

Valor

MAGAZINE

Mensal
Abril de 2021
nº015
Gratuito



Imobiliário e reabilitação urbana

Investimentos em tempo de pandemia

Relações bilaterais Portugal - Alemanha

Parceiros económicos e estratégicos

Dia Mundial da Água

Preservar e proteger este bem essencial

Mediação de Seguros

Novo mundo, nova proteção

AMÇO Intermediários de Crédito
EXCELÊNCIA E RIGOR NA INTERMEDIAÇÃO DE CRÉDITO

Altino Osório, CEO

A KUKA industrial robot arm is shown in a factory setting, positioned over a conveyor belt. The robot arm is silver and blue, with a yellow label that reads "DELTA T20 P2 20". The conveyor belt is green and has a white perforated section where orange pills are arranged to spell out "KUKA". The robot arm is holding a pill. The background shows a clean, industrial environment with white walls and metal structures.

KUKA

_O seu sócio para soluções
de automação industrial.

T20 A

www.kuka.com



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/wpcontent/uploads/2019/09/Estatuto-Editorial.pdf>".

nos termos do nº1, art.º17º da Lei nº2/99 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

GESTORES DE COMUNICAÇÃO:

Fernando Costa, Miguel Machado e Rui Moreira

NIF: 515 541 664

Registo ERC nº 127356

ISSN: 2184-6073 Depósito Legal: 462265/19



Tubos Vouga



Águas de Santarém



TMG



Merck Group



Mexto

DESTAQUES

INDICE

PORTUGAL CRIATIVO

6

- 6 - AMCO - "Ainda existe muita iliteracia financeira em Portugal"
- 10 - Century21 Arquitetos - Tecnologia digital ao serviço de negócios imobiliários
- 12 - Unusual Frequency - "A robótica não acaba com postos de trabalho",
- 14 - Tubos Vouga: Especialistas em soluções "à medida"
- 18 - A.E. Benavente - Cursos profissionais: uma opção rumo ao sucesso laboral
- 20 - CECOA - "O ensino profissional integra todos os alunos"
- 22 - Happiness Business School - Felicidade: a métrica do futuro

PORTUGAL CRIATIVO - empreendedorismo e criatividade feminina

25

- 25 - CRR Events Management - Criatividade e personalização

PORTUGAL CRIATIVO -Dia Mundial da Água

26

- 26 - Águas do Tejo Atlântico - "É preciso incentivar hábitos de consumo racionais"

DIA MUNDIAL DA ÁGUA

28

- 28 - Águas de Santarém - águaAS - natural de Santarém

RELAÇÕES BILATERAIS PORTUGAL-ALEMANHA

30

- 30 - Embaixada de Portugal na Alemanha - "Temos uma relação de reciprocidade"
- 31 - Embaixada da Alemanha em Portugal - "Portugal tem uma excelente reputação na Alemanha"
- 32 - KUKA: na vanguarda da robótica
- 34 - TMG - "Preparamo-nos para ser a 'fábrica do futuro'"
- 38 - Boehringer Ingelheim - "Portugal tem provas dadas nas áreas da Ciência e da Investigação"
- 40 - Merck - "A força motriz do progresso é a curiosidade"

MULHERES DE VALOR

44

- 44 - Universidade Europeia - "A palavra-chave deste mandato é 'transformação'"

MEDIAÇÃO DE SEGUROS: novo mundo, nova proteção

46

- 46 - Famasegur - "O futuro da mediação de seguros é tecnológico"
- 49 - 100 Riscos - Serviço centrado no cliente
- 52 - Vieira & Vieira - Proximidade e confiança há mais de 30 anos

SAÚDE: uma nova realidade

54

- 54 - S.Clínica - Um espaço de Saúde profissional e familiar

IMOBILIÁRIO E REABILITAÇÃO URBANA

56

- 56 - Mexto - Reabilitar para o futuro, sem esquecer o passado
- 58 - AM48 - Reabilitar "além do óbvio"
- 60 - Fracção Exacta - "2021 será um ano de expansão"
- 61 - Quadrado Mágico - "Os investidores asseguram dinâmica de mercado"

ENGENHARIA, ARQUITETURA E CONSTRUÇÃO SUSTENTÁVEL

62

- 62 - CORE-Architects - Arquitetura ligada à Natureza
- 64 - FAMACONCRET - "O isolamento da habitação ainda não é prioritário"

OPINIÃO

66

- 66 - Arquitetura no feminino

PORTUGAL

CRIOATIVO

“Se é bom não está em Portugal ou não é português”, esta é a ideia que o tema Portugal Criativo se propõe desmistificar, dando a conhecer exemplos daquilo que de melhor se faz em Portugal.

Entre estes bons exemplos, destaca-se a AMCO Intermediários de Crédito, que demonstram, através do seu exemplo, a resiliência, determinação e profissionalismo que são necessários para ultrapassar crises como aquela que vivenciamos, tendo em conta a sua dinâmica diferenciadora no mercado da intermediação de crédito.

A Century 21 Arquitetos está presente nesta edição no âmbito dos desafios e inovações de que foi alvo o setor imobiliário, destacando-se a forma como a Century 21 Arquitetos vivenciou este período.

Ligada ao setor do Turismo e da Mobilidade está a Avenidas, uma empresa que teve de se reinventar e adaptar a sua oferta às novas necessidades que o mercado apresentava, tendo em consideração a diminuição acentuada da presença dos turistas no país.

A área da Automação Industrial também será mencionada neste tema, através da presença da Unusual Frequency, uma empresa portuguesa especializada em automação industrial e robótica, que leva o nome de Portugal além-fronteiras.

Quem também enobrece o país com o seu trabalho, espalhado um pouco por todo o mundo, é a Tubos Vouga, uma empresa que desafia o impossível, ao desenvolver soluções de engenharia aplicadas a andaimes para instalações industriais e estruturas especiais.

A Tepsol é outra empresa nacional que representa o que de melhor se faz no país, nesse caso especificamente dedicada a toldos, coberturas, pérgolas, portas, portões e soluções de segurança interior e exterior.

O Ensino e a Formação Profissional, em particular, dão um forte contributo para a mudança de mentalidades, tão necessária num momento em que a economia e o mercado estão a mudar. Agora, mais do que nunca, palavras como “recuperação” e “resiliência” são fundamentais. Exemplos disso são o Agrupamento de Escolas de Benavente e o CECO, onde se leva a cabo ensino profissional certificado.


Tendo em consideração, precisamente, as mudanças no mercado e na mentalidade corporativa, mencionados anteriormente, a Happiness Business School apresenta-se como a escola que formará líderes preocupados com a felicidade dos seus colaboradores, que contribuirão, posteriormente, para uma maior produtividade e melhores resultados das empresas.

A Engomadinha e a Tolkar Ibérica são bons exemplos do empreendedorismo nacional, nas áreas da lavandaria e engomadoria – com soluções inovadoras de lavagem a seco – e da tecnologia para lavagens e acabamentos têxteis, com tecnologia de vanguarda.

A Move4Portugal nasceu durante a pandemia, para ajudar os produtores nacionais a vender os seus produtos, depois de muitos deles – sobretudo produtores de hortícolas e frutícolas – se terem visto impossibilitados de vender nos mercados municipais.

A CRR Events Management é o exemplo da pura Criatividade e do Empreendedorismo feminino, que também integra o tema Portugal Criativo. Catarina Ribeiro Rodrigues não se sentia feliz nas empresas por onde passou e acredita que o facto de ser mulher influenciou esse sentimento. Assim, resiliente e decidida, abriu a sua própria empresa, apenas para mulheres de fibra e profissionais de excelência.

Por último, e para assinalar o Dia Mundial da Água, teremos ainda presente a Águas do Tejo Atlântico, que destacará o trabalho feito com vista à preservação deste bem essencial.



“AINDA EXISTE MUITA ILITERACIA FINANCEIRA EM PORTUGAL”

A AMCO Intermediários de Crédito foi fundada há 15 anos, por Altino Osório, Economista e Consultor Financeiro, com o objetivo de ajudar a crescer e evoluir o tecido empresarial nacional, bem como promover a literacia financeira na sociedade. Ao longo dos anos, tem somado diversas distinções. Em 2020, nasceu a AMCO Recuperação e Gestão de Crédito, centrada na recuperação e gestão de créditos e de carteira de ativos.

Altino Osório
CEO

A AMCO Intermediários de Crédito nasceu em 2006 e, 10 anos depois, foi considerada PME Excelência. Além disso, foi construindo, ao longo destes anos de existência, um percurso positivo no mercado, de confiança e profissionalismo. Este será o ano do 15º aniversário da empresa. Fazendo uma retrospectiva, a que se deve este sucesso no mercado e o reconhecimento dos parceiros?

O nosso foco, resiliência e persistência diária em progredir e atingir altos padrões de excelência são as principais características que nos distinguem. O sucesso da AMCO Intermediários de Crédito no setor financeiro e o conseqüente reconhecimento pelos nossos parceiros e clientes são o reflexo do caminho para a excelência que é trabalhado diariamente através da boa gestão e do serviço personalizado, pelo nosso cuidado e proximidade em cada processo, pela resposta rápida e assertiva às necessidades de cada cliente e pela nossa forte preocupação e trabalho na sustentabilidade económica familiar e empresarial. Isto permite-nos, dia após dia, continuar a percorrer um caminho de sucesso e a reforçar a máxima de que, para nós, está intrinsecamente assente que o cliente não é um número, é uma pessoa ou uma empresa. Ao longo dos anos, fomos crescendo e mostrando a credibilidade da nossa empresa através do profissionalismo, rigor, responsabilidade e foco na orientação para o cliente. Para nós, foi o grande mote de hoje termos uma história com diversas conquistas. Atualmente estamos distinguidos no TOP 10 no Índice de Excelência das Pequenas Empresas, TOP 5% Melhores PME de Portugal, PME Excelência nos anos de 2016 e 2019 e PME Líder há vários anos consecutivos.

Quais as vantagens de recorrer a intermediários de crédito, como a AMCO Intermediários de Crédito, quando se procura obter um crédito?

Recorrer a um intermediário de crédito para tratar de todo o processo de financiamento tem inúmeras vantagens. A negociação com as Instituições Financeiras e Bancárias na obtenção de melhores condições, a simplificação de todo o processo para evitar as burocracias, o acompanhamento

personalizado e ajustado às necessidades e situação financeira de cada cliente, a simplicidade do processo de forma que os clientes obtenham o financiamento rapidamente e ajustado à sua realidade.

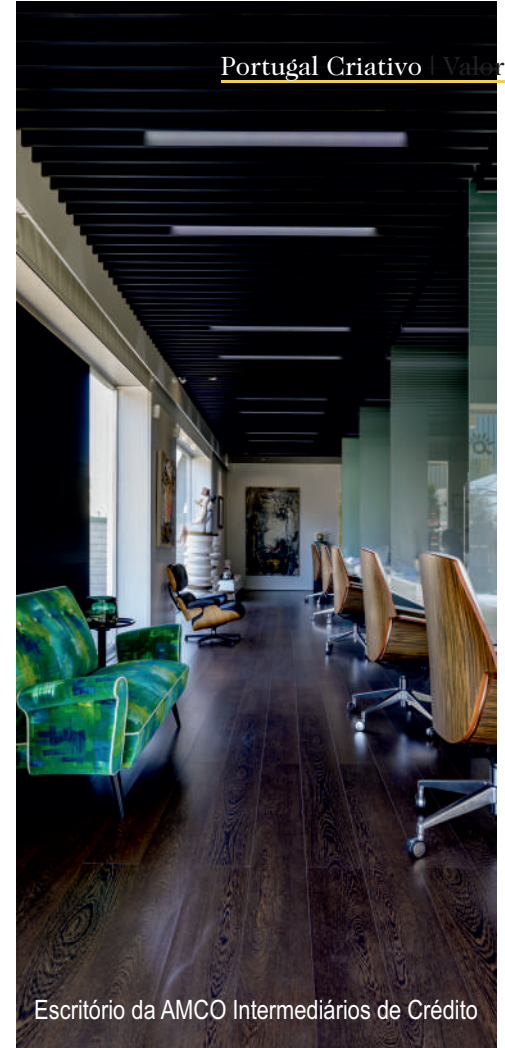
Em Portugal, o tecido empresarial é maioritariamente constituído por pequenas e médias empresas. Como avalia a capacidade de investimento das mesmas?

A capacidade de investimento das empresas depende do tipo de negócio e do setor de mercado onde está inserida. O apoio da Banca através das linhas de crédito e dos fundos comunitários, as pessoas que gerem a empresa, a sua visão de negócio, a aptidão e experiência contribuem para o bom desempenho e conseqüente boa capacidade de investimento das mesmas.

**"o cliente
não é um
número,
é uma
pessoa"**

Em sentido contrário, fala-se de Portugal como um país atrativo para investidores estrangeiros. Tendo em conta a sua experiência, esta é uma afirmação verdadeira?

Sim. Contudo, depende sempre do tipo de negócio e do setor de mercado, uma vez que existem nichos de mercado específicos mais apetecíveis e rentáveis



Escritório da AMCO Intermediários de Crédito

do que outros e somos um país com mão de obra bastante qualificada. Portugal tem sol e mar, logo o setor do turismo atrai o investimento estrangeiro. A exploração do lítio, uma matéria-prima bastante procurada nos tempos atuais, também tem despertado o interesse estrangeiro.

Quais os principais entraves para quem procura um crédito, seja particular ou empresa?

No caso do crédito para particulares, a situação profissional e o tipo de vínculo laboral, o nível de endividamento e a respetiva taxa de esforço influenciam na decisão de crédito. Relativamente às empresas, por vezes estão bem financeiramente, mas não espelham nem refletem essa boa saúde financeira nos resultados contabilísticos, o que condiciona o acesso ao crédito ou linhas de crédito disponíveis para investimento, onde são analisados os rácios, as demonstrações financeiras e avaliada a solvabilidade da empresa.



Aquando da crise económico-financeira, há cerca de 10 anos, ficaram muito conhecidas as dificuldades das famílias portuguesas, essencialmente, e também de algumas empresas, tendo em conta todos os créditos que tinham. Depois dessa situação, conseguir um crédito tornou-se algo mais difícil e mais regrado?

Digamos que é mais controlado e exigente. Cada vez mais são implementadas regras de solvabilidade e recomendações pelo Banco de Portugal para bloquear o excesso de endividamento das famílias e empresas, evitando no futuro que passem por algo como o que aconteceu há 10 anos atrás, como referiu. O Banco de Portugal atualiza anualmente os produtos de crédito e aplica regras de acesso que permitem aos clientes terem uma percentagem máxima de endividamento. Na AMCO

Intermediários de Crédito, como Gestores de Crédito especializados nos diversos produtos de crédito, sentimos que ainda existe muita iliteracia financeira em Portugal e através do nosso serviço de consultoria gratuita conseguimos transmitir uma melhor educação financeira aos nossos clientes e às suas famílias, de forma que consigam gerir e melhorar o seu orçamento mensal.

O crédito consolidado pode ser uma solução para casos em que existam vários créditos em simultâneo. Já é uma alternativa muito procurada?

Sim. O Crédito Consolidado é a melhor solução para os casos em que existem vários créditos e o orçamento mensal disponível fica demasiado reduzido após o pagamento de todas as prestações de crédito. Muitas pessoas desconhecem o conceito do Crédito

Consolidado, as suas vantagens e a sua utilidade em termos financeiros no seu orçamento, apenas ouvem falar, mas não sabem em específico o que é e para que serve. Contudo, é de notar que o Crédito Consolidado nem sempre é uma solução vantajosa para os clientes, pois depende sempre do perfil de cada cliente e do seu nível de endividamento, bem como de fatores específicos da tipologia do crédito. É ainda crucial realçar que o Crédito Consolidado apenas é possível contratar antes do cliente entrar em incumprimento. Na eventualidade do cliente ter apenas uma prestação em atraso já não é possível aceder à solução de Crédito Consolidado, pois a sua situação irregular é comunicada pela Instituição Financeira ou Bancária ao Banco de Portugal, ficando desde logo vedado o acesso a crédito.

A área do crédito é sempre delicada, pois lida frequentemente com expectativas, por parte do cliente, que nem sempre são realizáveis. Como lidam com esta questão?

Lidamos muito bem com essa questão porque não criamos expectativas aos clientes nem passamos a mensagem que tudo é possível, até porque isso não faz parte dos nossos valores nem das máximas que defendemos. Apresentamos e adaptamos todas as nossas soluções de crédito tendo em conta o perfil e as necessidades de cada cliente, de modo a que consigamos proporcionar e melhorar a sua qualidade de vida e realizar os seus sonhos, com um acompanhamento personalizado e uma análise económico-financeira da situação de cada cliente de forma a manter um nível controlado de endividamento.

Tendo em conta o posicionamento da AMCO Intermediários de Crédito neste setor, é importante estar sempre na vanguarda das soluções que se podem oferecer aos clientes. Como se mantêm sempre atualizados? Os parceiros com quem trabalham têm um papel importante nessa constante inovação?

Sim, no nosso setor é crucial estarmos sempre atualizados e na vanguarda de soluções inovadoras para prestarmos aos nossos clientes um serviço mais eficiente e personalizado. Neste caso em concreto, os nossos parceiros, que são as Instituições Financeiras e Bancárias, são extremamente importantes porque é através deles que obtemos as

ferramentas, as condições e os produtos que apresentamos aos nossos clientes. Dou-lhe um exemplo: devido à atual situação pandémica que dura há mais de um ano, a assinatura digital dos contratos de crédito, cada vez mais, é utilizada pelas Instituições Financeiras e Bancárias.

Tendo em conta este período pandémico que atravessamos e as suas consequências económicas e financeiras, para as famílias e as empresas, como antecipa os próximos tempos? Haverá um aumento de pedidos de crédito?

Apesar do período de incerteza que

atravessamos, talvez haja no futuro um aumento de pedidos de crédito, porque as pessoas sentem necessidade de voltar a fazer e a sonhar com aquilo que a pandemia lhes retirou. Está comprovado que em todas as crises existem oportunidades. Em plena pandemia, criei a sociedade AMCO Recuperação e Gestão de Crédito que se dedica à recuperação e gestão de créditos e gestão de carteira de ativos. Para muitas empresas houve grandes oportunidades e por consequência um crescimento bastante significativo. Infelizmente para outras atividades, que é o caso dos setores do turismo e da restauração, estão a passar tempos extremamente

difíceis que levará ao encerramento de algumas empresas, gerando um aumento significativo do número de desempregados. Como sou uma pessoa otimista, acredito que todo este cenário vai melhorar e a economia irá recuperar favoravelmente, mesmo nos setores que foram fortemente afetados. O recurso ao consumo contribui para a recuperação da economia, mas sempre de uma forma responsável e controlada.



Andreia Neto e Altino Osório, sócios da AMCO Recuperação e Gestão de Crédito

TECNOLOGIA DIGITAL AO SERVIÇO DE NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS

A Century 21 Arquitectos é uma agência imobiliária com uma equipa de consultores imobiliários com experiência e conhecimento no mercado imobiliário e que agregam também experiência nas áreas da construção e de projeto. Em 2020, apesar da pandemia, venceram vários prémios da área imobiliária e a broker, Joana Resende, diz-se muito orgulhosa do trabalho desenvolvido e da equipa.

Têm experiência em várias áreas de atividade. Em que é que isso se mostra uma mais-valia no vosso dia a dia?

Dada a minha formação e Know-How da empresa, que até 2015 se dedicava exclusivamente às áreas de projeto e construção, agregamos e oferecemos mais valor que as mediadoras tradicionais. Quer seja pelos conhecimentos adquiridos, quer pelo leque de profissionais que conosco colaboram, mesmo na mediação o serviço prestado é muito mais completo e transmite uma sensação de maior segurança aos nossos clientes.

Como caracterizaria o mercado imobiliário da região onde estão inseridos e como é que a forma de o trabalhar vos distingue, de forma inovadora, das restantes agências imobiliárias?

Trabalhamos dois mercados com algumas diferenças entre si. Embora o mercado imobiliário nacional esteja a ultrapassar uma fase idêntica em quase todo o território, há particularidades quer ao nível de oferta, quer de procura, que diferenciam um mercado periférico (como é o da nossa loja de Gondomar), de um mercado como o do Centro do Porto. Não obstante, a nossa empresa é

um todo e fazemos questão de oferecer um serviço igual e completo para ambas as realidades.

A Century 21 Arquitectos venceu, em 2020, os prémios de “Transações Goal Norte” e “Faturação Goal Norte” e foi a 10ª agência mais bem posicionada em termos de faturação. Apesar da pandemia e das limitações que esta trouxe, 2020 acabou por ser um bom ano?

2020 foi um ano muito bom para a nossa empresa, como de resto os vários reconhecimentos vieram demonstrar. Mesmo nos meses de confinamento, e com grande parte da equipa em teletrabalho, conseguimos acompanhar clientes e realizar negócios. Foi um esforço enorme de todos, e pelo qual sou muito grata.

Como se adaptou a Century 21 Arquitectos às novas necessidades, quer a nível de medidas de segurança, quer às novas formas de trabalhar na área imobiliária, durante 2020 e até ao momento?

O facto de a equipa ter de estar separada foi a nossa maior dificuldade. No que concerne ao trabalho, desde o início de 2020 que apostámos nas ferramentas digitais, o que acabou por se revelar uma grande vitória. Antes mesmo do primeiro confinamento, já



Joana Resende
Broker

tínhamos iniciado a realização de visitas virtuais para todos os nossos imóveis, o que possibilitou manter todo o acompanhamento aos potenciais compradores e concretizar o negócio assim que foi possível voltar ao terreno. O facto de a CENTURY 21 Portugal nos ter dotado de uma ferramenta de assinatura digital ajudou a dar continuidade ao negócio à distância.

Como antecipa 2021 para a Century 21 Arquitectos?

O ano de 2021 começou da melhor forma, com um ritmo de negócio muito próximo ao que era em pré-Covid. Antevejo por isso o resto de um ano muito profícuo no que ao negócio diz respeito, com um claro crescimento da equipa em ambas as lojas, e o foco sempre naquilo que é o nosso objetivo: melhor servir o nosso cliente.

CENTURY 21.
Arquitectos



R. Dr. José Luís de Araújo 59
4435-154 Rio Tinto

R. de O Primeiro de Janeiro 412
4100-365 Porto

TOP 10 NACIONAL AGÊNCIAS . FACTURAÇÃO

“SAIREMOS REFORÇADOS DA PANDEMIA”

A Avenidas fazia incidir a sua área de atuação sobretudo no setor da mobilidade turística, organizando tours e disponibilizando serviços de motorista e guias privados para quem visitava Lisboa, em particular, e outras regiões específicas do país. Com a chegada da pandemia, a empresa reinventou-se e o fundador e CEO, Manuel Reis, diz-se muito orgulhoso da resiliência demonstrada.



Manuel Reis
Fundador e CEO

A pesar de estar desenhado para a atividade turística, nas suas variadas vertentes, o serviço da Avenidas adaptou-se, durante a pandemia, para servir a população nacional. Que serviços acrescentaram à vossa oferta?

Sempre utilizámos processos inventivos e práticos na empresa, nomeadamente em relação ao user experience. Somos uma empresa que, utilizando as nossas viaturas, capital humano e esta mesma ferramenta, fornecemos praticamente qualquer tipo de serviço. Se o cliente se lembrar e tiver imaginação, nós resolvemos. É daí que vem o nosso lema, "Here for you", para o qual criámos o conceito Avenidas Resolv. Na pandemia, esta forma de tratar os nossos clientes, de estruturar a nossa user experience, fez toda a diferença. Assim, começámos a ir às compras pelos clientes (de supermercados, mas também farmácias e quaisquer outros tipos de produtos), oferecendo uma qualidade

de serviço inigualável, visto que existe um contacto constante entre o cliente e os nossos motoristas. Começámos a fechar parcerias com supermercados e empresas de cabazes biológicos, mais uma vez adaptando a nossa user experience, via grupo de whatsapp exclusivo, para orientar as devidas operações. O mesmo aconteceu com restaurantes e as entregas, que neste momento são a nossa maior área de negócio. O nosso leque de serviços abrange atualmente serviços de concierge, transporte escolar particular, serviços de estafeta, operador turístico (tours privadas, rotas personalizadas, transferes), distribuição em escala, serviços de compras e eventos.

Como reagiu este novo leque de clientes a estas ofertas? A procura pelos vossos serviços foi grande?

No início da pandemia tivemos um grande destaque sobre o nosso serviço de compras de supermercado. Angariámos mais de 500 novos clientes em menos de dois meses. O serviço era mesmo inovador e fez-nos aumentar bastante o nosso alcance. A partir daí ficámos com acesso a muito mais clientes, que depois nos permitiu fazer cross-selling, fornecendo todo o leque de serviços aos mesmos.

