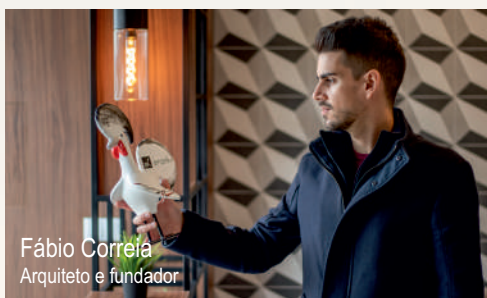
Quais os principais desafios que este setor enfrenta, no que concerne ao mercado nacional?

O mercado nacional, que conta com tantos colegas talentosos, carece de exposição, de experiência e de uma capacidade de dar resposta às necessidades do investidor internacional, que tanto procura o nosso país. Na mesma ótica, é relevante referir que a falta de processos uniformes e simplificados nas autarquias e a falta de objetividade na análise dos mesmos por vezes afasta o investimento.

Como antecipa o ano de 2021?

Um ano de adaptação à nova condição vivida em todo o mundo, que leva à necessidade de evolução no modo como encaramos a Arquitetura, o urbanismo, o planeamento interno, a vivência dos espaços e a própria rotina de cada um.





ENARK: ARQUITETURA INOVADORA

A Enark é uma empresa constituída por uma equipa jovem e empreendedora, dedicada a moradias unifamiliares e plurifamiliares. O arquiteto Fábio Correia, fundador do projeto, falou sobre a importância da criatividade e do uso de bons materiais, aliados à preocupação com a sustentabilidade e o impacto ambiental.

Como caracterizaria a Enark no que respeita à relação que tem com os clientes e à imagem que quer passar para o mercado a cada projeto que faz?

Assumimo-nos como singulares, pois cada projeto é único. Para isso constituímos uma relação cliente-equipa dinâmica e flexível, adequando as ideias / gostos do cliente ao nosso pensamento. Praticamos uma Arquitetura inovadora, que também respeita conceitos básicos como a exposição solar da habitação e o terreno onde a mesma será construída. Disponibilizamos uma oferta ampla de serviços, nomeadamente Arquitetura, Design de Interiores e Construção. Cada projeto de Arquitetura pode incluir caderno de encargos, projeto de execução e modelo 3D da habitação. O objetivo é que a imagem real e final da habitação corresponda na totalidade às imagens inicialmente produzidas em escritório. Para conseguir isso, é imperativo o nosso acompanhamento durante todo o processo de construção da obra.

Têm muitos projetos ligados a moradias unifamiliares e plurifamiliares. Este é o vosso principal mercado?

Sim, o foco do gabinete é o projeto habitacional, pois são projetos com mais procura no nosso mercado. No entanto, também temos desenvolvido outros projetos de utilização comercial e industrial, sendo este também

um mercado a investir. A sustentabilidade, a importância dos materiais naturais e a utilização daqueles que são locais, bem como a redução do impacto ambiental e o bom isolamento térmico e acústico são muito importantes e são aspetos que a Arquitectura deve ter em conta.

Tendo por base o projeto de moradia OF, como solucionaram estas questões?

A moradia OF é um projeto que ultrapassará o meio milhão de euros. Dispõe de quatro suites, uma zona social em open space, com mais de 100 metros quadrados, salão de jogos no piso da cave, uma piscina infinita extensa e uma zona exterior de lazer, que terá churrasqueira e outro salão de jogos. Além disso, existe ainda uma garagem. O cliente queria a garagem num volume à parte da habitação, deste modo foi criada uma pala de ligação, que interliga a garagem com a casa e a casa com a zona de lazer exterior, de forma a tomar todo o desenho mais homogêneo e funcional. Esta será uma casa passiva, ou seja, com uma poupança de energia de 75 por cento relativamente a uma construção tradicional. Esta poupança ocorre através da utilização de caixilharia com vidro triplo, cuja função é impedir ruturas térmicas. O isolamento das paredes, pavimento e cobertura é também muito importante e, por isso, esta casa foi suspensa a 70 centímetros do solo,

utilizando Isolamentos adequados, e as suas paredes e a cobertura isoladas com 10 centímetros de sistema etics, entre muitos outros aspetos que foram considerados. Denota-se essencial, numa fase inicial do projeto, perceber que materiais estão associados a determinada zona. Quando temos núcleos regionais, onde existe um material típico, esse respeito deve existir, pelo que nesta habitação usamos pedra granítica da região. Ela tem um desenho com várias curvas, em resultado da adaptação ao terreno e à exposição solar.

Quais os desafios que o setor da Arquitetura atravessa?

Uma das principais dificuldades é a não uniformização da instrução de processos, uma vez que todas as Câmaras têm instruções de processos diferentes. O desafio seria existir uma plataforma única a nível nacional, de forma a simplificar e acelerar a análise de cada processo.

Como será 2021 para a Enark?

O ano 2020 superou as nossas expectativas. Cumprimos todos os objetivos a que nos propusemos e o feedback dos clientes foi muito positivo. Para 2021 traçamos metas mais ambiciosas, na esperança de corresponder ao crescimento contínuo que a empresa tem apresentado.



enark®

Avenida das pontes nº103 4750-204 Barcelos | www.enark.pt | 910 135 721 / 253 823 192 | email: geral@enark.pt



ARQUITETURA NACIONAL SUSTENTÁVEL E INOVADORA

O arquiteto Francisco Cunhal é apaixonado pela sua profissão. Enquanto diretor da DARQ2 – Arquitetura e Design, acredita que cada projeto é único e que cada edifício deve ter “Alma Própria”, conseguida através de uma conjugação de materiais, texturas e cores. O projeto One Health Research Center, em destaque nesta entrevista, foi desafiante e enriquecedor, sobretudo por ser um edifício único a nível internacional. Vai nascer em Almada, na Margem Sul do Tejo.

Como se caracteriza um espaço com “Alma”?

Um espaço com “Alma” tem identidade própria, é aquele ambiente onde nos sentimos bem, que nos provoca emoções, ou mesmo memórias no seu observador. É sempre diferente de espaço para espaço, porque serão únicos e projetados à imagem do promotor. A preocupação é grande nos detalhes para que se sintam confortáveis e que, se possível, ultrapasse as expectativas, por isso são muito pensados para as diversas propostas distintas.

Os materiais e as cores são também fundamentais para esse bem-estar. Qual a importância dos materiais utilizados na Arquitetura?

Os materiais evoluíram muito, de forma extraordinária, e fazem parte integrante do processo. Através da forma, cor, textura dos materiais escolhidos que transmitem diferentes sons e temperaturas, conseguimos oferecer uma superior amplitude social e estética através de uma Arquitetura que se prende na serenidade, sedução e conforto. Despendemos muito tempo na seleção e

escolha para cada projeto, o que nos obriga a estarmos permanentemente atualizados. As cores afetam a emoção e a razão e os efeitos que cada cor pode ter sobre a cor típica de cada sentimento, como do amor ao ódio, do otimismo à tristeza, da elegância à desarmonia, do belo ao feio, do moderno ao antiquado, do claro ao escuro, não se combinam ao acaso, mas condicionam a materialização da nossa Arquitetura. Usar as cores de maneira bem direcionada significa poupar tempo e esforço, fazendo com que a Arquitetura já não seja mais do mesmo.

Neste momento, a Arquitetura está interligada com várias questões, para além da importância dos materiais, a poupança energética, a sustentabilidade e a diminuição do impacto ambiental. É possível fazer uma boa Arquitetura, mesmo tendo de respeitar todos estes desafios?

A Arquitetura está cada vez mais desafiante e isso também obrigou a fazer uma reflexão sobre o modo de a desenhar. Houve uma fase muito difícil porque a legislação mais rigorosa estabeleceu como prioritária uma insensibilidade de regras e regulamentos na parte tecnológica



das construções. Só depois de todas as especificidades técnicas estarem asseguradas é que o projeto passava para a fase criativa, que ficou comprometida. Felizmente, com a evolução das técnicas e dos equipamentos disponíveis, os engenheiros acompanharam essa evolução e, hoje, já é possível projetarmos um edifício com grande criatividade, onde a questão infraestrutural não se coloca porque existem sempre soluções de engenharia que respondem às necessidades. A sustentabilidade hoje é quase uma obrigação. Isto tem um custo para o promotor, mas cabe-nos explicar que o investimento não pode ser visto como algo para o momento, mas como algo que compensará a longo prazo.

Um dos projetos que conjuga todos os pontos mencionados acima é o do One Health Research Center. Quais as principais características deste projeto?

Este projeto é realmente diferenciador, porque vai muito além da arquitetura. É o próprio conceito do edifício que é inovador. É um projeto que a Universidade Egas Moniz, Cooperativa de Ensino em Ciências Médicas, vai

tomar realidade. É um edifício complexo que conta com diferentes componentes vocacionadas para utilizações específicas. Destacam-se o Hospital Veterinário Escolar de Animais de Companhia, o Hospital Veterinário Escolar de Equinos, Laboratórios de Investigação, Laboratórios de Competências e Simulação Clínica. Este edifício tem mais de seis mil metros quadrados e trata-se de um Centro de Investigação de Ciências Médicas. Foi pensado para a área da Saúde Veterinária, mas também para a área do Ensino e concebido para que lá circulem diariamente 800 pessoas. O One Health Reserch Center é um edifício totalmente inovador, tecnologicamente avançado, com sistema de biossegurança implementado, ecologicamente sustentável e com domótica inteligente que permite o controlo de todo o edifício com elevada eficiência energética. Prevê-se um custo de exploração quase nulo para o aquecimento/arrefecimento das águas e do próprio edifício. As fachadas ventiladas, coberturas vegetais, jardins verticais, aproveitamento das águas pluviais, vidros de baixa emissividade, sistema geotérmico, painéis fotovoltaicos, ajudam ao alto

desempenho. Na gestão de resíduos, destaca-se o sistema de compostagem para transformação em fertilizantes. Foi um projeto que demorou cerca de um ano e meio a executar e terá um valor de obra estimado em 10 milhões de euros.

Em Portugal, já é dada a devida importância à Arquitetura e aos arquitetos nacionais?

Para que a Arquitetura nacional tivesse a devida projeção interna, foi necessário que alguns grandes arquitetos portugueses vencessem os principais prémios de Arquitetura mundial. Além disso, a revogação da lei que permitia aos engenheiros desempenharem a função de arquitetos permitiu que os projetos de Arquitetura regressassem aos arquitetos e, claro, esta área desenvolveu-se e evoluiu. A partir daí, surgiram jovens arquitetos com projetos muito bons, que foram reconhecidos internacionalmente, bem como foram responsáveis por obras internacionais de renome, o que permitiu valorizar a profissão e esta classe de profissionais também internamente.

DARQ2
ARQUITETURA & DESIGN

...por falar em arquitetura,

PEQUENAS
SOLUÇÕES,
GRANDES
PROJETOS.

ARQUITETURA
DESIGN
INTERIORISMO

www.darq2.net
facebook / darq2arquitetura
Rua Castilho, 23 - 3°C
1250 - 067 Lisboa
arq24h@gmail.com
T. (+351) 969 073 791





Teresa Pietra Torres e Madalena Sousa Cabral
Sócias



“O CLIENTE É O CENTRO DO PROJETO”

Madalena Sousa Cabral e Teresa Pietra Torres são sócias no atelier Mint Interior Design. Com uma visão fresca e inovadora dos projetos, a principal preocupação é assegurar que o projeto seja feito para o cliente e para a sua maneira de estar na vida.

Como apresentaria o Mint a quem não o conhece?

Madalena Sousa Cabral (M.S.C.): Falar do atelier Mint é falar de nós. Os nossos valores e o nosso método de trabalho são o nosso cartão de visita. Sabemos que a nossa equipa é a base para o sucesso da nossa empresa e que a nossa missão ou propósito é tornar reais os desejos e sonhos dos nossos clientes, prestar serviços personalizados, dar atenção às suas necessidades, transmitir confiança e profissionalismo.

A relação com os clientes é um fator primordial no vosso trabalho?

Teresa Pietra Torres (T.P.T.): A relação com o cliente é o fator mais importante do nosso atelier. Os projetos são para o cliente e não para nós. Para criarmos um projeto personalizado, falamos primeiro com o cliente, para compreender quais as suas necessidades e desejos. O que tentamos fazer é conjugar o prático com o funcional e com a estética. O projeto deve encaixar na maneira de estar e de viver do cliente.

Como se desenvolve um projeto, desde o momento em que o cliente vos procura até à entrega do espaço?

T.P.T.: Começamos por conhecer o cliente e criar uma relação. Depois, começamos a desenvolver o projeto: fazemos o levantamento do espaço, através de um levantamento de medidas e fotografias e depois

juntamo-nos. Criamos os primeiros esboços e, quando começa a ganhar forma, vamos apresentar ao cliente, para perceber se estamos no caminho certo. Quando o projeto está fechado, passamos à fase de orçamento, encomendas e montagens. Os nossos projetos incluem serviço completo, chave na mão.

Existe um projeto recente, de um restaurante, que representou um desafio particular. Porquê?

M.S.C.: Este projeto foi sem dúvida uma agradável surpresa, não só pelo resultado, mas também pelas pessoas que tivemos o privilégio de conhecer e trabalhar. O restaurante pertence a três sócios, todos eles ligados à área da restauração, portanto com experiência na área e conhecimento das dinâmicas de um restaurante. O conceito principal é ter uma cozinha prática, funcional, onde tudo o que seja cozinhado possa ser levado para casa. O objetivo é que a pessoa tenha uma experiência total: entra, prova os pratos, se quiser leva para casa, ou pode usufruir do take away e delivery que serão lançados aquando da abertura do restaurante. A decoração devia fazer parte integrante deste ciclo, sabíamos que queríamos uma decoração harmoniosa e sem exageros, que proporcionasse uma experiência, não só através da cozinha, mas pela história que contamos com cada peça. Essa história é contada através de materiais naturais e trabalho artesanal – da vida dos animais no campo ao pincel de uma artista, e desmistificamos o conceito dos jardins da rua e na terra,

para o teto e dentro de cestos. Ligamos o bunho (feito por artesão local), ao esparto (material tradicional feito em Espanha), à pintura (artista local) e à almofada feita nos teares de Monsaraz. Juntamos as madeiras ao mármore, ao ferro e aos candeeiros feitos à mão.

Como é que a pandemia e as novas funcionalidades das habitações alteraram o vosso trabalho?

T.P.T.: Quando nos apercebemos desta nova maneira de estar, achámos que faria sentido lançarmos projetos online, que tiveram grande aceitação. As pessoas recorriam a nós para as ajudarmos a transformar um espaço de convívio num espaço de trabalho ou para pedir ideias de como tornar a casa mais confortável. O processo é simples: continuamos a ter as primeiras reuniões com o cliente, online, o cliente fornece as fotografias e as medidas do espaço e nós desenvolvemos o projeto. As encomendas e as montagens são feitas pelo cliente.

Quais serão as tendências para 2021?

M.S.C.: A maior tendência será o que é prático e funcional. Acredito que falemos muito de design de conforto, dos espaços multifuncionais, ambientes calmos, bem organizados, com tons claros e muitas plantas. Os espaços exteriores e a luz serão elementos muito valorizados.

“OS EDIFÍCIOS DEVEM SER PENSADOS PARA OS UTILIZADORES”

A A77 desenvolve projetos arquitetónicos especializados, na área da Saúde e no setor social. O arquiteto Octávio Lourenço, diretor de projeto, destacou, em entrevista, dois projetos que estão prestes a iniciar atividade – o CIDIFAD e o Bloco Operatório de Serpa.

Octávio Lourenço
Diretor de Projeto

Como caracteriza a A77, sobretudo tendo em conta o trabalho que desenvolve?

Temos, há alguns anos, um papel relevante na área da Saúde. Inicialmente, trabalhávamos essencialmente na fiscalização e gestão de obra, mas a partir de 2014 apostámos nos projetos de edifícios ligados à Saúde e ao Setor Social, como residências séniores e instituições que respondem a diversas necessidades da população idosa. Desde que nos especializámos nestas áreas, demarcámo-nos como uma empresa cujo papel será importante na inovação e na conceção deste tipo de espaços.

No vosso site, referem a expressão “Arquitetura para todos”. O que significa isso?

Um projeto deve ter em conta os funcionários e os utentes. No fundo, são estes dois grupos que irão utilizar o edifício todos os dias e é para eles que ele tem de ser confortável e acessível, pois não podemos esquecer-nos de que muitos idosos já estão fragilizados pela idade e, muitos deles, também pela doença. Por esta razão, aspetos como a escolha de cores, dos materiais, o posicionamento das janelas e mesmo a orientação solar do edifício são fundamentais. É nestes detalhes que queremos deixar a nossa marca, porque temos noção que isto deve ser pensado desde o início da conceção dos espaços.

Existem dois projetos – o CIDIFAD e o Bloco Operatório de Serpa – que estão prestes a entrar em funcionamento. Que características das que descreveu

anteriormente estão presentes nestes edifícios?

É muito importante escolher com cuidado os materiais. Os materiais de fachada são essenciais, não só pela durabilidade, mas pelo conforto térmico e acústico. Houve também cuidado na escolha da orientação solar, na dimensão e na forma dos vãos. Privilegiámos o sombreamento exterior, com estores orientáveis. Em termos acústicos, o Bloco Operatório de Serpa está organizado de forma a ter as áreas técnicas num volume quase destacado do edifício. No caso do CIDIFAD, que é um complexo desenhado para pessoas com demência, houve esse cuidado na conceção desde o início. A SCM Riba de Ave e o ICBAS ajudaram-nos, desde o início da conceção, a perceber o que seria mais importante para pessoas com demência. Por exemplo, só existem quartos individuais, tendo em conta que as pessoas com demência não têm tendência para cultivar relações de amizade com colegas de quarto, os quartos são o mais semelhante possível com o quarto de uma casa – as pessoas podem trazer os seus bens e fotografias e as cores e os materiais são aproximados ao que seria um quarto pessoal. Os espaços comuns têm cores diferentes, para se destacarem do espaço privado. Ainda não há muitas certezas sobre as reações destas pessoas a estes estímulos, mas efetivamente tudo naquele edifício foi pensado para elas.

Sendo Portugal um país de população envelhecida, cada vez há mais margem para quem quer investir neste setor. Tal pode representar uma oportunidade de renovação deste edificado?

Penso que sim, sobretudo porque as IPSS sofrem de



problemas de escala e carecem de gestão profissional. Devido ao facto de este ser um setor com gestão apertada, o investimento tem sido baixo, mas isso tem de mudar, até porque o parque edificado é antigo e a nova geração de idosos tem padrões de vida diferentes dos idosos atuais. Têm outras expectativas e esperam locais com outras características.



Miguel Ibraim da Rocha
Arquiteto

“AS PESSOAS ESTÃO NO CENTRO DO PENSAMENTO ARQUITETÔNICO”

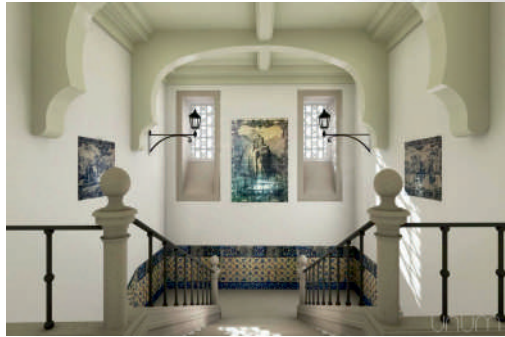
Miguel Ibraim da Rocha é o fundador e coordenador do atelier Unum Arquitetura, onde a Arquitetura é vista como um instrumento atuante no modo de vida de uma sociedade. Consciente da importância do edificado para a vida humana, este foi o tópico principal para uma entrevista onde se destacam também projetos em curso.

“A Arquitetura é um instrumento atuante no modo de vida de uma sociedade”. De facto, a Arquitetura está intrincada na vivência diária de cada indivíduo e dos espaços que frequenta?

A Arquitetura acompanha a evolução da nossa civilização. Desde tempos ancestrais, o arquiteto procura encontrar as melhores respostas às necessidades da vivência humana nas suas múltiplas atividades, desde o habitar, ao trabalhar ou ao lazer. Por esse motivo, as pessoas têm estado no centro do pensamento arquitetónico, na medida em que os edifícios são para sua apropriação. São elas que os vão usar individualmente ou coletivamente e por isso a minha crença em que um edifício é sempre muito mais que uma boa resposta formal ou funcional a um determinado programa.

Qual a importância dos materiais, atualmente, não só para o correto isolamento do espaço, como para a sua preservação?