O que distingue a vossa empresa das restantes concorrentes do mercado, em serviços como as compras e entregas em casa?

Os nossos motoristas e equipa estão habituados a um nível de escrutínio e

de exigência característico do setor do turismo de alta qualidade. Penso que essa atenção ao cliente não existe no mercado da distribuição, das entregas, das compras e como as pessoas não estão habituadas a isso, faz-nos sobressair.

Ainda em 2020, a Avenidas venceu o Travel and Hospitality Awards, na categoria de Excellence in Branding of the Year 2020. Que importância teve esta distinção?

Foi um grande orgulho ver o nosso trabalho reconhecido. Algo que nos deu força anímica, mas trouxe

também credibilidade numa altura importante. Tem sido uma arma no nosso trabalho comercial, utilizando-a para fechar novas parcerias.

Neste momento, já atravessamos a fase de desconfinamento gradual. Ainda assim, os serviços que criaram durante a pandemia e o confinamento irão continuar ativos?

Queremos em primeiro lugar passar esta fase difícil. Com todos os novos clientes que angariámos, parcerias que fechámos, queremos que a empresa Avenidas, enquanto marca, saia reforçada desta pandemia.

“A ROBÓTICA NÃO ACABA COM POSTOS DE TRABALHO”

A Unusual Frequency desenvolve soluções de automação industrial adaptadas a qualquer necessidade. Em entrevista, o engenheiro Daniel Correia salientou as vantagens da aplicação da robótica e da tecnologia 4.0 no dia a dia das empresas e a sua importância para a rentabilidade das mesmas.

A Unusual Frequency dedica-se à criação, desenvolvimento e produção de sistemas de automação industrial, como resposta aos mais diversos problemas. Tal significa que têm capacidade para criar equipamentos e produtos à medida das necessidades do cliente?

Um dos trabalhos que desenvolvemos e que faz parte do nosso core business está precisamente relacionado com a possibilidade de fornecer ao cliente uma solução personalizada. Estamos preparados para isso. Temos pessoas especializadas nas áreas da Mecânica, Eletrónica e Automação – além disso somos uma equipa jovem e dinâmica – e temos alta capacidade de adaptação. Tentamos adaptar-nos às necessidades do cliente e ir sempre melhorando ao longo do tempo, adquirindo mais e melhor conhecimento, para darmos a melhor resposta. A Engenharia é, aliás, feita para se adaptar.

Quando um cliente vem ter convosco, como se desenvolve o processo para criação de uma solução personalizada?

Existem dois tipos de clientes. O primeiro procura-nos sabendo apenas que precisa de aumentar a rentabilidade do negócio, mas não tem uma solução identificada para o seu problema. Nesse caso, servimo-nos do serviço de consultoria e tentamos identificar exatamente o

problema, as características do espaço físico e da empresa em si – setor de atividade, produtividade... – para elaborarmos um relatório sobre as melhorias a serem realizadas para alcançar os objetivos pretendidos. Estamos aqui para guiar os clientes num processo de crescimento da empresa. Existe ainda um segundo tipo de clientes, que já sabe o que quer e que já traz, inclusivamente, imagens daquilo que pretende. Nesse caso, é feito um desenho 3D das peças, de forma a mostrar a sua viabilidade. Posteriormente, elaboramos um estudo de projeto e apresentamos uma proposta real ao cliente. De seguida, avançamos para a execução do projeto.

Além do serviço de consultoria, desenvolvem também a área de robótica logística. É uma área com margem para crescer, procurada pelas empresas?

Este é um ano atípico, devido à pandemia, com um crescimento das compras online e, assim, é fundamental a evolução da logística, isto porque a maior parte das empresas não está adaptada ao volume do comércio online. Estamos claramente num período de forte aposta na área logística

e queremos ser os responsáveis por integrar sistemas de robótica nessa área, a partir deste ano.

A robótica é aplicável a empresas de qualquer dimensão?

A robótica exige um investimento elevado, por isso só a partir de uma certa dimensão é que já faz sentido aplicar-se a robótica e a gestão de processos, pois em processos repetitivos conseguimos substituir um colaborador por um robot – protegendo as pessoas de problemas de saúde como tendinites, por exemplo – e colocá-las em postos de trabalho diferentes, onde a capacidade humana possa ser mais útil. Este investimento, apesar de elevado, deve ser visto a médio prazo, pois o retorno pode acontecer em menos de dois anos.

Como avalia a modernização das empresas nacionais, no que diz respeito à automação e à aposta na tecnologia 4.0?

As pequenas empresas têm espaço de crescimento para a robótica. Há processos simples e repetitivos que, em muitas empresas, ainda são desempenhados por seres humanos e que podem perfeitamente ser feito por robots.

Daniel Correia
Engenheiro e Gerente



Aliás, este tipo de trabalhos, repetitivos e mais pesados, poderão levar a gastos no futuro, dado os problemas de saúde que podem surgir nos operadores que desempenham essas funções. A robótica permite a recolocação dos colaboradores, não vem retirar postos de trabalho a ninguém. No que respeita à indústria 4.0, Portugal ainda está um pouco atrasado nesta questão, apesar de existir atualmente um grande investimento nesta tecnologia, sobretudo por parte das grandes empresas, para quem esta tecnologia é mais adequada.

Existem dois projetos – um de âmbito doméstico e outro de âmbito industrial – que são particularmente relevantes enquanto exemplos do trabalho que

desempenham. Fale-me um pouco mais deles e das vantagens da tecnologia que implementaram.

No projeto de âmbito doméstico, aplicámos soluções industriais numa loja. Este projeto visa reduzir o tempo de espera do cliente final e evitar as constantes deslocações dos funcionários ao armazém, para ir buscar o produto pretendido pelo cliente. O que criámos foi em conjunto com o cliente uma plataforma de interação com o cliente final - onde o cliente escolhe o produto que quer, que é transportado para o centro da loja através de um tapete automático após o funcionário de armazém o despachar pelo tapete. Isto permitiu uma redução de stock na frente de loja e um aumento na variedade de produtos, tornando a

frente de loja mais atrativa, intuitiva e eficiente. Esta solução reduziu o tempo de espera por parte do cliente. Com o tempo de espera reduzido e uma nova apresentação verificou-se um crescimento no volume de vendas, o que levou a um aumento do número de funcionários, comprovando que a automatização não só não elimina posto de trabalho como os cria. O segundo projeto em destaque é de âmbito industrial e passa pela gestão e controlo de linhas de produção. É um investimento em tecnologia 4.0, que permite verificar problemas existentes na produção, identificar avarias, organizar planos de manutenção, através de gráficos que mostram o funcionamento e a produtividade de cada produto, por referência. A própria

máquina dá a informação de qualquer avaria que exista. Este sistema está diretamente ligado ao sistema de faturação, o que permite ao gestor receber a informação em tempo real, através de um dispositivo eletrónico.

Como antecipa o ano de 2021, no que respeita a projetos em curso e áreas em desenvolvimento?

Este primeiro trimestre está a correr muito bem. Esperamos um ano excelente, pois estamos com muitos projetos em carteira. Já estamos a alcançar objetivos no primeiro trimestre, por isso antecipamos um crescimento da empresa.



Movimentação de Produtos*

Transportadores de Esteira
Transportadores de Tela
Transportadores de Correntes
Transportadores de Rolos
Transportadores Extensíveis e Dobráveis
Transportadores em Espiral
Alinhadores de Cuvetes



Soluções à Medida

Somos um empresa que acompanha as tendências de forma a melhor satisfazer as necessidades dos nossos clientes, sempre focados na melhoria contínua. Oferecemos soluções automáticas industriais, de forma a aumentar a produção e o potencial dos nossos parceiros. Sejam paletizadores, máquinas de inspeção de produtos, cubas, etc., em conjunto achamos a solução ideal e adaptamo-nos a todas as situações, sempre com um atendimento personalizado.

Movimentação de Paletes*

Transportadores de Paletes
Elevadores de Paletes
Transferências de Paletes
Armazéns de Paletes
Rotação de Paletes



+351 926 443 597

geral@unusual-frequency.pt

www.unusual-frequency.pt

*Gama de Produtos Standard

TUBOS VOUGA:

ESPECIALISTAS EM SOLUÇÕES “À MEDIDA”

A Tubos Vouga desenvolve soluções de andaimes para instalações industriais e estruturas especiais, estando presente no mercado desde 1966. Atualmente, está presente em três continentes, em oito mercados distintos. O engenheiro Ricardo Carneiro, general manager, explica o que faz da Tubos Vouga uma empresa de referência no setor.

Como mantém a liderança neste setor de atividade, tendo em conta as alterações que o mercado atravessou ao longo das décadas?

Somos a principal escola de andaimes e escoramentos em Portugal, tendo sido a incubadora de quase todas as empresas da especialidade. Isto é, para nós, motivo de orgulho e não de preocupação. A estratégia de diversificação de mercados permite-nos hoje navegar com segurança e não depender de microcrises específicas de cada setor. A internacionalização levou-nos a mercados totalmente díspares que, na sua grande maioria, continuam a representar importantes polos para a empresa. O grande desafio no passado, no presente e no futuro é sedimentar o “cá dentro” para crescer “lá fora”.

Como caracterizaria o trabalho que prestam? É um trabalho qualitativo, baseado em conhecimento técnicos sólidos?

Somos uma empresa de serviços com uma forte componente de Engenharia e desenvolvimento customizado de soluções, para fazer face aos desafios que nos são propostos pelos nossos clientes. O nosso desafio diário é a entrega de um trabalho especializado, seguro e dentro do planeamento. Dessa forma, a empresa baseia-se numa capacidade técnica de excelência e uma força produtiva suportada pelo nosso gabinete técnico especializado. O

investimento em Engenharia e Segurança é prioridade. Esta é uma aposta vencedora e os frutos estão à vista com a presença da empresa em geografias como Angola e Arábia Saudita, em projetos internacionais com clientes como Saudi Aramco, Chevron, EDF, SubSea7, CB&I e Sonangol.

Como responde a Tubos Vouga quando existe a necessidade de criar soluções personalizadas para uma situação específica?

São esses os projetos que procuramos. Únicos e que precisam de Engenharia “à medida”. Quando a solução é complexa e única, a empresa tem a capacidade de juntar todos os seus departamentos, desde a área comercial até à área de recursos humanos, para criar soluções que são vistas e aprovadas por todos. Isto permite-nos chegar ao arranque da obra com a melhor solução e reconhecida por todos.

Tendo em conta a situação pandémica, como se posicionou a Tubos Vouga, em Portugal e além-fronteiras, para fazer face a esta questão?

Na Europa vivemos os confinamentos nos diversos países: em Portugal, França e Bélgica tivemos meses totalmente parados e estamos agora a retomar alguma normalidade na produção. Em África sofremos paragens maiores, das quais estamos a recuperar rapidamente



Ricardo Carneiro
General Manager

estamos a recuperar rapidamente em Angola, mas mais lentamente em Moçambique. Estamos confiantes no ano de 2021, queremos sedimentar as operações que temos e crescer geograficamente, mesmo com todas as restrições.

A criatividade, a inovação e a busca pelo constante aperfeiçoamento técnico são fatores decisivos para se manterem, atualmente, como uma empresa reconhecida no setor?

Sem dúvida, temos há mais de 30 anos um gabinete técnico de excelência, com liberdade e independência total na procura de novas e mais seguras soluções. A componente de Engenharia enraizada na empresa deu-nos a capacidade de pensar em soluções sempre inovadoras que muito nos têm orgulhado. Na última década têm sido inúmeros os projetos que vencemos, aqui e além-fronteiras, devido à solução diferenciada que apresentamos.

Que projetos gostaria de destacar, como aqueles que mais desafiantes foram para a Tubos Vouga?

Os três anos de projeto em Damman, na Arábia Saudita, para o cliente Saudi Aramco foram um desafio em todos os níveis, um complexidade extrema e condições muito difíceis para a montagem de andaime. Tivemos ainda dois projetos que são históricos em África, com a construção das duas maiores jackets para a Subsea7/Chevron. Concluímos, o ano passado, em Portugal, a reabilitação da Ponte do Tâmega e, em Itália, a Ponte Vecchio, ambas com 500 toneladas de equipamento literalmente penduradas no tabuleiro e ambas num prazo inferior ao planeado. Estamos na reabilitação da Ponte 25 de Abril, com uma solução totalmente pensada e projetada pelos nossos departamentos e sempre montada em período noturno. A construção da linha férrea no Alentejo, onde voltámos a uma área que gostamos muito, os cimbres. E não posso esquecer os desafios diários que são impostos pelos nossos clientes industriais de referência, como as refinarias e unidades petroquímicas, papelarias, a siderurgia e minas.



**Andaimes
Escoramentos**

**Construção Civil
Indústria
Infraestruturas**



www.tubosvouga.pt | info@tubosvouga.pt | +351 214 459 900



PME Lider 20

SOLUÇÕES QUE COMBINAM PROTEÇÃO, SEGURANÇA E TECNOLOGIA

A Tepsol conta com 28 anos de trabalho, num mercado em constante evolução e desenvolvimento como é o das soluções para grades, persianas, estores, portas e cortinas de vidro, entre outros elementos, como material para jardim – pérgulas, tetos de vidro, toldos. À Valor Magazine, a diretora, Lúcia Nunes, salientou a constante aposta da empresa no desenvolvimento de novos produtos, o que lhe vale uma presença na vanguarda do setor.



Lúcia Nunes
Diretora

A Tepsol foi criada em 1993. Como avalia a evolução do mercado desde então?

Nestas últimas três décadas, houve grandes mudanças tecnológicas e da sociedade. A arquitetura moderna assimilou novos conceitos, tudo se tornou mais funcional e minimalista, e passou a valorizar-se muito mais o conforto e a eficiência energética. A oferta de produtos e soluções cresceu exponencialmente, muitas vezes excedendo até a procura. O perfil dos consumidores também mudou radicalmente, estão muito bem informados, tem acesso a bens vindos de qualquer parte do mundo, enquanto que nos anos 90 se entrava num espaço para conhecer o produto e procurar informações do mesmo, atualmente

Estamos em constante desenvolvimento, tendo em conta as necessidades e a perspetiva dos clientes

quando se entra num espaço já se fez toda uma pesquisa ao nível mundial do que o mercado oferece. Tudo isto tornou o mercado extremamente competitivo.

“A nossa motivação são os seus sonhos”. Como se mantém a Tepsol sempre na vanguarda, na procura de novas soluções e serviços?

Estamos sempre em constante desenvolvimento, tendo em conta as necessidades e a perspetiva dos clientes, imergindo nas suas dores e problemas e conjuntamente alcançamos a solução, procurando obter todos os benefícios possíveis, em termos visuais, de conforto e eficiência. Esta filosofia permitiu-nos alcançar este ano o prémio Scoring PME Top 5%, que nos fortalece como equipa e que oferecemos aos nossos clientes, que são a razão da nossa existência.

Atualmente, já existem soluções técnicas avançadas que permitem conjugar a proteção com a beleza e o estilo clássico. Que tipo de soluções existem que vão além de ser apenas um dispositivo de proteção?

O progresso vertiginoso da chegada da quarta revolução industrial, que mistura técnicas de produção de vanguarda com sistemas inteligentes, veio refazer formas de vida, ideias, hábitos e costumes. Hoje praticamente todos os produtos são motorizados e automatizados, o que por si só já é um sistema de segurança, sejam portas, portões, grades de segurança, estores, persianas, cortinas, tetos de vidro, pérgulas bioclimáticas. Tudo isto pode ser acionado localmente ou à distância através do iPhone.

Além das soluções de proteção, que outros dispositivos e produtos disponibilizam?

A gama de esplanadas e jardim é de uma beleza extraordinária, permite uma extensão de espaços que nos aproxima da luz, da natureza e das cores. São as pérgulas, os tetos de vidro, as cortinas de vidro simples e duplos, verticais e horizontais motorizadas, os toldos. Criamos aqueles cantinhos que fazem bem à alma no aconchego do lar, ou num espaço comercial onde podemos encontrar e desfrutar da companhia da família e dos amigos.

Lançaram recentemente uma nova marca. Fale-me um pouco sobre ela e as características dos produtos?

A marca ESATEP, é uma marca de venda exclusiva online e é dirigida a

um target diferente da TEPSOL. São produtos selecionados pelos nossos clientes, fáceis de instalar, como estores, cortinas e mosquiteiros, mas que iremos alargar progressivamente. Os produtos são produzidos à medida, para o conceito DIY (faça você mesmo) que, hoje em dia, já é mais que um movimento, é um estilo que tem ganhado cada vez mais força.

Trabalharam nas áreas de Arquitetura, Segurança, soluções para Interior e Exterior. Alguma delas foi particularmente afetada aquando da chegada da pandemia?

Felizmente nenhuma destas áreas foi afetada pela pandemia, uma vez que com a situação do confinamento, as pessoas ao ficarem em casa aproveitaram para renovar e melhorar o ambiente onde, normalmente,

pouco estavam, e passaram a estar praticamente o tempo todo.

Economicamente, como avalia o ano de 2020?

Apesar da contração da economia ter rondado os 8,5 por cento houve setores que não foram afetados e outros que até cresceram, principalmente os que se souberam reinventar, e particularmente online. Foi uma situação inesperada, mas acredito que a recuperação possa ser rápida, quando ultrapassarmos este problema, embora possa ser mais lenta para alguns setores. Na nossa área, como já tínhamos vivido a acentuada crise de construção, aprendemos a desenvolver mecanismos, ideias e projetos, de forma a minimizar os efeitos.



CURSOS PROFISSIONAIS:

UMA OPÇÃO RUMO AO SUCESSO LABORAL

O agrupamento de escolas de Benavente dispõe de um total de sete cursos profissionais – Técnico de Informática-Sistemas, Técnico de Eletrotecnia, Técnico de Instalações Elétricas, Técnico de Desporto, Técnico Auxiliar de Saúde, Técnico de Informação e Animação Turística, Técnico de Ação Educativa – com muita procura por parte dos alunos. O diretor deste agrupamento escolar, Mário Santos, caracterizou estes cursos do ensino profissional e salientou a importância dos mesmos para os alunos, a escola e a comunidade.

Quais os pilares que sustentam este agrupamento escolar e que o caracterizam?

Há quatro pilares que tentamos desenvolver e que fazem parte dos nossos objetivos de crescimento educativo. São eles a Democracia, a Saúde, o Ambiente e o Digital. A Democracia envolve a participação cívica dos alunos e a noção de cidadania, enquanto a Saúde, além de ser um assunto na ordem do dia, diz respeito às áreas de Saúde física e mental, bem como ao aspeto relacional que desenvolvemos nas escolas. O Ambiente e a transição digital são temas presentes em todos os momentos da vida académica. Existe, da parte das escolas, a procura pelo reconhecimento de que o nosso trabalho está a ser bem desenvolvido, daí a importância da distinção “Escola Saudável” ou do selo EQAVET, que certifica a qualidade do ensino profissional aqui ministrado.

Qual a importância dos cursos de ensino profissional para este agrupamento?

O ensino profissional é importante para nós e para a comunidade. Somos a única escola do concelho que tem ensino profissional, por isso existe a preocupação de desenvolver a qualidade e diversidade deste ensino, tendo em consideração as necessidades da comunidade. A existência de ensino profissional é importante para os alunos, pois permite-lhes terem acesso a outro tipo de saídas profissionais, além do ensino científico-humanístico. Há uns anos, havia a ideia instalada de que o



Mário Santos
Diretor

ensino profissional se destinava aos alunos que não pretendiam ingressar no ensino superior, o que não é verdade. Já existem muitos alunos que optam pelo ensino profissional e que pretendem, da mesma forma, seguir para a universidade. Apenas preferem beneficiar de um ensino secundário mais prático, antes de seguir para o ensino superior. Antes de termos ensino profissional nesta escola, muitos dos alunos que perdiam o interesse em fazer o secundário pela via do ensino científico humanístico, iam para outra escola, onde existisse ensino profissional – o que implicava sair do concelho. Desde que disponibilizamos este tipo de ensino, tornámo-nos atrativos para alunos que frequentam este agrupamento escolar, bem como para outros que vêm de outras escolas do concelho. Além disso, o ensino profissional permitiu-nos aproximar da comunidade e do tecido socioeconómico do concelho e pudemos, assim, dar resposta a algumas necessidades de mão de obra da comunidade.

O paradigma sobre o ensino profissional já se alterou, ao longo dos anos, ou ainda existe a ideia de que só os alunos que não querem estudar ou que estão desinteressados da escola é que optam por este ensino?

Creio que o ensino profissional mudou muito. A perspetiva que tínhamos sobre o ensino profissional mudou muito. O que nós sentimos é que, até há pouco tempo, o ensino profissional era visto como uma solução para os alunos que tinham insucesso escolar.

Assim, quem tinha insucesso escolar e tinha de estar na escola até aos 18 anos – por obrigação – recorria aos cursos profissionais, não por vocação ou escolha, mas por falta de alternativa. Todavia, muitos destes alunos começavam os cursos profissionais já com 18 anos, o que fazia com que a meio do curso desissem, pois tiravam a carta de condução, começavam a trabalhar para ganhar algum dinheiro e abandonavam a escola. Agora começamos a ter cada vez mais alunos que veem estes cursos como primeira escolha. Saem do nono ano, com 15 anos e sem nunca ter reprovado e ingressam nos cursos profissionais – com 18 anos têm o curso terminado e muitos recebem propostas de trabalho muito interessantes. A taxa de conclusão dos cursos profissionais subiu bastante, por causa disso. Culturalmente, também é diferente – os professores e os pais encaram estes cursos de outra forma. Já há muitos alunos que escolhem cursos profissionais pensando em ingressar no ensino superior, posteriormente. Além disso, quem faz um curso profissional sai do ensino secundário com uma

qualificação de nível IV, mais alta do que os colegas que seguiram cursos científico-humanísticos. Os cursos das oficinas são os que mais saída profissional têm, mas são os que têm menos procura, pois ainda ninguém quer ser electricista ou serralheiro, apesar de haver uma grande escassez destes profissionais. Já os cursos de Desporto, Saúde e Informática são cursos com grande procura.

Como funciona o programa ERASMUS+?

O programa ERASMUS+ é uma oportunidade fantástica de os nossos jovens poderem conhecer outras realidades e trazerem outras realidades à escola. Temos o ERASMUS+ a funcionar há alguns anos e já fizemos coisas muito interessantes com alunos quer de cursos científico-humanísticos, quer de cursos profissionais. Em relação aos cursos profissionais, temos um projeto que permite aos alunos fazerem a sua formação em contexto de trabalho noutros países, onde este programa também funciona, como Espanha e Polónia. O contrário

também acontece e recebemos na nossa escola alunos de outras nacionalidades, o que é ótimo, pois os formadores também conhecem outras realidades.

Que impacto teve o ensino à distância neste tipo de ensino?

Tem algum impacto, porque temos muitos jovens que gostam de meter “mãos à obra” e estes cursos são muito práticos, mas à distância isso não é possível. Neste momento, estes alunos estão apenas a ter aulas à distância e a sua prática em contexto de trabalho é uma “prática simulada”, ou seja, via computador, atualmente. Uma prática simulada nada tem a ver com algo que seja efetivamente real. No entanto, sentimos os jovens motivados e os professores têm conseguido encontrar alternativas para continuar a ensinar. Apostamos particularmente em conteúdos teóricos, para deixarmos os ensinamentos práticos para quando nos pudermos voltar a reunir.



AGRUPAMENTO DE ESCOLAS DE BENAVENTE

Ano letivo 2020/2021 - Oferta Formativa (Ensino Secundário)

Candidatura aprovada do Programa Erasmus+ que possibilitará a realização da Formação em Contexto de Trabalho nos seguintes Países da União Europeia: Espanha, Letónia e Polónia.



ENSINO CIENTÍFICO-HUMANÍSTICO

Curso de Ciências e Tecnologias;
Curso de Ciências Socioeconómicas;
Curso de Línguas e Humanidades

CURSOS PROFISSIONAIS

(EQUIVALÊNCIA AO 12º ANO E CERTIFICAÇÃO PROFISSIONAL)

Curso Profissional Técnico de Informática-Sistemas
Curso Profissional Técnico de Eletrotecnia
Curso Profissional Técnico de Instalações Elétricas
Curso Profissional Técnico de Desporto
Curso Profissional Técnico Auxiliar de Saúde
Curso Profissional Técnico de Informação e Animação Turística
Curso Profissional Técnico de Ação Educativa

Contactos:

☎ 263 519 420
🌐 www.aebenavente.pt
✉ secretaria.aebenavente@gmail.com

“O ENSINO PROFISSIONAL INTEGRA TODOS OS ALUNOS”

O CECOIA – Centro de Formação Profissional para o Comércio e Afins – destina-se a formar jovens, ativos empregados e a desenvolver formação à medida das empresas, para responder à necessidade de recursos humanos do mercado. Sílvia Coelho, diretora interina do CECOIA, salientou em entrevista a nova oferta formativa e o evento SkillsPortugal Digital 2021.