A materialidade e os sistemas construtivos são figura central para o sucesso da preservação dos edifícios, nomeadamente na impermeabilização e isolamento térmico e acústico, mas também na adoção da inovação industrial, que está a transformar todo o setor numa atividade simultaneamente mais produtiva, eficaz, segura e amiga do ambiente. Os arquitetos são convidados a participar ativamente nos processos de desenvolvimento e incorporação destas novas tecnologias no exercício de projeto e construção, introduzindo não apenas fatores de design mais apelativos, mas tecnologicamente mais evoluídos, num objetivo de eficácia construtiva e eficiência energética. Esta transformação obriga o arquiteto a repensar a utilização dos materiais de construção e a sua aplicabilidade no desenvolvimento urbano e isso altera a forma de pensar o projeto e também a própria forma como vivemos o espaço construído.



Com a chegada da pandemia e o confinamento, o tempo passado em casa aumentou. Que influência isso teve na arquitetura residencial?

A Covid-19 veio transformar a nossa forma de viver dentro dos espaços construídos, afetando a nossa experiência coletiva de permanecer por longos períodos de tempo em confinamento dentro de casa, sendo esta agora apropriada como o elemento arquitetónico de maior segurança para a saúde, o que de imediato tende a influenciar um “novo” pensamento arquitetónico, por exemplo, imaginando como seria viver num determinado espaço por vários meses, alterando mesmo o tipo de vivência, pois o espaço de habitação familiar pode transformar-se num espaço de múltiplas apropriações vivenciais.

Que projetos destacaria, como exemplos do trabalho levado a cabo pela Unum?

Evidencio a futura “Casa da Democracia Local de Valongo”. Associando temas como a identidade, transparência e a multifuncionalidade, este edifício terá a praça em frente e irá desenhar a forma de uma trilóbite. Conterá as histórias de Valongo e suas marcas identitárias. Trata-se de um espaço multifuncional que irá da Cultura à Educação, passando pela Arte e pela Cidadania. Será um edifício disruptivo na forma e nas funções, evidenciando a identidade mais antiga do território em que se insere. Numa lógica de reabilitação, poderíamos destacar o “Convento de Santo Antão-o-Velho”, vulgarmente chamado de “O Coleginho” em Lisboa. O tema do projeto é a devolução da autenticidade ao elemento de elevado valor arquitetónico já construído. O projeto de reabilitação do Convento de Santo Antão-o-Velho procura transformar o edificado num espaço de encontro, convívio, conhecimento, partilha e apoio. A proposta tem como objetivo, promover o diálogo intercultural e inter-religioso, dinamizar a aproximação de pessoas, desenvolver novas atividades culturais e sociais no bairro da Mouraria e acolher um novo centro de turismo local. No setor imobiliário, destaco o

projeto “Cais das Pedras” que introduz uma reinterpretação construtiva da fachada, numa zona histórica do Porto, mas que mantém a autenticidade do elemento construído.

Quais as obstáculos do setor que urge resolver?

O principal desafio que se apresenta ao setor é a constante necessidade de luta pela afirmação e valorização da profissão de arquiteto na sociedade portuguesa, bem como a necessária simplificação dos processos administrativos de licenciamento.

Como antecipa o ano de 2021, no que respeita a projetos a desenvolver?

A UNUM inicia 2021 com vários projetos imobiliários e projetando duas unidades hoteleiras, em Matosinhos e no Porto. Tais projetos antecipam um ano importante, quer na consolidação empresarial, quer na afirmação da marca UNUM enquanto gabinete de Arquitetura que assenta o seu trabalho sempre num fundamento de estudo árduo e contínuo acerca de como o objeto arquitetónico pode influenciar o comportamento humano e o meio que o envolve.

“AS PESSOAS JÁ RECONHECEM A IMPORTÂNCIA DA ILUMINAÇÃO”

A Light & Store está nas mãos de Márcia Costa desde 2019. Formada em Design de Interiores e apaixonada por projetos iluminação, a diretora desta empresa, cujo core business passa pelo “do it yourself” e pela aposta em luminárias diferenciadas, assume que, apesar das dificuldades, o fundamental é nunca desistir. Para 2021, a aposta passa pelo crescimento – físico e digital.

Como foi o seu percurso até se tornar manager da empresa?

Sou designer de interiores e, em 2009, fui convidada para trabalhar numa empresa de iluminação muito conceituada, onde fiz projetos de iluminação muito interessantes. Foi aí que comecei a interessar-me pela área da Iluminação. Em 2013, entrei na Light & Store e dediquei-me, em conjunto com quem geria a empresa, a divulgar as lâmpadas LED, que eram relativamente novas. Entretanto, tornámo-nos representantes de algumas marcas e uma delas tinha um artigo que era um lego com luz. Na época, fez sucesso e foi o que nos levou a apostar em peças alternativas. Abrimos um corner no Príncipe Real e apostámos sempre em artigos originais. Éramos diferentes de qualquer outra loja de iluminação, tínhamos produtos muito originais e, para mais, vendíamos os componentes todos em separado. Ganhámos mais visibilidade graças a essa diferenciação. Em 2017, abrimos a loja em Campo de Ourique, onde ainda estamos, e, em 2019, a empresa tomou-se minha. Em 2020, surgiu a pandemia, o que me fez despertar para outras soluções, além da loja física: apostei muito no



Márcia Costa
Diretora

site e na comunicação nas redes sociais. Considero que é fundamental comunicar que nunca parámos de trabalhar.

No caso da iluminação, é possível desenvolver projetos totalmente online?

É completamente possível fazer um projeto à distância. Através de videoconferência, podemos conhecer a pessoa e através de uma planta de arquitetura podemos identificar os pontos de luz. Se tivermos uma referência daquilo que a pessoa gosta – através de umas fotos ou de uma indicação específica do que se trata – conseguimos desenvolver um orçamento à medida de cada projeto. Aliás, é o que temos estado a fazer - apresentar orçamentos a pessoas que não conhecemos. O site está a chegar às pessoas e sinto que, cada vez mais, as pessoas já não têm medo de comprar online. Faço questão de passar a informação de que somos pessoas, reais. Estamos deste lado, atendemos telefones e respondemos aos emails. É até engraçado quando alguém vem levantar uma encomenda e nos conhecemos pessoalmente, depois de já termos conhecido aquela pessoa online.



Quais são as principais novidades no setor da Iluminação, quer em termos de Design, quer pelo lado da poupança energética?

O LED continua a evoluir e há sempre novidades. Para além da poupança energética, estas lâmpadas têm uma duração de vida muito superior – uma garantia de dois a cinco anos, alguns produtos com 10 anos de garantia – o que passa muita segurança a quem adquire estes produtos. Neste momento, parece-me que a grande tendência é a iluminação inteligente. É algo que ainda há muito que explorar, mas já existem muitos clientes à procura deste tipo de iluminação, que permite que, através de uma aplicação, se ligue uma determinada luz a uma determinada hora do dia... é perfeitamente possível programar toda a energia e iluminação através de uma aplicação. Além disso, existem ainda as lâmpadas RGB, que são lâmpadas que permitem adicionar cor à luz e servem sobretudo para luz ambiente /decorativa.

E continuam a apostar nos acessórios?

O que se destaca no nosso conceito é precisamente o “Do it yourself”, o que significa que qualquer cliente pode fazer uma luminária ao seu gosto, por isso temos todos os componentes necessários à montagem de um candeeiro. O nosso maior stock são mesmo os componentes.

Com esta questão pandémica, o vosso mercado mudou?

O facto de a loja estar aberta ao público convida muitos clientes particulares a entrar. Todavia, o que ajudou a complementar as contas de 2020 foi o facto de as obras não terem parado. Isso permitiu que clientes profissionais – arquitetos, designers, construtores civis – recorressem aos nossos serviços para completar as obras em curso. Por esse motivo, o objetivo para este ano é angariar mais projetos de maior dimensão. Eu, enquanto lighting designer, quero voltar a fazer projetos de iluminação, por isso é essencial apostar nesse sentido!

Ao longo deste tempo, e com a experiência adquirida com a profissão, que mudanças nota em si, enquanto mulher e profissional?

Sou mais ou menos a mesma, mas muito mais exigente comigo mesma. Sempre fui muito dedicada ao trabalho e foi isso, aliás, que me fez ficar com esta empresa. A juntar à dedicação, gosto de ter uma relação próxima com o cliente e tento que isso passe para a minha equipa. Costo que a Light & Store construa uma relação com os clientes profissional, dedicada, divertida, alegre, simpática e próxima. Ao longo do tempo em que estou à frente da empresa, percebi que o importante é nunca baixar os braços.

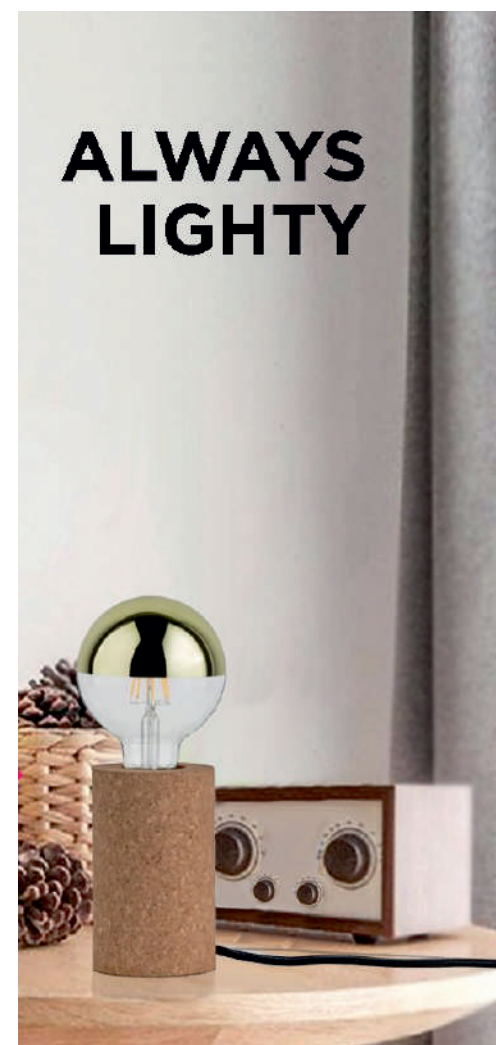
Em termos de tendências, quais são as novidades no que respeita a iluminação, sobretudo dada a presença das pessoas em casa e a multifuncionalidade dos espaços?

Além das lâmpadas inteligentes, as pessoas procuram luzes para criar um ambiente confortável em casa. Dado

que a maioria da população passa, agora, muito tempo em casa, e a habitação é também o local de trabalho, a luz deve adaptar-se à função que desempenha – uma luz para trabalhar não é a mesma que necessitamos para um momento de descontração. Cada vez mais, as pessoas reconhecem a importância da iluminação numa habitação, o que é ótimo.

Qual o futuro que ambiciona para a Light & Store?

Queremos uma loja maior, para poder ter mais stock e mais produtos de iluminação em exposição. Além disso, quero conseguir dedicar-me ao Departamento de Projetos, para fazer projetos de iluminação e continuar a apostar fortemente no site e nas vendas online.



LIGHT&STORE

Site: light-e-store.com

Rua Saraiva de Carvalho 209B, Lisboa | Telf: 210 987 203 / 915 227 406 | geral@light-e-store.com

  @lightestore



Núria Mendoza
Country Leader

FERRAMENTA INOVADORA PARA DESENVOLVIMENTO PESSOAL

Núria Mendoza é country leader da Points of You® Portugal e representa a sua metodologia única que potencia o desenvolvimento pessoal e uma comunicação mais efetiva com os outros, através de uma abordagem integrativa, projetiva e vivencial.

Fale-me um pouco da Núria, sobretudo relativamente ao seu percurso profissional. Como conheceu a Points of You®?

Tenho formação académica na área da Psicologia, mas apesar de a paixão pelo desenvolvimento humano estar desde sempre presente na minha vida, não quis exercer Psicologia. Dediquei-me à área de recursos humanos e de desenvolvimento de competências. É um percurso longo, já estou nesta área há mais de 20 anos. Em 2017 criei a minha própria empresa – a Meraqi – que trabalha nas áreas de coaching, formação, consultoria e desenvolvimento humano e, a partir daí, senti necessidade de procurar alguma diferenciação. Queria fazer o meu trabalho de uma forma mais impactante e lúdico-pedagógica. Foi assim que descobri a Points of You®, em 2018. Fui à Polónia para fazer a formação e adquirir as ferramentas da metodologia e, quando percebi o potencial que estava por detrás dessa ferramenta, cheguei à conclusão que seria interessante trazê-la para Portugal. Esta metodologia existe desde 2006. Estamos presentes de Norte a Sul de Portugal e ilhas, com uma equipa de mais de 300 pessoas. Até à data temos tido excelentes resultados.

Caracterize-me a Points of You® e a sua diferenciação, relativamente à metodologia utilizada.

É uma abordagem integrativa, projetiva e vivencial que se baseia no trabalho reflexivo de imagens e palavras. A imagem estimula o lado direito do

cérebro, componente criativa e imaginativa, e a palavra estimula o lado esquerdo do cérebro, componente racional e estruturada. A integração destas duas áreas cerebrais é conseguida através de quatro ferramentas que utilizam arquétipos e metáforas como estímulo de reflexão. A metodologia integra várias áreas de saber numa abordagem única, comportando quatro etapas (pausa, expansão, foco e ação) presentes em cada sessão, individual ou de grupo – a primeira é a “pausa”, o momento em que desligamos de tudo o resto e nos preparamos para a experiência que vamos ter. Depois, vem a “expansão”, que é o processo de trabalho, com as imagens e as palavras, seguido do “foco”, onde analisamos e retiramos o melhor daquela sessão e por fim a “ação” na qual se define um plano que permitirá materializar o conhecimento, insights ou reflexões que surgiram na sessão.

Quem são as pessoas que mais a procuram e por que motivos?

Existe o segmento corporate, das PME's às grandes empresas - que procuram nesta metodologia uma forma diferenciadora de realização de workshops, formações e teambuildings. Tenho também muita procura por parte de profissionais ligados ao desenvolvimento humano – psicólogos, terapeutas, formadores, educadores. Depois existem aquelas pessoas que procuram conhecer-se a si mesmas, criar maior empatia com os outros e consigo e recorrem

aos nossos workshops online e sessões individuais. Quem experimenta fideliza, pois percebe o potencial da ferramenta.

Como mudou a Núria, enquanto mulher e profissional?

A Points of You® permitiu-me desenvolver competências latentes, que eu desconhecia, e elevar minha autoconsciência. Além disso, permitiu-me aprender que o facto de eu estar certa não faz com que o outro esteja errado – é apenas um ponto de vista.



O que lhe diz esta imagem do jogo The Coaching Game sobre o impacto da nova realidade nas suas relações?



“A RECUPERAÇÃO VIRÁ EM 2022”

Maria Paula Lima
Manager

Maria Paula Lima fundou a Check In há 22 anos. Foi a primeira agência de viagens a abrir na Parede e foi um sucesso. Especializada em viagens corporate e tailor made, viu o negócio parar aquando da pandemia, mas Maria Paula Lima acredita que o “pior já passou”.

Como foi o seu percurso profissional até se tornar manager da Check In?

Quando terminei o secundário e estava prestes a entrar na faculdade, estava muito indecisa sobre que curso iria seguir. Acabei por escolher Turismo, um curso novo na época, que acabou por se tornar uma paixão, particularmente no que respeita às viagens para o exterior do país. Por esse motivo, quando iniciei a minha atividade profissional, optei pela área do outgoing. Comecei por organizar programas de viagens para o estrangeiro e percebi que gostava particularmente da área de corporate. Foi nesta área que construí a maior parte da minha carteira de clientes. Há 22 anos, decidi abrir uma agência própria. Já era mãe e os meus filhos eram pequenos. Queria trabalhar mais perto de casa e avancei para a abertura da Check In, na Parede. Foi a primeira agência de viagens a abrir nesta localidade e foi um sucesso desde o primeiro dia.

Que avaliação faz da evolução da Check In desde a sua criação?

A abertura desta agência foi uma surpresa. As pessoas perceberam que não precisavam de ir a Lisboa, pois tínhamos todo o tipo de viagens e de pacotes disponíveis. Além disso, havia a experiência e a segurança que passávamos. A carteira de clientes cresceu, inclusivamente na área do lazer, pois

também organizava esse tipo de viagens para os meus clientes do corporate. Aos poucos, a Check In especializou-se em viagens tailor made - viagens à medida.

Como tem sido lidar com a pandemia, neste setor?

Logo que a pandemia surgiu, os desafios passaram por conseguir repatriar as pessoas que estavam noutros países. Havia ainda que cancelar e reagendar as viagens programadas que não iriam acontecer, devido ao fecho de fronteiras. No fim deste trabalho, chegou a tristeza de não podermos fazer mais nada. O período difícil é o da espera. Neste momento, as viagens estão em suspenso. A questão económica também tem sido complicada, pois a faturação é mínima, mas acabámos por apostar na divulgação de espaços de alojamento local e opções de férias diferenciadas, dentro do país, para nos reinventarmos.

Qual a avaliação que faz dos apoios que o Governo concede a este setor?

Acredito que o setor do Turismo vai conseguir sobreviver e continuar a ajudar o país, mas à custa do esforço dos empresários do setor e suas equipas. O maior problema dos apoios é o tempo que estes demoram a chegar a quem deles precisa. Enquanto o processo se desenrola, temos de assumir pagamentos periódicos de contas fixas e de salários.

Pretendíamos apoios a fundo perdido, pois as facilidades em créditos bancários obrigam a maior endividamento.

Enquanto empresária, qual a expectativa para este ano?

As pessoas ainda têm medo de viajar e a oferta disponível está longe de ser a que era. Nós temos reservas, sobretudo de clientes com viagens tailor made que tiveram de as adiar em 2020 e que procuram fazê-las em 2021, mas ainda não é fácil. Contamos que o segundo semestre seja mais animado, com algumas viagens de lua-de-mel e “escapadinhas” pela Europa. O fluxo turístico de pessoas que viajam por lazer só regressará em 2022.

Como lhe parece que o mercado vê as mulheres, sobretudo em posições de liderança?

Ainda existe o estigma de que a mulher, por ter de se ocupar também da família, não pode entregar-se à carreira, como o homem. Eu acredito que, quando há determinação, a mulher tem mesmo vantagem, devido à sua capacidade de gestão e organização. Os cargos de liderança estão ao alcance de mulheres e homens e o que deveria determinar essa escolha deveria ser a qualificação, o desempenho e as provas dadas, e não um estigma.



“O CAPITAL HUMANO É O MOTOR DO DESENVOLVIMENTO”

Maria Amélia Paiva
Embaixadora de Portugal em Moçambique

A relação entre Portugal e Moçambique tem muitos anos de história e ambos os países estão ligados por laços culturais, sociais, económicos e políticos. A Embaixadora de Portugal em Moçambique, Maria Amélia Paiva, destacou, nesta entrevista, os principais Setores onde a colaboração portuguesa com Moçambique mais sobressai.

Qual a importância de Portugal e Moçambique, respetivamente um para o outro, no contexto de relações bilaterais e internacionais?

Numa relação que é histórica, mas que se caracteriza por uma enorme diversidade, as relações são animadas pelas sólidas ligações culturais, económicas e políticas e são extensíveis aos vários níveis das sociedades dos dois países. Assim, essa importância, que não se mede em números ou estatísticas comerciais, é de facto muito significativa, quer do ponto de vista bilateral, quer na qualidade de membros da CPLP e de várias outras organizações internacionais, sendo que também nessas sedes as relações de cooperação são estreitas e solidárias. O principal instrumento de cooperação bilateral é o Programa Estratégico de Cooperação (PEC), que estabelece as prioridades setoriais, os principais programas e projetos e o pacote financeiro alocado para a respetiva implementação que, tendo um horizonte temporal de cinco anos, se encontra no seu último ano de implementação.

Moçambique é um país com várias áreas em desenvolvimento, nomeadamente a nível da formação profissional e da criação e instalação de empresas. Portugal é um bom investidor em Moçambique?

Mesmo falando em causa própria, creio que as empresas portuguesas são boas investidoras por duas razões principais: o investimento português é um importante criador de emprego, destacando-se face a outros investidores estrangeiros, e pela aposta na formação (estágios e concessão Bolsas de Estudo), contribuindo para a capacitação e valorização dos trabalhadores moçambicanos e do seu tecido empresarial, em múltiplos setores de atividade. Acredito que a presença das empresas portuguesas em Moçambique tem, por essas razões, sido benéfica para a economia e o desenvolvimento do país.