O CECOIA é um centro de formação profissional para jovens, ativos empregados e que desenvolve também formação à medida das empresas. Neste período de confinamento, em que as aulas se desenvolvem à distância, como foi possível continuar a lecionar?

Nos Centros de Formação falamos de sessões em vez de aulas e não funcionamos por anos letivos. Estamos mais em paralelo com os calendários laborais do que com os escolares. Assim, tivemos de adaptar as nossas ações de formação ao contexto de distância. Em vez de termos salas de formação presenciais, passamos a ter salas de formação virtuais ou digitais. No fundo, foi “saltar” da sala do CECOIA para a sala lá de casa ou da empresa. Ficámos em distanciamento físico, mas não em distanciamento social nem pedagógico. As sessões de formação, na sua maioria, passaram a ser realizadas online, live e síncronas.

Tendo em particular consideração o ensino profissional para jovens, qual a importância desta área para o CECOIA?

Esta é uma das áreas mais importantes, não sendo a mais expressiva em termos quantitativos. Quanto

melhor se formarem os jovens, melhor a sua integração no mercado de trabalho. Quanto mais qualificados forem os Recursos Humanos das empresas e das indústrias, mais competitivas são no mercado global. É uma dinâmica interdependente, mas vencedora.



Sílvia Coelho
Diretor Interina

Estão presentes em Lisboa, no Porto e em Coimbra. Quais os cursos que disponibilizam e como é a integração destes jovens no mercado de trabalho? A taxa de empregabilidade é alta?

Como Centro para o Comércio e os Serviços, o CECOIA

tem cursos de Aprendizagem (nível 4), para quem quer obter o 12º ano e uma profissão, e cursos de Especialização Tecnológica (nível 5) para quem já tem o 12º ano e quer uma especialização profissional. Os jovens podem frequentar cursos de Técnico/a Comercial, Técnico/a de Vitrinismo, Técnico/a de Contabilidade, Técnico/a Administrativo, Técnico/a de Marketing, entre outros. Podem ainda fazer cursos de especialização tecnológica em Técnico/a Especialista em Comércio Internacional. No entanto, muito em breve, teremos inovações. Diria que 80 por cento dos nossos jovens empregam-se depois de concluírem a formação.

Os cursos profissionais estão particularmente interligados com as necessidades do mercado de trabalho. Como avalia a importância destes cursos para as empresas e as indústrias?

São de extraordinária importância. As empresas e as indústrias necessitam de recursos humanos qualificados, com o saber fazer. Os jovens formados pelo ensino profissional, quando chegam ao mercado de trabalho, já levam meio caminho andado no que concerne ao desempenho profissional. Por outro lado,

os setores de atividade e os seus representantes são quem define não só os perfis profissionais necessários ao mercado de trabalho, como também os conhecimentos e as competências que lhes estão associados. Esta interligação entre o mundo da formação profissional e os setores de atividade permite que os referenciais de formação sejam definidos por quem entende do assunto.

Atualmente, estes cursos profissionais já se apresentam como verdadeiras alternativas ao ensino científico-humanístico ou ainda persiste a ideia de que quem escolhe esta via de ensino são aqueles alunos desinteressados num ensino teórico?

Lamentavelmente, ainda persiste essa ideia. Não é por acaso que o nível de qualificação de quem obtém o 12º ano

através de um curso profissional é superior (nível 4) ao de quem obtém o 12º ano pela via de ensino (nível 3). Para além da equivalência escolar, obtém-se, em simultâneo, uma qualificação profissional. Um jovem que saia do ensino profissional já tem ferramentas para integrar o mercado de trabalho. O mesmo não acontece com quem sai do ensino regular. Para além disso, o ensino profissional permite a integração de todos os alunos e os do ensino regular só permite a de alguns, os que se identificam com o ensino teórico e conceptual.

Ainda é necessário incentivar os jovens que seguem pela via do ensino profissional a prosseguirem os estudos e candidatarem-se à universidade?

Os jovens que frequentam os cursos profissionais sabem que podem e

devem prosseguir os estudos. Estes jovens não me preocupam. Os que me preocupam são os que ainda não definiram um caminho. Não estudam, não frequentam formação e não trabalham. Esses sim, precisam de uma atenção reforçada para que possam definir um percurso que seja gratificante e produtivo.

Que projetos gostaria de salientar?

Saliento a nova oferta formativa, para jovens, que estará disponível em breve. Teremos cursos de nível 5, que dão créditos em determinadas licenciaturas. Para além do curso de Técnico/a Especialista em Comércio Internacional, contamos vir a ter o curso de Técnico/a Especialista em Contabilidade e Fiscalidade e o de Técnico/a Especialista em Cibersegurança. Este ano vai haver um grande concurso no que diz

respeito à formação profissional em Portugal, a SkillsPortugal Digital 2021. Deste concurso de profissões, de âmbito nacional, sairão os nossos representantes para os concursos internacionais, o europeu e o mundial. No fundo, são as olimpíadas da Formação Profissional onde Portugal arrecada muitas medalhas. O CECOIA também conta participar.

Que análise faz do ano letivo e do regresso às aulas?

Os nossos formandos continuaram a formação em regime online. Apenas teremos de voltar ao regime presencial. No meio das perdas causadas pela pandemia, existem sempre ganhos. Conseguimos encontrar novas estratégias, metodologias e práticas que nos permitem continuar a formar com toda a qualidade.



NÃO VALEMOS PELO QUE SABEMOS, MAS PELO QUE QUEREMOS APRENDER.

No CECOIA encontra o curso certo para definir a sua profissão, aumentar as suas competências ou desenvolver a sua empresa, porque somos o centro de referência nacional para os setores do comércio e serviços, com instalações em Lisboa, Porto e Coimbra.

E se precisa de certificar as suas competências escolares e profissionais, então venha valorizar o seu percurso de vida no Centro QUALIFICA do CECOIA.

Contacte-nos. No CECOIA, VALE MAIS.

FELICIDADE: A MÉTRICA DO FUTURO

A Happiness Business School dedica-se a promover a Felicidade nos locais de trabalho, uma vez que um colaborador feliz está mais motivado, é mais produtivo e está propenso a ficar mais tempo na empresa, como explica Madalena Carey, a diretora da escola.

Como descreveriam a filosofia da Happiness Business School e quais os objetivos que se propõem atingir com a sua criação?

A Felicidade é a métrica do futuro. Temos acesso a um leque grande de estudos que nos confirmam que um ser humano feliz demonstra uma melhor performance. A nossa filosofia é a de trazer felicidade para o local de trabalho para trazer mais felicidade à vida de todos os dias. A nossa proposta é alavancar culturas de trabalho positivas que gerem compromisso e resultados.

Quais os cursos que são ministrados e a quem se destinam?

Temos as certificações Chief Happiness Officer e Happiness Manager. A primeira destina-se a profissionais de RH ou consultores que queiram construir uma carreira na área. Aqui abordamos a temática numa perspetiva macro, onde cada participante usa a sua empresa ou cliente como business case para a construção de um plano de felicidade corporativa. A segunda destina-se a coordenadores de equipa que queiram tornar-se agentes de mudança positiva. Aqui abordamos o tema numa perspetiva micro, onde cada participante faz o mapeamento da felicidade das suas equipas diretas. O CHO é o estratega, o Happiness Manager é o executante.

Que programas desenvolvem, no segmento corporate, e quais os objetivos principais que

pretendem atingir?

Programa de Liderança Positiva, Happiness Management, Design Thinking for Happiness e Workshops vários. Fazemos também consultoria em projetos para a felicidade, medindo a mesma. O nosso fator distintivo é a abordagem, que é executiva e prática. Todos os participantes saem das nossas formações com um plano de ação pronto a implementar. Trabalhamos também a autorresponsabilidade dos colaboradores na temática – só assim conseguimos uma mudança eficaz.

O mundo empresarial nacional já dá importância à “felicidade no trabalho”, ou este ainda é um conceito em implementação?

Portugal está bastante avançado no que toca à relevância que dá ao tema. No entanto, existe ainda uma discrepância grande entre a importância atribuída e o real investimento na sua implementação.

Como mediria a importância da felicidade no local de trabalho para o desenvolvimento positivo de uma empresa/instituição?

Pesquisas revelam que trabalhadores felizes são mais produtivos, geram mais vendas, faltam menos ao trabalho, têm menos acidentes de trabalho, cometem menos erros, sendo mais eficazes. A felicidade no trabalho é o motor para o desenvolvimento positivo de uma organização.



Madalena Carey
Diretora

Com a pandemia e a mudança de vários aspetos ligados à gestão das empresas, que análise faz do “novo mundo empresarial” que poderá surgir? A Felicidade será um ponto central?

Definitivamente. Ansiedade, stress e burnout são as ‘doenças’ do século XXI. O isolamento social veio acentuar esta realidade, mas veio também abrir espaço para uma profunda discussão daquilo que é um dos valores mais importantes - e fator de retenção de talento - das novas gerações: saúde mental positiva.



CERTIFICAÇÃO INTERNACIONAL CHIEF HAPPINESS OFFICER

Lisboa - 12, 13, e 14 de abril 2021

www.happinessbusinessschool.com

hi@happinessbusinessschool.com



Diogo Silva
CEO Engomadinha



Cláudio Silva
CEO Tolkar Ibérica

“ALIAMOS TECNOLOGIA E PROFISSIONALISMO NO CUIDADO DA ROUPA”

A Engomadinha é uma lavandaria e engomadoria, aberta ao público, que nasceu pela mão da mãe de Diogo e Cláudio Silva. A expansão aconteceu apenas após a entrada dos dois irmãos no negócio. Diogo Silva ficou responsável pela Engomadinha e Cláudio Silva pela Tolkar Ibérica, uma empresa que comercializa equipamentos para lavandaria e tinturaria.

Como caracteriza a Engomadinha, no que respeita à sua criação e desenvolvimento e à gama de serviços que presta?

A Engomadinha foi fundada pela minha mãe. Quando eu e o meu irmão assumimos o negócio, abrimos quatro lojas, direcionadas para o cliente final. Estamos preparados para executar todo o tipo de lavagens relacionadas com o segmento doméstico: roupa, edredons, cortinas, carpetes... e dispomos de um serviço à medida das necessidades de cada cliente. Após a consolidação destas quatro lojas, avançámos para a exploração de um novo segmento – o industrial – com clientes como restaurantes, hotéis, creches, lares, clínicas... Para isso, adquirimos e equipámos um pavilhão, de cerca de 400 metros quadrados.

Foi durante essa busca pela tecnologia de vanguarda que surgiu a Tolkar Ibérica?

Sim. Tendo em conta o nosso crescimento, a necessidade de melhores máquinas era premente. Assim, foi o meu irmão, Cláudio Silva, quem assumiu o desiderato de procurar a tecnologia correta e a que mais correspondesse às nossas expectativas. Encontrou a marca Tolkar, uma marca turca de equipamentos para lavandaria e tinturaria e negociou com eles a possibilidade de nos tomarmos seus representantes ibéricos, que foi o que veio a suceder. Assim, atualmente temos duas empresas – a Engomadinha, dedicada à lavagem e engomadoria – e a Tolkar Ibérica – relacionada diretamente com equipamento para lavandarias. As máquinas da Tolkar vêm equipadas com a tecnologia Smartex, que permite um consumo de energia e de água muito baixo – é necessário apenas um litro de água para lavar um quilo de roupa. Isso torna estas máquinas eficientes e ecológicas, pois o consumo de produtos químicos é, também ele, menor.

Dado que somos representantes da marca, temos acesso aos últimos modelos nas nossas lojas, o que permite que poupemos diretamente nos nossos serviços de lavandaria, pois utilizamos tecnologia de ponta, e funciona como showroom para os clientes da Tolkar Ibérica que queiram ver uma máquina em funcionamento antes de a adquirirem.

De que serviços inovadores, relacionados com as lavagens técnicas, dispõem?

Devido à pandemia, procurámos um produto que nos garantisse segurança para as peças. Surgiram as lavagens técnicas antibacterianas (certificadas OEKO-TEX) e o serviço Polygiene. Esta lavagem pode ser feita em qualquer tipo de peça, nova ou usada, mas é essencialmente usada pelas empresas têxteis, enquanto acabamento.

Como lidou a Engomadinha com o facto de o segmento corporate ter visto muitas empresas fecharem?

Temos o nosso serviço bastante diversificado e focámo-nos noutra área de negócio, dado que o serviço de lavagem industrial teve uma quebra de cerca de 70 por cento. Assim, apostámos na implementação do serviço direcionado aos acabamentos têxteis e, aí sim, temos superado as expectativas.

Como antecipa 2021?

No que respeita à lavandaria doméstica acredito que teremos uma redução da procura, dada a crise que se avizinha. A nível do acabamento têxtil, acredito que iremos continuar a crescer, sobretudo este ano e no seguinte.

TOLKAR
IBÉRICA

CLAUDIO.SILVA@TOLKARIBERICA.PT
(+351) 939 390 745

50 YEARS
of Technology



GERAL@ENGOMADINHA.COM
(+351) 932 220 020

OEKO-TEX®
STANDARD 100
BY KEURTEXTIL

COMPRAR PORTUGUÊS DINAMIZA A ECONOMIA

A Move4Portugal foi criada em 2020, para dinamizar a economia nacional, particularmente os produtos portugueses. Carla Carolino preside a esta associação, cujas ações passam por ajudar os produtores na logística, transporte e venda da respetiva produção.



Carla Carolino
Presidente

O que vos levou a criar esta associação?

A Associação nasceu no dia 15 de julho de 2020, na sequência de termos começado, informalmente, um grupo de Facebook, cujo objetivo era encontrar formas de ajudar a desenvolver o negócio dos produtores nacionais – nomeadamente produtores de agrícolas e de serviços que trabalham de uma forma muito tradicional e que não têm acesso ao Facebook ou a plataformas de videoconferência. Percebemos, localmente, quais eram as necessidades e as dificuldades e notámos que, sobretudo para os produtores de hortícolas, o problema era a venda do produto, dado que a pandemia obrigara ao fecho dos mercados municipais. Assim, criámos a Associação Move4Portugal para nos

estruturarmos de forma perene e podermos alojar, desenvolver e levar mais longe o que se produz em Portugal. O nosso objetivo é que as pessoas comprem português, dinamizando assim a economia nacional. No final de setembro, abrimos uma loja online onde os produtores podem colocar os seus produtos à venda. Funciona como uma “montra” para estes produtos nacionais.

Quais foram os primeiros problemas, para além do escoamento dos produtos, que identificaram?

A seguir à componente de divulgação, o nosso maior investimento passou por proporcionar transportes a preços competitivos, porque esse é um dos principais entraves à concretização dos negócios dos pequenos produtores. O custo que conseguimos contratualizar para transporte de temperatura controlada, por exemplo, foi muito interessante e competitivo, o que permite a muitos produtores – de fruta, por exemplo – fechar negócios. Já cobrimos a União Europeia, Suíça e Reino Unido. Já fizemos transportes para a Austrália e até para Porto Rico.

Como se posicionam no mercado?

Diria que, diariamente ajudamos a simplificar e a descomplicar, respondemos a necessidades que aparecem, sejam elas técnicas ou uma simples explicação de algo – temos um princípio de entreatajuda muito grande. Queremos que todos cresçam, não colocamos entraves. Eles sabem que estamos aqui e partilham informação para ajudar outros.

Quais são os desafios para o futuro? O que falta ainda fazer e desenvolver neste projeto?

Temos de consolidar e potenciar as parcerias que já fomos estabelecendo e que nos podem ajudar a alavancar este projeto. Apesar de sermos uma associação, temos uma forma de estar muito semelhante a uma startup, pelo que precisamos de ter margem monetária para crescer. O nosso objetivo é não cobrar uma grande quota aos nossos associados, queremos assegurar-lhes serviços e dar-lhes a garantia de que realmente podem contar connosco e dispor de serviços úteis. Depois, temos de nos dar a conhecer. A penetração no mercado ainda acontece muito via redes sociais e não estamos a conseguir chegar com facilidade aos clientes finais, os clientes dos nossos associados. Além disso, também queremos levar a cabo algumas ações de formação para os associados, sobretudo sobre princípios básicos de posicionamento no mercado e de apresentação dos produtos.

CRR EVENTS MANAGEMENT – CRIATIVIDADE E PERSONALIZAÇÃO

A vontade de fundar uma empresa exclusivamente feminina, aliada ao desejo de liberdade artística, levou Catarina Ribeiro Rodrigues a criar a CRR Events Management. A empresa iniciou a sua atividade em janeiro do ano passado, contudo, em consequência da pandemia, Catarina Rodrigues viu-se obrigada a reformular a ideia inicial de fazer eventos corporativos. Nasceram, assim, as “Cozy Baskets”, caixas-presente personalizadas ao gosto de cada cliente. Atualmente, e apesar dos obstáculos, a fundadora da CRR Events Management não esquece as motivações que estão por detrás da criação da empresa.



Catarina Ribeiro Rodrigues
Fundadora e Diretora

Iniciou o seu percurso no Jornalismo e, mais tarde, optou pela área dos Eventos. O que é que a levou a apostar numa empresa própria?

Através da área dos eventos, verifiquei que conseguia cruzar a minha formação com as coisas que eu gostava de fazer. Posteriormente, apercebi-me que todo este meu percurso era isento de liberdade. Sentia que me esforçava bastante e, no final, esse esforço não era valorizado. Decidi, então, abrir uma empresa minha, de modo a juntar a experiência que já tinha com algumas pessoas que fui conhecendo de setores diferentes. Queria reunir comigo algumas mulheres com as quais me cruzei e que não eram devidamente reconhecidas.

Essa falta de reconhecimento de que fala está, na sua opinião, relacionada com questões de género?

Eu tenho ideia, da minha experiência de 10 anos de trabalho, de que ainda há muitas mulheres que acham que não têm voz ativa e, portanto, acomodam-se um pouco. Pessoalmente, aconteceram-me vários episódios que me fizeram constatar isto.

Depois de todas essas vivências decide fundar a sua própria empresa. Como é que define o trabalho da

CRR Events Management?

Há sempre uma criatividade associada ao nosso trabalho. Por outro lado, também há espaço para a personalização. Sabemos que alguns eventos têm moldes pré-definidos, mas não aceitamos que um cliente diga que quer igual. Basicamente, essa personalização é o que temos de diferenciador e é o que faz com que cada pessoa se sinta especial.

Que tipo de eventos realizam atualmente?

Neste momento, somos três pessoas na empresa. Uma delas está mais direcionada para a área de custos e contas. Eu estou mais ligada aos eventos grandes, que agora não se realizam. Depois, temos uma outra pessoa que trabalha em eventos mais



pequenos. A nível de criatividade, juntamo-nos as três para que todas tenhamos liberdade de inserir os nossos gostos pessoais.

Que estratégias foram criadas para dar a conhecer o vosso trabalho em plena pandemia?

Neste momento, onde funcionamos melhor é no Instagram, no entanto, mandamos muitas newsletters e propostas para antigos clientes. O nosso site ia ser lançado numa perspetiva de envolvimento de eventos e corporativa. No entanto, acabou por ficar em suspenso até percebermos o que vai acontecer. Vamos esperar e continuar a funcionar assim: no “passa a palavra” e através do Instagram. Estamos a

ponderar criar um TikTok com a distribuição das Cozy Baskets, porque achamos que faz sentido neste momento e tem mais público.

Como empresária, como é que vê este momento económico que atravessamos?

Eu tenho muito receio, especialmente por ter começado há pouco tempo. Obviamente que já tive vontade de desistir, porque acho que vai demorar muito tempo até a economia estar equilibrada e as pessoas voltarem a investir no marketing e em determinados eventos. Espero que, daqui a cinco anos, tudo isto volte a ser como era quando eu comecei a empresa. Talvez a nova readaptação seja abrir uma loja para organizar eventos online.

Que conselhos deixa às pessoas, em particular às mulheres, que já se tenham sentido desmotivadas com o trabalho que desempenham diariamente?

Diria para não desistirem. Eu tinha este projeto de querer fundar uma empresa exclusivamente feminina e talvez tenha sido um alento para as minhas colegas. Muitas vezes, sinto que as mulheres se calam, porque julgam que determinadas atitudes são normais, mas não são. Falar com outras pessoas pode dar-nos outra visão. Temos de criar a oportunidade de dizer “não”.



“É PRECISO INCENTIVAR HÁBITOS DE CONSUMO RACIONAIS”



Ana Margarida Luís
Administradora

O papel da Águas do Tejo Atlântico, que recebe e trata as águas residuais de cerca de 2,4 milhões de pessoas, é determinante para preservar a qualidade das massas de água, tornando-as aptas para outros fins. A engenheira Ana Margarida Luís, administradora da empresa, explica quais as linhas orientadoras deste trabalho.

No que respeita essencialmente ao consumo humano e às atividades diretamente ligadas ao Homem, qual o papel da Águas do Tejo Atlântico relativamente à preservação deste produto?

A água na natureza é um recurso partilhado para os mais diversos fins, desde o consumo humano, à agricultura, às atividades de recreação. Por exemplo, a mesma massa de água pode ser usada como meio de descarga de águas residuais tratadas e, logo mais à frente, como origem de água para agricultura ou mesmo para consumo humano. Nesse sentido, o papel da Águas do Tejo Atlântico, que recebe e trata as águas residuais de cerca de 2,4 milhões de pessoas, é determinante para preservar a qualidade das massas de água, tornando-as aptas para outros fins, na medida em que garante uma qualidade do efluente rejeitado compatível com as características dos meios recetores. Por outro lado, para além dos aspetos relativos à Qualidade da água, há também a questão da Quantidade. Com efeito, na altura de estiagem, a água que circula em alguns cursos de água é maioritariamente – senão totalmente – a rejeitada pelas nossas ETAR, funcionando assim como uma espécie de caudal ecológico que ajuda a preservar os ecossistemas e mesmo a garantir determinados usos a jusante.

No processo de recolha e tratamento de água geram-se outras ações, como a reutilização da água, resultante do tratamento e a devolução de uma outra parte ao oceano. Geram-se também biolamas, por exemplo, que podem ser aproveitadas na agricultura. Este processo de recolha e tratamento é, assim, um processo sustentável, onde existe reaproveitamento?

Sem dúvida. Do ponto de vista de sustentabilidade ambiental, uma ETAR pode revelar-se muito mais do que uma Estação de Tratamento de Águas Residuais – pode constituir uma verdadeira Fábrica de subprodutos reaproveitáveis, dentro da lógica da Economia Circular. A Águas do Tejo Atlântico já reaproveita parte da água tratada na maioria das ETAR para uso interno nas próprias ETAR, e tem em curso processos para fornecimento de Água para Reutilização (essencialmente para rega de espaços verdes e lavagens de ruas) em diversos municípios. Também nas ETAR com maior dimensão é produzido biogás a partir do tratamento das lamas, representando a produção total de energia para autoconsumo cerca de 20 por cento das necessidades globais da empresa. Na ETAR da Guia, inclusivamente, há períodos em que a produção cobre praticamente a totalidade das necessidades, revelando-se autossuficiente em termos energéticos. Por outro lado, todas as lamas produzidas no tratamento das águas residuais são levadas para valorização e utilização na agricultura, por serem férteis em nutrientes como Azoto e Fósforo. É por estes motivos que, na Águas do Tejo Atlântico, passamos a designar as ETAR por “Fábricas de Água” – sendo que, na realidade, e como se viu, estas constituem até mais do que Fábricas de água para rejeição e reutilização: são, ou podem ser, autênticas fábricas azuis (porque preservam o meio hídrico) e verdes (porque preservam o ambiente no sentido mais lato). É a demonstração prática da lei de Lavoisier: “na natureza, nada se perde, nada se ganha, tudo se transforma”...

Como é feito o controlo da qualidade da água que resulta desse tratamento?

A qualidade da água é controlada através da concretização de um programa de controlo analítico, que para efeitos de avaliação de conformidade legal obedece aos requisitos impostos pela entidade reguladora com competências neste âmbito. Parte das análises é efetuada em Laboratórios próprios da Águas do Tejo Atlântico, acreditados pelo IPAC, sendo a restante parte contratada a outros laboratórios acreditados. Anualmente são recolhidas cerca de 31 mil amostras em diversos pontos do processo de tratamento de cada uma das nossas 103 ETAR, e são realizados cerca de 120 mil ensaios analíticos a vários parâmetros, quer para efeitos de controlo legal, quer de controlo operacional. Para além da qualidade do efluente tratado, são ainda realizadas algumas análises no meio recetor, a montante e a jusante dos nossos pontos de descarga. Trata-se de uma atividade discreta mas de fundamental importância para assegurar que estamos a cumprir a nossa missão.

De acordo com alguns relatórios da área, a qualidade da água nacional é muito alta (cerca de 99 por cento). Assim, Portugal é um país exemplo na forma como cuida da sua água?

Portugal apresenta indicadores muito bons no que ao tratamento de água para consumo humano e ao tratamento de águas residuais diz respeito. A Águas do Tejo Atlântico apresentou no ano passado uma conformidade legal superior a 99 por cento, o que tem reflexo, por exemplo, no elevado número de praias com Bandeira Azul na região de atuação da empresa. A nível nacional subsistem, porém, muitos desafios a superar no que se refere aos recursos hídricos de uma forma mais ampla, desde logo porque as fontes poluidoras são muitas e de índole diversa: tópica (por exemplo, associada à agro-indústria) ou difusa (por exemplo, associada à agricultura). De qualquer forma, não se trata de um problema apenas de Portugal: são vários os países que até à data não conseguiram alcançar a meta da Diretiva-Quadro, que é a de atingir

o bom estado ecológico e químico da globalidade das massas de água.

Quais os principais desafios para a Águas do Tejo Atlântico, tendo em conta o setor de atividade em que se insere?

O principal desafio é, e será sempre, prestar um serviço de excelência ao ambiente e à comunidade, a um preço justo, ao nível do tratamento das águas residuais. Como corolário, teremos que continuar a apostar na eficiência das nossas operações, para não repercutir nas tarifas custos desnecessários; na gestão integrada dos ativos infraestruturais, para garantir a sua fiabilidade; e na inovação tecnológica, para melhor nos posicionarmos na lógica da Economia Circular.

O que falta fazer para que este recurso fundamental seja mais respeitado e bem utilizado?

No plano institucional, a redução de perdas, um maior controlo sobre as entidades poluidoras e o estabelecimento de regras claras para os diferentes utilizadores de uma mesma massa de água, são apenas alguns exemplos. Já a nível individual e de cidadania, a sensibilização para a importância deste recurso é chave. Em algumas zonas do país a água doce começa a revelar-se um recurso cada vez mais escasso, tendência que se agravará com as alterações climáticas, pelo que tudo o que possa ser feito no sentido de incentivar hábitos de consumo racionais não será demais. Por outro lado, quem, como eu, já viveu junto a um rio poluído, em que a qualidade da água das praias não incentivava às práticas balneares – bem pelo contrário! –, e agora frequenta essas mesmas praias que até têm bandeira azul, sabe dar muito valor ao trabalho que é feito todos os dias em empresas como a Águas do Tejo Atlântico, e faz tudo o que estiver ao seu alcance para preservar essa qualidade. Por isso as ações de sensibilização são tão importantes, para que não se dê a água como garantida, seja para que uso for.

águAS - NATURAL DE SANTARÉM

A Águas de Santarém é a entidade responsável pelo abastecimento, controlo e tratamento da água no concelho de Santarém. Em outubro de 2020, lançou a águAS, uma marca de água da torneira. Assinalando o Dia Mundial da Água, o diretor-geral, Gustavo Madeira, destacou a importância deste bem essencial.

De acordo com o relatório Controlo de Qualidade da Água para Consumo Humano, de 2019, o indicador de água segura situa-se nos 98,66 por cento. Portugal está no bom caminho, no que concerne ao controlo e cuidado com a água da torneira?

Em Portugal, a água apresenta uma qualidade muitíssimo elevada. A publicitação por parte da ERSAR de dados nacionais relativos à qualidade da água para consumo humano, através do seu sítio na internet, permite a monitorização, comparabilidade e o escrutínio público sobre a qualidade da água. Os consumidores do concelho de Santarém têm todos os motivos para ter a maior confiança e orgulho na sua água, seguramente uma das melhores do país. A empresa apresenta uma abordagem madura e consolidada em relação à conceção, execução, gestão e exploração dos sistemas relativos às águas para abastecimento humano e saneamento de águas residuais.

A Águas de Santarém lançou, em outubro do ano passado, a águAS, uma marca de água da torneira do concelho de Santarém. Além disso, a garrafa é reutilizável. Fale-me um pouco sobre o objetivo do lançamento desta marca, onde pode ser encontrada e o impacto que pretende causar junto da população. O lançamento da marca águAS visou um duplo objetivo. Numa primeira vertente, pretendeu reforçar a identificação dos cidadãos de Santarém com a sua água, uma das águas com melhor qualidade do país. A nossa água é escrutinada diariamente, de forma



Gustavo Madeira
Diretor-Geral

mais exigente do que os requisitos previstos nas disposições legais vigentes, com vista a garantir a sua qualidade e reforçar a confiança da comunidade na qualidade da água. Numa segunda perspetiva, a iniciativa pretende valorizar e promover um uso eficiente da água, através de um consumo regrado deste bem escasso e essencial, sensibilizando a comunidade para um consumo moderado e sustentável, promovendo a eficácia de utilização e garantindo as necessidades relevantes da sociedade.

Como se posiciona a Águas de Santarém para assegurar o tratamento e a qualidade da água?

A empresa tem edificado um conjunto de distintos níveis de controlo que visam garantir a qualidade da água disponibilizada. No entanto, importa garantir a existência de um escrutínio exógeno. Assim, para além da monitorização por parte da ERSAR, a empresa é sujeita a rigorosas auditorias externas, no âmbito da certificação relativa às normas ISO 45001:2018; ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015. No

corrente mês, estamos em processo de recertificação, por entidade externa e independente. Entre diversos pontos fortes evidenciados na auditoria realizada, foi sinalizado que os mecanismos de controlo vigentes garantem a qualidade da água distribuída.

Quais os desafios que ainda é necessário ultrapassar para assegurar um futuro onde a água seja consumida de forma responsável?

O futuro do setor deve garantir uma abordagem holística dos desafios e oportunidades. Numa primeira vertente, importa garantir a modernização do setor e a sua sustentabilidade. Os investimentos necessários são elevados e dificilmente as empresas têm capacidade para os realizar nos momentos adequados. Seria importante que a comunidade se apercebesse da componente económica subjacente aos serviços prestados e da necessidade de se recuperar os investimentos, de forma a possibilitar o reinvestimento. Quando tal não acontece, verifica-se um adiamento sucessivo de investimentos.

Assinalando o Dia Mundial da Água, quais as iniciativas levadas a cabo para reforçar a importância da preservação deste bem?

As iniciativas de sensibilização sobre a utilização eficiente dos recursos e sustentabilidade são realizadas ao longo do ano. No Dia Mundial da Água a empresa irá assinalar a efeméride através das redes sociais, com o enfoque de que pequenos gestos podem fazer toda a diferença.



Antes de ser natural de Santarém, é natural do mundo.

22 de março. Dia Mundial da Água.

Assinale o Dia Mundial da Água, com um simples gesto que faz toda a diferença: beba água da torneira. Beba águAS, natural de Santarém, e contribua para um mundo mais sustentável e uma economia local mais saudável.



águAS

Natural de Santarém

Uma marca da Águas de Santarém



Águas de Santarém
A.S.



/aguasdesantarem

“TEMOS UMA RELAÇÃO DE RECIPROCIDADE”

A relação entre Portugal e Alemanha é consistente e tem muitos anos. Em entrevista, o Embaixador de Portugal na Alemanha, Francisco Ribeiro de Menezes, salientou a importância económica e política desta relação de cooperação mútua e lembrou a presença de Portugal na Feira de Hannover, em 2022.

A Alemanha tem a economia mais forte da União Europeia e é um país cujo investimento em território nacional é importante. Como avalia a importância destes países, um para o outro, política e economicamente?

A Alemanha é referência política na Europa e a sua economia é a mais forte. Sobressai ainda mais após o Brexit. Em marcas e tecnologias, é quem mais contribui para a internacionalização do continente. Para Portugal, a Alemanha foi crucial na transição para a democracia e na integração europeia. A relação bilateral é madura, vive numa estabilidade dinâmica. O investimento alemão em Portugal é estrutural, de cunho industrial e exportador, denota um compromisso de longo prazo. A sua evolução tecnológica e científica incorpora um importante contributo português e impulsiona a nossa economia para setores diferenciados, com mais valor acrescentado. Empresas como a Siemens, originalmente presentes com produção industrial, são hoje empresas de engenharia, com centros de competência globais. Falamos de empresas que geram emprego de qualidade, de modelos de boa gestão laboral.



Francisco Ribeiro de Menezes
Embaixador de Portugal na Alemanha

Quais os setores onde Alemanha e Portugal interagem mutuamente e apoiam o desenvolvimento um do outro?

Sem surpresa, são setores considerados como motores da economia alemã – automóvel, máquinas e equipamento industrial. As oportunidades de futuro tenderão a ser nos setores de viragem, a energia e descarbonização, a saúde, a mobilidade, em que Portugal tem grande potencial. Somos parceiros naturais no hidrogénio verde. Sendo as economias modernas dominadas pelos serviços, as ciências, tecnologia, programação e indústrias criativas têm espaço de progressão. No turismo, superaremos a crise e reencontraremos os turistas alemães, fiéis admiradores das nossas vantagens competitivas naturais e da simpatia com que são recebidos. Nos bens de consumo, na

Alemanha há uma concorrência quase perfeita, com reflexos nos preços, nem sempre compatíveis com as nossas empresas. Mas sopram ventos favoráveis que devemos aproveitar. Exportamos hoje mais em fruta do que em vinho, mais em framboesa do que em pera-rocha. Numa década, passámos a maior fabricante de bicicletas na Europa, com empresas alemãs a produzir no nosso país.

Gostaria de salientar alguns eventos que demonstrem a existência de uma relação prolífica entre estes dois países?

A feira industrial de Hannover de 2022. Seremos país convidado num escaparate internacional único. É uma honra e um desafio de envergadura. O entendimento existente levou a que nos formassem o convite. É sinal de

confiança no talento e na competência das empresas portuguesas.

Quais os desafios que a cooperação internacional enfrenta, durante um período tão particular como esta pandemia?

São os desafios da solidariedade e da resiliência. E da capacidade de transformação. Portugal e a Alemanha, no Trio de Presidências, foram decisivos na definição do rumo que a UE tomou. Ultrapassar a pandemia em conjunto, ajudar os nossos parceiros, afirmar uma Europa aberta e competitiva, cumprir as transições climática e digital e avançar na agenda social.

Como avalia a evolução da relação entre ambos os países?

Existe verdadeira reciprocidade. A Alemanha é para nós prioritária. Portugal cresceu e amadureceu muito, em especial na última década, aos olhos alemães, que admiram a seriedade com que vencemos a crise económica e financeira. Admiram a nossa vasta projeção internacional, positiva para o papel da UE no mundo. A nossa voz é ouvida, a curiosidade pela nossa cultura cresce a cada dia. E as sociedades civis também se aproximam. Desse movimento nascem as melhores ideias, estamos aqui para as apoiar.

“PORTUGAL TEM UMA EXCELENTE REPUTAÇÃO NA ALEMANHA”

Portugal e Alemanha são parceiros estratégicos e político-económicos há vários anos e partilham, agora, o Trio de Presidências da União Europeia. O Embaixador da Alemanha em Portugal, Dr. Martin Ney, falou sobre esta relação de cooperação entre os dois países.



Martin Ney
Embaixador da Alemanha em Portugal

Portugal e Alemanha partilham valores europeus, estratégicos e importantes para uma cooperação bilateral plena de desenvolvimento para ambos os países. Como caracterizaria Portugal enquanto parceiro estratégico alemão?

Portugal goza de uma excelente reputação na Alemanha. Encontramos a meio da Presidência tripartida da UE: Portugal assumiu a presidência depois da Alemanha a 1 de janeiro de 2021. Antes e depois dessa data, a cooperação era especialmente estreita em todos os dossiês europeus. Fechámos um acordo europeu único, o “Next Generation EU”. Sem o apoio rápido e sustentado de Portugal, o programa não teria sido adotado sob a Presidência alemã da UE. No quadro da Presidência portuguesa, os Estados-Membros vão agora apresentar os seus “Planos de Recuperação e Resiliência” nacionais, de forma a implementar projetos no âmbito da “Next Generation EU”.

Quais os setores económicos em Portugal nos quais a Alemanha mais investe?

Algumas das maiores empresas da Alemanha operam em Portugal: a

Volkswagen Autoeuropa tem uma grande fábrica perto de Palmela, a Bosch e a Siemens têm ambas fábricas em Portugal. A Eberspächer, fabricante de peças para automóveis, figurou entre as 10 maiores exportadoras de Portugal no ano passado! A BMW, tal como outras empresas, tem vindo a expandir-se, mesmo durante a crise provocada pela pandemia de Covid-19. O segundo grande setor é o turismo. Cerca de 1,75 milhões de turistas alemães passaram as suas férias em Portugal, antes de a crise pandémica surgir. No ano passado, verificou-se uma diminuição de 70% no número de turistas alemães devido à pandemia. Atualmente, faço questão de frisar aos meus amigos e colegas, a rapidez com que Portugal diminuiu o número de infeções por coronavírus e sugiro-lhes que reservem alguns dias de férias em Portugal, após a Páscoa.

Portugal será um país parceiro da Feira de Hannover em 2022. Qual a importância, para os dois países, desta participação?

A Feira de Hannover é uma grande oportunidade para os negócios de Portugal! O país pode apresentar o seu potencial na maior feira industrial do

mundo. É uma excelente oportunidade para mostrar o melhor da comunidade empresarial portuguesa, a sua produtividade e capacidade de inovação. No dia 13 de abril deste ano, com o “Portugal Forum” na Feira de Hannover, Portugal vai assumir oficialmente como país parceiro deste evento, no próximo ano. As empresas portuguesas já podem candidatar-se à participação na Feira de Hannover 2022 e terão espaços e visibilidade privilegiados. Creio que mais de 60 empresas já o fizeram.

No âmbito da pandemia, a Alemanha ajudou Portugal a cuidar dos seus doentes. Este é um bom exemplo da ajuda e dos valores europeus que mencionámos acima?

A missão de apoio alemã ajudou a salvar vidas em Portugal. Os médicos e enfermeiros aqui em Portugal estiveram nas trincheiras da linha da frente durante meses. Esta nossa missão destinou-se a aliviar alguma da pressão provocada pela pandemia, quando mais precisavam. Acredito que, esta missão foi um grande sucesso porque a cooperação entre os nossos dois países baseia-se num elevado grau de confiança.

Quais as principais dificuldades, atualmente, mesmo para países que já têm um relacionamento bilateral ativo?

Temos saudades de nos reunirmos pessoalmente, é claro! Brincadeira à parte, acredito que todos nós temos feito um trabalho notável para manter o relacionamento próximo em tempos de distanciamento físico. Os sucessos das Presidências alemã e portuguesa testemunham isso. E para encurtar as longas horas até que nos reencontremos pessoalmente, publicamos um CD de um concerto que organizamos no ano passado, em outubro, no âmbito da Presidência alemã da UE, no Centro Cultural de Belém: Julius Berger (Violoncelo) e José Gallardo (piano) interpretaram Ludwig van Beethoven.

Como avalia, enquanto Embaixador, a relação existente entre os dois países?

Gostaria de responder a esta questão, voltando a Ludwig van Beethoven: “Todos os homens serão irmãos, onde tuas suaves asas repousam” - um excerto do “Hino à Alegria” por ele composto e que é agora o Hino da União Europeia. Creio que o mesmo se aplica a Portugal e à Alemanha: onde nos unimos – fazemos parte de uma família europeia.

KUKA

NA VANGUARDA DA ROBÓTICA

Sérgio Chora
Country Manager

A KUKA é uma empresa alemã centenária, líder em soluções inteligentes de robótica e automação. Sérgio Chora, engenheiro e country manager em Portugal, salienta a diversidade de soluções de robótica e a sua aplicabilidade, com destaque para o futuro e para as novidades da área.

O que levou à implementação da KUKA em Portugal? Quais as características deste mercado que se destacam?

A história da KUKA remonta a 1898, quando Johann Josef Keller e Jakob Knappich iniciaram uma fábrica de gás acetileno na cidade alemã de Augsburg. Desde então, a empresa é sinónimo de ideias e inovações "made in Germany". A KUKA está presente na Península Ibérica desde 1974 e instalou-se em Portugal em 1996, sobretudo devido à AutoEuropa (VW-FORD) ter arrancado a produção dos seus carros, utilizando 100 por cento de robots KUKA. A empresa continuou durante vários anos a dedicar-se quase em exclusivo à AutoEuropa e apenas em meados da década de 2000 começou a trabalhar o restante mercado nacional. Desde então temos tido um crescimento sustentado na indústria em geral e, atualmente, já contamos com um parque de robots instalados superior a 1200 unidades, abrangendo de forma transversal todos os

setores industriais em Portugal, desde alimentar, plásticos, metal, moldes...

A KUKA é líder mundial em soluções de robótica e automação. Em Portugal, como caracterizaria a aposta das indústrias nestas tecnologias de ponta?

Se olharmos para a indústria automóvel, sejam OEM's ou fornecedores destes, em Portugal temos um nível de automação à base de robótica bastante aceitável para o que é a média global. Onde Portugal está mais atrás neste tipo de soluções é na indústria em geral, onde os dados da IFR (International Federation of Robotics) nos indicam que estamos não só abaixo da média da Europa, mas também ficamos aquém da média mundial do número de robots instalados por cada 10 mil trabalhadores. Nesse sentido, temos ainda um percurso importante a fazer, mas, por outro lado, dá um grande potencial de crescimento à KUKA enquanto fornecedora deste tipo de soluções.

A indústria 4.0 é o futuro (e o presente) de muitas empresas. Como se posiciona a KUKA face a esta questão?

A KUKA fornece ferramentas de trabalho do mais inovador que existe à escala global. Se um empresário se focar simplesmente na produção que vai ganhar, na superfície que vai ocupar, no custo da instalação, nos custos de mão de obra ou no financiamento do seu projeto, ele vai ignorar aspetos tão importantes como os custos da qualidade, melhoria nas condições de trabalho dos seus colaboradores e a própria satisfação ao se verem aptos a operar este tipo de instalações. Algo que também é muito importante é a melhoria na qualidade do produto entregue ao mercado, já que a automação exige a aplicação de melhorias nos processos a montante da aplicação robótica que, sem dúvida, será uma dor de cabeça em uma fase inicial, mas torna-o capaz de aumentar a qualidade do produto, bem como a produtividade.

O desenvolvimento e a inovação estão na base da vanguarda da tecnologia. Como aposta a KUKA na Inovação e Desenvolvimento?

A KUKA tem sido uma das empresas impulsionadoras da Indústria 4.0. Além da referência que o HQ da KUKA é a nível mundial, no que toca a inovação na área industrial, a KUKA Ibéria também conta com um laboratório de inovação, um TechCenter, nas suas instalações. A principal missão deste TechCenter é aproximar os clientes de aplicações reais, onde podem verificar a utilização do robot em aplicações semelhantes às da sua fábrica. Neste TechCenter podem ser testadas novas tecnologias associadas a robots e validar a sua facilidade de utilização.

Áreas como a Saúde ou o setor Automóvel necessitam de constantes inovações técnicas e tecnológicas, pois estão em constante evolução e são setores com padrões de qualidade e exigência muito elevados. Como responde a KUKA a estes pedidos?

Na área da Saúde, a KUKA destaca-se como a primeira grande marca de robots industriais a ter um robot com certificação para aplicações médicas, enquanto no setor automóvel a KUKA continua a cumprir as expectativas do setor através de um grande

investimento em I&D, que se traduz em lançamentos regulares de equipamentos muito evoluídos tecnologicamente. O mercado busca soluções completas e a KUKA oferece robots para as mais variadas áreas de atividade - automóvel, componentes para automóveis, alimentação, farmácia, plásticos, moldes, saúde, entretenimento, construção, mineração, têxtil, metal...

Em 2013 criaram o primeiro robot sensitivo, para funcionar como colaborador direto dos colaboradores humanos. Quais as principais características deste tipo de robot e a que indústrias / serviços mais se adequa?

Os robots colaborativos são robots destinados à interação direta com humanos em espaços de trabalho compartilhados. Entre as principais características que definem um robot colaborativo destaca-se a capacidade de ser instalado em ambientes sem separações físicas de barreiras de segurança que limitem a colaboração com humanos. São também simples de utilizar, com um manuseamento "hand guided" e de construção leve e fácil de instalar. Na KUKA temos novos sistemas colaborativos de alta capacidade, compostos pelo binómio dos robots industriais com a adição de

películas com sensores, que os tornam sistemas com um alto nível de colaboração homem-máquina segura "PLe / SIL3", de acordo com a ISO / Padrões TS 15066.

Que exemplos de produtos/equipamentos inovadores gostaria de salientar?

O novo KR Quantec, o KR Iontec, o novo controlo KRCS e vários modelos de AGV's. Além disso, e ainda dentro das novidades do seu portefólio, destacam-se o novo KR SCARA e o KR Delta. Há ainda a plataforma digital My.KUKA.com.

Quais serão os próximos objetivos a alcançar?

O principal desafio é a flexibilidade e adaptação às mudanças e à personalização cada vez mais solicitada pelo mercado. O mercado, os hábitos de consumo, a sensibilidade ao meio ambiente, implicam constantes mudanças na robótica e, portanto, os processos de automação, para serem eficientes, devem levar isso em consideração. É importante começar a trabalhar já nos desafios que o conceito da Indústria 5.0 nos traz e termos o nosso foco nestes três elementos nucleares: sustentabilidade, resiliência e abordagem "human-centric".



“PREPARAMO-NOS PARA SER A ‘FÁBRICA DO FUTURO’”

A TMG é uma das mais reconhecidas empresas nacionais da área têxtil, com mais de 80 anos de experiência no mercado. Ao longo de todo este tempo, a visão estratégica dos responsáveis da empresa resultou na aposta na inovação e no constante crescimento da empresa, abrindo sempre novas áreas de trabalho, como salienta Isabel Furtado, a CEO da TMG Automotive.

Isabel Furtado
CEO

Em 2021, a estratégia de crescimento e investimento contínuo em inovação continua a fazer parte do ADN da TMG?

Diria que mais do que nunca, é importante investir em Inovação e em diferenciação, de forma a incorporar conhecimento e a transformação do mesmo em bens, com valor comercial. A TMG acredita que só assim se pode desafiar mercados globais e crescer de forma sustentada. Neste sentido, é cada vez mais a estratégia da TMG não só acrescentar valor pela via orgânica, desenvolvendo internamente o que melhor sabemos fazer, mas também pela Inovação mais disruptiva, em colaboração com entidades e ecossistemas do meio académico e científico, que promovem valor pela diferenciação.

Quais as principais áreas em que o Grupo está envolvido gostaria de destacar nesta entrevista, tendo em consideração novos projetos e apostas de investimento nessas áreas?

Na TMG novos projetos ou investimentos são uma constante e não se limitam ao desenvolvimento de produtos, porque temos a clara noção que, como empresa transformadora que somos, os processos

industriais e as infraestruturas são o nosso pilar. Na área da inovação de processos, a TMG tem vindo a preparar-se para ser a fábrica do futuro, investindo continuamente em ferramentas tecnológicas numa estratégia de transformação digital. Transformação esta que promove a interligação e integração das várias operações, otimizando processos e garantindo à cadeia de valor conexão e transversalidade de soluções que incrementam sinergias e eficiências. Neste ano, concentrámos o esforço na crescente automação e desmaterialização de processos, na utilização de Inteligência Artificial com o objetivo de deteção das causas raiz de problemas, assim como no desenvolvimento de novos artigos, e nas Tecnologias de Simulação, que nos permitem prever o comportamento dos nossos materiais. Do ponto de vista energético, a TMG desde sempre apostou na produção de energia de fonte renovável. As duas mini-hídricas instaladas no Rio Ave a produzir energia há mais de 50 anos são prova disso mesmo. Mais recentemente, efetuámos um investimento em dois parques fotovoltaicos, com arranque previsto para o final do primeiro semestre de 2021.

A TMG é uma empresa onde a responsabilidade social e a sustentabilidade são muito trabalhadas. No que concerne à sustentabilidade, quais as principais ações levadas a cabo para assegurar uma poupança dos recursos naturais, energéticos e de matéria-prima no decorrer do vosso trabalho?