No que respeita à Educação, existem inclusivamente programas e acordos que agilizam a vinda de jovens estudantes moçambicanos para Portugal, com o fim de se formarem no Ensino Superior. Qual a importância que estes programas têm, verdadeiramente, em Moçambique?

O capital humano é o verdadeiro motor do desenvolvimento. Muitos dos jovens que escolhem Portugal para estudar têm beneficiado de bolsas de estudo do Estado Português. Trata-se de uma aposta no aperfeiçoamento de capacidades, conhecimentos e competências técnicas orientadas para o mercado de trabalho moçambicano, contribuindo deste modo para o progresso do país. Do Programa de Bolsas de Estudo da Cooperação Portuguesa em Moçambique, destacam-se as Bolsas para o Ensino Superior em Portugal, que abrangem anualmente 54 bolsas (40 Licenciaturas, oito Mestrados e seis Doutoramentos). O Programa contempla ainda 25 Bolsas de Estudo para o Ensino Superior em Moçambique e 23 para o Ensino Secundário, na Escola Portuguesa de Moçambique. No âmbito do projeto PROCULTURA foram ainda atribuídas três bolsas de Licenciatura e quatro de Mestrado nas áreas da música e artes cénicas para o Ensino Superior em Portugal. Adicionalmente, nos últimos anos uma média anual de mais de 300 jovens moçambicanos concorreram para o Ensino Superior em Portugal, através do Regime Especial - Estudantes Nacionais dos PALOP. Face à sua importância e enorme potencial, este Programa continuará a ser uma aposta de sucesso da colaboração entre o Estado português e as autoridades moçambicanas.

Quais os principais desafios que a cooperação internacional enfrenta, atualmente?

Em tempo de pandemia Covid-19, esse é claramente o primeiro desafio a ultrapassar – e a resposta só pode ser a solidariedade internacional na vertente da Saúde, mas não só. Portugal têm-no demonstrado com os países da CPLP, sendo que no caso de Moçambique o tem vindo a fazer de diversas formas – num total de cerca de 6 milhões de euros no ano de 2020, nos quais se incluíram apoios ao setor da Saúde,

mas também às PME's, através do Fundo Empresarial da Cooperação Portuguesa (FECOP). Há vários outros desafios, mas destacaria os que decorrem das mudanças climáticas. Moçambique tem sofrido bastante com fenómenos climáticos extremos. As respostas a estas catástrofes, quer da parte de Portugal, quer da U.E e da comunidade internacional, têm mostrado de forma muito concreta a nossa grande disponibilidade para apoiar Moçambique, e em particular o Norte do país nas vertentes da assistência humanitária, do desenvolvimento e da cooperação no domínio da segurança. Entre outros, o projeto de cooperação



delegada “+ Emprego”, dirigido à população de Cabo Delgado, com um orçamento de 4,2 milhões de euros financiados pela União Europeia e por Portugal, deverá beneficiar 800 jovens moçambicanos de Cabo Delgado, formandos e diplomados da educação profissional, 25 por cento dos quais mulheres, para além de micro, pequenas e médias empresas; ou o aprofundamento da cooperação no domínio da Defesa (logística, saúde e formação militar) para responder à insegurança que se vive naquela

provincia.

Como caracterizaria a evolução das relações entre estes dois países?

A evolução da relação com Moçambique tem sido positiva e alimentada por uma aposta nos diversos mecanismos de diálogo bilateral – dos quais sublinharia as consultas políticas e as cimeiras bilaterais regulares, bem como a visita de Sua Excelência o Presidente da República Portuguesa a Maputo em janeiro de 2020. Portugal acompanha com confiança os desenvolvimentos políticos e económicos em Moçambique e consideramos que a transformação da economia moçambicana, não obstante os muitos desafios, auspícia um futuro positivo. Estamos também convictos que o papel do setor privado é fundamental para que essa transformação possa ser acompanhada de um crescimento diversificado, inclusivo e sustentável. Nesse sentido, o Governo português continua empenhado em estimular o reforço de uma presença empresarial de qualidade, que possa constituir-se como parceira desse crescimento.

Enquanto Embaixadora portuguesa em Moçambique, que balanço faz do trabalho realizado?

Não querendo ser juiz em causa própria, faço um balanço positivo, pois o relacionamento e a cooperação bilateral continuou a crescer e a aprofundar-se ao longo destes quatro anos, como atestam as Cimeiras bilaterais, em 2018 e 2019, mas também as inúmeras visitas de membros do Governo dos dois países. Noutras vertentes, não obstante o quadro de alguma complexidade macroeconómica, as empresas e as instituições portuguesas mantiveram a sua presença e, com resiliência e muita capacidade de se reinventarem, continuaram a contribuir para o desenvolvimento de Moçambique nas mais diversas áreas – da construção civil às tecnologias, passando pela Banca e pelos serviços, sem esquecer o mundo da Cultura nas suas mais diversas manifestações.

“MOÇAMBIQUE É UM MERCADO IMPORTANTE”

Como caracteriza a vossa posição no mercado – nacional e internacional – no que concerne ao setor de atividade em que estão inseridos e face aos vossos concorrentes?

A nossa experiência acumulada na economia do mar confere-nos uma capacidade de antecipação, inovação e adaptação à mudança. Também a nossa diversidade de áreas de negócio - transporte marítimo, operações portuárias, transporte fluvial, agentes de navegação, logística, engenharia e construção naval - é um fator-chave, na medida em que nos permite oferecer uma proposta de valor competitiva, holística e integrada, face aos demais players no mercado. Por último, os nossos principais fatores de sucesso são as pessoas. Apostamos e contamos com equipas “high skilled” nas várias geografias onde operamos - nos escritórios, nos terminais, nos navios ou nos armazéns - e contamos com uma alargada rede de agentes a nível internacional, que se articulam entre si, permitindo que consigamos responder atempadamente aos nossos clientes e fazer um acompanhamento de “A a Z”, permanentemente.

Atualmente, um tema em voga é a economia do mar. Que contributo dá diariamente o Grupo ETE para esta questão?

No Grupo ETE, estamos organizados em seis áreas de negócio, sendo todas elas importantes na cadeia de valor e de distribuição para a economia do mar. Na operação marítima-portuária temos um papel preponderante na economia portuguesa, designadamente no abastecimento regular das Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores. Por outro lado, a operação logística é cada vez mais o centro da nossa atividade, conferindo-nos uma posição de integrador logístico, na medida em que permite a criação de sinergias constantes, potenciando a penetração de negócio no setor e o seu desenvolvimento. A nossa presença nos próprios terminais portuários ou com grande proximidade aos mesmos, bem como em plataformas logísticas das diferentes regiões, deixa claras as vantagens competitivas da nossa atuação ao longo de toda a cadeia de distribuição. Asseguramos uma resposta “chave na mão” aos nossos clientes e isso permite-nos a todos desenvolver melhor os nossos negócios e contribuir positivamente para a economia.

O Grupo ETE nasceu em 1936 e, desde então, desenvolveu vários serviços que, interligados, permitem fornecer ao cliente um serviço completo, no que respeita ao transporte marítimo e à logística associada. Presentes em Portugal e em Moçambique, é sobre esta relação, em particular, que fala o engenheiro Carlos Pinto, general manager da ETE Logística, empresa do Grupo ETE.



Carlos Pinto
General Manager ETE Logística



Parece-lhe que Portugal pode rentabilizar melhor os seus portos e o mar?

Sim, totalmente. Portugal tem uma posição muitíssimo central e estratégica no que diz respeito à operação marítimo-portuária e logística. Contudo, tem de existir investimento público e privado, no sentido de estar continuamente a inovar e a melhorar as infraestruturas nos portos. Para o Grupo ETE, e pelo peso que temos na operação portuária - detemos concessões nos portos de Leixões, Aveiro, Lisboa, Setúbal e Sines – tem sido uma das grandes prioridades, criar condições de armazenagem (dentro ou com muita proximidade) nos portos, facilitando a cadeia de distribuição. Atualmente contamos já com mais de 50.000 m2 de armazenagem, entre Portugal Continental e Regiões Autónomas.

Quais os cuidados e medidas que o Grupo ETE tem em consideração para levar a cabo as suas variadas atividades com o mínimo de impacto ambiental?

Para o Grupo ETE, as várias questões que se impõem sobre a sustentabilidade ambiental são uma preocupação constante, até pelo que isso implica na nossa atividade diária. Como tal, podemos assegurar que, desde há vários anos, temos vindo a adotar medidas, na sua grande maioria – no transporte marítimo - alinhadas com recomendações e orientações da International Maritime Organization. Podemos destacar a adoção do tipo de combustível Very Low Sulphur Fuel Oil para os nossos navios, assim como o tipo de pintura que utilizamos - “Underwater Silicone Paint”.

A RELAÇÃO COM MOÇAMBIQUE

Como se processou a internacionalização do grupo e a sua chegada a Moçambique?

Este é um processo com mais de 30 anos, iniciado com Cabo Verde, nos anos 80, e em Moçambique, nos anos 90. Neste país, tratou-se da gestão e privatização, em 1996, da empresa estatal de navegação, Navique, onde o Grupo operou até 2010 dois navios porta-contentores ligando Durban (África do Sul) a todos os portos moçambicanos e fazendo a cabotagem nacional. A par da empresa de navegação, detínhamos a concessão do terminal de cabotagem de Maputo e uma empresa de gestão técnica e manutenção de navios e tripulações – S&C Moçambique –, que permitiu consolidar a nossa operação nesta geografia. Em 2011, o Grupo estendeu a sua atividade ao Uruguai e em 2012 iniciou operações na Colômbia. Em Cabo Verde, tem vindo a desenvolver a sua atividade significativamente, contando já com metade das suas áreas de negócio ativamente em operação (agentes de navegação, logística e transporte marítimo).

Quais os grandes desafios encontrados neste país, que o Grupo ETE se propôs resolver?

Um dos maiores desafios em Moçambique é a questão logística, particularmente o transporte marítimo ao longo da sua costa de dois mil quilómetros, incluindo a cabotagem nacional – de importância fundamental para o desenvolvimento económico do país – e as ligações regulares aos portos sul-africanos, e outros da região, aos portos mais pequenos e localizados nas zonas menos favorecidas do país.

Qual a importância de Moçambique, enquanto mercado, para o Grupo ETE? Falamos de um mercado logístico estratégico?

Do ponto de vista estratégico, Moçambique continua a ser um mercado importante, para além de que nos permite, enquanto Grupo, ter uma proposta de valor mais alargada no momento de apresentar uma solução aos nossos clientes. Por outro lado, temos já um histórico no país, um posicionamento enquanto grupo logístico com vários anos, o que nos permite ter - e é visto como vantagem competitiva – um conhecimento bastante alargado do mercado, algo que é determinante do ponto de vista comercial e relacional com os nossos clientes. À parte de tudo isto, Moçambique mantém uma estreita ligação com Portugal, sobretudo no que respeita a trocas comerciais (com peso importante), para além de que a sua localização geográfica permite o alargamento das operações logísticas para outros países da região. Na nossa visão enquanto Grupo, não existirão destinos não estratégicos, sobretudo aqueles que conhecemos bem e onde a nossa experiência e relacionamento são mais-valias importantes.

Que impacto teve a pandemia na vossa atividade?

A pandemia da Covid-19 trouxe algumas incertezas a todas as empresas. Todos tivemos de nos reorganizar e reinventar, pois verificaram-se mudanças profundas a nível do transporte – aéreo e marítimo – o que traz constrangimentos no desenho de soluções. Contudo, a nossa atividade é vital para a economia - o caso do abastecimento regular da Madeira, Açores e Cabo Verde - pelo que “parar” nunca foi uma opção, caso contrário traria consequências muito significativas para todos.










































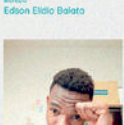


QUADRO DE HONRA 2020

Valorizamos e dignificamos a coragem e o esforço de procurar o Saber.

Tutores, pessoas ou empresas apoiam estudantes moçambicanos no ensino superior em Portugal, inscritos nos Anuários da CCPM, através de um prémio de 1.000 Euros quando obtêm o grau de Doutoramento ou de 300 Euros quando obtêm o grau de Mestre. E fortalecem o mentoring promovendo ciclos virtuosos.

As ações são os detalhes que constroem as nossas histórias.

O estudo oferece magia. Estuda o que queres Saber.

 Aluna Ana Palmero Smith Colce	 Instituição Universidade de Lisboa - Faculdade de Medicina Dentária	 Especial Apoio de JJR Construções	 Aluna Carolina Artur Mochava	 Instituição Instituto Politécnico de Coimbra	 Especial Apoio de Filstone	 Aluno Elias De Almeida	 Instituição Universidade Católica Portuguesa	 Especial Apoio de Filstone
 Aluno Cecil Nash Cândido Gobo	 Instituição Universidade de Coimbra	 Especial Apoio de JJR Construções	 Aluna Diana Felbertina Dimonde	 Instituição Instituto Superior Técnico	 Especial Apoio de Filstone	 Aluno Osvaldo Jaime Moimbo	 Instituição Universidade de Lisboa	 Especial Apoio de Filstone
 Aluna Kátia Amvén Pereira	 Instituição Universidade do Porto	 Especial Apoio de FERPINTA Moçambique	 Aluna Marcela Gido Alberto	 Instituição Nova School of Business & Economics	 Especial Apoio de Sheu Han	 Aluno Sérgio Joaquim Januário	 Instituição ISCP - Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna	 Especial Apoio de Filstone
 Aluno Nelson Maneiro Ramuane	 Instituição Escola Naval	 Especial Apoio de TGS - Total Global Services Portugal	 Aluno Nelson De Oliveira Fernando	 Instituição ISCP	 Especial Apoio de OPTOCENTRO	 Aluno Júnior Marimbique	 Instituição ISCTE - IUL	 Especial Apoio de Filstone
 Aluno Nello Armando Gungunhana	 Instituição ISCP	 Especial Apoio de Filstone	 Aluno João Bata Gove Júnior	 Instituição Escola Superior de Turismo e Hotelaria do Estoril	 Especial Apoio de Avic	 Aluno Samuel Nordina Mula	 Instituição IPL - Instituto Politécnico de Lisboa	 Especial Apoio de MILLENNIUM BIM
 Aluno Edson Eldio Balato	 Instituição Universidade do Algarve	 Especial Apoio de TGS - Total Global Services Portugal	 Aluna Jéssica Raquel Zoquesu	 Instituição Universidade Nova de Lisboa	 Especial Apoio de MILLENNIUM BIM	 Aluno Valter Fumo	 Instituição Nova SBE	 Especial Apoio de Ferpinta Moçambique
 Aluno Joaquim Hélio Manjate	 Instituição Instituto Politécnico do Porto	 Especial Apoio de JJR Construções						

www.ccpm.pt

Orgulho em desenhar o Futuro.

Parceiros



Millennium
bim



tgs PORTUGAL

VISTA ALEGRE
1824
OPTOCENTRO
LISBOA | PORTO | NAFUO

Iniciativa

CCPM
CÂMARA
DE COMÉRCIO
PORTUGAL
MOÇAMBIQUE



Pedro Rebelo de Sousa
Presidente do Conselho Geral da CCPM

MOÇAMBIQUE, PORTUGAL E A PRESIDÊNCIA DA UNIÃO EUROPEIA



Rui Moreira de Carvalho,
Presidente da Direção da CCPM

O projeto da construção da União Europeia (UE) assenta na esperança de paz alicerçada em Valores. A 4.ª Presidência portuguesa do Conselho da UE, de janeiro a junho de 2021, é uma oportunidade que importa saber otimizar e utilizar.

Observa-se o ressurgimento de conflitos que pareciam enterrados. Muitos destes lamentáveis eventos fazem recordar o princípio de Anna Karenina, de Tolstoi: os Estados bem-sucedidos são todos iguais, mas todos os Estados fracassam à sua própria maneira.

A instabilidade é endémica do processo de desenvolvimento que tem por consequência novos produtos, processos e mercados. Novos paradigmas tecnológicos, associados à pandemia que a todos acossa, anunciam tumultos nos mercados de emprego e distúrbios nas sociedades. Culturas seculares de trabalho em troca de sustento, abrigo e reconhecimento podem sofrer forte revés pela ascensão de uma miríade de questões ainda mal identificadas e valorizadas.

São dilemas que temos de tratar. Importa combinar análises informadas daquilo que nos é importante: tarefas a desempenhar tanto pelos nossos cérebros como pelos nossos corações.

A estes desafios, a Câmara de Comércio Portugal

Moçambique (CCPM) responde com intervenções nas dimensões de Dignificação, Valorização e Qualificação como o Observatório do Estudante Moçambicano em Portugal, o Quadro de Honra, o Prémio Literatura Óbidos, o Prémio Maria das Neves Rebelo de Sousa (reconhece individualidades ou organizações que se tenham distinguido na área da Responsabilidade Social em Moçambique) e o Prémio Joaquim Chissano (distingue individualidades que, tendo estudado em instituições de ensino superior em Portugal, tenham desenvolvido atividades relevantes em Moçambique).

Identificar pessoas e obras que sirvam de referência é um instrumento indutor de Valores.

Maria das Neves Rebelo de Sousa, uma das primeiras Assistentes Sociais de Portugal, ao longo da sua vida contribuiu para causas de natureza humanitária e social, particularmente em Moçambique, de 1967 a 1970, deixando na memória de muitas entidades e populações a indelével marca da sua personalidade e sentido de dádiva ao próximo.

Joaquim Alberto Chissano foi presidente de Moçambique de 1986 a 2005. Em 1951, foi o primeiro estudante negro a matricular-se no Liceu Salazar (atual Escola Secundária Josina Machel), onde fez os seus estudos secundários. Em 1960,

partiu para Portugal para estudar Medicina, mas abandonou este país em 1961 devido à perseguição política. Juntou-se à FRELIMO em 1963, na sequência da sua associação com a causa nacionalista. É Doutor Honoris Causa pela Universidade do Minho e pela Universidade de Coimbra.

Mas é na vertente empresarial que está o nosso principal ariete. Nesse sentido, protocolos com diversos associados promovem sinergias com as empresas e a sociedade civil.

Temos imensas perguntas sem resposta, tentando vislumbrar o futuro, não muito distante, com um misto de assombro infantil e de preocupações de adultos. Queremos saber o significado destas alterações para os nossos empregos e para o nosso propósito de vida.

Um dos motivos pelos quais é difícil prever qual será o final da nossa história prende-se com o facto de ela não envolver apenas tecnologias. Também é uma crónica sobre seres humanos, pessoas com livre-arbítrio que lhes permite fazer as suas escolhas e moldar os seus destinos.

A Presidência portuguesa da UE deve ser valorizada e otimizada a favor do futuro. Os seus resultados advêm das nossas opções. Para todo o efeito, somos o resultado das nossas escolhas.



Maria das Neves Rebelo de Sousa

Prémio Social 2021

Distinguir a Solidariedade em Moçambique

O Prémio Social homenageia o contributo de **Maria das Neves Rebelo de Sousa** a causas humanitárias, de equidade e inclusão social, particularmente em Moçambique, entre 1967 a 1970, deixando na memória de entidades e populações a indelével marca da sua personalidade e sentido de dádiva ao próximo.

A Câmara de Comércio Portugal-Moçambique (CCPM) honra esse legado ao instituir a **2.ª edição do prémio anual de mérito de 7.500 €**, que pretende distinguir a solidariedade e a resiliência aplicadas à salvaguarda dos valores universais dos direitos humanos, pilares fundamentais à construção do futuro de Moçambique. Um reconhecimento das individualidades ou organizações que, pela sua relevância e trabalho, se destacaram no exercício de responsabilidade social em Moçambique, contribuindo de forma decisiva e com especial impacto social, através da abordagem teórica - com a introdução de novos conceitos, novas metodologias ou contributos para a modificação de mentalidades - ou aplicação de modalidades de apoio direto.

A CCPM reforça o seu compromisso com a construção de uma sociedade inclusiva que valorize as relações sociais, académicas, económicas e culturais entre as comunidades dos dois países.

Conheça as entidades e os projetos sociais em www.ccpm.pt

Parceiros



Millennium
bim



tgs PORTUGAL

VISTA ALEGRE
1824
OPTOCENTRO
LISBOA | PORTO | MAPUTO

Uma iniciativa

CCPM
CÂMARA
DE COMÉRCIO
PORTUGAL
MOÇAMBIQUE

“A EDUCAÇÃO É UM FATOR DE ESTABILIDADE SOCIAL”

A Fundação Joaquim Chissano conta com 15 anos de atividade, em prol do desenvolvimento cultural e económico de Moçambique. Leonardo Simão, diretor executivo deste organismo, salienta o papel da Fundação nas áreas fundamentais para o desenvolvimento deste país africano.



Que análise faz do trabalho até agora desenvolvido pela Fundação?