A TMG é uma empresa familiar e assenta a sua existência nos pilares da ética, princípios e valores, com o respeito pelo meio ambiente e a comunidade, desde a sua fundação. Desde há mais de 20 anos com certificações nas áreas de Qualidade e Ambiente, temos procurado alinhar o nosso sucesso com o compromisso de produzir responsabilmente. Recentemente, e para formalizar o nosso comprometimento, tomámo-nos membros do Global Compact das Nações Unidas e subscrevemos os 10 princípios de Desenvolvimento Sustentável. A escolha de fornecedores incide sobre os que demonstram práticas sustentáveis nas suas organizações, e que se alinham com os princípios que defendemos. Internamente e de forma a determinar os impactos ambientais dos produtos, a TMG adotou a diretiva europeia da Avaliação de Ciclo de Vida como ferramenta vital para o desenvolvimento do produto,



desde a sua conceção, escolha de matérias-primas, produção e fim de vida, incluindo o posterior desmantelamento, reutilização e reciclagem, tendo sempre como objetivo principal a redução de desperdícios e a circularidade dos produtos. Consciente da crise climática, a TMG Automotive aliou-se ao movimento global Business Ambition for 1.5 °C, contribuindo para o maior desafio do Acordo de Paris, e comprometeu-se a atingir a neutralidade carbónica até 2050. Para atingir este fim, os próximos anos serão de grande exigência e iremos trabalhar em diversas frentes, como fontes de carbono renovável, eficiência de recursos, energias renováveis e circularidade. Com o objetivo de acelerar a integração dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e contribuir mais amplamente para a Agenda 2030, a TMG Automotive aderiu, também, ao programa SDG Ambition da UN Global Compact.

Em 2020, a TMG adquiriu, em consórcio com a Carrington, uma empresa alemã – Melchior Textil GmbH. A presença no mercado alemão é de importância estratégica?

Completamente. Desde há muitos anos que temos clientes de referência no mercado alemão, o qual é crucial como plataforma comercial para toda a Europa central e pelos seus elevados padrões de exigência. A Melchior é um

importante player de têxteis para vestuário de trabalho e a sua aquisição foi uma decisão estratégica, uma vez que veio verticalizar a nossa oferta industrial no mercado alemão.

Como avalia a importância do mercado alemão, no contexto europeu e mundial?

A Alemanha, como motor da economia europeia tem, por natureza própria, o seu estatuto de importância pré-definido nos dois contextos – europeu e mundial, e muito em particular, no negócio automóvel. A notoriedade da Engenharia Alemã e o valor da marca “made in Germany” é inquestionável. Para a TMG produzir para fabricantes de automóveis (OEMs) de origem alemã é um desafio constante, quer pela exigência do próprio mercado em termos de inovação e performance, quer pela nossa posição geograficamente periférica, distante dos centros de decisão. Para a TMG é um mercado crucial - é para a Alemanha que exportamos cerca de 1/3 da gama de produtos que fabricamos, e é na Alemanha onde temos a “casa mãe” dos nossos maiores clientes. Por isso, mais de 70 por cento das nossas exportações diretas ou indiretas são para as construtoras alemãs, mesmo que globalmente dispersas.

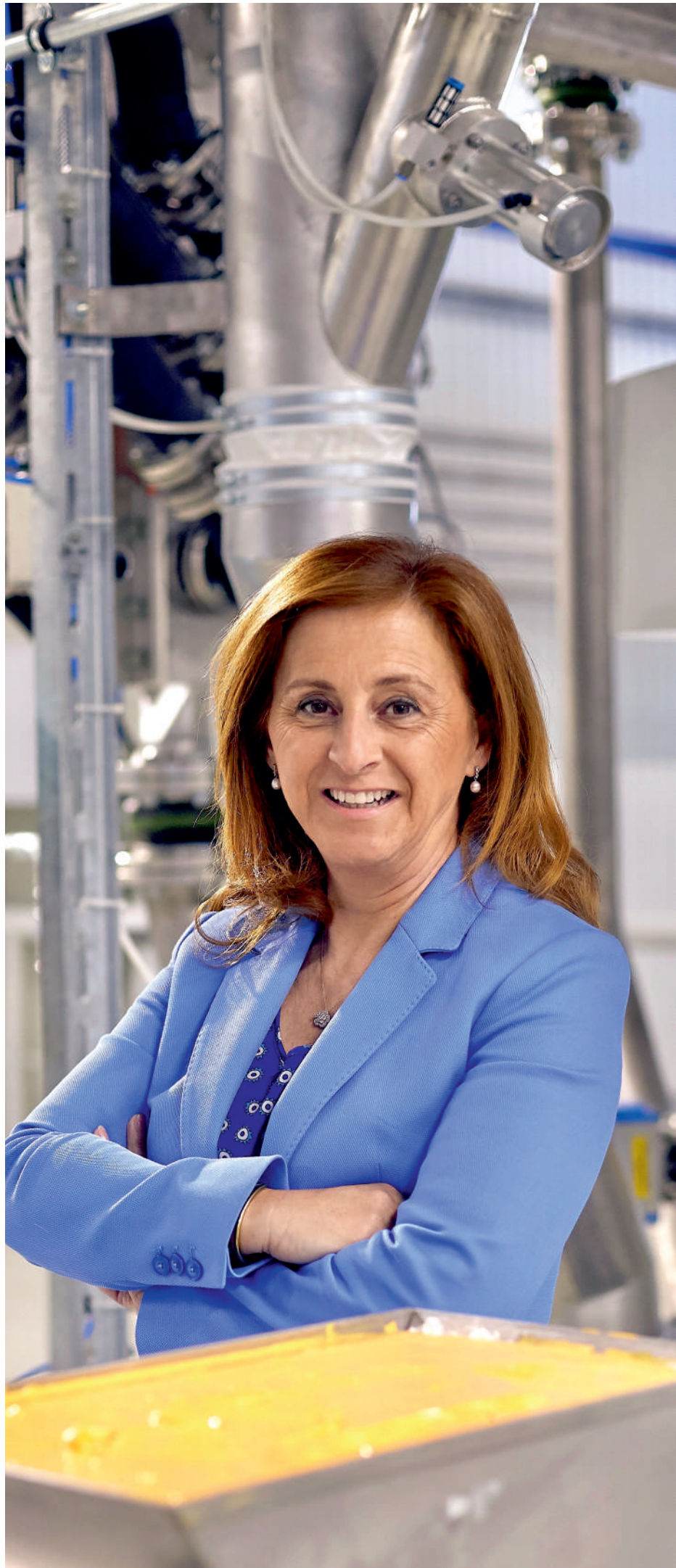


Enquanto empresária, como caracterizaria as relações comerciais entre os mercados português e alemão e a sua importância um para o outro?

As relações comerciais entre Portugal e Alemanha são muito abertas, mesmo considerando que ambos os países estão num mercado único e sob as regras desse mesmo mercado. É um facto que a importância não é percebida de uma forma idêntica em cada uma das partes. Portugal, dado o seu tamanho, estrutura industrial e economia suportada pelas exportações, tem pela Alemanha uma percepção, aliás realista, de maior importância. No entanto, nos últimos anos, Portugal tem vindo a afirmar-se como um país inovador, tecnologicamente capaz, com excelente engenharia, e a prova disso é o investimento que muitos grupos económicos alemães, alguns nossos clientes, têm feito em Portugal.

Enquanto CEO da TMG Automotive, e tendo conseguido que a empresa se posicionasse no segundo lugar no setor de interiores de automóveis, tornou esta empresa numa das maiores exportadoras desta área. O futuro passa por expandir ainda mais esta área em particular, dedicada aos automóveis?

Antes de responder à questão sobre o futuro, deixe-me brevemente relembrar o passado, que há cinco décadas nos vem ensinando como a melhoria contínua assente nas lições aprendidas é importante. Faz este ano, exatamente, 50 anos que a TMG iniciou o seu percurso como fornecedor de interiores para a indústria automóvel europeia. O futuro passa agora por sustentar, em crescimento, o posicionamento no mercado europeu e ir de encontro às expectativas dos nossos clientes que, relativamente aos seus principais locais de produção globais, desde a Ásia, Américas e África, vêm demonstrando uma crescente tendência de limitar a cadeia de fornecimento a produções locais. Esta tendência tem sido um fator cada vez mais marcante na nossa estratégia. Neste entendimento, a TMG Automotive formalizou há alguns anos uma empresa comercial em Xangai, China e durante o ano de 2020 consolidámos a nossa entrada numa parceria industrial local, que estimamos estar completamente operacional em 2022. Este percurso e a aprendizagem que dele tiramos irá contribuir, certamente, para desenvolvermos com tanto ou mais sucesso a nossa aproximação ao mercado norte-americano, onde já temos uma parceria com mais de 15 anos.



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

DOAÇÕES PARA O IBAN: PT50 0036 0000 99105896237 44

www.re-food.org

Siga-nos:    

“PORTUGAL TEM PROVAS DADAS NAS ÁREAS DA CIÊNCIA E INVESTIGAÇÃO”

Sandra Marques
Diretora-geral

A Boehringer Ingelheim é uma farmacêutica alemã que se implementou no mercado português em 1960. Especialista em doenças do foro respiratório, metabólico e cardiovascular, esta empresa está na linha da frente da investigação de soluções para a COVID-19, como salienta a diretora geral Sandra Marques.

A Boehringer Ingelheim é uma empresa centenária e uma das principais farmacêuticas mundiais. O que faz esta empresa continuar a apostar no mercado português? Como avalia este mercado?

A Boehringer Ingelheim é, de facto, uma empresa centenária, fundada por Albert Boehringer em 1885, na Alemanha. Em Portugal desde 1960, iniciou atividade com instalações fabris e escritórios e tendo como missão a produção e distribuição de medicamentos. A aposta no mercado nacional continua a fazer sentido, pois apesar de se tratar de um mercado de pequena dimensão, tem um

potencial de dinamização inversamente proporcional ao seu tamanho. Em termos de criação de oportunidades, o nosso mercado é muito atrativo, e embora sendo considerado tradicional no modelo de acesso aos clientes, está em constante evolução. Em algumas das áreas terapêuticas onde operamos e trazemos inovação – área respiratória, área cardiovascular e área metabólica - existem necessidades não satisfeitas e oportunidades de melhoria na acessibilidade aos cuidados de saúde, o que justifica que se continue a investir no nosso mercado em crescimento, com todas as incertezas subjacentes, com apostas ágeis e de valor

acrescentado. Em Portugal, a prevalência do Acidente Vascular Cerebral (AVC) é elevada, atingindo uma pessoa a cada 23 minutos. É a primeira causa de incapacidade permanente em adultos, com cerca de 8.000 sobreviventes a necessitar de reabilitação especializada e intensiva, sendo que dois terços não têm acesso a essa reabilitação. A diabetes, que afeta cerca de 10 a 13% da população adulta, torna o nosso país o que apresenta uma das taxas mais elevadas da Europa, segundo o relatório do Programa Nacional de Diabetes de 2019. As doenças respiratórias, representam, por cá, a terceira causa de morte.

Como caracterizaria a relação existente entre Portugal e Alemanha, sobretudo no que respeita à importância dos mercados português e alemão um para o outro?

Embora cada um dos mercados tenha a sua especificidade e as suas características únicas, há muito que se pode partilhar. Um exemplo disso é o CONSANAS, sediado no Hospital da Prelada, no Porto, um centro especializado e intensivo em reabilitação de AVC, que resulta de uma parceria entre a Boehringer Ingelheim Healthcare Management e a Misericórdia do Porto e que inclui protocolos alemães no tratamento de doentes portugueses. O CONSANAS - Hospital da Prelada oferece a estes doentes um regime de reabilitação intensivo e multiprofissional, que se desenvolve até 60 dias para doentes com AVC grave, moderado ou ligeiro e tem como foco objetivos realistas e alcançáveis, através de planos terapêuticos suportados por prognóstico. Enquanto empresa, não aceitamos o “one size fits all”, porque uma solução não é suficiente e, por isso, procuramos localmente colmatar necessidades que não tenham sido ainda preenchidas e adequar as soluções a cada problema. A nossa visão é criar Valor através da Inovação a nível mundial, mas atendendo às especificidades de cada mercado. Uma prova disso, é o prémio BI Award Innovation in Healthcare, uma iniciativa exclusiva nesta fase para Portugal, que a Boehringer Ingelheim lançou em março, e que visa premiar ideias inovadoras, dando espaço à apresentação de projetos em diferentes áreas da saúde, como o acesso, a prestação de cuidados ou a organização em saúde, com o objetivo de garantir a retoma dos cuidados de saúde em Portugal, nomeadamente em tempos de pandemia.

A Boehringer Ingelheim é uma empresa que dedica perto de 20% das suas vendas líquidas à área da Investigação e Desenvolvimento (I&D). Portugal é um país com bons recursos humanos e técnicos para levar a cabo esta investigação?

Portugal tem provas dadas na área da ciência e investigação. Por um lado, ‘exportamos’ cientistas e investigadores nacionais, que demonstram o seu valor nas melhores instituições de todo o mundo, e por outro faz sentido a aposta em I&D em Portugal, por termos recursos humanos com elevadas competências técnicas. Há, no entanto, um longo caminho a percorrer, sobretudo no que diz respeito à burocracia, que é, sem dúvida, o grande entrave em Portugal. Os decisores em Portugal têm de melhorar a nossa competitividade face ao resto da Europa e aos mercados emergentes, nos tempos de aprovação regulamentar e contratual, ou no atingimento do

compromisso de recrutamento. O investimento em Saúde é responsável pela geração de emprego com um elevado grau de diferenciação técnica, o que se traduz num motor para o desenvolvimento da sociedade. O sector da investigação clínica, em particular, poderá ser um dos principais motores da economia nacional, com um retorno de investimento estimado de 1,99 euros por cada euro investido. A participação média deste setor no emprego total tem aumentado e ronda atualmente os 10% nos Países da OCDE, com os níveis mais elevados para os Países da Escandinávia (20% na Noruega). O emprego no sector da Saúde em Portugal é relativamente baixo (5.9%), o que indica que melhorias podem ser feitas a favor do bem-estar da população e do desenvolvimento económico[1].

A chegada da pandemia obrigou a uma intensificação da pesquisa por soluções relacionadas com a área respiratória. Como se posicionou a Boehringer Ingelheim, sendo reconhecidamente uma empresa especialista nesta área?

Uma das primeiras medidas de combate à pandemia, implementadas pela Boehringer Ingelheim, foi rever e avaliar a existência de compostos existentes na nossa antiga investigação antiviral que possam atuar diretamente no SARS-CoV 2 ou melhorar o curso da doença nas pessoas mais gravemente afetadas. Estamos igualmente a realizar uma triagem computacional de toda a nossa biblioteca de moléculas, com mais de um milhão de compostos, com cerca de 100 cientistas comprometidos no combate ao vírus. E, para isso, em muito tem contribuído a nossa vasta experiência em doenças respiratórias. Além disso, os nossos cientistas estão a trabalhar arduamente, na identificação de candidatos, cuja capacidade de neutralização viral está a ser alvo de avaliação, em colaboração com o Centro Alemão de Pesquisa de Doenças Infeciosas (DZIF). Os investigadores da Boehringer Ingelheim integram ainda abordagens colaborativas inovadoras, que reúnem cientistas e líderes mundiais de todo o mundo, como a Iniciativa de Medicamentos Inovadores (IMI) da União Europeia, que reúne a indústria e académicos no desenvolvimento de tratamentos existentes ou novos para responder rapidamente à COVID-19. Um exemplo é o Acelerador Terapêutico para a COVID-19, lançado pela Fundação Bill & Melinda Gates, um projeto de colaboração único em toda a indústria de ciências da vida para ajudar a resolver esta emergência de saúde global. Assim, estamos em constante avaliação de uma série de potenciais oportunidades terapêuticas.

[1]Silva, José António Aranda. A indústria farmacêutica em Portugal página 190, disponível em: <https://www.apifarma.pt/salaimpresa/Documents/Livro%2075%20anos.pdf>

“A FORÇA MOTRIZ DO PROGRESSO É A CURIOSIDADE”

A Merck é a empresa farmacêutica mais antiga do mundo – foi fundada em 1668 – e celebra este ano 353 anos de existência. Outra singularidade é o facto de o capital social deste Grupo empresarial ainda estar, maioritariamente, nas mãos de membros da família, há 13 gerações. A Merck está desenhada para abrir as portas ao futuro desde sempre, como comprova a entrevista ao diretor-geral em Portugal, Pedro Moura.



Falamos de uma empresa farmacêutica e tecnológica, que trabalha nas áreas de Healthcare, Life Science e Electronics . Porquê a aposta nestas três áreas e como é que elas se complementam?

Em Healthcare, temos três pilares de atuação. O nosso propósito foca-se em ajudar a criar vidas – e aqui temos a nossa área de tratamento da infertilidade, onde somos líderes de mercado. Temos depois uma outra área, cujo objetivo é ajudar a prolongar a vida dos nossos doentes, com qualidade – Oncologia e Imuno-oncologia. Existe ainda um terceiro pilar, que se foca na melhoria da qualidade de vida dos doentes e onde várias áreas se inter-relacionam. Destacaria as áreas da Esclerose Múltipla, Insuficiência Cardíaca, Hipertensão, Diabetes, Disfunção da Tireoide e Hormona de Crescimento. No que respeita a Life Science, falamos de diagnósticos in vitro e de testes de diagnóstico. A Merck é responsável por produzir as matérias-primas, os equipamentos e os serviços necessários à realização e produção destes testes. Na área de Electronics, a Merck é a empresa por detrás das empresas da área digital. Temos quatro componentes na área da Electronics que são basilares: a primeira área trata de semicondutores – se nos focarmos nas áreas da Comunicação, Mobilidade e Saúde, nós desenvolvemos semicondutores (aparelhos, equipamentos) cada vez mais pequenos, mais rápidos e mais eficientes em termos energéticos. Esta componente da sustentabilidade energética é muito importante, pois o gasto de energia que acontece aquando da transmissão de dados é imenso. Numa outra área – a das soluções de displays – a Merck oferece a próxima geração de materiais, equipamentos, serviços e sistemas que revolucionam a área de Electronics. O que nós fazemos é conectar a inteligência contida dentro dos dispositivos com a experiência humana. Depois, temos a área das Surface Solutions, onde redefinimos o uso da cor no mundo moderno. Temos no nosso portefólio pigmentos e ingredientes ativos que continuam a ser peças-chave na indústria automóvel, na cosmética e na indústria, de uma forma geral. Ainda há a área de delivery systems – sistemas de armazenamento e entrega de químicos e gases que precisam de ser acondicionados, transportados e entregues de uma forma segura.

Pedro Moura
Diretor-geral

Quais são os últimos projetos que estão a desenvolver em cada área?

A área de Electronics é absolutamente pujante, porque nós necessitamos, de repente, de aumentar a capacidade de transmitir dados de uma forma rápida, passível de ser incorporada dentro de dispositivos que são cada vez mais pequenos, mas sobretudo tendo em conta a sustentabilidade energética, que é vital. Qualquer redução de consumo de energia para a transmissão de dados significa, em termos de sustentabilidade do nosso planeta, um imenso avanço. Por esse motivo, a área dos semicondutores talvez seja a mais tangível e revolucionária, no momento. Por outro lado, com um maior uso dos dispositivos, temos cada vez mais acesso a dados, mas dados não são informação. Eles precisam de ser estruturados e tratados, para se transformarem em algo que ajude no processo de tomada de decisão. Essa é a tarefa da nossa área de soluções de display – a conexão entre a inteligência contida nos dispositivos e a inteligência humana, de forma a ajudar à tomada de decisão do médico. Os semicondutores e as soluções de display são as duas áreas que irão marcar de forma mais marcada o futuro da Humanidade. No que respeita à área de Life Science, encontrar forma de antecipar em dias, semanas ou meses o aparecimento de uma pandemia, através – por exemplo – da análise de microrganismos presentes nos esgotos será um extraordinário avanço. Na área de Healthcare, destacaria áreas como a Oncologia, associada à Imuno-oncologia, que é, cada vez mais, a resposta para o tratamento de uma série de

“Para nós é muito claro que a Ciência e a Tecnologia têm de estar de mãos dadas para combater os desafios na área da saúde no futuro”

patologias do foro oncológico. O objetivo é fazer com que o sistema imunológico descubra as células cancerígenas, as identifique e permita o tratamento, pelo conjunto do nosso sistema imunológico e das substâncias terapêuticas, levando a que, no futuro próximo, as doenças oncológicas sejam consideradas uma patologia crónica. Além disso, temos também em atenção a Esclerose Múltipla, onde atualmente já existe um conjunto muito alargado de soluções. Há ainda um objetivo transversal a todas as áreas que se traduz no desenvolvimento de uma

Medicina Personalizada, ou seja, encontrar uma solução à medida para solucionar o problema de cada doente.

A Merck valoriza a curiosidade como sendo uma das formas de desafiar o status quo e de estar constantemente a inovar. Este é realmente o vosso ADN?

Sem dúvida. Só a curiosidade permitiu que, geração após geração, continuemos na linha da frente de soluções, plataformas e serviços que vão sempre à procura da melhor combinação entre Ciência e

Tecnologia, ao serviço do bem da Humanidade. Acreditamos que a força motriz do progresso é a curiosidade. A todo o momento, procuramos soluções clínicas e tecnológicas que permitam melhorar os resultados clínicos e continuar a melhorar a vida de milhões de pessoas em todo o mundo.

Como caracteriza a importância do mercado português e alemão um para o outro? Quão estratégico é o mercado nacional para a Merck?

A Merck trabalha em colaboração com entidades nacionais, através de parcerias com organismos e instituições que já cá estavam. Por exemplo, temos uma parceria importantíssima com o Instituto de Biologia Experimental e Tecnológica – IBET – que se concretizou na constituição de um laboratório-satélite, dentro do IBET, que é basicamente uma extensão do R&D (Pesquisa e Desenvolvimento) da Merck alemã. Temos ainda parcerias com o Instituto Gulbenkian de Ciência e com o Instituto de Medicina Molecular.


Quais são os desafios de futuro, para a Merck?

Para nós é muito claro que a Ciência e a Tecnologia têm de estar de mãos dadas. É também evidente que existe um imenso manancial de dados, dispersos por muitas instituições da área da Saúde e da Tecnologia, que seria fundamental congregarem numa única plataforma, acessível por todas as empresas da área científica. A Medicina Preventiva e a utilização da Inteligência Artificial na Saúde serão pontos-chave, também.



CIÊNCIA MOVIDA PELA CURIOSIDADE

Na Merck somos mentes curiosas dedicadas à ciência e ao progresso humano, por isso estamos sempre a investigar e a fazer perguntas. E é graças às respostas obtidas que fazemos a diferença positiva na vida de milhões de pessoas todos os dias.



Melhoramos a vida das pessoas com esclerose múltipla, prolongamos vidas ao investigar e descobrir tratamentos inovadores para o cancro, ajudamos a concretizar o sonho da maternidade de tantas mulheres e ainda tratamos doenças cardiovasculares, diabetes, distúrbios da tiroide e hormona do crescimento.

Trabalhamos todos os dias, ao lado dos doentes, de forma a criar as soluções mais inovadoras: **As One for Patients.**

Descubra mais em:
merckgroup.com/pt-pt

MERCK

Editorial

A pandemia parece estar, finalmente, a acalmar. Os sinais são positivos, quer no que respeita às estatísticas, sempre importantes na gestão de uma crise, quer no que concerne às pessoas, o melhor barómetro para interpretar com exatidão os efeitos da pandemia e da crise que ela trouxe.

As pessoas podem, agora, desconfinar, ainda que a “contagotas”, como pede o primeiro-ministro, António Costa. Há quem julgue cedo demais para mais uma experiência de reabertura total da economia e dos serviços, mas a maioria sente-se mais segura e confiante.

As empresas são formadas por pessoas. A análise anterior é, pois, válida, para o segmento empresarial.

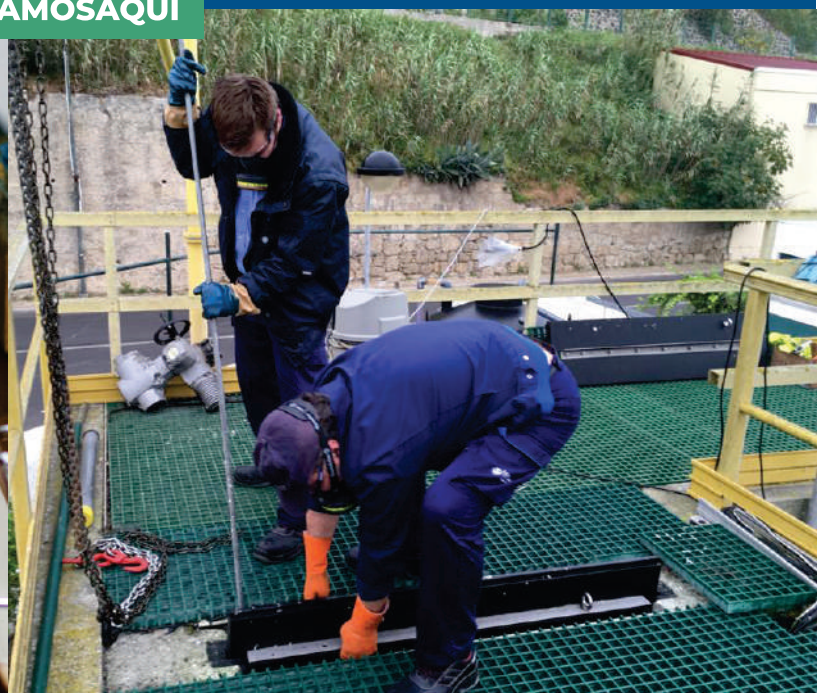
Com alguma incerteza, patente na análise mais ponderada de cada decisão, os empresários, empreendedores e decisores nacionais começam a delinear a estratégia para os meses que se seguem e para a época alta que se avizinha – o Verão. A Valor Magazine continua a trazer até si histórias de luta e dedicação a projetos, empresas e pessoas que fazem a diferença, no seu mundo e no mundo dos que os rodeiam.