Ao longo destes anos, a Fundação liderada pelo Presidente Joaquim Chissano esteve envolvida em missões de restauro da paz, através do seu engajamento na busca de soluções para conflitos políticos em alguns países, como a Guiné-Bissau, República Democrática do Congo, Uganda, Madagáscar, bem como na disputa fronteiriça opondo a Tanzânia e o Malawi, no Lago Niassa. Esta abordagem decorre da visão da Fundação, segundo a qual a paz e o desenvolvimento são duas faces da mesma moeda, que se reforçam mutuamente. Na frente do desenvolvimento, a Fundação, com apoio dos seus parceiros, tem construído e gere uma rede crescente de jardins de infância, salas de aula de ensino primário, um pequeno centro de formação agrícola e fontes de abastecimento de água para essas unidades de ensino e comunidades circunvizinhas.

Que ações levou a cabo a Fundação Joaquim Chissano com vista a ajudar a dinamizar o desenvolvimento económico entre Portugal e Moçambique?

A Fundação é uma instituição filantrópica e, como tal, não realiza atividades empresariais. Contudo, através da sua participação em vários eventos, de carácter bilateral, no âmbito da CPLP e outras organizações, a nossa instituição tem incentivado os empresários dos dois países a realizar iniciativas e projetos conjuntos de carácter económico, com benefícios mútuos.

Quais as principais ações levadas a cabo atualmente para a manutenção da Paz no território moçambicano, que gostaria de destacar?

A Fundação tem-se envolvido, ativamente, em ações de promoção e restauração deste bem público, através de mediação de conflitos. A ação da Fundação não consiste apenas no fazer coisas, mas sobretudo em promover e encorajar iniciativas e parcerias. Neste quadro, a Fundação, através do Presidente Chissano, encorajou o diálogo entre o Governo e a Renamo, que culminou com a assinatura, a 6 de agosto de 2019, do Acordo Definitivo de Paz e Reconciliação Nacional em Moçambique.

A Educação é uma das áreas que mais pode contribuir para o desenvolvimento de um país e o Dr. Joaquim Chissano está intimamente ligado à importância da Educação. Como vê o papel desta Fundação nesta área?

A Fundação Joaquim Chissano olha para Educação como um fator de estabilidade social, de paz. Isto justifica as ações que têm sido levadas a cabo, de construção de jardins de infância, escolas primárias, projetos que, no futuro breve, se pretendem complementados com ações de formação técnico-profissional. Através desta formação, a Fundação pretende contribuir, ativamente, na capacitação dos jovens a serem bons cidadãos.

Quais as áreas que, a seu ver, ainda faltam dinamizar em Moçambique, para que o país possa beneficiar de um ainda maior desenvolvimento?

Como ficou dito, uma das áreas a desenvolver é a Educação, mas uma educação que capacita os jovens, tendo em conta os desafios de desenvolvimento, bem como as potencialidades e oportunidades que o país oferece. Para além da Educação, fazem falta esquemas acessíveis de financiamento de projetos do setor privado, sobretudo de projetos de jovens. Há também necessidade de apoios na capacitação em gestão empresarial, com o desenvolvimento de empresários dotados de uma mentalidade que conduza ao crescimento das suas unidades económicas e criação de postos de trabalho.



Leonardo Simão
Diretor Executivo

SABER É OURO



O **Prémio Joaquim Chissano - Alumni Estudante Moçambicano em Portugal**, promovido pela Câmara de Comércio Portugal-Moçambique em parceria com a Fundação Joaquim Chissano, reconhece anualmente uma individualidade moçambicana que, tendo frequentado os seus estudos em Portugal, realize trabalho relevante na área Académica, no Empreendedorismo, na Causa Pública ou de Gestão, em Moçambique.

Com um particular significado associado ao simbolismo mitológico do ouro, o prémio consiste numa **barra de ouro de 50 gr**, certificada pela *London Bullion Market*, numerada de série e acompanhada por uma placa identificativa do/a premiado/a.



Parceiros



Millennium
bim



tgs PORTUGAL

VISTA ALEGRE
1824
OPTOCENTRO
LISBOA | PORTO | MAPUTO

Consulte
www.ccpm.pt

design
albatroz
Fly your brand high.



EDUCAR

EM PORTUGAL E MOÇAMBIQUE

O Grupo ENSINUS engloba várias instituições de ensino, de todos os níveis educativos e está presente em todos os países de Língua Portuguesa, à exceção de S. Tomé e Príncipe e Timor-Leste. Teresa Damásio, administradora executiva, falou sobre a Educação e a sua importância fulcral para o empoderamento do Ser Humano.

Teresa Damásio
Administradora executiva

Qual a importância da Educação para o empoderamento do Ser Humano?

A Educação é o maior fator de empoderamento do Ser Humano porque o dota de competências interpessoais, técnicas e sociais que lhe permitem ver o mundo sem medo, aceitar os desafios e almejar uma carreira profissional digna. Damos grande relevância à Formação ao Longo da Vida. No ISG, a procura por programas de Pós-graduação e de Mestrados nunca foi tão grande como em tempos de pandemia. Já o ensino online representa muitos desafios no âmbito da socialização das nossas crianças, adolescentes e jovens. No que diz respeito aos estudantes do Ensino Superior, o desafio desta ferramenta inovadora foi bem acolhida. No entanto, é importante realçar que em todos os níveis de ensino tivemos resultados muito positivos, o que nos proporcionou uma enorme satisfação, pois não houve um hiato no processo de aprendizagem.

Portugal necessita de um debate sobre Educação?

Portugal sofreu uma reforma no Ensino Superior no final do século XX, portanto há modelos que precisam de ser redefinidos. No Ensino Não Superior, temos uma reforma relativamente recente, que é a Autonomia e Flexibilidade Curricular, onde cada uma das Instituições de ensino pode ter o seu modelo educativo, adaptado à respetiva comunidade educativa. Esta foi uma reforma

com um enorme sucesso, que se estendeu ao setor público e não estatal.

Como se posiciona o Grupo ENSINUS no que respeita a esta questão educacional?

Em Portugal, as nossas instituições de ensino foram das primeiras a querer aderir ao Projeto da Autonomia e Flexibilidade Curricular. Diria que nos regemos pelas práticas pedagógicas mais modernas. Nós temos uma forte componente de internacionalização no nosso Projeto Educativo e que está inscrito na nossa Missão e todas as nossas instituições de Ensino Superior e Não Superior participam em projetos ERASMUS+. O ISG - Instituto Superior de Gestão teve, igualmente, a Carta ERASMUS+ para o Ensino Superior para o período 2021/2027 revalidada e obteve a pontuação máxima de 100 por cento, algo que nos encheu de orgulho! No que concerne à certificação de qualidade das nossas Escolas Profissionais, têm todas o Selo de Qualidade EQAVET, instituído pela Recomendação do Parlamento Europeu e do Conselho de 18 de junho de 2009, e outorgado em Portugal pela ANQEP, I.P.

E em Moçambique?

No caso da Formação ao Longo da Vida, como as Pós-Graduações e os Mestrados, estamos a consolidar a nossa oferta. Fazemos formação à medida, que nos é

solicitada pelas empresas e organismos públicos, que nos contratam para desenhar um programa de formação à medida das necessidades das empresas e dos seus colaboradores.

Em muitos países, o acesso à Educação é difícil?

Sim. Mas a Educação é encarada pelas famílias como o instrumento de empoderamento mais importante que os pais podem conceder a um filho e fazem todos os sacrifícios para que estes estudem e se qualifiquem. Todavia, para as raparigas ainda é difícil permanecer no sistema de ensino. Por isso, em alguns países da CPLP, desenvolvemos Programas de Mentoria para as raparigas. Entendemos que a nossa tarefa só estará concluída no dia em que todos os cidadãos da CPLP tenham acesso à escola.

Quais lhe parecem ser os maiores desafios para a Educação, em Portugal e Moçambique?

Em Portugal, falta adaptarmo-nos às chamadas profissões do futuro, conduirmos a transição digital e aumentarmos o número de raparigas no Sistema Educativo, nomeadamente no que à Ciência e à Investigação diz respeito. Em Moçambique, o mais importante é consolidar a escolaridade obrigatória e a rede de Ensino Superior e consolidar a presença de raparigas na escola.



O FUTURO COMEÇA AQUI!

LICENCIATURAS

- GESTÃO
- ECONOMIA
- GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS
- GESTÃO DO TURISMO

DOUBLE DEGREE

4 ANOS = 2 LICENCIATURAS

MESTRADOS

PÓS-GRADUAÇÕES

FORMAÇÃO E-LEARNING

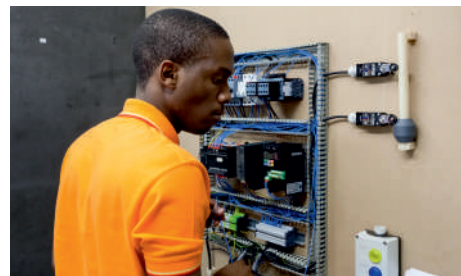
FORMAÇÃO DE EXECUTIVOS

ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA



www.isg.pt

969 844 241



FORMAÇÃO PROFISSIONAL: FATOR-CHAVE PARA O DESENVOLVIMENTO

Manuel Grilo
Diretor

O CENFIM conta com mais de 30 anos de existência em Portugal e desenvolve projetos de cooperação, nomeadamente com Moçambique. Foi sobre este tema que o engenheiro Manuel Grilo, diretor desta instituição educativa, concedeu uma entrevista.

O CENFIM conta com 36 anos de existência e, tal como explica o diretor da instituição, Manuel Grilo, dá resposta às necessidades formativas das empresas do setor metalomecânico, através da formação para trabalhadores destas indústrias, formação para jovens e respetiva inserção no mercado de trabalho, através de cursos de especialização tecnológica (CET) e de educação e formação (CEF) e ainda formação para adultos e desempregados. A crescente procura desta mão de obra, bem como a qualidade da formação especializada ministrada por esta instituição, asseguram uma taxa de empregabilidade próxima dos 100 por cento.

Em Moçambique, país com o qual o CENFIM tem um protocolo de cooperação, o objetivo é potenciar a formação profissional de recursos humanos para as empresas do setor metalúrgico e eletromecânico, através da prestação de serviços de formação profissional: “Também criamos know-how próprio do Centro de Formação Profissional de Metalomecânica (CFPM), tanto ao nível administrativo, como de pessoal docente. Estamos em crer que o balanço deste projeto de cooperação é positivo”, explica Manuel Grilo.

A provar as declarações do diretor do CENFIM está o facto de, em 20 anos, ter formado, em média, 400 jovens por ano, e apoiar a formação de ativos empregados, reforçando a sua qualidade técnica e a produtividade: “A existência de projetos de cooperação semelhantes a este em países que possuem enormes lacunas ao nível da formação dos seus quadros é um complemento fundamental às respostas dadas pelos próprios países”.

No que ao futuro diz respeito, Manuel Grilo destaca a certificação do CFPM como IEP pela ANEP e a adaptação do modelo formativo para formação modular: “Pretendemos melhorar a formação dos formadores, bem como contratar novos formadores e expandir o CFPM no país”.

CENFIM
CENTRO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL DA INDÚSTRIA METALÚRGICA E METALOMECÂNICA

Cursos Profissionais 2021

FORMAÇÃO para EMPRESAS e ADULTOS

- **FM - Formação Modular Certificada**
Ações curta duração | Ciclos de formação
- **EFA - Cursos de Educação e Formação de Adultos**
- **RVCC - Profissional e Dupla Certificação**
- **FME - Formação à Medida para Empresas**

Agora também com recurso a Formação a Distância

FORMAÇÃO de JOVENS e ADULTOS

- **CET - Cursos de Especialização Tecnológica**
- **Nível 5 - Protocolos com diversos Estabelecimentos do Ensino Superior com a atribuição de créditos (ECTS)**
- **APZ - Cursos de APRENDIZAGEM**
- **Nível 4 - Confere o 12º Ano + Qualificação Profissional**

Erasmus+
Possibilidade de ESTÁGIOS NA EUROPA

SEDE : Rua do Açúcar, 88 . 1950-010 LISBOA
ZONA NORTE: Rua Conde da Covilhã, N.º1400 . 4100-187 PORTO . Apartado 8006 . 4109-601 PORTO
Telef. SEDE: 21 861 01 50 | Telef. ZONA NORTE: 22 618 21 64/77 | E-mail: dir@cenfim.pt

www.cenfim.pt www.facebook.com/cenfim.pt



Joaquim Tobias Dai
Administrador Executivo em Moçambique

ASSECO PST: PARCEIRO NA EVOLUÇÃO DIGITAL DA BANCA

A Asseco PST desenvolve software bancário, sendo líder nos mercados onde atua. Em entrevista, o administrador executivo em Moçambique, Joaquim Tobias Dai, salientou as principais tecnologias e softwares implementados num momento em que os serviços online aumentaram consideravelmente.

Como caracteriza as realidades portuguesa e moçambicana no que respeita à tecnologia já implementada?

Portugal é um mercado mais maduro, onde as condições ao nível das infraestruturas e a literacia financeira do consumidor bancário estão mais avançadas. Mas o setor financeiro está a ser impactado por mudanças disruptivas ao nível tecnológico com reflexos em todas geografias, independentemente da sua maturidade. Para os bancos – que são os destinatários das soluções que desenvolvemos – é cada vez mais importante investirem na tecnologia certa, pois só assim serão capazes de responder às expectativas dos seus clientes e manter-se competitivos.

Quais os principais problemas que ameaçam os sistemas bancários, designadamente quanto à segurança das transações, que as soluções da Asseco PST ajudam a resolver?

A segurança das transações é apenas uma das múltiplas questões a que as nossas soluções dão resposta. Cabe-nos transformar os sistemas tecnológicos das instituições financeiras para que sejam cada vez mais eficientes, seguros e robustos, evitando situações de erro humano, violações de segurança ou fraude. No processo de transformação digital no setor financeiro, a área da cibersegurança é crítica e todas as soluções de última geração por nós implementadas respondem a este desafio.

No que respeita a Moçambique, a transação para o digital também se verifica de forma acentuada?

Em regiões geográficas extensas, a única forma de reduzir as distâncias é através dos meios digitais. A transformação digital tem chegado a Moçambique de várias formas, mas os principais transformadores digitais têm sido a Banca, as operadoras telefónicas, os media e os negócios de e-commerce. Na Banca, somos um sujeito incontornável na evolução digital, com a passagem de cada vez mais serviços para plataformas digitais, com o intuito de aumentar a inclusão financeira. O digital banking tem acelerado em todo o mundo e Moçambique não é exceção.

Que tecnologia e softwares gostaria de destacar?

Destaco o primeiro desenvolvimento em Blockchain, uma tecnologia revolucionária e com uma importância crescente no sistema financeiro, e a primeira implementação do SWIFT GPI Tracker. Trata-se de uma tecnologia que permite rastrear uma transferência além-fronteiras em todas as etapas, desde a saída do dinheiro da conta do emissor até à sua receção na conta do destinatário. Refiro igualmente o desenvolvimento de uma interface de comunicação entre as nossas aplicações Financa e Banka 3G com a plataforma de comércio eletrónico de câmbios Bloomberg FXGO, bem como a criação de prova de conceito em Voice Recognition.

O que é a Asseco Academy e quais os seus principais objetivos em Moçambique?

A Asseco Academy é uma academia de formação em tecnologias de informação, com enfoque nas soluções desenvolvidas pela Asseco PST. Socorremo-nos da nossa experiência de 30 anos na implementação de soluções em mais de 60 bancos para municiar os formandos com conhecimentos universais sobre funções bancárias, mas também a sua aplicação efetiva nas aplicações por nós disponibilizadas ao mercado.

Como antecipa 2021, tendo em consideração todas as alterações decorridas desde que a pandemia surgiu e as diferenças entre os mercados português e moçambicano?

A implementação do trabalho remoto foi mais lenta em Moçambique do que em Portugal, devido à ausência de formação específica e falta de condições materiais da maioria da população. No caso da Asseco PST, enquanto empresa de base tecnológica, fomos rápidos a implementar soluções de contingência. A nossa área técnica sempre teve de, pontual ou contratualmente, trabalhar remotamente, o que significa que não houve alterações ao nível da produtividade com a adoção do teletrabalho. Mas desejamos que esta fase de emergência sanitária possa ser ultrapassada para voltarmos a interagir com os clientes como sempre fizemos.

**Transformar o mundo,
com a inovação social.**

Em mais de 30 anos, acreditamos na cooperação com Moçambique, entre outros países da CPLP, para criar valor, conhecimento e soluções com o nosso know-how.

Technology for business,
solutions for **people**.

ASSECO
pst.asseco.com

“A TECNOLOGIA APOIA O CRESCIMENTO DOS NEGÓCIOS”

Com a chegada da pandemia, muitos negócios e serviços transferiram a sua existência para o mundo digital. A Axiz é uma empresa de tecnologias e soluções digitais que trabalha o continente africano e, em entrevista, Luís Rego, diretor regional para os países africanos de Língua Portuguesa, explica o caso particular de Moçambique.



Luís Rego
Diretor Regional
para os países africanos de Língua Portuguesa

A Axiz tem como apresentação “transcending technology”. Quando trabalham num novo produto ou serviço, o principal objetivo é que este, de facto, se transcenda e ultrapasse a mera tecnologia, tomando-se um verdadeiro valor?

A tecnologia é um dos instrumentos da transformação das empresas e da criação de valor. Mas a tecnologia sozinha não é a resposta. Embora seja fundamental investir na tecnologia certa, esperar que a tecnologia resolva e transforme as empresas é um erro e pode ser uma barreira para o sucesso. A tecnologia tem de ser ativada pelas pessoas, pela cultura empresarial e pelos processos certos para poder criar valor.

A chegada da pandemia e a necessidade de desenvolver grande parte dos negócios pela via

digital levou a que muitas empresas necessitassem de uma estratégia de implementação e de novos serviços e produtos. Como se preparou a Axiz para enfrentar estes pedidos?

Adaptámos os nossos processos e ferramentas de trabalho. Lançámos um ambicioso programa de trabalho a partir de casa e estamos a encorajar os nossos clientes, parceiros e fornecedores a fazer o mesmo. Virtualizámos as nossas reuniões de trabalho e a nossa presença em eventos externos e internos. Criámos políticas de segurança, relacionadas com a deslocação dos nossos colaboradores e a receção de visitantes. Implementámos medidas de contingência adequadas à continuidade dos negócios. As nossas equipas de supply chain e suporte foram reestruturadas para garantir serviços 24/7 e

atender às necessidades de tecnologia críticas aos negócios.

Sendo fornecedora das principais empresas de tecnologias e tendo como foco o mercado africano, quais as dificuldades encontradas para continuar a fornecer soluções digitais em mercados em desenvolvimento?

O “gap” entre a procura e a oferta de tecnologia e soluções digitais é maior em África do que em qualquer outra região, pelo que as oportunidades são muitas e unanimemente reconhecidas. Mas as dificuldades estão relacionadas com variáveis que não se limitam à disponibilidade da tecnologia. Fornecer, implementar e tornar produtivas novas tecnologias e soluções digitais é um trabalho que tem de ser motivado, em primeiro lugar, por lideranças capazes e focadas nas empresas.

Tem de haver uma cultura tecnológica forte para reconhecer onde a tecnologia pode alavancar negócios e nem sempre existe esta cultura e o necessário compromisso com a mudança. Outra grande dificuldade é a comum falta de recursos e competências tecnológicas nas empresas.

Como caracteriza o mercado moçambicano, a este respeito?

O mercado moçambicano partilha as mesmas dificuldades de outros mercados da sub-região (SADC). Mas enfrenta desafios adicionais relacionados com a fragilidade das infraestruturas de energia e comunicações, que colocam constrangimentos adicionais à transformação digital das empresas e organizações moçambicanas.

O crescimento do mercado digital trouxe consigo desafios reforçados. Que tipo de consumidores e necessidades vem este “novo mercado” criar?

O mercado global e a economia digital crescem aceleradamente, “puxados” pelas novas possibilidades e negócios criados pela tecnologia. O Big Data e a IoT, pela necessidade de selecionar, tratar e trabalhar mais informação, mais rapidamente e de forma mais inteligente trouxeram investimentos impressionantes em recursos de

processamento e armazenamento. A Inteligência Artificial e o Machine Learning são hoje os drivers de uma indústria e distribuição mais inteligentes e que estão a mudar a forma como produzimos, transportamos e consumimos, quer bens tecnológicos, quer bens de consumo tradicionais. As ferramentas colaborativas e as redes sociais empresariais estão a mudar a forma como cooperamos e aprendemos, na escola e no local de trabalho. As ferramentas de trabalho remoto permitiram-nos responder a desafios globais, como os da atual pandemia e, ao mesmo tempo, tornar o trabalho mais produtivo e mais descentralizado. O enorme crescimento do e-commerce e o consumo de serviços de media e lazer online forçaram o desenvolvimento de novas e melhoradas tecnologias de relacionamento com o cliente e que permitem uma melhor experiência online.

A necessidade de digitalização e o processo de transição digital que estava a ser efetuado em muitas empresas foi apressado aquando da pandemia. Essa evolução tecnológica foi evidente, ou ela ainda decorre, gradativamente?

O processo de transformação digital raramente é caracterizado pela disrupção. Uma empresa não altera o seu modelo de negócios de um dia para o

outro e raramente a tecnologia pode, sozinha, fazê-lo. Os processos de digitalização e transição digital são gradativos e, apesar de a pandemia ter criado uma forte perceção da necessidade dessa transformação, a satisfação dessa necessidade exige uma adaptação das lideranças, dos skills, da cultura e processos das empresas. E essa transformação requer tempo.

Quais os desafios que se perfilam no ano de 2021, especialmente no mercado de Moçambique?

A incerteza económica – relacionada com a pandemia principalmente, mas também com o futuro dos grandes projetos extrativos e o seu impacto na política monetária e cambial – poderá limitar os gastos com novos projetos de tecnologia para lá do que é absolutamente necessário e crítico nos processos de transformação digital. O mercado puxa as empresas para investirem em e-commerce (e muitas start-up têm nascido), serviços na cloud, na eficiência das forças de vendas e processos no backoffice, em logística inteligente e noutras tecnologias. Mas a incerteza e a debilidade das infraestruturas limitam o ROI tradicional destes investimentos. Mesmo em contexto de incerteza, a tecnologia tem a capacidade de reduzir o risco e, ao mesmo tempo, apoiar o crescimento dos negócios.



UMA REDE UNIDA PELA LÍNGUA PORTUGUESA

A RSA LP é uma rede de sociedades e escritórios de advogados criada em 2013, pela Raposo Subtil e Associados, que reúne profissionais – advogados e juristas – em cinco países de língua portuguesa. Pedro Gonçalves Paes, advogado e sócio coordenador da RSA LP Moçambique, salienta a importância desta rede para apoio ao investimento e ao tratamento de casos jurídicos entre Portugal e Moçambique.

Como caracteriza a RSA, no que respeita à sua forma de estar no mercado e às áreas de prática solicitadas?

A RSA, Raposo Subtil e Associados é uma sociedade de advogados que prima pela excelência no seu trabalho e cujo lema é “se é importante para si, é muito importante para nós”. Esta é a nossa forma de estar no meio jurídico nacional e, em especial, no ambiente jurídico lusófono através da RSA LP – Rede de Serviços de Advocacia de Língua Portuguesa. Ao nível das áreas de prática, atuamos de forma multidisciplinar e especializada, e as nossas equipas são compostas, consoante os casos e as operações, por advogados dedicados a encontrar a melhor e a mais criativa solução jurídica para os clientes, sejam eles nacionais ou estrangeiros. Contamos com uma equipa de mais de 60 advogados e com uma experiência muito expressiva no mercado internacional.

O que levou à constituição da RSA LP e que vantagem trouxe esta Rede às sociedades de advogados que trabalham nos diferentes países de língua portuguesa?

Em primeiro lugar, a Língua Portuguesa, essa riqueza cultural falada por mais de 250 milhões de pessoas em todo mundo, e depois a necessidade de termos profissionais competentes e dedicados que partilham entre si essa mesma Língua Portuguesa, em cinco países, em três continentes. Com este mote visionário, o meu sócio António Raposo Subtil, em 2013, fundou a Rede de Serviços de Advocacia de Língua

Pedro Gonçalves Paes
Advogado, Sócio coordenador da RSA LP Moçambique



Portuguesa (RSA LP), e que constitui uma rede totalmente inovadora de sociedades de advogados/escritórios de advocacia associados, que trabalham diariamente em parceria, espalhados por Portugal, Angola, Brasil, Cabo Verde e Moçambique. Nos mercados lusófonos, a RSA LP atua através de equipas locais sólidas e experientes, prestando uma assessoria jurídica global e de acordo com padrões de excelência internacionais.

Há quanto tempo se desenvolve a relação de parceria com Moçambique? Quais as áreas onde Moçambique e Portugal mais colaboram?

A relação de parceria em Moçambique teve início em 2013 e neste momento conta com a sociedade de advogados local, CF&A - Carlos Freitas e Associados. As áreas onde mais colaboramos são a definição de veículos de investimento, a área corporate & governance, o Direito da Energia, o apoio a projetos de investimento, o Direito do Imobiliário, a área laboral e o Direito Bancário. A título meramente indicativo, em Moçambique, a RSA LP auxiliou o Governo moçambicano na elaboração do Código do Registo Predial de Moçambique, que foi aprovado pelo Decreto Lei n.º 02/2018, de 23 de agosto.

Moçambique tem uma forte relação com Portugal, devido ao passado histórico que os une. Como pode essa ligação especial ajudar a uma maior e melhor cooperação entre estes dois países?

Somos dois países de raízes romanos-germânicas e temos o mesmo Código Civil como base do Direito Privado. Ao nível do Direito Administrativo temos, por exemplo, uma organização administrativa muito semelhante, com órgãos centrais e municipais com competências muito similares a gerir a Administração Pública e Local. Esta semelhança na cultura jurídica é ponto de partida para uma melhor cooperação entre os dois países. Veja-se o exemplo dado: o projeto do Código do Registo Predial onde participámos, conseguimos integrar a nossa experiência e conhecimento num diploma e numa área jurídica (o Registo Predial) onde Moçambique estava muito necessitada e o resultado foi positivo.

Portugal e Moçambique são, respetivamente, um bom mercado de investimento um para o outro?

São excelentes mercados para o investimento estrangeiro, dadas as características geoestratégicas únicas de cada um deles. Veja-se o caso de Moçambique: está localizado

estrategicamente na costa oriental da África Austral e é a porta de entrada para seis países do interior africano. Conta com uma faixa costeira que inclui toda a faixa Este, com cerca de 2.470 quilómetros, banhada pelo Oceano Índico. O seu solo é rico em ouro, carvão, sal, grafite e bauxite e acresce que em 2012 foram anunciadas descobertas que apontam para as maiores reservas de gás natural do continente africano. Saliento o grande potencial turístico de Moçambique, destacando as praias e zonas propícias ao mergulho nos seus mais de dois mil quilómetros de litoral e os parques e reservas naturais no interior do país. Por outro lado, Portugal é um país membro da União Europeia com acesso direto ao mercado comum europeu e com diversos setores onde as empresas moçambicanas poderão investir, tais como o imobiliário, o turismo e a agricultura (em especial o setor vinícola).

Onde pode a RSA LP ajudar quem vem de Portugal para investir em Moçambique?

Os nossos colegas locais estão aptos à prestação de serviços jurídicos de elevada qualidade técnica, proporcionando um serviço integrado, rápido e eficaz, beneficiando da experiência local e know-how cultural em todas as diferentes áreas jurídicas. Os nossos clientes poderão beneficiar ainda da nossa experiência internacional, especialmente da associação com a RSA LP, que garante familiaridade com os sistemas de Direito de inúmeras jurisdições.

Como avalia esta ligação entre Portugal e Moçambique? Como antecipa o futuro das relações entre estes países?

Faço uma avaliação muito positiva dessa ligação, veja-se por exemplo ao nível das relações político-diplomáticas com Moçambique, a recente visita do ministro dos Negócios Estrangeiros de Portugal em representação da União Europeia. Esta visita foi feita em resposta ao pedido de ajuda de Moçambique para auxiliar no combate à insurgência armada na província de Cabo Delgado. Ao nível económico e num momento em que as empresas portuguesas são confrontadas com as dificuldades, Moçambique pode surgir como uma alternativa de relevo dado o potencial de crescimento e as oportunidades que hoje apresenta. A necessidade de produtos e serviços pode significar uma cada vez maior afirmação de Moçambique no destino do comércio internacional português enquanto um cliente que representa 19 milhões de consumidores.

“DISTINGUIMO-NOS PELA QUALIDADE”

Ricardo Ribeiro é o diretor de operações em Moçambique do Grupo Ferpinta, especialistas na produção e comercialização de produtos feitos a partir de bobines de aço. Em Moçambique, onde o Grupo se instalou há mais de 20 anos, os desafios ainda passam pela formação dos recursos humanos e pela aposta na qualidade dos produtos.



Ricardo Ribeiro
Diretor de Operações em Moçambique

Quando se instalou o Grupo Ferpinta em Moçambique e como se desenvolveu essa presença no território?

Estamos em Moçambique há cerca de 22 anos. A empresa instalou-se inicialmente na Beira, por ser um ponto central do país, além de ter uma forte ligação a Portugal. É uma região servida de um porto menos congestionado e um excelente ponto de exportação para o Zimbabué, Zâmbia, África do Sul e Malawi. Atualmente, temos uma fábrica e um armazém na Beira, um armazém em Maputo, onde existe um polo industrial e um outro armazém em Nacala, também já com uma máquina. Temos projeto de expansão e terrenos em Pemba e Tete. A nossa presença em Moçambique representa uma operação de 30 milhões de euros, ainda longe dos 500 milhões que representam a operação do Grupo.

A vossa presença em vários pontos do território moçambicano faz parte do vosso plano de expansão?

Sim, em Moçambique replicámos a forma de expansão da empresa em Portugal. Criámos uma fábrica com uma dimensão considerável, para produzir essencialmente chapa, calha e tubos – materiais que advêm das bobines do aço – e abrimos armazéns em pontos estratégicos do país.



Começámos na Beira, fomos para Maputo e, passados dois anos, chegámos a Nacala. Além de vendermos os produtos que produzimos, também somos revendedores de materiais ligados à nossa área. Isso permite-nos ter competitividade, já que as encomendas do Grupo são feitas em conjunto, o que assegura – pela economia de escala – que

conseguimos fornecer produtos de qualidade a um preço equilibrado.

Quais os setores de atividade em que o Grupo Ferpinta está envolvido, em Moçambique?

Em Moçambique, estamos presentes no setor do aço e somos o distribuidor exclusivo de alfaias agrícolas da marca Herculano, que pertence ao Grupo, em Portugal. Temos ainda outro negócio, só em Moçambique, que é a Naturinga, em Maputo.



No setor do aço, como consegue a Ferpinta impor-se num mercado tão competitivo como o africano?

A Ferpinta sempre pautou a sua produção pela qualidade. Somos o player qualitativo em Moçambique. Existem outras empresas a produzir aço em Moçambique, mas a Ferpinta trabalha com as maiores empresas de construção civil, que prezam a qualidade dos produtos e não se regem pelo preço. Além disso, os nossos produtos são certificados. Importa também salientar que a nossa competitividade diz essencialmente respeito à nossa economia de escala e à qualidade dos nossos produtos e não está relacionada com os recursos humanos, pois muita gente pensa que a mão de obra moçambicana pode ser mais barata, o que nos traz vantagens competitivas. Tal não é verdade, por várias razões: a primeira é o facto de termos muitos quadros que são expatriados, o que implica um acréscimo financeiro. Depois, os colaboradores moçambicanos nem sempre têm a formação

necessária, pelo que implica que a empresa aposte nessa mesma formação. Outro facto interessante é que, enquanto que em Portugal alguns processos já são automatizados, em Moçambique ainda há muitos processos que necessitam de trabalho humano, pelo que o número de colaboradores na fábrica moçambicana é maior.

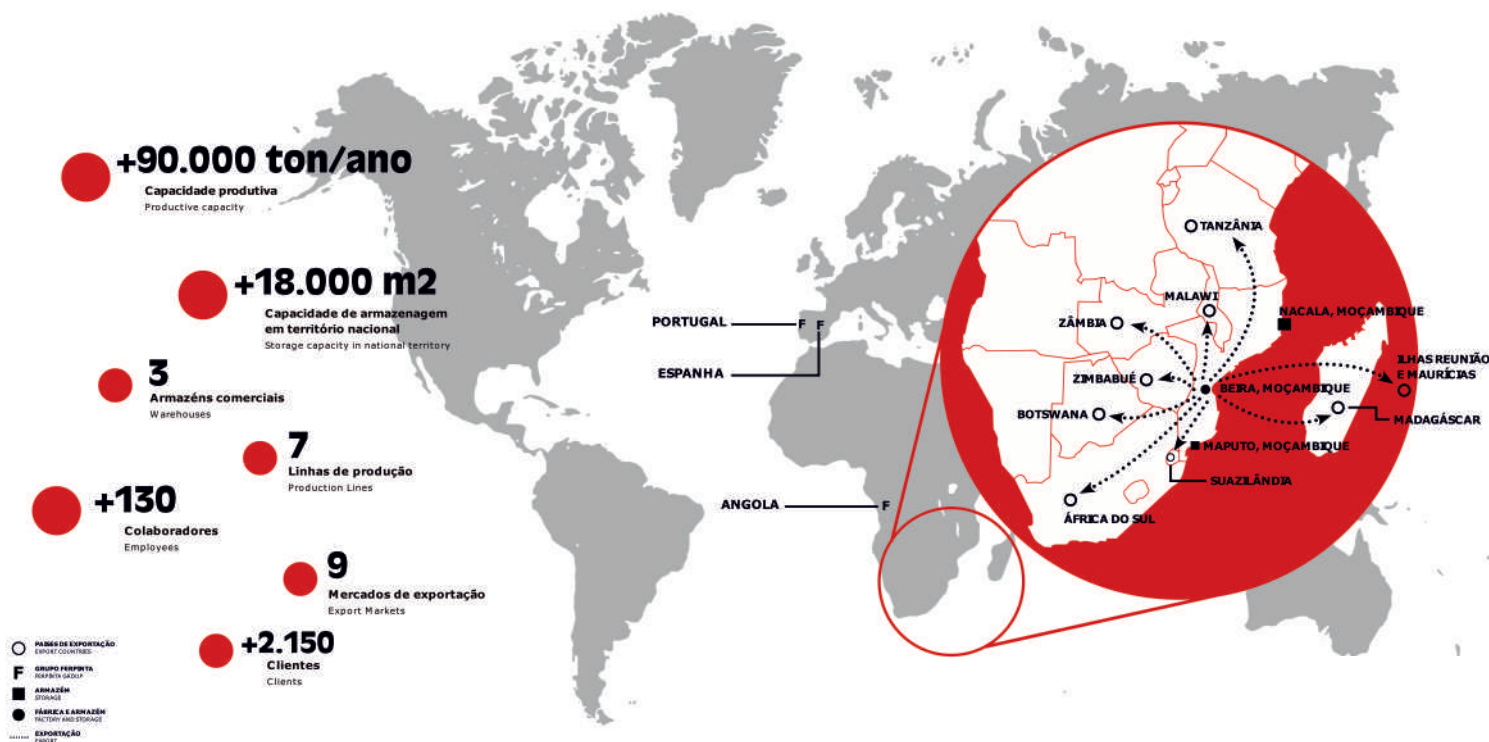
Como caracteriza os mercados português e moçambicano?

Na área do aço, há alguma legislação que está implementada em Portugal que não está implementada em Moçambique, como a lei do antidumping. Em Portugal, somos taxados de forma diferente se comprarmos material à China. Isso cria maior competitividade entre players europeus. Em África, isso não acontece. Há muito mais entrada de players asiáticos – sobretudo China e Índia – que competem sobretudo pelo preço e que acabam por destruir a economia local. Cada mercado tem as suas particularidades

e dificuldades – Portugal tem muitos players fortes na Europa – mas acredito que, desde que haja mercado e que nos saibamos guiar dentro dele, sabemos o que fazer para o conquistar. Por exemplo, em Moçambique produzimos produtos que não produzimos em Portugal, porque o mercado tem necessidades diferentes. O mesmo acontece em Portugal. É fundamental adaptar a produção.

Como antecipa 2021?

Acredito que o ano de 2021 seja uma réplica de 2020, onde conseguimos crescer. Neste momento, a nossa perspetiva mantém-se – não tencionamos parar de trabalhar e iremos continuar a ter cuidado. Todavia, Moçambique atravessa agora uma fase de aumento dos números relativos à Covid-19 e as pessoas estão um pouco assustadas.



FERPINTA
MOÇAMBIQUE

MAPUTO | BEIRA | NACALA

UNIDOS POR UM FUTURO MELHOR

f/FerpintaMZ

@/ferpinta_mocambique

ferpinta.co.mz

Avenida Acordos de Lusaka, Talhão 3490 C.P. 251 - Munhava - Cidade da Beira - República de Moçambique MOÇAMBIQUE
Tel. +258 233 534 33 | Fax: +258 233 520 31 | ferpinta.mocambique@ferpinta.pt

CONSTRUÇÃO CIVIL

O NECESSÁRIO SALTO EVOLUTIVO

João Andrade
CEO Grupo FUTURE

É sabido que o setor da construção se apresenta como bastante conservador, com ciclos extremamente longos de renovação. Soluções e métodos construtivos prevalecem durante décadas, registando apenas ligeiras evoluções ao nível de algum componente, equipamento e/ou material, que permitem melhorar a qualidade e aumentar a produtividade, mas nunca apresentando saltos evolutivos que resultem de alterações disruptivas. As poucas inovações reais que foram oferecidas ao mercado tiveram sempre pouca receptividade, acabando por ser abandonadas. Na verdade, em termos de conceitos, metodologias e materiais, na sua essência pouco mudou no último século. A inércia à evolução neste setor é transversal a todos os países, embora tenhamos vários subníveis quanto a esta situação.

Se olharmos para todos os outros setores de atividade e analisarmos a evolução dos mesmos, constatamos que evoluem a um ritmo incrivelmente mais rápido, com ciclos de renovação cada vez mais disruptivos e curtos. O atraso deste setor não é apenas em termos da sua velocidade de transformação, é também (consequência deste) em termos de estágio de desenvolvimento, apresentando-se deveras atrasado, a todos os níveis. Este facto não é admissível num setor considerado motor da economia. A escala e importância do mesmo exige que este esteja a um nível de desenvolvimento e de modernização bem mais avançado.

Alguns aspetos particulares da problemática:

- A multiplicidade de atividades, intervenções e as interdependências conflituantes fazem da construção civil uma indústria demasiado complexa e muito pouco produtiva;

- Não faz sentido que, em obra, se produzam materiais e se realizem tarefas de execução. A busca da produtividade e economia, bem como da qualidade, exige que a produção se faça em fábrica e que em obra apenas se efetuem montagens de menor complexidade. A existência de um extremamente elevado número de ações desenvolvidas em obra, com níveis muito menores de controlo, eficácia e previsibilidade do que em fábrica, potenciam ainda erros e acidentes, para além do enorme impacto provocado nas imediações da obra, durante o período de construção;

- Já lá vão quase dois séculos desde que a solução de combinar o betão (usado na construção há dois milénios) com o aço é utilizada, e mesmo com o seu fabrico a exigir que diversas tarefas sejam realizadas, por diferentes intervenientes, *in situ* (conduzindo a um produto final de qualidade e comportamento com elevado grau de incerteza), o mesmo permanece ainda como o material base das estruturas;

- O setor da construção civil precisa ainda de minimizar significativamente o impacto que provoca no Meio Ambiente.

Em resumo, podemos dizer que cada obra é, literalmente, uma fábrica que se monta para fazer um único produto uma única vez, após o que a mesma é desmontada, contrariando, assim, quase todos os princípios de gestão e rentabilidade pelos quais se regem os restantes setores e atividades económicas.

Embora a degradação do setor da construção, em Portugal, que levou ao desaparecimento das suas principais empresas, não ofereça o melhor enquadramento para a evolução necessária, esta é inevitável e acontecerá, durante esta década, provavelmente a reboque da transformação que nos chegará de outras paragens.

O salto evolutivo necessário na construção civil não se restringe à construção. A Engenharia de projeto tem igualmente um desafio urgente de ajustamento às exigências e desafios dos novos tempos. Na verdade, as empresas de Engenharia consultiva terão de se reinventar, tirando partido de todo o potencial das novas tecnologias e ajustando o seu papel/posicionamento nos processos de investimento, para que possam ser elas as motoras deste salto evolutivo que o setor necessita.

“O ONLINE É O FUTURO”

A Yourbranding é uma agência de comunicação e marketing que, além de disponibilizar serviços de comunicação integrada, criou também a plataforma New Men, dedicada ao público masculino, que conta com um crescimento significativo. Uma entrevista onde o CEO, Jorge Marques, fala sobre a importância do online e de uma comunicação integrada.