Nesta edição, temos como principais temas as Relações Bilaterais Portugal – Alemanha, o Ensino Profissional, o Imobiliário e a Reabilitação Urbana, a Mediação de Seguros e a Engenharia, a Arquitetura e a Construção Sustentável. Assinalamos ainda o Dia Mundial da Água.



#CONTINUAMOSAQUI

Tejo Atlântico, um trabalho invisível e essencial para a saúde pública.



“A PALAVRA-CHAVE DESTE MANDATO É ‘TRANSFORMAÇÃO’”

Hélia Gonçalves Pereira assumiu funções como reitora da Universidade Europeia há dois meses. Ciente de que a mudança é a única constante, como a própria afirma, está preparada para trabalhar por esta instituição académica, expandindo e melhorando o método de ensino que ali se pratica.



Hélia Gonçalves Pereira
Reitora

Ocupa a função de Reitora da Universidade Europeia desde fevereiro deste ano e traçou objetivos claros, nomeadamente o ensino experiencial – learning by doing - e adaptado a cada estudante. Durante toda a sua carreira, sempre apostou na definição clara de objetivos para alcançar as metas a que se propunha?

Sempre. Seja em termos pessoais, mas, neste caso, profissionais, a definição de objetivos claros garante foco, permite uma melhor gestão de expectativas e um planeamento mais claro que

assegure que esta definição não fica por aqui e permite que estes objetivos se transformem em realidade. Sabendo que a vida é feita de imponderáveis, ainda assim, saber qual é o caminho que se pretende fazer é determinante para uma melhor capacitação. “A mudança é a única constante”, é uma frase que me acompanha há muito.

Como se definiria, enquanto profissional?

Diria, face à experiência adquirida e ao feedback que obtenho das pessoas

que trabalham comigo, que sou muitíssimo orientada para a solução e não para o problema. Sou focada, muito determinada, procuro ser empática, pois é impossível fazermos o que quer que seja, de forma sustentada, sozinhos e, por isso, garantir equipas coesas é um fator crítico de sucesso. Considero-me também muito comunicativa. Tenho tido a sorte de ser muito feliz enquanto profissional e a felicidade é, para mim, uma dimensão crítica e um desígnio - somos muito melhores em projetos que nos façam felizes do que o contrário.

A sua carreira dedicada ao ensino universitário é longa e muito rica. Como caracterizaria o ensino universitário em Portugal, no que respeita à qualidade, inovação e desenvolvimento?

O ensino universitário português tem crescido em qualidade evidente nos últimos anos. Ao nível de infraestruturas; na capacidade de atrair alunos (e professores) estrangeiros; na produção científica, onde temos hoje centros de investigação reconhecidos como de excelência, não só nacional, como internacionalmente; inovação de programas e de projetos e transferência de conhecimento. Lembro o meu início neste setor, onde era evidente o preconceito entre academia e setor empresarial. A academia olhava com desconfiança para as empresas, e os seus decisores, as empresas faziam o mesmo

relativamente à academia. Hoje é quase cómico falar sobre isso, pois tanto as universidades como as empresas veem esta ligação numa perspetiva win-win, que temos a obrigação de reforçar pela capacidade de demonstrar o valor acrescentado destas parcerias.

A Universidade Europeia é reconhecida pela sua inovação e pela importância atribuída à internacionalização. Estes também são os propósitos que regem a sua carreira e, atualmente, também a sua função enquanto Reitora?

Quando iniciei o meu mandato, defini uma palavra-chave: Transformação. Com a crescente utilização da tecnologia e do digital, o ensino deve apostar na mobilidade e na interculturalidade, de forma a capacitar os estudantes para serem os profissionais do futuro num mercado de trabalho cada vez mais global. Para isso, a Universidade Europeia continuará a desenvolver e fazer evoluir o seu inovador modelo académico, através do conceito central learning by doing, que tem por base a aprendizagem experiencial e o contacto permanente dos nossos estudantes com diferentes stakeholders, que terão um papel fundamental. A internacionalização cumpre, neste contexto, um propósito igualmente essencial. Através do estabelecimento de protocolos de colaboração com universidades estrangeiras, pretendemos garantir uma experiência potencialmente mais

global que permita uma maior e mais qualificada atração de alunos estrangeiros nos mais variados graus de ensino. De igual forma, um portefólio com uma oferta ampla, modelos de aprendizagem atrativos e uma área de investigação alicerçada num plano estratégico, são os pressupostos que contribuirão para reforçar o posicionamento da Universidade Europeia como referência.

Como caracteriza o ensino que se pratica na Universidade Europeia? Quais são os principais objetivos que se pretende que os alunos atinjam ao estudar nesta universidade?

Um ensino orientado para as necessidades dos nossos estudantes, que garante a preparação dos mesmos

e que tem como objetivo transformá-los nos profissionais globais do futuro e dotá-los de todas as competências para alcançarem o sucesso profissional em qualquer parte do mundo. A nossa metodologia de ensino assenta num modelo experiencial que já referi anteriormente – learning by doing. O nosso modelo privilegia o ensino extremamente prático, no qual os estudantes aprendem com a experiência e onde todos os esforços são direcionados para maximizar o “tempo de viagem”, através da utilização de tecnologia e ambientes de simulação empresarial.

Quais os principais projetos / novidades que gostaria de salientar?

Somos conscientes que o ensino superior tem assistido a grandes

mudanças nos últimos anos e a tecnologia tem estado ao serviço de um processo de ensino/aprendizagem cada vez mais interativo e orientado. Por essa mesma razão temos vindo a trabalhar a adaptação do nosso modelo académico. O Experiential Learning Hyflex é uma jornada que combina o conhecimento humano e a tecnologia mais avançada. É um modelo académico flexível e personalizado que utiliza tanto a sala de aula física como as plataformas virtuais, redesenhando o ambiente de aprendizagem, permitindo o ensino tanto no campus como a distância.

Como definiria o “ensino do futuro”? Quais as características que este deve possuir?

Um ensino adequado aos novos

tempos. Que integre conhecimento científico muito relevante com ligação forte ao “saber fazer”. Que construa parcerias, que traga investigação científica para dentro da sala de aula, e muitos projetos aplicados e empresas para o campus. Que ponha os alunos a pensar criticamente sobre as realidades com que se vão confrontando, que ensine a não ter medo de arriscar. Que se envolva em novas tendências, largando algumas amarras do passado, e orientando a transmissão de conhecimento para áreas e temas emergentes onde o futuro assentará.

 **Universidade Europeia**

Vai mais à frente

Pós-Graduação em Gestão

 **Abril 2021**

Adquira novas competências e ferramentas de trabalho, com uma formação lecionada por profissionais da área, que o fará avançar na carreira.

Condições especiais em vigor.

INFORMAÇÕES E CANDIDATURAS
europeia.pt | 808 203 544



“O FUTURO DA MEDIAÇÃO DE SEGUROS É TECNOLÓGICO”

A Famasegur já conta com vários anos de presença no mercado segurador, com clientes particulares e no segmento corporate, apresentando soluções adequadas a cada um, como detalha António Vieira, gerente da empresa.

Desde que surgiu a empresa, como mudou o mercado segurador em Portugal?

Ainda há um longo caminho a percorrer, mas as seguradoras têm-se adaptado ao que vai surgindo, com o incremento de novos produtos e meios digitais. É aí que a mediação profissional tem de fazer a diferença, adaptando-se aos novos canais de distribuição. As novas gerações têm uma presença no digital muito ativa, pelo que é fundamental que estejamos preparados para dar uma resposta cada vez mais personalizada. Também, ao contrário do que acontecia há uns anos, o cliente é muito mais informado e tem, por norma, uma noção clara do que pretende, tendo já feito algum trabalho de pesquisa das soluções existentes, pelo que o nosso trabalho passa por perceber qual é a necessidade e dar uma resposta o mais personalizada possível num curto espaço de tempo.

Quais os principais parâmetros que guiam a vossa relação com os clientes e as seguradoras com quem trabalham?

O nosso slogan “Relações de Confiança” traduz a simbiose que criamos com os nossos clientes e com os nossos parceiros ao longo destes anos e, todos os dias, é esse lema que nos guia. Percebemos que só com transparência e proximidade conseguimos criar



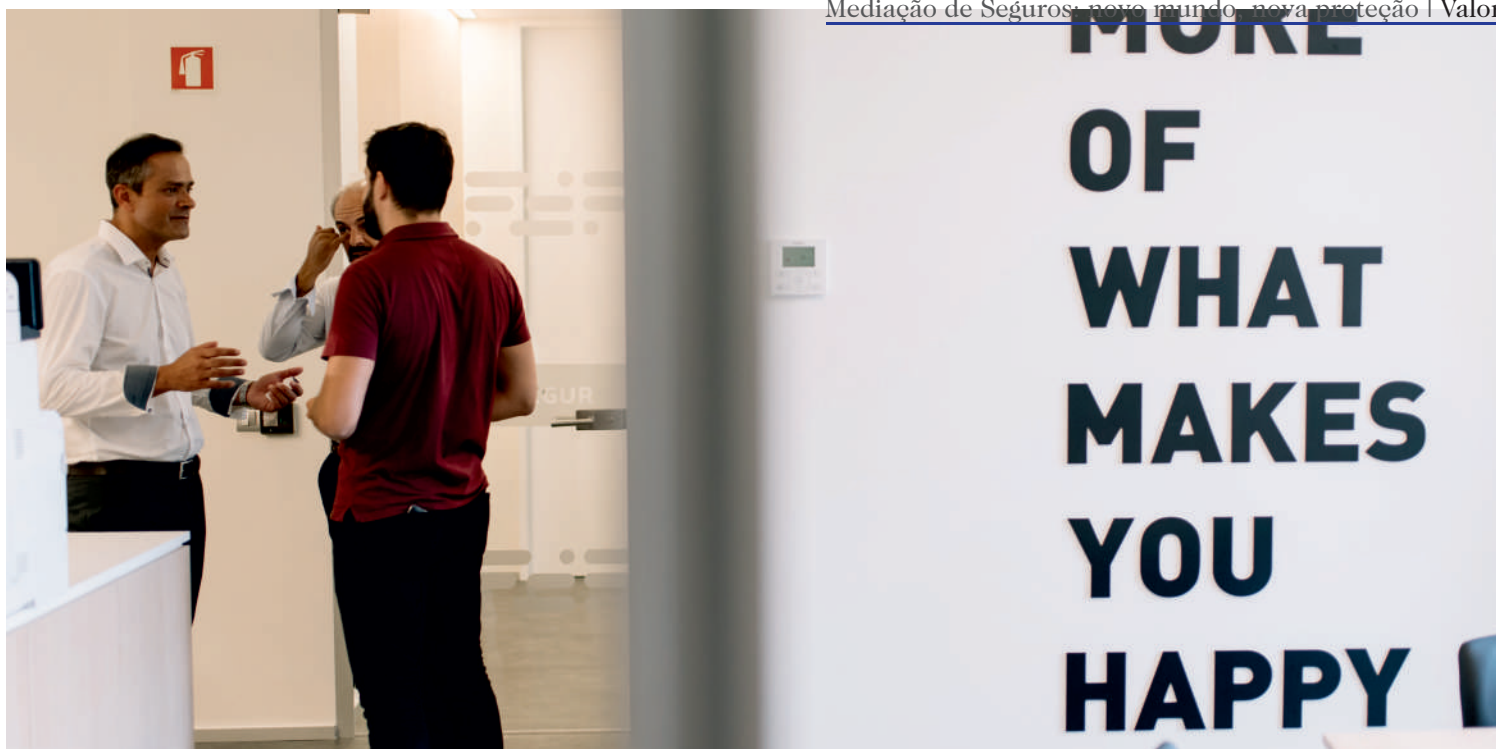
António Vieira
Gerente

relações de confiança. Estamos preparados para aconselhar os nossos clientes com as melhores soluções em termos de proteção individual, familiar e empresarial e assim proteger as suas vidas e o seu património. No caso do mercado corporate, temos um produto - o Seguro de Crédito - que assegura a faturação das empresas e que é uma solução muito procurada para fazer face a crises inesperadas, como a que vivemos no momento. Este tipo de produto tem vindo a assumir uma importância cada vez maior no

panorama nacional e internacional, até porque o país tem tido um histórico de crises financeiras nos últimos anos e as empresas percebem que precisam de se preparar para elas.

Os seguros de acidente e doença representam perto de um terço dos seguros pedidos, sendo que os pedidos de seguros diretos diminuíram 2,3% comparativamente com janeiro deste ano. A Famasegur também sentiu isso?

Efetivamente, tem havido um aumento de pedidos destes seguros com mais incidência no ramo doença desde o início da pandemia, o que é normal, com toda a situação que estamos a vivenciar e com o nosso serviço nacional de saúde num estado calamitoso e completamente paralisado/direcionado para a Covid-19. Acredito que este ramo crescerá ainda mais nos próximos anos. No nosso caso, não sentimos essa quebra, visto que aumentou a procura deste tipo de soluções por parte de particulares. Outra tendência a que temos assistido é a procura, por parte de empresas, de seguros de saúde para os seus funcionários, como forma de gratificar os seus colaboradores e ajudando a reter a escassa mão de obra existente no nosso tecido empresarial, bem como a combater o seu absentismo.



Que opções apresenta a Famasegur a quem procura atualmente soluções de seguro pessoal de doença?

Disponibilizamos os seguros de saúde mais comuns, procurados por pessoas que encontram muitas lacunas no Serviço Nacional de Saúde, nomeadamente em consultas de especialidade e em tratamentos de oncologia, e acabam por recorrer aos hospitais privados. Além disso, disponibilizamos opções mais em conta para quem não tem disponibilidade financeira para subscrever um seguro de saúde mais robusto. Existe, depois, uma solução direcionada para mulheres entre os 18 e os 50 anos, sensíveis ao risco de doenças graves. Esta solução garante à pessoa segura a antecipação de uma percentagem do capital seguro de morte, em caso de diagnóstico de

cancro feminino (tumor invasivo da mama, útero, ovários, trompas), bem como uma percentagem do capital seguro de morte em caso de tumor não invasivo dos órgãos femininos. Temos ainda uma solução para pessoas a partir dos 60 anos. Este produto oferece proteção ao nível do internamento hospitalar, ambulatório, consultas e tratamentos a uma faixa etária que, por norma, tem mais dificuldade em fazer um seguro de saúde por limitação da maior parte das seguradoras.

Como se posicionou a Famasegur relativamente ao apoio às empresas que mais foram afetadas pela Covid-19? Estabelecemos uma relação de proximidade, abrindo novos canais de contacto, como a nossa linha de Whatsapp para um contacto mais rápido e direto. Esta relação de

proximidade passou por responder às dúvidas dos clientes, encontrando soluções que fossem ao encontro das suas necessidades. Para nós, é importante que os nossos clientes se sintam acompanhados e que saibam que nos podem contactar a qualquer momento. Além disso, a generalidade das seguradoras criou uma moratória de pagamento, ficando nesse período o risco assegurado, o que acaba por ser uma mais-valia para os clientes.

Quais lhe parecem ser as alterações mais necessárias de efetuar no setor para que este se adapte às novas necessidades das pessoas e das empresas?

O setor tem de se tornar mais tecnológico e menos burocrático. Aquilo que se espera de uma seguradora do futuro é que a

tecnologia permita criar produtos personalizados para cada cliente, de forma rápida, tendo capacidade de medir riscos, gerar cotações e emitir apólices à medida de cada cliente, no espaço de poucos minutos, visto que todos os estudos demonstram que os consumidores do futuro esperam um serviço quase instantâneo. É também expectável que, de futuro, a relação entre as seguradoras e os seus clientes esteja assente em suportes digitais. A capacidade de resposta a novas necessidades dos clientes passa por estarmos atentos ao mercado e antecipar algumas dessas necessidades. Por exemplo, na Famasegur temos o seguro "Cyber Risk" que protege os negócios dos nossos clientes de fugas de dados confidenciais, ponto especialmente importante no âmbito do RGPD.



FAMASEGUR[®]
CONSULTORES DE SEGUROS

Famalicão | Av Marechal Humberto Delgado, nº18 | 4760-012 V.N. Famalicão
Trofa | Rua António Manuel Fonseca Sampaio nº272c | 4785-288 Trofa
Telf.: 252 317 440 | [in @Famasegur](https://www.linkedin.com/company/famasegur) | [f famasegur/](https://www.facebook.com/famasegur/) | www.famasegur.pt | geral@famasegur.pt

“SEGUROS DE SAÚDE REPRESENTAM UMA ALTERNATIVA AO SNS”

A NG Consultoria em Seguros tem mais de 40 anos de experiência em análise de risco e assume-se como capaz de encontrar as melhores soluções para os particulares e as empresas que a contactam, mesmo em tempos de pandemia, como explica o diretor-geral, Nuno Gonçalves.

Nuno Gonçalves
Diretor Geral

Que análise faz do mercado segurador, particularmente desde a chegada da pandemia?

O mercado dos particulares está mais estagnado devido ao confinamento, no entanto com a nossa proatividade temos cumprido os nossos objetivos, indo sempre ao encontro dos objetivos das famílias. Relativamente às empresas, temos setores de atividade com dificuldades, como a restauração, confeção, transportes e calçado, no entanto também temos empresas com grandes crescimentos, tais como todas as que derivam da construção e empresas de entregas de encomendas.

Quais os seguros mais procurados atualmente?

O cliente particular neste momento está mais preocupado com a Saúde, por isso está a procurar mais os seguros de Saúde e Vida. Nas empresas, os ramos AT, RC e Saúde Grupo e Vida Grupo - estes dois últimos para dar um estímulo ao trabalhador.

Os seguros de acidente e doença representam perto de um terço dos seguros pedidos, neste momento. A NG Consultoria em seguros também se apercebeu desta alteração na procura, por parte dos clientes?

A pandemia veio alertar as pessoas para a necessidade de ter um sistema alternativo ao SNS e as seguradoras, ainda que com algumas limitações, estão a prestar um bom serviço e, por isso, a NG consultoria em Seguros tem aumentado as campanhas-alvo, para ir ao encontro das necessidades dos clientes, principalmente em Saúde e Vida.

Que soluções de seguros existem, particularmente relacionados com proteção contra doenças, nomeadamente doenças do tipo pandémico? São soluções procuradas?

Neste momento, ainda só uma seguradora garante a cobertura de internamento e sempre com algumas limitações. Quando se trata de pandemias normalmente está excluída essa garantia nos seguros de saúde, mas é claro que com a pandemia existiu mais procura dos clientes dessa cobertura.

Como se posicionou a NG Consultoria em seguros relativamente ao apoio às empresas que mais sentiram o impacto da pandemia?

A NG Consultoria em Seguros tem uma relação de proximidade com os seus clientes. Nesta fase, tivemos de nos adaptar às circunstâncias e ter outras alternativas de contacto, sendo que continuamos o aconselhamento, providenciando alternativas e soluções para as empresas.

Quais lhe parecem ser as alterações mais urgentes de levar a cabo no setor para responder de forma adequada às novas necessidades do mercado?

As seguradoras têm de optar, definitivamente, por uma mediação profissional, e não uma mediação em massa, uma vez que, cada vez mais, somos os consultores das pessoas e empresas, ajudando a encontrar a melhor solução para cada um deles. Nas empresas somos mais valorizados, pois temos de estar ainda mais atentos às necessidades delas, aconselhando sempre as melhores soluções para as salvar em caso de sinistro.



Equipa de Lousada



Equipa de Paredes



Equipa de Santo Tirso



SERVIÇO CENTRADO NO CLIENTE

Rui Alves e Vitorino Cunha
Sócios

Rui Alves e Vitorino Cunha são diretores da 100 Riscos, uma agência de mediação de seguros com mais de 10 anos de atuação no mercado. Com a pandemia, os seguros de saúde viram a procura disparar. Ambos alertam para a especificidade dos mesmos e a necessidade de se estar bem informado no momento do contrato.

A 100 Riscos conta com mais de 10 anos de presença no mercado segurador. Que mudanças merecem ser destacadas?

A 100 Riscos, enquanto empresa, existe há 12 anos, mas conta com mais de 30 anos de experiência nesta atividade e já passou por diversas alterações. De referir que os 10 últimos anos foram, sem dúvida, os mais desafiantes. A crise de 2011 levou-nos a procurar soluções mais adequadas e mais ajustadas aos nossos clientes que, nesta nova crise económica, causada pela situação pandémica, nos têm permitido apresentar ao cliente respostas que vão de encontro às necessidades específicas de cada um. O RGPD, a obrigatoriedade de formação contínua e a implementação da vertente digital são alguns fatores que nos obrigaram a uma mudança e adaptação à nova realidade.

Como definem a vossa relação com os clientes e o vosso posicionamento no mercado?

Apesar de transitarmos para a Era digital, continuamos com a filosofia de sempre: “o foco é o cliente”. Esse é um desafio constante e, embora

vivamos uma fase difícil, tentamos sempre transmitir segurança, confiança e relação de proximidade. Nunca fechámos a nossa porta.

Que tipo de clientes existem atualmente?

Podemos identificar dois tipos de clientes: os que analisam o seguro de uma forma mais pragmática e os que procuram o agente. Apesar das diferentes abordagens aquando da procura de um seguro, os nossos clientes demonstram que o agente continua a ser sempre essencial no acompanhamento e na concretização dos contratos. Os primeiros limitam-se ao contacto estritamente necessário, recorrendo apenas a meios de comunicação remotos (internet, e-mail, telefone), no entanto não abdicam do apoio do agente em todas as vertentes mesmo sendo feito à distância. Os segundos procuram o apoio comercial e consultivo recorrendo ao contacto presencial porque necessitam da presença física do agente na tomada de decisões e na resolução de problemas.

Os seguros de doença aumentaram significativamente (cerca de um terço dos seguros pedidos atualmente). A

100 Riscos sentiu esta mudança? Que soluções disponibiliza?

A 100 Riscos trabalha com as principais seguradoras existentes em Portugal, sendo a oferta muito vasta. Nos últimos anos, é notória uma maior preocupação com a saúde e a pandemia acelerou a procura destes seguros, que são muito específicos quando comparados com os outros. É fundamental perceber quais as necessidades do cliente, de forma a encontrar as melhores soluções. Perante a especificidade deste tipo de seguro, empenhamo-nos em esclarecer direta e detalhadamente todos os pormenores do risco e a abrangência daquele.

Como considera que o setor deverá evoluir para responder às novas necessidades dos clientes privados e empresariais?

A nossa empresa dedica-se diariamente a construir relações sólidas com os diversos parceiros, de modo a proporcionar ao cliente a melhor oferta para que sinta que escolher a 100 Riscos é a decisão mais acertada naquele momento e que lhe dará garantia no futuro.

“A PROXIMIDADE COM OS CLIENTES É FUNDAMENTAL”

Há quase três décadas no mercado da mediação de seguros, a Engrácias Seguros, da responsabilidade de Vítor Engrácia, é uma empresa próxima dos seus clientes, que trabalha diariamente para assegurar a satisfação total dos clientes. O diretor da empresa destaca ainda a importância da tecnologia no dia a dia e na evolução do negócio.



A Engrácias Seguros é uma empresa que conta já com 24 anos de mercado. Que análise faz da evolução do mercado segurador durante este período? Penso que a evolução do mercado segurador acompanhou o desenvolvimento normal da sociedade, adaptando-se constantemente às mudanças e exigências a que o mundo socioeconómico nos obriga, por força da garantia que as empresas de seguros significam em todos os setores da sociedade na cobertura dos seus bens. Relativamente à atividade da mediação de seguros destaco o grande crescimento do profissionalismo, acompanhado da evolução tecnológica.

Como gere a Engrácias a sua relação com os clientes e as seguradoras com quem trabalha?