A Yourbranding é uma agência de comunicação disruptiva, que se assume como “não sendo mais uma” do mercado. Como se traduz isso em projetos e tratamento do cliente?

A Yourbranding oferece um serviço 360 graus aos seus clientes. A nossa equipa de profissionais especializados cobre todo o espectro de uma estratégia ativa de comunicação. O planeamento vai desde o processo criativo à conceção da ideia em si. Muitos dos nossos clientes querem apostar numa comunicação integrada que inclua redes sociais, brand content e televisão (spot publicitário). Na Yourbranding cobrimos todas estas vertentes. Aquilo que nos diferencia das outras agências é a nossa mais-valia em corresponder a todas as vertentes para uma comunicação eficiente e que vai ao encontro às expectativas e objetivos dos nossos clientes.

Como trabalham os vossos projetos, a partir do momento que um cliente chega até vós?

A primeira coisa é definir o propósito, ou seja, se o objetivo é criar brand awareness, vender um produto ou chegar a novos públicos. A partir daí delineamos a estratégia. Em relação ao conceito criativo e essencial da campanha, se o cliente não nos der um briefing formal, contamos com uma equipa de profissionais que sugere a melhor estratégia para alcançar o que é pretendido pela marca, empresa ou produto.

Tendo em consideração que grande parte dos negócios, devido à pandemia, se transferiu para o online, quais os principais desafios de trabalhar n(o) mundo digital?

Uma das maiores fragilidades é a dependência dos programadores. O online é muito rápido e eficiente, mas quando há um problema, a sua resolução pode levar mais tempo do que esperado e isso pode trazer algumas consequências. Outro dos desafios é acompanhar as preferências do utilizador, porque também elas estão em constante mudança e uma empresa que vive sobretudo do digital tem de acompanhar as tendências do utilizador todos os dias, o que não é fácil.

O vosso projeto digital Newmen.pt faz este mês um ano e tem tido grande aceitação por parte do público masculino, para o qual é direcionado. Na sua opinião, o que torna este projeto tão atrativo e de sucesso?

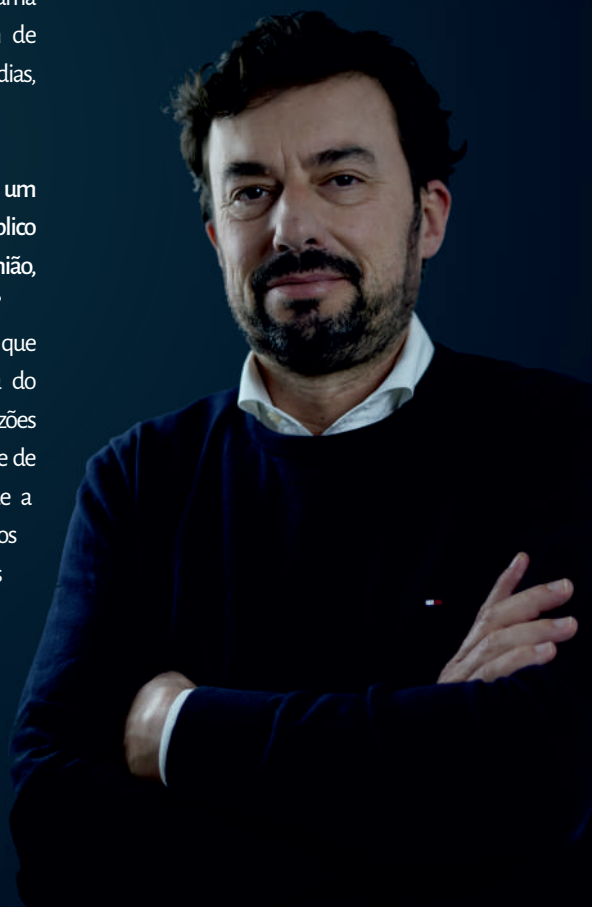
A New Men nasce de um estudo de mercado que concluiu que não existia nenhuma plataforma do género em Portugal. Isto, por si só, é uma das razões do sucesso. Mas diria que é também a pluralidade de conteúdos e a diversidade que fazem com que a plataforma seja tão procurada. Não nos limitamos ao lifestyle. Também integramos o desporto e os automóveis. Mais recentemente demos o passo para seguir atentamente a atualidade e manter os nossos leitores a par do que se passa a um nível do coletivo nacional. Uma das razões do sucesso é a qualidade dos nossos redatores de conteúdo.

Que análise faz do mercado digital nacional?

Esta pode ser uma oportunidade de expansão e desenvolvimento?

Sim. Diria que, face à situação que o mundo atravessa, o digital – se já não era – é agora, sem

sombra de dúvida, o futuro. Há ainda muito por explorar no online e penso que é um mercado que ainda tem muito para oferecer sobre todos os pontos de vista. Não só da publicidade, mas também do conteúdo, informação e, claro, relação B2C.



Jorge Marques
CEO

**DEIXE A SUA COMUNICAÇÃO
CONNOSCO.**

211 358 184

GERAL@YOURBRANDING.PT

WWW.YOURBRANDING.PT



yb
AGENCY



“FALTA VALORIZAR ESTA ATIVIDADE”

Pedro Simões
Managing Director

Pedro Simões fundou a Acoq há 17 anos, uma empresa de Contabilidade e Fiscalidade cujos clientes são maioritariamente empresários estrangeiros, residentes ou não em Portugal, bem como empresas nacionais que têm atividades comerciais com o Estrangeiro. Do Brexit à pandemia, passando pela importância da diversidade de mercados com que trabalham, Pedro Simões deixou evidente a importância da área da Contabilidade e Fiscalidade na vida das empresas.

Como caracteriza a Acoq, no que respeita aos serviços que prestam e à relação com os clientes?

A Acoq começou inusitadamente, há cerca de 17 anos, depois de eu ter saído de uma empresa onde trabalhava, na mesma área. Tenho uma experiência de mais de 30 anos no setor. No que respeita às áreas de negócio, temos uma atividade bastante ampla. Além de termos como base a área Fiscal e Financeira, temos vários outros serviços, que complementam esta área e que também são requisitados pelos clientes, como a Contabilidade e a Representação Fiscal de Não Residentes. Prestamos também apoio a quem quer iniciar uma empresa em Portugal, mas não é residente no país. Optámos por ter um alargado leque de serviços, bem como clientes dos mais variados setores de atividade, oriundos de vários países, com o objetivo final de diversificar ao máximo a nossa carteira de clientes. Uma empresa de contabilidade gere-se de forma semelhante às de

outras atividades, e aí talvez esta diversidade seja o resultado da minha base académica na área da Gestão.

A opção por clientes estrangeiros também advém do meu passado profissional, pois trabalhei em empresas de Contabilidade que trabalhavam sobretudo com o estrangeiro. Na Acoq temos clientes ingleses – o nosso maior mercado –, irlandeses, franceses, holandeses, espanhóis, norte-americanos, belgas, alemães, dinamarqueses, suecos, noruegueses, brasileiros, canadianos... E todos com diferentes áreas de atividade. Maioritariamente, temos clientes empresariais, mas também trabalhamos com clientes particulares.

Atualmente, estamos presentes em dois pontos do território nacional: em Sintra, onde começámos a nossa atividade, e em Albufeira, onde abrimos um escritório há quatro anos. Desde essa altura, o nosso crescimento tem sido mais

acentuado. Mesmo em 2020, crescemos entre oito e 10 por cento.

Tendo em conta a concretização do Brexit e o respetivo acordo comercial entre a União Europeia e o Reino Unido, sentiu alguma diferença no mercado?

Sinceramente, não. No entanto, temos alguns clientes que se abastecem em Inglaterra e isso é algo que se pode tornar difícil, pois quem importa produtos irá sentir um acréscimo no valor da sua compra, porque terá taxas para suportar. Uma solução será estes clientes procurarem alternativas em países da União Europeia. Alternativamente, os fornecedores, localizados em Inglaterra, podem transferir as suas operações para países como a Irlanda, por exemplo. Isso evitaria todas as taxas. Depois, há ainda a

videoconferência. Estivemos assim cerca de um mês e meio e depois regressámos ao escritório, onde tínhamos todas as condições de trabalho e também as de higiene e segurança necessárias para levar a cabo a nossa atividade sem pôr em risco a saúde de ninguém. Neste segundo confinamento, mantemo-nos a trabalhar no escritório, mas não estamos a receber ninguém para reuniões presenciais.

No que respeita à influência que a pandemia teve no nosso trabalho, houve serviços que tiveram um decréscimo, de facto, mas também houve outros em que a procura aumentou. Nunca deixámos, inclusivamente, de ter clientes novos. Em relação aos serviços de apoio às empresas, optámos por não faturar aos clientes os serviços que eram relacionados com comparticipação de despesas. Todos os que eram

clientes são pessoas entre os 30 e os 50 anos, que vivem do seu negócio e são muito resilientes. Todavia, 2021 vai ser mais difícil do que 2020, pois se no início da pandemia algumas empresas tinham margem para se sustentar durante algum tempo, com pouca ou nenhuma faturação, com o passar do tempo a situação financeira vai-se deteriorando e mesmo as empresas que estavam financeiramente saudáveis deixarão de estar. As medidas de ajuda governamentais serão ainda mais fundamentais e, na verdade, a forma como estas têm sido anunciadas e a sua efetiva concretização não melhorou, de 2020 para 2021.

Que problemas do setor em que trabalha lhe parecem importantes de salientar e de resolver?

Os problemas que identifiquei na nossa atividade não



considerar o tempo que a encomenda pode demorar a chegar a Portugal, tendo em conta que pode ficar retida na alfândega algum tempo. Para quem importa alimentos, como é o caso de alguns supermercados algarvios que têm produtos ingleses, isso pode ser um problema. Na verdade, parece-me que o Reino Unido poderá enfrentar um risco acrescido de deslocalização de empresas, que querem continuar a comercializar os seus produtos sem acréscimos de taxas ou demoras causadas pela alfândega.

Em que aspetos é que a pandemia vos influenciou, quer na atividade que desempenham, quer em termos de alteração de procura de serviços?

No primeiro confinamento, optámos pelo teletrabalho. Todas as reuniões eram feitas por

relacionados com subvenções ou subsídios não reembolsáveis, aí faturámos o serviço.

Ainda é difícil fazer previsões quanto aos próximos tempos?

Sim, sem dúvida. Para além de uma questão sanitária, creio que esta incerteza provoca uma grande ansiedade aos empresários, colaboradores das empresas e suas famílias pelo risco na capacidade de resistência das empresas, com consequentes implicações na sanidade mental das pessoas. Muitos dos nossos clientes estão ligados ao Turismo e estão, literalmente, a “aguentar-se” desde que a pandemia começou. Até agora, só tivemos um cliente que fechou o seu negócio, porque optou por fazê-lo. Contudo, a maioria dos empresários que temos como

são problemas que tenham uma resolução muito fácil, porque não são específicos da atividade, mas sim da nossa mentalidade e cultura. O principal problema é uma questão de valorização. A valorização começa quando nós acrescentamos a algo um valor que as pessoas conseguem perceber. Isso é difícil de fazer, especialmente nesta fase, embora a pandemia tenha trazido algum reconhecimento do nosso trabalho, por parte das empresas. Todavia, ainda existem muitos clientes que não entendem a importância do trabalho que fazemos. Ainda assim, a Ordem dos Contabilistas tem feito um trabalho muito bom, no que respeita à informação que passa e à forma como tem gerido este período em particular.

Commit to be
different and better.



ACOOQ
Tax & Business Consultancy



Accounting



Company
and Business
Evaluation



Business
Plans



Tax
Advising



Management
Consulting



Fiscal
Representation



Real Estate
Investment
Advisory



SOLUÇÕES DE SUSTENTABILIDADE

Francisco Augusto
Country Leader Portugal

A Trane é uma empresa multinacional, com mais de um século de história e com 36 mil empregados, em todo o mundo. Concebe, fabrica e presta assistência a sistemas AVAC-R, tendo como último objetivo tornar o edifício ou o espaço em questão mais confortável, seguro e, sobretudo, energeticamente sustentável. O engenheiro e country leader em Portugal, Francisco Augusto, concedeu uma entrevista à Valor Magazine, onde explicou a importância de uma atividade empresarial sustentável.

Como vos distingue a vossa filosofia de trabalho e a vossa relação com os clientes?

“Desafiamos ousadamente o que é possível para um mundo sustentável”, isto é o que nos distingue para sermos os melhores. Os nossos produtos e serviços cumprem com o que antecipadamente nos comprometemos. Temos um serviço técnico de referência e somos uma empresa que, desde sempre, liderou o desenvolvimento de novos produtos, soluções e serviços. Temos muitas patentes criadas na nossa história, como a Saturno, que foi à Lua equipada com Trane.

Que tipo de soluções existem que permitem um aquecimento/arrefecimento de um espaço, mantendo em simultâneo a poupança financeira e energética?

A Trane lançou, nos últimos meses, equipamentos e soluções de serviços técnicos, para grandes instalações e particulares, tão eficientes que, há alguns anos, nos pareciam impossíveis - alguns deles com a capacidade de aquecer e arrefecer

simultaneamente ou de aquecer a temperaturas altas. Recentemente, participámos num projeto que irá permitir ao edifício estatal poupanças anuais de centenas de milhares de euros.

Como se processa a instalação dos vossos equipamentos?

As aplicações são diferentes e com requisitos distintos, pelo que cada caso tem de ser estudado.

Como pode a Trane ajudar as empresas a tomarem-se mais eficientes?

A Trane tem cinco compromissos globais, sendo que um deles é a descarbonização. Temos até 2030 que reduzir as emissões de CO2 em uma gigatonelada, que é o equivalente às emissões anuais conjuntas de França, Itália e Inglaterra. Os equipamentos e serviços que temos e iremos continuar a desenvolver irão chegar a esse valor via menos consumo energético e, adicionalmente, descarbonizar e diminuir a pegada ecológica dos nossos clientes.

Como avalia, no que à sustentabilidade diz respeito, as empresas nacionais?

Ainda temos um longo caminho a percorrer. Algumas empresas têm dificuldade em entender que a melhoria de eficiência energética/redução de emissões tem um custo superior no investimento inicial, mas tem um retorno de investimento relativamente curto. O nosso objetivo é diminuir este tipo de casos, apresentando estudos de poupanças com a maior transparência possível.

Fale-me do Trane Building Advantage e das vantagens que este traz às empresas.

O Trane Building Advantage são variadíssimos serviços que prestamos aos nossos clientes com o objetivo de tornar as suas instalações mais eficientes energeticamente, mais fiáveis, mais responsáveis em termos ambientais, e acima de tudo, assegurar um elevado desempenho na utilização do dia a dia. Desta forma, conseguimos que os edifícios e processos industriais funcionem com fiabilidade, respeitando as atuais exigências ambientais e com excelentes poupanças em energia.



Ricardo Vieira
Diretor

SOLUÇÕES DE VANGUARDA

O Grupo Reynaers Aluminium é líder europeu em soluções de alumínio - portas, janelas, fachadas, portas de correr e jardins de Inverno. A área de I&D sempre foi muito importante para a empresa se manter na vanguarda, com quase um quarto dos trabalhadores alocados a esse setor, como explica Ricardo Vieira, diretor da empresa em Portugal.

Quais foram as inovações e o desenvolvimento que o Grupo apresentou para se manter como líder de mercado?

A Reynaers Aluminium já tem mais de 50 anos de história e a inovação e desenvolvimento sempre estiveram presentes no ADN do Grupo. Se falamos daquilo que eram os sistemas de alumínio há 30 anos, evoluímos muito. Questões como o conforto térmico, proteção acústica ou o design são premissas que temos sempre em consideração no momento de desenvolver um produto ou solução. Na sede temos cerca de 450 pessoas a trabalhar, 120 das quais estão dedicadas a I&D. Neste campo, destaco ainda o nosso centro de testes para a indústria da caixilharia, que é o maior da Europa e Avalon, a nossa sala de realidade virtual que permite 'visitar' os edifícios ainda na fase de projeto. Tem sido uma 'ferramenta' muito importante para projetos de todo o mundo.

Portugal ainda é um país atrasado, a nível de soluções para conforto térmico e acústico?

De alguma forma sim. É uma questão cultural. Os requisitos acústicos e térmicos são algo que já está muito presente nos países do Centro e Norte da Europa, também porque as condições são diferentes: o clima é mais exigente, a densidade populacional é maior, os níveis de poluição são outros... Em Portugal, estes parâmetros são cada vez mais considerados, mas a

legislação é mais ligeira que no resto da Europa. Ainda assim, nota-se uma evolução. As pessoas já se preocupam com a questão do isolamento, querem perceber exatamente como é constituída a janela e qual o seu propósito... ainda temos algum caminho a percorrer no que concerne a edifícios públicos, mas os edifícios privados têm cada vez mais essa preocupação.

Que análise faz do mercado português relativamente às soluções que existem, relacionadas com o isolamento e a simultânea necessidade de arejamento que existe nos edifícios?

Os conceitos "isolamento" e "ventilação" parecem contraditórios e combiná-los pode parecer um desafio, mas é possível instalar soluções de caixilharia que permitem a ventilação dos espaços, sendo termicamente eficientes. Por exemplo, o nosso sistema Ventalis permite ventilação, com uma solução incorporada na caixilharia. Além da questão térmica, existe também a possibilidade de nos 'isolarmos' acusticamente. Recentemente, lançámos a solução SoftTone, que permite uma redução do ruído exterior, mesmo com a janela aberta.

Portugal ainda tem uma grande margem de adaptação dos seus edifícios?

Sim, Portugal foi um dos últimos países da Europa a investir na reabilitação. Neste momento, o investimento

em reabilitação é superior à construção nova e deverá manter-se. Nesta matéria, os operadores privados têm realizado um papel importantíssimo ao assumirem-se como o motor da economia, por contraponto ao investimento público, que ainda peca por falta de rigor, no sentido de prever soluções de construção evoluídas e que permitam uma utilização sustentável dos edifícios.

Como antecipa o ano 2021, no que respeita aos projetos?

Esta pandemia pode condicionar a atividade de um modo geral. Nós não fomos muito afetados com a situação de 2020 e temos vindo a crescer de uma forma consistente em Portugal, faturando um pouco abaixo dos 10 milhões de euros, para um total de 550 milhões de euros faturados pelo Grupo. No entanto, tão ou mais importante que o volume de negócios, está a sustentabilidade da empresa a médio e longo prazo e, nesse sentido, sentimos que a notoriedade da marca é cada vez maior no mercado português.

Gostaria de salientar algum projeto em particular?

Sim, o Infinity Tower, em Lisboa. É um edifício residencial de 26 pisos, localizado em Campolide, junto ao eixo Norte-Sul e no qual todos os critérios de que falámos antes - Design, Proteção Térmica e Acústica e Sustentabilidade - foram tidos em conta desde a fase de conceção.

SOLUÇÕES DE AVAC PERSONALIZADAS

A b.market já conta com quase 13 anos de mercado, com soluções exclusivas na área do ar condicionado e refrigeração. O diretor, Bruno Cipriano, falou da importância de uma boa qualidade do ar, numa altura em que o mundo ainda luta contra a Covid-19.

Como se posiciona a b.market no mercado, relativamente às soluções exclusivas que apresenta?

A b.market nasceu em 2008 e tem como missão fornecer soluções inovadoras com vantagens competitivas. Desde 2010 a b.market tem os seus processos certificados e auditados pela norma ISO9001, assim como um largo conjunto de certificações, tais como Distribuidor de Dispositivos Médicos pelo Infarmed, SAC (Manuseamento Fluidos Fluorados), Fluidos Inflamáveis e certificado do Uptime Institute para operação e manutenção em Data Centre. Temos cobertura nacional. b.market significa «ser mercado», posicionar-se na mente dos seus clientes, como sendo algo para alguém e não tudo para ninguém.

Qual a importância da qualidade do ar interior (QAI) para um bem-estar em espaços fechados?

Tem havido uma evolução favorável na legislação, no sentido de garantir um ambiente interior com conforto térmico e uma QAI adequada ao ser humano, garantindo taxas de renovação de ar mínimas como garante da QAI. Nos edifícios mais antigos alvo de reabilitação, e devido a constrangimentos arquitetónicos, nem sempre é fácil garantir essas taxas de renovação de ar, pelo que existem soluções de equipamentos no mercado que podem minimizar e ajudar a garantir boas condições de ar interior; tais como os sistemas Bioxigen comercializados pela b.market implantados no mundo e, especificamente em Portugal, há mais de 10 anos.

Como pode esta qualidade do ar ser controlada, de forma a assegurar a utilização do ar condicionado como

uma forma de proteger e salvaguardar as pessoas e não contribuir para problemas respiratórios?

Um projeto de AVAC e Arquitetura Interior rigorosos e o confinamento aos produtores de poluentes internos, como impressoras e fotocopiadoras, assim como um plano de manutenção adequado dos sistemas de ar condicionado e ventilação são o garante da QAI para as pessoas.

Em Portugal, a utilização do ar condicionado é feita de forma correta?

A utilização do ar condicionado deve cumprir alguns critérios de utilização, como a regulação da temperatura e humidade adequada e a manutenção periódica devidamente planeada e ajustada à utilização do espaço interior.

De que equipamentos dispõe que podem ser soluções para a sustentabilidade energética e a poupança financeira?

A b.market foi a primeira empresa em Portugal a colocar no mercado chillers com fluido verde R290 (propane 95%), com elevada eficiência energética e sustentabilidade do ponto de vista ambiental, pelo facto de os chillers utilizarem um fluido orgânico natural que tem um fator ODP zero (destruição da camada de ozono zero) e um fator WGP zero (fator de aquecimento global zero), além de ter reduzida quantidade de fluido dentro dos equipamentos que pode atingir menos 80% de carga de fluido, comparando com

outros equipamentos com fluidos não naturais, contribuindo desta forma para a redução de custos de exploração e manutenção dos edifícios.

Como antevê o comportamento económico deste ano de 2021?

O ano de 2021 vai ser de Desafios e Esperança. Desafios porque temos de nos ajustar a constrangimentos na forma como desenvolvemos as nossas atividades diárias pessoais e profissionais, e de Esperança que a vacinação seja rápida e eficaz, para que possamos acelerar as nossas atividades profissionais e negócios com os investimentos e ajudas da União Europeia para o relançamento da economia.



Bruno Cipriano
Managing Director



b.market®

www.bmarket.pt | geral@bmarket.pt | Praça da Estação, 204 4435 - 230 Rio Tinto Gondomar - Portugal
Telf: 226 093 500

“A QUALIDADE DO AR É FUNDAMENTAL PARA A SAÚDE”

A Macolis é um distribuidor de equipamentos de climatização, energias renováveis, sistemas de canalização, redes de gás, torneiras e equipamentos sanitários. O diretor comercial, Bruno Carreira, fala da evolução da empresa, das soluções existentes e do que espera para 2021.

Bruno Carreira
Diretor Comercial

A Macolis SA foi fundada em 1984. De então para cá, como evoluiu o mercado, em particular o português?

A Macolis é uma empresa distribuidora de equipamentos de climatização, energias renováveis, sistemas de canalização, redes de gás, torneiras e equipamentos sanitários, mas especializou-se, a partir de 1996, nas áreas técnicas de climatização, criando conceitos próprios na área da energia solar, com a marca SolarMaco, e nas soluções de gestão inteligente de sistemas de climatização, com a marca Controlmaco. Sediada em Leiria, tem uma equipa comercial dinâmica e presente em vários distritos nacionais, de forma a responder rapidamente às necessidades dos seus parceiros.

Tendo em conta a pandemia que atravessamos, o arejamento dos edifícios e a monitorização da qualidade do ar são importantes. Como pode a Macolis ajudar a solucionar estas questões?

As pessoas estão sensíveis à qualidade do ar e será a altura certa para completar o nosso portefólio e ajudar a formar os nossos parceiros, esperando que a legislação caminhe no mesmo sentido.

Que soluções existem no mercado, no que respeita à renovação do ar, que permitem um arejamento correto dos edifícios?

A melhoria da qualidade do ar compreende retirar o ar viciado do interior e insuflar ar novo do exterior. Neste contexto é importante ter atenção ao ar insuflado que será influenciado pela temperatura exterior, afetando a climatização e a eficiência. Para o mercado residencial, disponibiliza-se ventiladores de baixo caudal de ar e ruído, as chamadas vmc's, que permitem

a exaustão e insuflação de ar numa habitação, cuidando também da temperatura.

Foi necessário desenvolver soluções em particular, nomeadamente ao nível do arejamento ou de monitorização da qualidade do ar interior, devido à pandemia? Que soluções vieram para ficar, de agora em diante, no mercado?

As soluções já existiam e estão lentamente a entrar no mercado. A pandemia veio colocar mais sensibilidade nesta necessidade, por exemplo, antes da pandemia, no Inverno ninguém abria uma janela para arejar o local onde se encontra. As soluções existem, basta que os utilizadores as procurem e a legislação se adapte para motivar utilizadores e operadores de mercado.

Quais os desafios, particularmente no que respeita à manutenção dos aparelhos durante toda a sua vida útil, que a Macolis enfrentou durante este período pandémico? Como ultrapassou a empresa o ano de 2020?

A manutenção dos equipamentos tem de sofrer uma mudança de mentalidade. Aproveitando esta maior sensibilidade seria importante, por um lado, adaptar a legislação e, por outro, lançar campanhas de sensibilização para uma maior linha de conta relativa à qualidade do ar interior.

Como antevê o comportamento económico deste ano de 2021?

2021 será um ano completamente imprevisível e não se percebe ainda os efeitos colaterais na economia provocados pela pandemia. Existem setores bastante afetados e muitos que ainda vão ser afetados. Resta-nos estar atentos e reagir rapidamente a qualquer alteração.

Soluções profissionais de Climatização



SISTEMAS SOLARES



AR CONDICIONADO



BOMBAS DE CALOR



AQUECIMENTO CENTRAL



VENTILAÇÃO MECÂNICA-VMC



AQUECIMENTO A BIOMASSA



SISTEMAS FOTOVOLTAICOS



REGULAÇÃO E CONTROLO



macolis
climatização e sistemas de conforto

LEIRIA • COIMBRA • PARIS

www.macolis.pt

SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS E AMIGAS DO AMBIENTE

Carlos Guerreiro é o CEO d'A Casa das Janelas, uma empresa com duas décadas de presença no mercado, que foi pioneira na comercialização do PVC. Sempre em constante evolução, assume-se hoje como uma empresa que comercializa conforto e energia, através da caixilharia, sempre atenta às inovações de futuro.

Carlos Guerreiro
CEO

Que análise faz da resposta da Casa das Janelas à evolução do mercado?

Quando iniciou atividade, a Casa das Janelas apostou na comercialização do produto PVC direcionado para o segmento da renovação, por uma questão de diferenciação. Na altura, o alumínio era o produto imperante com destino ao construtor/obra nova e as empresas que o comercializavam assumiam simultaneamente uma postura secundária (porque transformavam) e uma postura terciária (porque garantiam os serviços inerentes). A partir de 2004, tomámo-nos numa empresa unicamente terciária. De lá para cá, o nosso modelo de negócio tem vindo continuamente a transformar-se e, atualmente, somos uma empresa que comercializa conforto e energia através da caixilharia, seja ela metálica, inerte ou mista.

Que serviços e soluções existem, no que respeita às janelas e ao adequado isolamento de um edifício?

As soluções de produtos e serviços disponíveis são diversas, no entanto saber definir a solução certa para determinado tipo de necessidade é o mais importante. Quem quiser construir ou renovar deve procurar consultadoria junto de especialistas, pois as minhas necessidades não são iguais às do vizinho, embora as casas possam ser iguais. As janelas não são o problema, são o meio para o solucionar.

Que análise faz dos edifícios de habitação, em Portugal, no que respeita à sua capacidade de isolamento?

Temos um parque habitacional dividido em dois grupos: um referente à construção nova, que beneficia da evolução das tecnologias e dos produtos de construção, bem como da legislação, que já comporta os "objetivos de consciência verde" - estas habitações têm prestações atualizadas e muito adequadas à utilização confortável e eficiente; e outro referente ao parque habitacional antigo e a necessitar de

remodelação. Ainda assim, daqueles edifícios que têm sido renovados, muitos deles também beneficiaram dos materiais e tecnologias construtivas modernas, pelo que o conforto habitacional é também interessante. A tendência será termos mais edifícios isolantes, novos ou renovados.

Um bom isolamento obriga a um investimento elevado. Quais as vantagens de um investimento deste género, relativamente à poupança energética e à sustentabilidade? As vantagens mais evidentes da utilização de engenharias isolantes são a melhoria das condições de conforto e a redução dos consumos de energia, o que representa poupança para as famílias, para as empresas e, em última análise, para o país. Além disso, quando investimos nestas soluções, estamos também a potenciar a sustentabilidade e a reduzir a pegada ecológica.

O vidro é um material que evoluiu exponencialmente, nestes últimos anos. Quais são as soluções mais avançadas, com as quais trabalham e que gostaria de salientar?

Hoje é possível funcionalizar o vidro em função da necessidade, quer ela seja térmica, solar, acústica, de intrusão, de lesão... Este facto é de extrema importância, pois a maleabilidade do produto permite ser muito efetivo nos resultados pretendidos. O vidro representa 90 por cento de qualquer vão. A Casa das Janelas também opera no mercado petroquímico e da refinação e, no nosso portefólio, constam elementos de vidro instalados em ambientes anti explosão catastróficos - Galp, Repsol, REN, APS, EDP.

Como antecipa este ano de 2021, no que ao setor diz respeito?

O setor não se ressentiu em 2020 e ainda não se ressentiu em 2021, mas a incerteza não deixa garantir para onde e por onde vamos. Esta crise sanitária poderá transformar-se em crise de confiança e terá reflexo direto na economia.



Marta Figueiredo
Administradora

“NO ARRENDAMENTO NÃO HABITACIONAL EXISTEM FENÓMENOS INTERESSANTES”

A Reis & Figueiredo nasceu como empresa dedicada à promoção imobiliária, sobretudo na região de Coimbra, mas evoluiu para a criação de outras empresas – Reis & Figueiredo Capitalis e Serra & Nina Construções – o que levou à criação do Grupo Reis & Figueiredo. Atualmente, dedica-se à gestão de património de arrendamento comercial e habitacional para profissionais deslocados e a pandemia aumentou esta procura, como explica Marta Figueiredo, administradora do Grupo.

Como é que a criação do Grupo Reis & Figueiredo alterou a posição do mesmo no mercado?

Somos um Grupo familiar, fundado há mais de 25 anos. O projeto original passava por adquirir imóveis em construção – adquirir em bloco para colocá-los no mercado com melhores condições de venda. No entanto, os meus pais não se identificaram com a oferta existente à data, optando então por adquirir terrenos e fazer projetos de raiz com características muito diferenciadas. Não tinham know-how nesta área, mas tinham elevados níveis de exigência, desde o cuidado nos projetos de Arquitetura à qualidade dos acabamentos, com materiais nobres e atemporais. No início dos anos 90, apresentaram apartamentos com pedras naturais, cozinhas com eletrodomésticos encastrados, lareiras com recuperadores de calor, sendo pioneiros na utilização de estores elétricos e loiças sanitárias suspensas. O reconhecimento no mercado deu um forte impulso para a nossa expansão, para Coimbra, Aveiro, Vilamoura e Lisboa. Após 2008, com a crise no mercado imobiliário, vendas estagnadas e ativos desvalorizados, encontrámos no arrendamento uma alternativa para

rentabilizar os imóveis que não conseguimos vender. A partir daí, direccionámos os nossos ativos para o arrendamento habitacional e comercial, rentabilizámos o que tínhamos e adquirimos projetos para esse fim.

Relativamente às zonas de expansão, tendo em conta que agora o interior do país também está muito em voga, este território não representa uma aposta interessante para a Reis & Figueiredo?

Temos alguns ativos na zona centro do país (quintas com ruínas para recuperação e herdades para exploração agrícola ou florestal) - existe um mercado específico para a reabilitação das ruínas ou casas abandonadas, essencialmente procura estrangeira, escolhem o interior do país para viver a sua reforma. Esta procura tem um forte impacto na dinâmica daquelas zonas. Outros fenómenos são os jovens agricultores com projetos inovadores e o êxodo de algumas famílias para o interior, impulsionadas pelo aumento dos preços no mercado imobiliário das grandes cidades. A pandemia e o teletrabalho vieram acelerar esta dinâmica.



Como avalia o mercado imobiliário relativamente às novas tendências causadas pela pandemia?

Os critérios de escolha, no que toca à versatilidade dos imóveis, nivelaram muito por cima. Há quem procure um T2 para viver sozinho, pois prevê passar mais tempo em casa. O nosso país continua a reunir condições de excelência para captar residentes estrangeiros. Quem chega procura arrendar casas já equipadas e mobiladas, mas com serviços agregados (limpeza, lavandaria), estão dispostos a pagar por comodidades extra. Isto não se aplica só aos jovens, mas também aos seniores, cada vez mais autónomos e urbanos, nascendo um “novo” conceito de arrendamento que agrega serviços à habitação. Creio que existem sempre muitas oportunidades e a pandemia veio apenas abalar as nossas estruturas deixando-nos mais despertos. Mas é no arrendamento não habitacional que identifico os fenómenos mais interessantes. O aumento do comércio eletrónico irá transferir gradualmente a procura de lojas físicas no centro da cidade para armazéns nas periferias, de forma a armazenar stocks e agilizar a logística da distribuição. Os espaços amplos, de maiores dimensões, com acessos fáceis aos centros urbanos irão valorizar. Restaurantes “virtuais”, agora dinamizados por plataformas como o UberEats, Glovo, entre outras aplicações, necessitam de um espaço físico para as suas cozinhas, surgindo

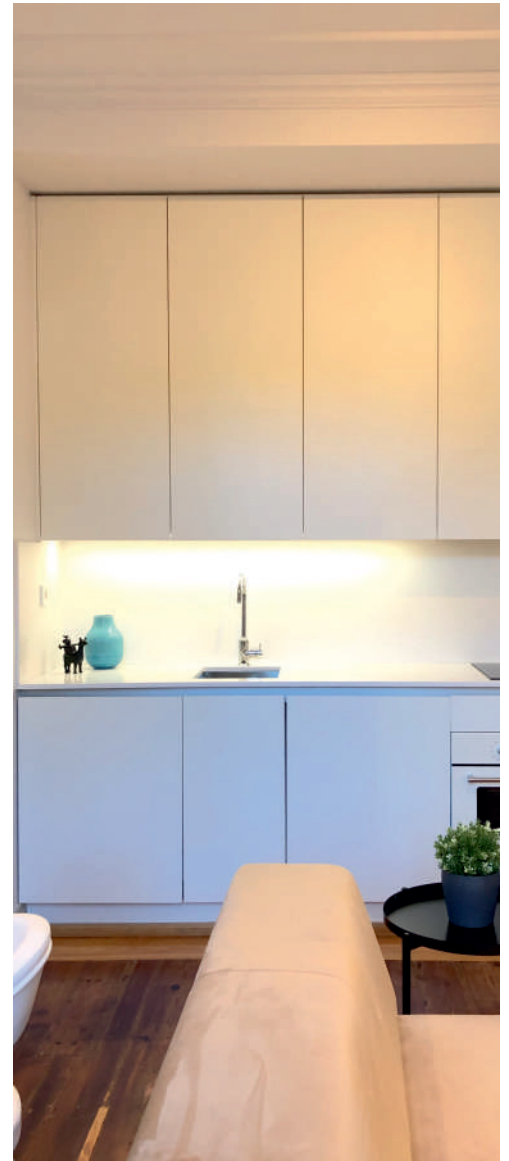
deste modo a hipótese de partilha das mesmas entre diferentes “Chefes” ou “Marcas”, como forma de otimizar os seus custos. Eliminam o sunk-cost de montar uma cozinha e pagam apenas o acesso à utilização. Será certamente um investimento interessante para quem providenciar este tipo de espaços e uma mais-valia na ótica do restaurante. Uma solução deste género torna o mercado da restauração mais dinâmico, reduzindo o risco de quem quer iniciar um projeto nesta área, tão afetada pela pandemia. No que toca aos espaços para escritórios, haverá uma reorganização dos mesmos, mais orgânicos e informais, pois o teletrabalho é muito exigente do ponto de vista emocional e da organização familiar, pelo que acredito que haverá um regresso progressivo aos espaços físicos, onde retomaremos a componente social e de networking.



Existem muitos prédios alocados ao alojamento local mas a pandemia impediu a continuidade do negócio. É possível a Reis e Figueiredo adquirir um imóvel desses e rentabilizá-lo de outra forma?

Dependendo das características do imóvel, podemos redirecionar o apartamento para o conceito de arrendamento que criámos. Os nossos apartamentos estão todos equipados e mobilados com eficiência (cozinhas totalmente equipadas, roupeiros, espaços de arrumação – que tradicionalmente não existem no AL). São ideais para profissionais deslocados, temos contratos de arrendamento muito flexíveis no que toca a prazos. Reconhecemos a imprevisibilidade do mercado de trabalho: hoje um profissional que está em Lisboa,

amanhã precisa de estar no Porto e nós facilitamos essa dinâmica. Neste conceito, em Coimbra, temos um edifício com 24 apartamentos T0's (rendas mensais entre 475 e 500 euros) e em 2020 adquirimos um edifício em Lisboa, no Braço de Prata, Marvila - MyFlat Prata Living, com oito apartamentos de tipologia T2 (rendas mensais entre 800 e 1000 euros). A flexibilidade nos contratos de arrendamento e a relação qualidade-preço são a chave da nossa oferta.



“O MERCADO VAI REAJUSTAR-SE”

Rui Barrote e Paulo Pereira são sócios e responsáveis pelas agências imobiliárias Arcada Expo e Arcada Castilho. Em tempos de pandemia, relatam as dificuldades do setor e as alterações necessárias para continuar a comercializar imóveis, muitas vezes mantendo contacto com os clientes exclusivamente à distância.

Rui Barrote
Sócio

No que respeita à Arcada Expo e Arcada Castilho, quando surgiram no mercado? Como se posicionam no mercado, no que respeita à forma de lidar com os clientes?

Paulo Pereira (PP): A Arcada Expo surgiu em janeiro de 2020, aquando da mudança de escritório sito na Avenida João Crisóstomo, como estratégia de expansão e colocação em mercados Prime das nossas marcas. Foi algo pensado de forma a abranger as localizações que mais pretendíamos, para atingir os objetivos a que nos propusemos. A Arcada Saldanha (como inicialmente nos apelidámos) já existia desde maio de 2018, onde nos focámos principalmente no mercado estrangeiro, pelas características inerentes à nossa condição. Desde cedo os mercados da China e da Turquia foram trabalhados, com consultores “in-

house” oriundos desses países, com sucesso, pois os clientes ficam muito agradados com a facilidade de comunicação e credibilidade associada ao facto de poderem contar com conterrâneos seus na procura da sua nova habitação ou investimento, apoiados por uma equipa experiente e conhecedora do processo de investimento, seja ele de ARI (Golden Visa) ou de Residência Não Habitual (RNH). No seguimento desta estratégia, e na procura por um segundo espaço, surgiu a oportunidade na Rua Castilho, onde abrimos em junho de 2020 onde, apesar das dificuldades criadas pela pandemia Covid-19, conseguimos atingir o objetivo planeado.

Que características do mercado imobiliário da região onde estão inseridos gostaria de salientar?

PP: As freguesias do Parque das Nações e de Santo António, localizações “Prime” em Lisboa, são

caracterizadas pelo facto de serem centros financeiros. A primeira localização é uma zona ribeirinha e moderna e a segunda uma localização muito central da Lisboa que todos gostamos, cosmopolita, movida e com a arquitetura tradicional que os investidores estrangeiros tanto gostam. Aliam qualidade de vida, tanto no setor residencial como no laboral, o que agrada à vastíssima maioria das pessoas, sendo assim duas localizações com uma pressão de procura muito elevada. As zonas verdes, o planeamento urbano, o rio e a facilidade de transportes públicos assim como os acessos a vias rápidas são fatores diferenciadores que fazem com que ambas as localizações sejam das mais desejadas e mais caras a nível nacional.



Paulo Pereira
Sócio

Como lidaram com a questão do confinamento e do teletrabalho, sobretudo tendo em conta que a área de atividade é uma área muito presencial e de relacionamento humano próximo entre consultor e cliente?

P.P.: É uma situação difícil pois, embora consigamos concluir negócios à distância, é um valor residual do volume de negócios que as visitas presenciais proporcionam. O mercado em geral teve de se readaptar à procura mais reduzida por parte dos estrangeiros, tanto pelas dificuldades criadas em viajar como pela incerteza gerada relativamente às alterações no Programa Golden Visa. A procura nacional também reduziu, pois existe um sentimento de que o mercado irá reajustar-se. O relacionamento com os clientes tem-se feito graças ao investimento na formação das nossas equipas, à tecnologia, profissionalismo e tenacidade por parte dos nossos consultores em manter o contacto com todos os seus clientes.