Mantemos a essência inicial de proximidade com os clientes, tentando também com as seguradoras essa proximidade humana que cada vez se torna mais difícil. A pandemia não é resposta para este afastamento que tentamos combater, ser próximo não significa estar todos os dias com os intervenientes no negócio. O importante é que, quando o fazemos, estejamos focados e transmitamos a importância e disponibilidade verdadeiras que o assunto merece.

Qual a importância de trabalhar com várias seguradoras?

As seguradoras têm todas elas abordagens e timings diferentes na disponibilização de produtos, coberturas e campanhas dos diversos ramos. Assim, ser Multimarca permite-nos ter uma abrangência na escolha do produto a apresentar ao cliente, mediante a sua necessidade, e enquadrá-lo na melhor solução face às várias ofertas disponíveis no mercado.

Os seguros de Acidente e Doença representam cerca de um terço dos seguros pedidos. A Engrácias sentiu esta mudança, junto dos seus clientes?

Antecipámos essa necessidade há já alguns anos, apresentando várias soluções aos nossos clientes, porque sentíamos a importância que estes produtos teriam no nosso futuro e muito concretamente no desenvolvimento do SNS, como tem sido notório nos últimos anos. A venda dos produtos de Saúde, para além das garantias que oferecem aos clientes, permitiu um desenvolvimento enorme dos hospitais privados, criando uma maior oferta para os clientes, com implementação de novas práticas médicas e aumentando o desenvolvimento nesta área tão importante para as nossas vidas.

Como se posiciona a Engrácias relativamente ao apoio às empresas que

mais se viram afetadas pela Covid-19?

A Engrácias coloca antecipadamente à disposição dos clientes toda a informação disponibilizada pelas companhias, de forma a utilizar a mesma nas diversas áreas de negócio, gerindo e acompanhando cada um dos processos, de forma a garantir que o risco que os clientes contratam se mantém.

Quais lhe parecem ser as alterações necessárias ao setor para que este se adapte às novas necessidades das pessoas e das empresas?

O setor tem que começar a ser inovador na apresentação e garantias nos riscos de seguros, deixando de copiar o que já existe. Ser inovador não tem que ser complicado. Neste momento, existe uma dificuldade nas companhias de seguros que é garantir bons serviços de assistência aos seus clientes, através dos prestadores de serviços que existem, para que os clientes - de uma forma geral - fiquem satisfeitos com as coberturas que contratam. Assim, se cada vez mais aumentarmos o número de coberturas de produtos por ramos, para se diferenciarem no mercado, maior é o risco de insatisfação futura na prestação do serviço. pelo motivo referido anteriormente. A garantia na melhoria dos serviços existentes é o maior desafio do setor, no que diz respeito ao serviço ao cliente.

NÃO SOMOS UMA PÁGINA
EM BRANCO NA SUA VIDA!

SEGURAMOS O SEU FUTURO.

www.engracias.pt

PROXIMIDADE E CONFIANÇA

HÁ MAIS DE 30 ANOS

Rui Vieira é o diretor da Vieira & Vieira Seguros, uma empresa de mediação de seguros que existe desde 1989. Mais recentemente, foi criada a empresa Vieira & Vieira Condomínios, para dar resposta a necessidades dos seus clientes.

A Vieira & Vieira dedica-se, em particular, a duas vertentes de negócio: a mediação de seguros e a gestão de condomínios. Porquê a opção por estas duas áreas de atuação?

A Vieira & Vieira Seguros está no mercado e inscrita no ASF desde 06/1989. Trata-se de um negócio familiar e já conta cerca de 3500 clientes. Em 2016, e após ouvir vários clientes na vertente de seguros, decidimos aumentar o raio de atuação do grupo, criando a empresa Vieira & Vieira Condomínios. Esta surgiu por falta de uma empresa com uma atuação bem diferente das atuais e com outro nível de oferta.

Quais os seguros mais procurados atualmente?

Apesar de se notar um aumento significativo da procura de seguros de doença e ramo Vida, ainda são os seguros obrigatórios que suscitam mais procura, com vista a uma revisão de preço, devido ao efeito da pandemia.

Existem estudos que demonstram uma subida da procura dos seguros de Saúde e Doença. A Vieira & Vieira teve essa experiência? Que opções tem para apresentar aos clientes?

Sim, de facto houve um aumento significativo da preocupação em ter um seguro de Saúde. As opções disponíveis no mercado são muitas e trabalhando a Vieira & Vieira com as maiores companhias de seguros de Saúde, temos desde o plano de Saúde mais básico, até ao seguro de saúde mais completo e robusto em termos de capitais.

Quais as principais dificuldades sentidas, no que respeita à área de gestão de condomínios, aquando da pandemia e durante o confinamento?

A maior dificuldade esteve em conseguir profissionais das diversas áreas, para poder manter o nível de serviços e assistência nos condomínios. O facto de os condóminos permanecerem mais tempo nas suas habitações e com maior disponibilidade gerou também mais contactos e maior dificuldade em dar resposta às suas necessidades com a celeridade habitual.

Como se posicionou a Vieira & Vieira para responder a solicitações de possíveis novas necessidades dos condóminos, criadas pelo isolamento?

Reforçámos a nossa presença digital, reforçámos o atendimento telefónico e adotámos novas medidas para podermos dar resposta aos pedidos de apoio dos condóminos. Temos, agora, uma equipa vocacionada para dar resposta aos casos mais simples e que não careçam de equipas especialistas, o que permitiu diminuir o tempo de resolução das pequenas avarias. Contratámos pessoas para o setor administrativo, de forma a tratar o fluxo de contactos com rapidez e profissionalismo.

Que análise faz dos mercados de gestão de condomínios e de mediação de seguros, atualmente? Quais as mudanças urgentes, que deveriam acontecer rapidamente?

No caso do mercado de condomínios, seria necessário uma legislação e fiscalização mais direcionada a este setor, que é pouco regulamentado e no qual ainda se verificam muitas situações que não deviam acontecer. Comparando o setor dos condomínios ao dos seguros, nota-se que ao haver uma entidade competente a regular o setor, não existe margem para os erros que se verificam nos condomínios. No setor dos seguros, profissionalismo deve ser a palavra de ordem, em contraponto com aqueles que ainda fazem desta atividade um part-time. Na Vieira & Vieira, a nossa missão é a proximidade com os nossos clientes, continuando assim a criar confiança.



Rui Vieira
Diretor



“OS CANAIS DIGITAIS SÃO CRUCIAIS PARA ESTA ATIVIDADE”

Filipa Lemos conhece o mercado segurador há seis anos, altura em que iniciou funções como gestora de clientes numa mediadora de seguros. Em 2020, decidiu abrir a sua própria agência de mediação, especializada em seguros do ramo Vida e Não Vida.



Filipa Lemos
Diretora

A FL Seguros é um projeto relativamente novo no mercado. O que a levou a fazer esta aposta numa altura como a que atravessamos?

O projeto FL Seguros saiu da gaveta no início de 2020. Achei que era a altura certa para me lançar no mercado, trazendo uma bagagem de conhecimento desde 2015, ano em que entrei na atividade seguradora. Quando tudo se estava a compor o país pára devido à pandemia. A solução foi enfrentar a realidade. Reunir esforços para seguir em frente e ajustar estratégias, com o objetivo de proporcionar um serviço profissional e de confiança aos nossos segurados.

Quais as vantagens – para os clientes – de a FL Seguros ser uma mediadora multimarca?

A nossa empresa é especializada na Mediação de Seguros dos Ramos Vida e Não Vida. Temos acordos com diversas companhias de seguros do mercado para encontrar a melhor solução que responda às necessidades dos nossos segurados. O

nosso objetivo é prestar um serviço profissional de consultoria, informando os segurados das diferentes opções de mercado, garantindo um acompanhamento na gestão dos seus seguros de forma a contribuir para a sua segurança e bem-estar.

Como conseguiu ultrapassar todos os desafios que se lhe colocaram, a si, enquanto empreendedora, e à empresa, durante o ano de 2020? O apoio das seguradoras parceiras foi importante?

O ano de 2020 veio impulsionar a divulgação da atividade nas plataformas digitais. Esta adaptação foi crucial para manter o contacto com os segurados e potencializar a angariação de novos negócios. No entanto, não dispensamos o contacto humano para a fidelização dos segurados. Contamos, sempre, com o apoio dos nossos parceiros, através de adaptações nos diversos produtos quer para empresas, ao evidenciar os ajustes na cobertura de acidentes de trabalho na atividade de restauração, com a extensão da cobertura nas entregas ao domicílio, quer para individuais, com a oferta do copagamento da utilização de médico online e a entrega de medicamentos ao domicílio. O apoio aos profissionais de saúde foi e continua a ser fundamental, através da ausência de períodos de carência e franquia em caso de infeção por Covid-19 ou isolamento profilático, na cobertura de incapacidade total temporária para o trabalho.

Que análise faz da procura que tem existido para seguros de doença? A FL Seguros disponibiliza diversas opções deste seguro?

Uma das razões para esta procura deve-se à busca de alternativas ao Sistema Nacional de Saúde (SNS), que ficou sobrecarregado devido à Covid-19. Oferecemos diversas opções neste ramo. Cabe-nos analisar o perfil de cada segurado e apresentar a melhor proposta enquadrada às suas necessidades.

Que alterações lhe parecem mais urgentes de efetuar, no setor dos seguros, para que este responda de forma adequada às necessidades das pessoas e das empresas?

O setor tem-se ajustado às necessidades dos portugueses e das empresas, através da renovação e inovação constante da oferta dos diferentes produtos, ajustando-os às suas necessidades. Um exemplo disso é a aposta no produto de acidentes pessoais, em resultado da crescente adesão à prática de atividades desportivas.



T. 912 934 303 • T. 252 312 843 • M: flseguros@outlook.pt

Rua Alberto Sampaio, 107, loja 3, Calendário • 4760-292 Vila Nova de Famalicão

UM ESPAÇO DE SAÚDE PROFISSIONAL E FAMILIAR

A S. Clínica é uma clínica multisserviços, para quem os clientes são família. Durante a pandemia, a clínica manteve as portas abertas e todas as valências funcionaram, sempre com grandes medidas de segurança, como reforçam os sócios Pedro Silva e José Carvalho.



Pedro Silva e José Carvalho
Fisioterapeuta e Enfermeiro

Estão no mercado há quase três décadas. Que balanço faz da evolução da empresa e dos serviços prestados?

A S. Clínica tem crescido face à vasta procura de utentes oriundos de diversas zonas, como são exemplo Barcelos, Vila Nova de Famalicão, Póvoa do Varzim, Porto, Braga e Viana do Castelo. No Verão é muito procurada pelos emigrantes, que usufruem de tratamento preventivo. Precisamente pela grande procura dos seus serviços, a S. Clínica, sentiu necessidade de aumentar as instalações construindo uma nova clínica com mais e melhor espaço, conforto e capacidade de resposta, praticando um atendimento personalizado e próximo.

De que serviços dispõe a S. Clínica? Gostaria de destacar alguns em particular?

Iniciámos com as valências de enfermagem e fisioterapia e presentemente, acrescentámos as valências de Psicologia, Cardiologia, Medicina Geral, Nutrição, Massagem de relaxamento, Acupuntura clínica, Pilates clínico, Hipopressivos e Reabilitação Perineal. São valências muito procuradas, com grande capacidade de resposta e atendimento. Destacamos, nesta fase de pandemia, a valência de Psicologia com uma crescente solicitação e, também, como complemento da fisioterapia.

Durante o confinamento, o acesso a cuidados de saúde ficou muito comprometido. Ainda assim, em determinadas áreas clínicas foi possível

continuar a apoiar os doentes, via videoconferências e consultas online. Tal situação viveu-se na S. Clínica?

Atendendo às ótimas instalações da S. Clínica, disponibilizando um consultório por doente e a prática de um atendimento individualizado, não foi notório um decréscimo de procura neste período de pandemia.

As áreas da Psicologia e da Fisioterapia são duas das mais afetadas pela pandemia, tendo em conta o confinamento. Como tem sido prestado acompanhamento a estas pessoas?

Tivemos a preocupação de que os nossos utentes mais idosos se mantivessem ativos, criando aulas individualizadas direcionadas para a parte motora e tratamento físico contínuo. A parte emocional dos

nossos utentes não foi descurada, proporcionando-lhes sempre que necessário supervisão psicológica. Esta parceria da psicologia e fisioterapia é uma mais-valia para os excelentes resultados que temos constatado nos nossos tratamentos.

Como asseguram as condições de segurança necessárias em plena pandemia, a quem se desloca presencialmente à vossa clínica?

As condições de segurança que garantimos aos nossos utentes e corpo clínico centraram-se no aumento de vezes que higienizamos todo o espaço, no cumprimento das regras de distanciamento social, uso de máscara obrigatória e atendimento com marcação prévia.

Viva o verdadeiro “Lifestyle” de Lisboa



mexto.property.investment



company/mexto

Com a melhor seleção de apartamentos de luxo

Lisboa pode ser o começo do que sempre sonhou. Compre uma casa em Lisboa e viva uma experiência única numa das melhores cidades do mundo para viver e trabalhar e com um dos melhores climas da Europa. Onde o passado e a história se misturam com o futuro e a inovação. Descubra a oferta de projetos imobiliários de excelência que a Mexto Property Investments tem, para que possa viver o verdadeiro e luxuriante “Lifestyle” de Lisboa.

EM CONSTRUÇÃO



RODRIGO DA FONSECA PRIME RESIDENCES

T3 | T4 Áreas: 140 - 290 m²

No centro de Lisboa perto da Avenida da Liberdade, terraços, jardins privados, piscina, estacionamento privado.

rodrigodafonseca43.pt

NOVO LANÇAMENTO



MAISON EDUARDO COELHO

T1+1 | T2 | T3 | T3+1
Áreas: 84 - 342 m²

Zona histórica de Lisboa no Príncipe Real, terraços, jardins privados, piscina, estacionamento privado, Duplex.

maisoneduardocoelho.pt

ÚLTIMA OPORTUNIDADE

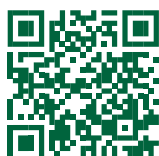


AVENCAS OCEAN VIEW RESIDENCES

T2 | T3 | T4 Áreas: 170 - 342 m²

Cascais vista mar, terraços, jardins privados, piscina, ginásio, SPA, estacionamento privado, apartamento Penthouse.

avencasoceanview.pt



Para mais informações e vendas:

T. +351 213 461 050

E. sales@mexto.pt

www.mexto.swiss



MEXTO
PROPERTY INVESTMENT

REABILITAR PARA O FUTURO, SEM ESQUECER O PASSADO

A Mexto chegou a Portugal há cinco anos, numa altura em que o investimento estrangeiro estava a crescer no país. Especializada num segmento de mercado de luxo, apostou mais recentemente, e pela primeira vez, no segmento de mass market, com o projeto O'Living. O diretor-geral, Élson Angélico, explica o porquê da aposta em Portugal e quais as características distintivas dos projetos.

Que balanço faz, até ao momento, desta aposta em Portugal?

Portugal é um país com um património de elevado valor arquitetónico, característica que a Mexto identificou desde logo como fundamental e que ditou o seu modus operandi no segmento residencial, como seja a possibilidade de reabilitar todo este edificado, por forma a devolvê-lo tanto aos portugueses como também aos estrangeiros que procuram o país para viver. A principal motivação da Mexto recai exatamente na manutenção da história, com uma grande preocupação e um cuidado especial na preservação de elementos arquitetónicos de valor em todos os empreendimentos, tornando cada unidade numa peça de arte.

A sustentabilidade é outro das vossas apostas. Como é respeitada esta questão, em cada projeto que desenvolvem?

A preferência por players nacionais não está apenas relacionada com a aposta na economia nacional. Temos projetos onde damos maior peso à pegada ecológica, como por exemplo o O'LIVING, onde optámos, desde logo, por fornecedores que valorizassem a questão da sustentabilidade no seu próprio negócio e que fossem, o mais possível, de origem nacional. A nível de técnicas de construção ou apetrechamento de soluções nos empreendimentos, as escolhas

ecológicas são cada vez maiores. No caso específico do O'LIVING, esta preocupação traduz-se em escolhas nacionais ao nível do mapa de acabamentos, em soluções de carregamento de carros elétricos, aplicações de domótica com vista a dar respostas "smart", resultando em certificações energéticas melhores que, no fundo, serão relevantes no momento de decisão por parte dos clientes finais.

O empreendimento Avencas Ocean View Residences foi um sucesso de vendas, mesmo em tempo de pandemia. Como caracteriza este empreendimento e como justifica este sucesso de vendas?

O Avencas Ocean View Residences assume o mais importante dos critérios em imobiliário: a localização. Seja pela possibilidade de aceder à praia a pé, como pelas vistas mar frontais em todos os apartamentos ou por estar entre Cascais e Lisboa. Claro que todo o conceito do produto veio dar a curadoria certa ao empreendimento, pela seleção do arquiteto João Tiago Aguiar, a definição de acabamentos de elevadíssima qualidade, a implementação de um piso inteiro de lazer, com spa, piscina interior aquecida e ginásio e o facto de ser um condomínio privado de luxo. Por último, de referir também a importância do cumprimento dos prazos de construção que se torna um critério fundamental no sucesso comercial.



Élson Angélico
Diretor-Geral



Avencas Ocean View Residences



Rodrigo da Fonseca Prime Residences

O projeto O'Living foi o vosso primeiro projeto de mass market, com 86 apartamentos. O que vos fez apostar neste segmento diferente do mercado?

Se pensarmos que o segmento da reabilitação de luxo apenas abrange uma reduzida percentagem da procura, há muito a fazer no que toca a construção nova. Em Portugal há a tradição de se comprar casa, até porque o mercado de arrendamento nunca foi uma opção consolidada. O O'LIVING vem dar resposta a esta procura eminente por parte das famílias portuguesas que dão primazia a casas novas a preços acessíveis. Se juntarmos um bom projeto da autoria de um dos arquitetos mais bem qualificados em Portugal, como é o Miguel Saraiva, rapidez de execução e soluções paralelas na comercialização, como por exemplo apoios ao crédito já pré-contratados, restam poucas dúvidas que possam invalidar uma decisão favorável por parte dos clientes interessados. A Mexto tem vindo a fazer um conjunto de investimentos que nos permite construir com qualidade e vender os apartamentos a

preços que as famílias portuguesas possam comprar. Acho que cabe a cada player de mercado ter a consciência de que temos também um papel importante nessa matéria.

O projeto Rodrigo da Fonseca Prime Residences contempla apenas oito apartamentos, num edifício do início do século XX, todo ele remodelado. Esta foi uma grande aposta da Mexto? O Rodrigo da Fonseca Prime Residences é a grande aposta da Mexto para este ano. Estamos finalmente a atingir uma fase da obra mais comercial, onde em breve se poderá começar a ver a forma e layout que os apartamentos terão no final. O edifício tinha uma traça que se perpetuará pelo novo projeto e isso foi, desde logo, o ponto de partida quando a Mexto decidiu adquirir este imóvel. Tenho bem presente na memória a sensação de andar pelos corredores do antigo edifício, com pés direitos muito altos, tetos trabalhados, cujos moldes foram guardados e, principalmente, o jogo de luz solar, nos diferentes compartimentos destes velhos apartamentos. Há coisas que não

devem mudar e este projeto visa recuperar a alma original deste edifício, com a manutenção dos imponentes pés-direitos, o desenho manual dos elementos trabalhados nos tetos, as ferragens, as pedras das ombreiras, etc...

Em cima desta realidade, apenas lhe vamos dar uma maior autenticidade, com a aplicação de materiais de qualidade e, claro, um conceito de "urban resort" com a integração de um jardim comum com piscina.

Que outros investimentos tem a Mexto em curso para este ano?

A Mexto tem um portefólio vasto de projetos e estamos a trabalhar no sentido de lançar, pelo menos, mais três este ano. Se tudo correr bem, teremos novidades em breve na zona do Príncipe Real, com o Maison Eduardo Coelho, mas também noutras zonas da cidade como o Prior do Crato e o Ajuda Garden Residences, todos destinados ao mercado familiar nacional.



O'Living

REABILITAR “ALÉM DO ÓBVIO”

A reabilitação urbana deve respeitar a história dos edifícios, enquanto lhes recupera o vigor estrutural e a vida interior, com traços de contemporaneidade e conforto. A sustentabilidade é, por isso, uma ideia estruturante de todos os projetos da responsabilidade do arquiteto Luís Francisco, Chief Development Officer na AM48. Centrando a sua abordagem no lema “além do óbvio”, todos os projetos refletem inconformismo e unicidade, tal esta sua entrevista, na primeira pessoa, demonstra.



Luís Francisco
Arquiteto e CDO

Um dos fatores característicos da organização da AM48 é a sua capacidade de recorrer a profissionais especializados nas mais variadas áreas técnicas, de acordo com as necessidades de cada projeto. Essa leveza estrutural da empresa é uma vantagem que permite um envolvimento em projetos absolutamente distintos?

Para a AM48 não existem dois projetos iguais. Cada projeto é único e corresponde a uma solução específica para um programa determinado/concebido para um terreno ou edifício em concreto. Neste pressuposto, aquilo que nos faz sentido é termos uma estrutura interna que abranja as áreas core e seja capaz de construir equipas projeto a projeto, de acordo com o conceito e os objetivos definidos.

A sustentabilidade é, para a AM48, algo que implica a própria noção de

edifício. Este deve ser como que um organismo em comunicação permanente com o ambiente em que se insere. Como concretizam isto em cada projeto desenvolvido?

A sustentabilidade é para nós uma forma de estar, um posicionamento consciente perante o meio onde nos inserimos e reflexo da consciência social da ação da empresa. Nessa medida, optamos por incutir este posicionamento e esta visão de uma forma estruturante, desde início (aquando da escolha dos ativos a desenvolver, tendo em conta o seu enquadramento territorial), prosseguindo no conceito a desenvolver, no programa base, na escolha dos players, na interação com as entidades e por fim na sua materialização.

A noção de inovação passa pela utilização de novos materiais, de estudos sobre as características do espaço onde o edifício será inserido e pela tentativa de criar, cada vez mais, edifícios com melhor desempenho ambiental, social e económico. Que exemplos gostaria de destacar, que cumprem exatamente estes critérios? O lema da AM48 é “além do óbvio”. Este lema assenta numa posição antagónica ao seguidismo e profundamente inconformista. Este inconformismo impele-nos a ter uma abordagem específica e única, projeto a projeto. É este posicionamento que nos levou a adquirir o edifício onde

viríamos a desenvolver o Ópera Lx (um empreendimento de reabilitação) reintroduzindo a habitação em plena Avenida da Liberdade, num momento em que esta artéria se encontrava totalmente terceirizada; a olhar para duas parcelas de terreno com duas moradias em plena Avenida António Augusto Aguiar e desenvolver um edifício residencial de raiz – o Focus Lx, com os mais elevados standards e com uma oferta sem igual em pleno centro de Lisboa (condomínio com spa, ginásio, banho turco, jacuzzi, jardim e piscina exterior, com todos os estacionamentos em box, saunas nos apartamentos de maiores tipologias e uma penthouse no último piso); a conferir a um edifício situado em

plena Praça dos Restauradores a dignidade e visibilidade que nunca teve, através de uma profunda, complexa e desafiante obra de reabilitação - o caso do The Boulevard - e mais recentemente com a introdução de um programa habitacional em plena Avenida 24 de Julho, através do PROMENADE, com 40 apartamentos, distribuídos por tipologias que vão desde os T01 a quatro penthouses (T03, T04, T5 e T06 +1, todas com box, elevador dedicado ou exclusivo e cobertura em terraço com piscina), com uma exposição única sobre a cidade de Lisboa, que abarca desde a colina de Santa Catarina ao esplendor do estuário do Tejo.



The Boulevard

É possível concretizar os vossos desígnios – mencionados anteriormente – e ainda assim efetuar uma reabilitação de um edifício que respeite o seu tempo e a história?