Que análise faz da redução da presença de estrangeiros no país? O mercado imobiliário da capital ressentiu-se?

Rui Barrote (R.B.): Os efeitos nefastos da pandemia fizeram-se notar em Portugal, pois tornou mais difícil a vinda de estrangeiros ao país, tanto que a quantidade de transações baixou neste segmento.

Apesar das dificuldades, realizámos bastantes negócios à distância. Surgiram novos mercados, como os Estados Unidos, que estão muito ativos na procura de habitação em Portugal. O mercado de Lisboa ressentiu-se em volume, mas não em preços de venda, dado que os preços se mantiveram estáveis. No mercado de arrendamento houve uma queda significativa (15-20 por cento, dependendo das zonas), sobretudo nos pequenos imóveis, dado o grande volume de oferta desviado do mercado de alojamento local para o de arrendamento tradicional.

Se tivesse de destacar algumas questões que necessitam de ser alteradas no mercado imobiliário, quais destacaria?

R.B.: Teremos de mencionar a estabilização de regras/leis, nomeadamente fiscais. A constante alteração das regras/leis gera incerteza a todos os investidores nacionais ou estrangeiros. A incerteza no Programa Golden Visa, por exemplo, leva a comportamentos erráticos e, em algumas situações, na opção por outros países com regras mais claras e estáveis, como Espanha e Grécia. Gostaríamos também de ver a resolução eficaz e célere do problema do licenciamento urbano, que desmotiva qualquer potencial investidor com prazos pouco aceitáveis para aprovação de projetos.

Que comportamento terá o mercado imobiliário em 2021?

R.B.: Ainda que em 2020 os preços se tenham mantido estáveis (de forma global), a tendência que se perspetiva é um arrefecimento em 2021, uma suspensão temporária do mercado, até se resolver o problema da vacinação da população em geral. No entanto deverá haver um aumento da oferta superior ao movimento da procura, seja pela destruição inerente de postos de trabalho e consequências adversas, como pela dificuldade que existe em comercializar à distância, promovendo um movimento de descida de preços. Deverá manter-se a procura por moradias e apartamentos de maiores dimensões, com espaços exteriores, onde as pessoas têm mais espaço interior e exterior, bem como o recurso mais acentuado ao teletrabalho, que liberta a obrigação permanente de sair de casa. Esta terceira vaga chegou com força, atrasando a recuperação de diversos setores, onde o nosso também se insere, mas sairemos mais fortes, mais profissionais e com mais ferramentas de forma a ajudar os nossos clientes.

Arcada Expo
Lisboa
218942097 / 912725514
arcadaexpo@arcada.com.pt

ARCADA
— IMOBILIÁRIA —
EXPO-CASTILHO

Arcada Castilho
Lisboa
213521144 / 961953975
arcadacastilho@arcada.com.pt

“A PRESERVAÇÃO AMBIENTAL ESTÁ NOS GENES DOS MANTEIGUENSES”

Manteigas é um município que se insere completamente no Parque Natural da Serra da Estrela. Conhecida como "o coração da Serra da Estrela", a autarquia, sob a presidência de Esmeraldo Carvalhinho, desenvolveu exponencialmente o Turismo de Natureza e bem-estar. Num concelho onde o património natural é imenso, a distinção com a Bandeira Verde, no âmbito do programa ECOXXI, e o primeiro lugar no indicador de Gestão e Conservação das Florestas, bem como no da Recolha Seletiva de Resíduos Urbanos, vem comprovar a importância que é dada à Natureza e à sua proteção por este município.



Esmeraldo Carvalhinho
Presidente da Câmara Municipal de Mant​eigas

Como caracteriza o seu concelho, nas áreas da qualidade de vida e bem-estar, bem como a nível económico?

Manteigas foi considerada, em 2020, o município com melhores condições para residir, por um estudo da Marktest, e já não foi a primeira vez. Esta avaliação é feita tendo como base o investimento na criação de emprego, as condições naturais e a qualidade de vida. Mant​eigas insere-se totalmente no Parque Natural da Serra da Estrela, com altitudes que vão desde os 550 até aos dois mil metros de altitude. Estas características únicas de topografia conferem ao território condições de atração turística únicas no país. Esta é, aliás, a principal atividade económica do concelho. A atração turística ficou ainda mais reforçada com o reconhecimento do Geopark como Património Mundial pela UNESCO, cujos ícones geológicos mais relevantes se situam neste concelho. O Vale Glaciário do Zêzere, os Cântaros, os Covões e as lagoas de águas cristalinas e os dois rios Zêzere e Mondego são elementos estruturantes da ecologia do território municipal.

Manteigas venceu, em 2020, o galardão ECOXXI, enquanto eco-município, com 68,4 por cento, tendo ficado em primeiro lugar no Indicador de Gestão e Conservação da Floresta. Qual a importância da atribuição deste galardão?

Este galardão é importantíssimo para nós, porque vem reconhecer a atividade do município na preservação e conservação ambiental, bem como a proteção das características naturais do concelho. A floresta preenche mais de 60 por cento do território, há cerca de 12 anos que temos instalada e cuidada a rede primária de gestão de combustíveis florestais que contribui para a prevenção de incêndios florestais, no concelho. O resultado no indicador de Gestão e Conservação das Florestas advém da grande preocupação da conservação das florestas e do seu

ordenamento. A floresta e a sua manutenção estão desde tempos imemoriais na forma de ser dos manteiguenses. De Mant​eigas emanaram durante muitas décadas as orientações para a gestão florestal das várias regiões do país. Somos também considerados um concelho campeão no que respeita ao indicador de Recolha Seletiva de Resíduos Urbanos. Este galardão permite tornar Mant​eigas mais ecológica e por essa via mais atrativa, o que aumenta também o interesse educativo nesta área patrimonial. Desenvolvemos constantemente projetos junto da comunidade escolar e temos em curso um projeto de um Centro que pretendemos que se torne um Centro Ciência Viva, com vista à criação de mais uma oferta turística ambientalmente integrada, que contemple o turismo natural, cultural e científico. Queremos criar sinergias em rede com outros projetos nacionais e estrangeiros promotores do turismo sustentável, ligado à Natureza.

Como é dinamizado o turismo de Natureza e bem-estar?

Manteigas tem um conjunto de percursos pedestres que perfazem 200 quilómetros, num concelho com 11 quilómetros quadrados. Cada um destes percursos pedestres tem características únicas. Eu diria que, a cada 500 metros de cada percurso, temos novas sensações, novas paisagens e novos cheiros, resultantes da estratificação tanto da topografia como da biodiversidade do território. Através destes percursos pedestres, promovemos programas de visitaç​ão aos locais menos acessíveis do nosso território, de acordo com as características naturais, sua fruição e necessidade de as preservar, ao mesmo tempo que proporcionamos a atividade económica das empresas de animaç​ão turística. Em Mant​eigas existe também uma estância termal modernizada que dinamiza o turismo de bem-estar. Todas estas características e atividades levaram a que Mant​eigas seja um dos concelhos que mais cresceu, no que respeita a atraç​ão



Turística – em 2018, crescemos 90,4 por cento, em termos de dormidas turísticas. Não existem ainda dados mais recentes, mas temos a certeza de que em 2019 os resultados são superiores. Além disso, beneficiámos de um aumento significativo de equipamentos hoteleiros de elevada qualidade que dignificam o concelho e criam condições de bem-estar para quem procura ar puro, águas cristalinas, natureza e tranquilidade. Isso acontece porque os investidores veem em Manteigas características únicas para fixar o seu negócio. Importa salientar que não pretendemos um turismo selvagem, massificado e desordenado, mas sim um turismo sustentável, positivo para a economia local sem adulterar as condições ambientais.

A pandemia permitiu que os cidadãos nacionais se voltassem para o turismo nacional, sobretudo no interior do país?

Sim, sem dúvida nenhuma. Com as fronteiras fechadas, os cidadãos nacionais descobriram o país e novos destinos turísticos, que até aqui não lhes eram apetecíveis. No caso de Manteigas, o Verão de 2020 foi o melhor Verão de que há memória para a atividade turística. O impedimento de concentração de turistas no litoral por via da situação pandémica que o país vive obrigou a alternativas e foi a oportunidade para que os portugueses conhecessem melhor o que temos no Interior e o valorizassem.

Que medidas adotou a autarquia, aquando da chegada da pandemia, relativamente às necessidades sociais e económicas das famílias e empresas da região?

Logo a 4 de abril de 2020, decidimos reduzir para 50

por cento o pagamento da fatura da água das empresas e das famílias. A Câmara promoveu também a testagem aos grupos da população mais



vulneráveis à Covid-19, como trabalhadores dos lares, IPSS, bombeiros e do próprio centro de saúde. O Fundo de Emergência Social, que se destina a ajudar famílias com carência económica, aumentou a rubrica orçamental e a ele recorreram famílias que deixaram de ter condições para pagar água, luz, bens essenciais. Promovemos um conjunto de obras significativas com vista a reforçar a atividade económica das empresas de construção. Ajudámos as empresas em tudo o que eram equipamentos de proteção individual. Mais recentemente, isentámos as empresas do pagamento total da fatura da água dos meses de novembro e dezembro. Criámos uma bolsa de voluntariado para ajuda aos mais isolados no acesso a bens e serviços. Instalámos, com outros parceiros, nomeadamente a Igreja, uma cantina social. Pusemos a funcionar o Conselho Local de Ação Social. Dos eventos que não se realizaram, realocámos o valor à rubrica orçamental

destinada a ajudar as empresas que tiveram perdas de faturação e ainda atribuímos uma parte dessa verba a três IPSS do concelho.

No que respeita à sua função de autarca, que análise faz do que foi feito e do que falta fazer?

Eu sou autarca já há alguns anos. Já fui autarca noutra município e agora estou em Manteigas, de onde sou natural. O que me fez regressar foi o projeto iniciado em 2010, de recuperação e redirecionamento da atividade económica do concelho. Manteigas era um concelho que vivia essencialmente da área têxtil, que tinha sofrido uma forte quebra durante a crise

económico-financeira. O Turismo era uma área com poucos proveitos económicos aqui. O que fizemos foi redirecionar a economia para essa área, com total respeito pelas condições naturais do concelho. Esse projeto ainda não está concluído, nem nunca estará, mas os resultados são francamente positivos, com tendência a crescerem. Para ser autarca, temos de ter paixão pelo nosso trabalho. Sentimos às vezes um certo desalento, porque estamos diariamente sob o escrutínio de oposições cujo objetivo é atrapalhar, mas quando há resultados positivos o ânimo não falta. O que falta fazer? É sempre muito mais do que já foi feito, mas espero que com o nosso trabalho as condições económicas e sociais de Manteigas cresçam ainda mais e o concelho continue na senda da atração e consequente retorno e fixação de população que desenvolva a atividade necessária ao bem-estar dos residentes e visitantes.

JÁ PENSOU EM AJUDAR UMA BOA CAUSA?

A nossa receita para combater o desperdício alimentar faz-se com a generosidade de todos os parceiros e voluntários Re-food.

Cada refeição que resgatamos custa apenas 10 cêntimos para produzir na nossa economia de boa vontade.

Em 2018 distribuímos 2 milhões de refeições, que representam mil toneladas de bio-resíduo que não poluíram o meio-ambiente.

INVISTA EM IMPACTO SOCIAL E AMBIENTAL

INVESTIMENTO
EM EUROS

IMPACTO SOCIAL
EM Nº DE REFEIÇÕES

IMPACTO AMBIENTAL / REDUÇÃO
EM TONELADAS DE BIO-RESÍDUO

1 € =

10

= 0,0005

1.000 € =

10.000

= 0,5

100.000 € = 1.000.000

= 500

NÃO DESPERDICE ESTA OPORTUNIDADE DE AJUDAR!



REFOOD

Aproveitar para Alimentar

“ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL DEPENDE DAS NOSSAS ESCOLHAS”



Ana Sousa
Nutricionista e Nutricoach

Ana Sousa é nutricionista e nutricoach e, nesta entrevista, explica a importância de uma alimentação saudável e nutricionalmente equilibrada para um bem-estar físico e emocional, bem como um reforço do sistema imunitário.

Qual a importância de uma boa alimentação para a prevenção das doenças e o fortalecimento do sistema imunitário?

A função do sistema imunitário é defender o nosso corpo de agentes invasores, como vírus e bactérias. Uma alimentação saudável acaba por ser uma condição fundamental para um estado pleno de saúde e bem-estar. Para garantir o normal funcionamento do sistema imunitário, é necessária uma alimentação equilibrada com a presença de diferentes nutrientes, como hidratos de carbono, proteínas, lípidos, e vitaminas (A, B6, B9, B12, C e D), minerais (cobre, ferro, selénio, zinco) e água.

No que respeita à alimentação e à reeducação alimentar, quais são as principais dificuldades que as pessoas encontram quando procuram fazer uma alimentação saudável?

As principais dificuldades passam pela escolha dos alimentos certos e em adequar as quantidades a cada um. Também ainda há quem salte refeições, pois acredita que assim emagrece mais rapidamente ou quem tenha dificuldade em variar a alimentação – acabam por entrar em monotonia e cansaço, desmotivando e perdendo o foco. Eu aconselho sempre que, se apetecer

mesmo comer algo, é melhor que o façam, embora não com frequência.

Como é possível trabalhar a mente de quem já tentou várias dietas e nunca conseguiu efetivamente emagrecer, tendo em conta as suas expectativas para esta nova tentativa?

É muito importante saber estruturar um plano alimentar individualizado para aquela pessoa, mas também é importante trabalhar a pessoa em termos motivacionais. O nutricionista coach é muito importante neste processo, pois para além de ajudar a traçar um plano individual de acordo com os objetivos da pessoa e o tempo no qual se propõe alcançá-los, trabalha também a parte motivacional.

É verdade que a comida saudável é “cara e demorada de preparar”?

A ideia de que a alimentação saudável é cara e que dá trabalho existe, mas não é totalmente verdade, temos é de saber fazer escolhas. Se optarmos por legumes e frutas da época, são muito mais em conta. Outra coisa muito importante é planejar as refeições – se planearmos as refeições principais para uma semana, isso poupar-nos-á tempo de supermercado e dinheiro, pois evitamos comprar coisas que não são necessárias. Além disso, as marmitas são muito importantes. Quem não leva

os lanches para o trabalho acaba por recorrer frequentemente às máquinas de venda automática, que não contêm opções saudáveis e não são baratas.

Em confinamento, é mais difícil manter a alimentação saudável?

O confinamento prejudica a rotina alimentar de todos. Quando temos um local de trabalho e saímos para trabalhar, à partida levamos os lanches e a alimentação está controlada. Em casa, a facilidade de acesso à comida é maior, mas depende também daquilo que temos em casa. Se tivermos em casa alimentos mais saudáveis e se os comermos de forma mais consciente conseguimos manter uma alimentação saudável, mesmo confinados.

Tem sido possível acompanhar as pessoas online, através das consultas?

Sim, é possível. A situação atual também veio impulsionar o desenvolvimento destas consultas, para dar resposta às necessidades dos pacientes. Este método ajuda a fornecer serviços de saúde eficientes e personalizados, em qualquer lugar, economizando tempo e dinheiro. O acompanhamento também é mais próximo, havendo mais facilidade para trocar dúvidas, receios, partilhas entre consultas.



Sílvia Calero
Nutricionista

“Esta mudança de hábitos tem de ser feita por etapas e objetivos. Devemos alterar os nossos hábitos, tendo consciência dessa mudança e dos seus benefícios”, começa por explicar Sílvia Calero. “É isso que é a Nutrição Consciente. É um processo que passa por permitir à pessoa ter noção do seu comportamento alimentar, perceber como esse comportamento a influencia nas suas escolhas e estilo de vida e também o impacto desses comportamentos no seu meio ambiente”.

Esta mudança de comportamentos passa por uma reeducação alimentar baseada na alimentação saudável, mas Sílvia Calero alerta para a grande quantidade de desinformação existente: “A alimentação está muito associada a modas, relacionadas a diversos tipos de dietas, criando desinformação. É importante procurarmos informação credível. O ato de nos alimentarmos é uma necessidade básica e crucial com implicações diretas para a nossa saúde, é um momento de nos nutrirmos, de nos sentirmos bem connosco e de socializarmos”. Um dos maiores entraves a uma alimentação saudável é a ideia de que esta é “cara e tem uma preparação demorada”. Sílvia Calero rebate: “Tudo depende das nossas escolhas. E é aqui que entra a educação alimentar, temos de ter consciência do valor nutricional dos alimentos e não apenas do seu valor comercial. É necessário planear as nossas refeições para sabermos orientar os nossos

NUTRIÇÃO CONSCIENTE: A IMPORTÂNCIA DAS ESCOLHAS

Sílvia Calero é nutricionista e na sua prática clínica baseia o seu método de trabalho na pessoa, conduzido através de um processo de autoconhecimento, recorrendo a técnicas de coaching e mindfulness, que através de um plano alimentar personalizado visa uma mudança consciente de comportamentos alimentares.

recursos económicos sem desperdício. A desorganização por vezes dá mais trabalho e é mais dispendiosa. Uma literacia nutricional é crucial”.

Uma alimentação saudável depende de uma dieta equilibrada, variada, completa e não castradora. Para Sílvia Calero, o segredo está em dar à alimentação a importância que ela merece: “Devemos pensar na questão da alimentação quando estamos a realizar o plano de refeições, a fazer as nossas compras e ao comer. De resto, não devemos atribuir demasiada atenção a essa questão, pois pode tornar-se castrador e criar padrões obsessivos”.

Todavia, para uma alimentação saudável, o confinamento pode ser um desafio: “Mais uma vez, são as escolhas e planeamento que fazem a diferença. A fácil disponibilidade dos alimentos levamos a uma rotina de petiscos ao longo do dia. É fundamental que aproveitemos este tempo para reorganizar a despensa, criar o hábito de planear e preparar as refeições e estabelecer horários para comer. Isto ajuda a interiorizar hábitos mais saudáveis e a automatizá-los, fazendo deles algo normal no nosso dia. No plano atual, a alimentação saudável é determinante, patologias como obesidade, diabetes e a hipertensão arterial são fatores de risco para a gravidade na infeção por Covid-19”. Em relação a um plano de

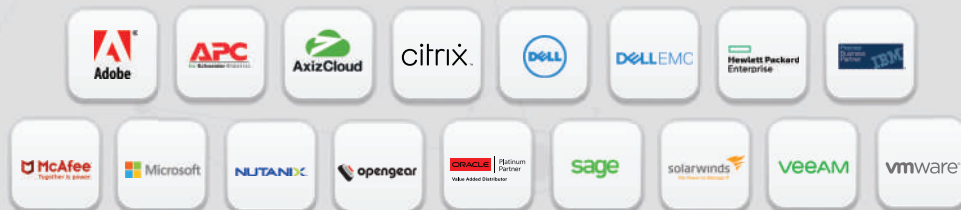
emagrecimento, os estilos de vida de cada um devem ser respeitados: “As pessoas têm de se comprometer com o seu processo, mas o plano alimentar deve estar totalmente ajustado às suas necessidades de saúde e socioeconómicas. É importante também que saibam ultrapassar as dificuldades diárias, como ir às compras e escolher os alimentos certos. Por esse motivo, faço questão de ir às compras com os clientes, para os elucidar sobre quais os melhores alimentos a adquirir e trabalhar a leitura dos rótulos”.

O acompanhamento que Sílvia Calero presta aos seus clientes é muito próximo: “É importante estarmos presentes para o outro e não nos cingirmos a uma área geográfica, sobretudo nesta fase que atravessamos, daí a necessidade da criação das consultas online, que têm tido imensa adesão. Criei ainda os grupos de trabalho, nomeadamente terapia de grupo, onde trabalhamos comportamentos alimentares, sobretudo para quem já deixou um plano de emagrecimento e não conseguiu ter mudanças de comportamento ou aqueles que querem ter hábitos mais saudáveis. O processo torna-se mais fácil quando é partilhado. Futuramente irei realizar cursos e workshops, disponíveis no site, áreas a que também me dedico presencialmente, que neste momento estão inativos. Estes irão ser direcionados para consumidores e profissionais de saúde”.



Axiz

As melhores soluções para o seu negócio de TIC



**Solução de crédito
Axiz / BCI disponível
em Moçambique**





**REDE DE SERVIÇOS
DE ADVOCACIA - LP**
LEGAL SERVICES
NETWORK - PL

RAPOSO SUBTIL E ASSOCIADOS, SP, RL
SOCIEDADE DE ADVOGADOS
Law Firm

www.rsa-lp.com



RSA - Advogados

**Confiança
Experiência
Partilha**

**Trust
Expertise
Sharing**