Os empreendimentos Ópera Lx na Avenida da Liberdade (AVL) e o The Boulevard em plena Praça dos Restauradores, são a prova disso mesmo. O Ópera Lx tirando partido da sua dupla frente (Av. da Liberdade e Rua Rodrigues Sampaio) corresponde a uma intervenção que combina a reabilitação da fachada do edifício que ocupa a frente da AVL com a construção de raiz de um novo bloco com frente para a Rua Rodrigues Sampaio, encontrando-se ambos os

blocos interligados por três pisos em cave destinados a estacionamento e um piso de cave das lojas. Por sua vez, ocupando uma posição única na Praça dos Restauradores, delimitado pelo Hotel Avenida Palace (momento nacional), a estação de caminho de ferro do Rossio, pelo Hotel Éden (monumento nacional) e ainda para estação de metro dos Restauradores, o The Boulevard corresponde a um empreendimento de reabilitação com a preservação das empenas laterais e preservação e valorização da fachada principal através da reintrodução da métrica de vãos (ao nível do embasamento/ das lojas) perdida pelas sucessivas alterações que este

edifício foi sofrendo ao longo da sua vida. A reabilitação do edifício preexistente fundeou uma abordagem totalmente contemporânea, onde a partir dos valores patrimoniais em presença, é desenvolvida uma abordagem crítica que se consubstancia pela substituição de três pequenos e insalubres saguões por um único de dimensões generosas, onde o muro a tardoz adquire uma nova função enquanto elemento condutor de luz, onde um elevador panorâmico ladeado por duas escadas metálicas ocupa posição central no saguão e, sobretudo, são criadas as condições necessárias ao desenvolvimento de um programa

habitacional que combina o conforto e os requisitos da contemporaneidade com o valor e a herança da história.

Como antecipa o ano de 2021 para este setor?

Encaramos o ano de 2021 com otimismo moderado, assente na convicção de que continuam a existir todas as condições para o setor recuperar uma posição equivalente ao antes da pandemia, sendo para tal fundamental a consciência global de que temos um longo e desafiante caminho pela frente, onde as medidas públicas a adotar para a recuperação da economia ocupam um papel determinante



Lance a vista sobre o encontro entre o Tejo e Lisboa, cidade de tradições e modernidade. O seu lar é isto e muito mais: equilíbrio. Discrição. Conforto e privacidade. Exigência na arquitetura e nos materiais – tudo orientado para o conforto e para a privacidade. Um edifício único em Lisboa, num local único: face à Beleza, à História, ao pulsar de uma capital única.



**Apartamentos de T1 a T3
e Penthouses**



ALÉM DO ÓBVIO
comercial@am48.pt
+351 910 713 848
www.promenadelisbon.com
www.am48.pt

“2021 SERÁ UM ANO DE EXPANSÃO”

A Fracção Exacta é uma rede de agências imobiliárias totalmente nacional e cuja presença é particularmente evidente no distrito do Porto. Todavia, de acordo com o fundador e CEO, Jorge Fonseca, pretende expandir-se, ainda este ano, para Lisboa, Margem Sul e Algarve.

O mercado do distrito do Porto é um dos mais dinâmicos do país. No entanto, atravessou também a pandemia. Que análise faz desta atividade, atualmente?

Houve de facto uma diminuição abrupta da procura. Atualmente, quem pensa adquirir um imóvel tem receio e insegurança pelo seu futuro. A falta de turismo devido à pandemia teve como consequência a queda do mercado do alojamento local, que foi praticamente inexistente. Por sua vez, a procura de investidores para a compra de imóveis para arrendamento estagnou, por deixar de ser um investimento rentável. As moratórias vieram dar uma ajuda durante este período, contudo não basta para dar credibilidade e confiança a um setor de atividade tão importante para o crescimento económico do nosso país.

Quais as principais mudanças que surgiram, quer na forma de trabalhar, de lidar com os clientes e mesmo naquilo que os próprios clientes procuravam, que considera estar relacionado com a questão do confinamento?

Desde já reforçar a ideia de que estivemos confinados, com as lojas e os escritórios fechados, desde o dia 13 de março de 2020. Na altura foi um processo de aprendizagem, em que tivemos de nos adaptar consoante as diretrizes do Governo e da DGS.

Começámos a implementar visitas virtuais aos imóveis, para segurança dos nossos comerciais e dos nossos clientes. A nossa forma de trabalhar teve de ser repensada e começámos a fechar processos digitalmente, evitando assim qualquer tipo de contato.

A Fracção Exacta pretende ser a maior rede de agências imobiliárias 100 por cento nacional, cobrindo todo o país. Quais serão as próximas regiões para onde pretendem expandir?

Neste momento contamos com 13 lojas no distrito do Porto e duas no distrito de Aveiro. Estamos a ponderar expansão para Lisboa, Margem Sul e Algarve ainda em 2021. O objetivo é ter lojas em todo o território nacional até 2025.

É possível abrir uma agência Fracção Exacta em franchising? Como se desencadeia o processo?

Sim, é possível. A rede Fracção Exacta procura parceiros no mercado imobiliário para representar o modelo e conceito de negócio inovador. Não utilizamos o método de franchising, mas sim contratos de associação e participação, sem direitos de entrada nem royalties.

Os investidores eram uma parte importante dos clientes no mercado do distrito do Porto. Essa dinâmica empresarial regressará?

Os investidores, embora mais contidos, continuam à espera de uma oportunidade de negócio. A Fracção



Jorge Fonseca
Fundador e CEO

Exacta, como parceira dos Fundos de Investimento e dos Bancos, consegue ter sempre em carteira soluções de investimento imobiliário para satisfazer os seus clientes.

Como lhe parece que o mercado imobiliário evoluirá?

Penso que nos próximos meses iremos assistir a uma redução no preço dos imóveis. O motivo deve-se a um ajuste da oferta e da procura, e ao fim das moratórias. Nos últimos anos, assistimos a muita construção nova que atualmente se encontra em fase de

conclusão, aumentando a oferta. Por outro lado, com o fim das moratórias as empresas irão atravessar dificuldades, traduzindo-se na redução dos quadros laborais e o consequente aumento do desemprego. Os particulares, no término das moratórias, vão sentir uma asfixia no orçamento familiar, redução de rendimentos e necessidade de vender rapidamente para evitar o incumprimento bancário. A prova disto é que atualmente os Bancos, para a concessão de crédito, já começaram a fazer uma redução nas avaliações efetuadas.

"OS INVESTIDORES ASSEGURAM DINÂMICA DE MERCADO"

Quando a pandemia de Covid-19 surgiu, em março de 2020, a Quadrado Mágico, uma agência de mediação imobiliária situada em Santa Maria da Feira, viu-se obrigada a adaptar-se para poder continuar a laborar. O diretor da agência, Vítor Duarte, recorda esses momentos e antecipa um mercado imobiliário com alterações nos preços dos imóveis, sobretudo assentes na expectativa e incerteza dos investidores e clientes particulares.

Vítor Duarte recorda bem o momento em que a Quadrado Mágico alterou e adaptou os seus métodos de trabalho, para poder continuar a laborar e a interagir com os clientes: "Recorremos a software especializado, no setor do imobiliário, para assegurar a continuidade e qualidade do nosso trabalho, nomeadamente através de visitas 3D aos imóveis, qualidade fotográfica melhorada e o recurso ao drone, para garantirmos uma melhor identificação da localização do imóvel, geograficamente".

A formação contínua da equipa, ferramentas de Marketing Digital e de Desenvolvimento Multimédia, são indispensáveis ao trabalho para obter os resultados que os nossos clientes esperam.

Dotada de serviços de compra, venda e arrendamento de imóveis, a Quadrado Mágico dispõe ainda de serviços de assessoria à construção e remodelação de imóveis. Esta é, aliás, uma das áreas em maior atividade, atualmente, tendo em consideração que a agência assessoria a construção de sete moradias e trabalha em estreita colaboração com promotores imobiliários que, em breve, iniciarão a construção de 56 frações:

"Temos também disponível o serviço de intermediação de crédito". Vítor Duarte reconhece que o mercado imobiliário poderá atravessar um período de

A Quadrado Mágico foi a primeira agência imobiliária do distrito de Aveiro a obter, junto do Banco de Portugal, o licenciamento para o serviço de intermediação de crédito.

incerteza e alguma expectativa, sobretudo relacionado com o fim das moratórias e o aumento do preço das matérias-primas na área da construção civil, mas continua a acreditar que o mercado imobiliário da região de Aveiro se irá expandir, sobretudo devido às ótimas condições que a região apresenta para a instalação de empresas e o fácil acesso a autoestradas e outras vias de circulação: "A procura por imóveis continua a ser superior à oferta. Além disso, os investidores continuam ativos, o que possibilita uma maior dinâmica, sobretudo na venda e arrendamento de imóveis". No entanto, as preferências dos clientes sofreram alterações, sobretudo devido à pandemia, e várias análises comprovam que a procura por terrenos para construção ou imóveis com espaço exterior privado aumentou: "Nunca vendemos tantos terrenos para

autoconstrução e moradias. A pandemia fez despertar nas pessoas a necessidade de ter um imóvel com um espaço exterior e acredito que essa tendência veio para ficar".

No entanto, quando se fala em vender ou comprar um imóvel, tal processo pode ser complicado, burocrático e confuso, pelo que recorrer a um profissional qualificado da área é a atitude mais correta: "O mediador é um fator de segurança em todo o processo de compra e venda de um imóvel. Assegura um processo transparente no decurso da venda, desde a promoção do imóvel até à escritura do mesmo e sabe avaliar corretamente o preço do imóvel".

O mercado imobiliário continua a demonstrar a sua importância na economia nacional, apesar de, atualmente, atravessar um período de ligeira estagnação/baixa de preços. Todavia, os profissionais do setor, onde se enquadra Vítor Duarte, sabem que, mesmo com a

incerteza e expectativa demonstradas por parte dos investidores e dos clientes particulares, esta é uma área de atividade que nunca parou totalmente, durante a pandemia e que se reinventa e fortalece sempre perante as adversidades.



Vítor Duarte
CEO

ARQUITETURA LIGADA À NATUREZA

Anabela Polido
Macieira
CEO

A arquiteta Anabela Polido Macieira é a fundadora e CEO da CORE-Architects, um atelier de Arquitetura sediado no Algarve, que se expandiu recentemente para o Porto e pertencente ao grupo CORE-Interest. Com projetos onde a ligação à Natureza é fundamental, a CORE-Architects já venceu vários prémios internacionais devido à sua visão integradora, simples e natural dos projetos.

O que significa e como se consegue uma Arquitetura ligada à Natureza?

Procura-se uma integração do edifício com a Natureza que o rodeia, dissolvendo as fronteiras físicas entre o interior e o seu exterior. Por fundir estes espaços de uma forma única e harmoniosa conseguimos estimular os sentidos e permitir uma conexão com o ambiente circundante. Na conceção de um novo edifício devemos ter diversos elementos em consideração. A sua localização, a vegetação do terreno e a orientação solar são apenas alguns exemplos. Ao escolher materiais de construção naturais e saudáveis envolvemo-nos num ambiente ótimo que amplifica o bem-estar para o ser humano.

Quais as principais características dos seus projetos que gostaria de destacar e explicar?

Construímos com e dentro da Natureza. Projetamos as casas em torno do ambiente natural que envolve o terreno. Não abatemos árvores; onde havia árvores, a planta é ajustada em conformidade. A escolha de materiais é bastante central nos nossos projetos. Queremos afastar-nos de materiais artificiais, tóxicos e poluentes, que afetam os habitantes a cada dia. Adicionalmente, desenhamos casas priorizando o fluxo de ar e a entrada de luz natural para o seu interior. O objetivo é, de uma forma natural, evitar um sobreaquecimento no Verão e, em simultâneo, permitir que as nossas casas sejam casas passivas, do ponto de vista energético.

O atelier CORE-Architects já venceu alguns prémios de Arquitetura – European Property Awards 2019-2020; Archilovers (Best Project 2019) e Obra do Ano 2020. Quais os projetos que venceram estes prémios e o que os distingue dos restantes projetos concorrentes?

Vencemos o European Property Awards dois anos consecutivos – em 2019 e em 2020. No primeiro ano, vencemos com o projeto Casa Azul e, em 2020, vencemos com o projeto Casa Estrela. Ambas as casas representam um estilo contemporâneo e são projetadas como casas passivas. A Casa Estrela utiliza a chamada chaminé climática, para o efeito VENTURI. Um espaço aberto no meio da casa que fornece luz e ventilação tanto para arrefecer ou aquecer o edifício. O prémio Archilovers premiou-nos pelo design contemporâneo e elegante da CASA GK – uma casa fechada a Norte com painéis “Equitone” perfurados e com uma laje de moldura leve e elegante no lado Sul que se transforma numa asa protetora. Já o prémio “Obra do ano” veio homenagear o projeto da casa AH, uma casa modesta e natural na Quinta do Lago, que se opõe às vivendas multimilionárias da zona. Com materiais naturais visíveis e tangíveis, lembra um passeio a pé, descalço em plena Natureza.

O que falta ainda fazer na Arquitetura nacional para adaptar os edifícios (residenciais ou não) a aspetos como materiais sustentáveis amigos do ambiente, menores consumos energéticos e mesmo o Feng Shui?

Já estamos no bom caminho. Portugal tem excelentes arquitetos. Creio que o que se deve fazer é ousar ser original, ousar basearmo-nos na nossa cultura e nos materiais que a Arquitetura portuguesa utiliza há séculos. Argila, madeira, cortiça, pedra natural são excelentes materiais, que têm propriedades fantásticas e criam edifícios maravilhosos. Importa lembrar que a Natureza prima pela simplicidade. Esta adapta-se constantemente e é isso que devemos fazer, adaptarmo-nos, deixar fluir, sem forçar.

Sabemos que está a abrir um atelier novo no Porto. Como antecipa o ano de 2021, no que respeita a projetos em curso e possíveis oportunidades?

Motiva-nos imenso ver que a procura por uma Arquitetura sustentável tem vindo a crescer em Portugal. Mesmo com a situação pandémica com que nos deparámos, em 2020, a CORE-Architects cresceu 16 por cento, em comparação com o ano anterior. Agora, com a nossa expansão para o Porto, vamos conseguir continuar a responder a esta crescente procura no resto do país. 2021 marca, também, o arranque do grupo CORE-Interest. Um sonho que sempre tive onde nos iremos focar em espalhar conhecimento sobre sustentabilidade e a promover um estilo de vida que permita um impacto positivo na nossa comunidade e no ambiente que partilhamos. Este impacto vê-se inteiramente refletido em todos os negócios do grupo, incluindo a CORE-Architects. Acreditamos que o primeiro passo na direção certa tem de ser o nosso.



CASA Estrela
Core Architects



CASA AH
Core Architects



Casa Azul construída em
argila, madeira e cal



CASA AH
Core Architects

“O ISOLAMENTO DA HABITAÇÃO AINDA NÃO É PRIORITÁRIO”

A FAMACONCRET conta com 18 anos de atividade e um crescimento contínuo, baseado na seriedade e profissionalismo dos seus colaboradores. Com clientes nos setores público e privado, teve em 2020 o seu melhor resultado líquido e encara 2021 com muito otimismo, como esclarece o engenheiro Luís Silva, gerente da empresa.

Ao longo deste tempo de crescimento e conquistas, como avalia a evolução da empresa e que balanço faz, tendo em conta a posição que se encontra, de momento?

Quando, em 2002, eu e um colega de curso pensámos na criação da FAMACONCRET (à época LUÍS SILVA & JOAQUIM MELO), toda a gente nos chamava de loucos, pois estávamos a passar do escudo para o euro e, com isso, houve uma turbulência nos preços de materiais e mão de obra. Mesmo assim, seguimos em frente e até ao momento nunca me arrependi. Ao longo destes anos conquistámos quota de mercado, angariámos e fidelizámos clientes e crescemos ano após ano. Neste momento, a faturação da empresa situa-se à volta dos seis milhões de euros e esperamos com muito otimismo continuar a crescer.

A vossa experiência está particularmente centrada em obras públicas, tendo realizado muitas obras de raiz e outras reabilitações. Nas obras do setor público, como são tidos em conta aspetos como os materiais a utilizar, a necessidade de equipamentos / edifícios eficientes (se possível ecologicamente sustentáveis) e outros fatores, como o conforto térmico e acústico das construções?

A FAMACONCRET iniciou atividade em janeiro de 2003 e no final de 2005



Luís Silva
Diretor

é que entrou nas obras públicas. Desde então, tem um percurso muito sustentado nas obras públicas, mas não só. Trabalhamos para os ministérios do Governo central, Câmaras e Juntas de Freguesia, mas também temos clientes privados, como a Igreja, para quem recuperamos várias igrejas, e o cliente que tem a sua moradia para construir ou recuperar. A Indústria também pesa bastante na nossa faturação. Relativamente aos materiais utilizados, não nos cabe opinar sobre os mesmos. No caso do setor público, limitamo-nos a concorrer a uma obra cujo caderno de encargos, projetos e outras peças do procedimento estão já definidos e por isso é a esses elementos que temos de responder. No setor privado, não há

regras de contratação e cada um adjudica a obra a quem quer. Neste caso, podemos sempre dar a nossa opinião, baseada na nossa experiência.

Que projetos gostaria de salientar, em particular no setor das obras ligadas ao comércio e serviços – lojas EDP – e no setor social – lares, centros de dia e creches?

Nunca podemos esquecer a primeira obra que fizemos - a recuperação de uma fachada num edifício multifamiliar na Póvoa de Varzim - nem a última que terminámos – a recuperação do Mercado Municipal de Famalicão. Podemos ainda salientar cerca de duas dezenas de obras que fizemos para o Instituto de Medicina Legal, tais como Gabinete Médico-

Legal de Castelo Branco, Gabinete Médico-Legal de Leiria, e obras para o Ministério da Administração Interna, onde destacamos as instalações da PSP do Viso-Porto. Vários centros sociais e creches, como Centro Social de Ribeirão – Vila Nova de Famalicão, ou igrejas, como a igreja das freguesias de Fradelos, Cabeçudos e Gavião, no concelho de Vila Nova de Famalicão e, atualmente, a Igreja da Misericórdia de Monção. Na área da Indústria, destaque para as obras na Continental Mabor, novas instalações da NH Clima e novas instalações da Tiajo. Nas obras ligadas ao Desporto, temos como exemplos a recuperação do pavilhão no Estádio Universitário de Lisboa, complexos de ténis de Famalicão e Academia do Futebol Clube de Famalicão.

Como caracteriza o trabalho da FAMACONCRET? Quais são os principais valores pelos quais pautam o vosso trabalho?

A FAMACONCRET caracteriza-se pela seriedade com que está no mercado. Se hoje estamos fortes no mercado, é fruto do excelente trabalho feito e que vamos continuar a fazer. Não ganhamos obras a todo o custo – preferimos perder uma obra a enganar um cliente. Só assim continuaremos a crescer numa forma sustentável e de cabeça erguida.



Novas instalações da TIAJO



Mercado Municipal de Famalicão

Quem aposta na construção de um edifício pretende que este seja o mais eficiente possível, do ponto de vista da temperatura, do som e mesmo da sustentabilidade do edifício. Porém, tal acarreta custos. Que avaliação faz da construção civil em Portugal, nas regiões onde mais trabalha, no que concerne à mudança para uma construção que contemple todos estes fatores?

Em Portugal olha-se mais ao custo da obra do que à eficiência energética. Vive-se mais da aparência do que do conforto. Falando a nível de obras

particulares/habitacionais, tudo o que traz conforto não se vê, normalmente porque se encontra no interior de paredes, e por isso não lhe dão a importância devida. Quando o cliente constrói uma casa, se não gasta o dinheiro na eficiência energética, vai gastar o triplo mais tarde, só que de uma forma mais lenta. Atualmente, a FAMAONCRET está a construir uma moradia para classificação energética A++, e a diferença de preço não é assim tão grande – basta escolher bem os materiais. Se não tivermos bons

isolamentos, vamos pagar caro e nunca vamos ter conforto.

Como se posiciona a FAMAONCRET, no que respeita à evolução da sua atividade? A FAMAONCRET vai continuar a crescer, sempre de uma forma sustentável e sem pressas. Estamos a admitir pessoal, aumentando significativamente os salários face à média do mercado, mas também exigindo profissionalismo a quem quiser fazer parte deste projeto. Estaremos sempre atentos ao mercado

e sempre na vanguarda, entrando já este ano na construção de habitação multifamiliar de gama média-alta.

Como lhe parece que este setor irá evoluir durante este ano?

Vejo o futuro com otimismo no setor. A FAMAONCRET, em 18 anos de existência, teve o melhor resultado líquido de sempre em 2020. Em 2021 vamos crescer no volume de negócios, aumentar os recursos humanos e premiar os colaboradores que, em 2020, fizeram parte do nosso sucesso.

ARQUITETURA NO FEMININO

“É mesmo estranho uma mulher interessar-se tanto por construção” dizia ele, enquanto achava que me estava a prestar um elogio.

Este tipo de comentários, apresentados sob a forma de elogio são uma constante na vida de algumas mulheres empregadas. Atualmente, estes falsos elogios são das formas de discriminação mais recorrentes na sociedade, e muitas vezes aqueles que os proferem nem sabem que o estão a fazer ou não o fazem com malícia intencional.

No entanto, este género de reações e comentários prejudicam e continuam a ter um impacto negativo no ambiente de trabalho e no ideal de progressão da carreira de muitas mulheres.

No caso da Arquitetura, é cada vez mais evidente o aumento da existência de mulheres na profissão. Numa área que era claramente dominada por homens há 50 anos, hoje, aquelas que estão inscritas na Ordem dos Arquitetos são tantas como os inscritos e nas faculdades, cada vez se denota o aumento da participação das mulheres no curso. Tanto alunas como professoras.

Então, porque é que a construção continua a ser retratada como um mundo masculino? Pela “mão de obra” ser essencialmente, composta por homens? Questões que me parecem pertinentes quando reparamos que essa discriminação é mais evidente no terreno. Quase sempre somos

conotadas como as estagiárias ou as ajudantes do arquiteto sénior da obra. Uma realidade que se adensa, se ainda por cima, formos jovens.

No que diz respeito ao trabalho nos escritórios ou ateliers, essa discriminação muda de tom, tornando-se menos descarada, porque nos habituamos a ver mais mulheres aqui.

O comentário pelo qual comecei este pequeno texto de reflexão é um grande exemplo disso, e há muitos outros que ouvimos, inclusive fora do contexto de trabalho. No entanto, profissionalmente e no que à progressão de carreira diz respeito, isto torna-se mais complexo e este tipo de ideias e exclamações podem prejudicar o psicológico e o desempenho diário de uma mulher. Quando por norma, temos tendência a ser mais prejudicadas, seja no salário, ou na partilha de oportunidades e responsabilidade.

Estas ações ou palavras podem ser muito simples como o ato de interromper constantemente o raciocínio e discurso de uma mulher; muitas vezes para dizer o mesmo por outras palavras, ou por achar que não temos opinião sobre o assunto. Ideias predispostas que à partida podem retirar a visão da mulher das decisões mais relevantes.

Outra ideia para mim desconcertante, é o tipo de comentário que já ouvi mais do que uma vez, em que uma arquiteta



Rita Cunha
Arquiteta na A77

tem mais aptidão para projetar a habitação e pequenas obras, e nunca teria estofo suficiente para fazer um projeto maior. Isto porque continuamos a perpetuar o lugar da mulher na organização da casa e daí, discorre o facto de ter a mesma sensibilidade como na vista à criação de um lar. Enquanto o homem tem um papel mais criativo e por isso, terá ideias superiores num projeto de escala maior. Só que essa experiência acontece com todas as vivências que temos ao longo do nosso crescimento enquanto seres humanos, e isso faz com que cada um de nós, homens ou mulheres, tenhamos uma ideia ou conceito diferente, variando de pessoa para pessoa. É tudo isso que nos torna únicos e diferentes ao mesmo tempo e colocar as pessoas em caixas ou estereotipar em qualquer área ou profissão, nunca trouxe nenhuma

vantagem. Nem para as empresas e muito menos para os profissionais.

Claro que este tipo de discriminação não acontece em todos os locais de trabalho. Continuam é a ser demasiados e o que mais indigna, é o facto de não ser apenas uma questão geracional, mas de educação, de bases, e acima de tudo, de empatia pelo próximo.

Aproveitando a celebração do Dia da Mulher, continua a ser importante, debatemos estas questões. Não só as de género, como também qualquer outro tipo de discriminação, apontando sempre o caminho com vista à valorização do indivíduo, enquanto pessoa, com todas as suas qualidades defeitos e direitos, aproximando-nos sempre de uma sociedade mais justa e igualitária.

GON DO MAR

Lugar Seguro



GONDOMAR
é Douró

MUNICÍPIO DE GONDOMAR



Valor através
da inovação

O nosso objetivo: melhorar a saúde das pessoas e dos animais

A Boehringer Ingelheim é uma empresa familiar de capitais privados fundada em 1885, e uma das 20 principais empresas farmacêuticas do mundo. Cerca de 50 000 trabalhadores empenham-se diariamente na criação de valor através da inovação nas áreas de negócio: saúde humana, saúde animal e produtos biofarmacêuticos. Enquanto parceiros dos nossos doentes, temos como objetivo a investigação e o desenvolvimento de medicamentos inovadores e de tratamentos que possam melhorar e prolongar a vida dos doentes.

www.boehringer-ingelheim.com

 **Boehringer
Ingelheim**