

Valor

BUILDEMANT

A CONFIANÇA CONSTRÓI-SE

Gonçalo Branco Neves, CEO

PME Excelência e Top Melhores PME de Portugal

Empresas que fazem o país avançar

Gestão e Contabilidade

Parceiros de excelência das empresas nacionais

Relações Bilaterais Portugal - Suíça

O incremento das relações económicas

Saúde e Bem-Estar

Voltar a tratar de si

EXPLORE PORTUGAL



**A Arte Do Chocolate
E Da Filigrana***



**Rota das Adegas
Portuguesas***

*válido até ao final do ano

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 @insideJob

JORNALISTA:
Cátia Barbosa

GESTORES DE COMUNICAÇÃO:
Fernando Costa, Miguel Machado e Rui
Moreira

FOTOGRAFO DE CAPA:
Diogo Luís

NIF: 515 541 664

Registo ERC nº 127356

ISSN: 2184-6073 Depósito Legal: 462265/19

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/Esta-tuto-Editorial.pdf> nos termos do nº1, art.º17º da Lei nº2/99 de 13 de janeiro - Lei de Imprensa".

Editorial

A Valor Magazine de junho chega às bancas num momento de reabertura quase total do país e das atividades económicas.

Com a restauração e a hotelaria a funcionar em pleno, respeitando simultaneamente as medidas de proteção impostas pela Direção-Geral da Saúde, os cidadãos nacionais e os estrangeiros que visitam Portugal podem fazê-lo com cada vez menos restrições.

A retoma económica parece estar efetivamente a acontecer, todavia algumas áreas ainda se debatem com dificuldades.

Ainda assim, a construção civil e a mediação imobiliária continuam a ser exemplos de recuperação e de setores que não pararam a sua atividade laboral, bem como as clínicas médicas. A Valor Magazine destaca, nesta edição, a área clínica da Fisioterapia em particular. Há ainda a salientar as empresas de Contabilidade e Fiscalidade, que estiveram ao lado dos seus clientes durante o período mais turbulento da pandemia.

Apesar das dificuldades sentidas neste último ano e meio, há empresas que conseguiram ultrapassar os obstáculos e ser reconhecidas pelo bom trabalho de gestão levado a cabo, como é o caso das empresas PME Excelência ou das que foram distinguidas pela Scoring, como Top PME em Portugal.

As relações bilaterais continuam presentes nesta edição, desta vez entre Portugal e a Suíça.

Agora que o Verão chegou e a vacinação parece estar a assegurar a proteção da população, leve consigo a Valor Magazine e desfrute de um bom momento de leitura, no seu local preferido!



ÍNDICE



Ana Morgado

PORTUGAL CRIATIVO

6

- 6 - Buildemant - "A Buildemant é uma empresa sólida e confiável"
- 8 - Enersado: especialistas mundiais em energia fotovoltaica
- 10 - Credível - "A sociedade está mais desperta para as finanças pessoais"

PT CRIATIVO - Empreendedorismo e criatividade feminina

14

- 14 - Ana Morgado Real Estate Coach
- 16 - WinNow: uma agência que faz acontecer

MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA

17

- 17 - Desafios na Planície - "Santiago do Cacém tem muito para crescer"
- 18 - H Consulting - "A retoma económica vai ser rápida"

SAÚDE: VOLTAR A TRATAR DE SI

20

- 20 - Physioclem - "O nosso foco total é a pessoa"
- 23 - NBfisio - "A complementaridade entre Medicina Convencional e Osteopatia..."
- 24 - Fisimaia: especialistas em reabilitação
- 27 - Físio Mais - Mudar a postura na vida das pessoas



Les Roches e Glion

RELAÇÕES BILATERAIS PORTUGAL-SUIÇA

28

- 28 - Embaixada da Suíça em Portugal - "As relações económicas ..."
- 29 - Câmara do Comércio e Indústria Suíça em Portugal - "Somos um elemento..."
- 30 - Belas Clube de Campo: O charme de um countryclub às portas de Lisboa
- 34 - Les Roches e Glion: a elite do Hospitality Management

TURISMO

36

- 36 - Maripoza Viagens: roteiros únicos, experiências ímpares

AMBIENTE

38

- 38 - Saica Natur: cuidar, valorizar, desafiar



Guthrie Rocha Properties

EMPRESAS QUE FAZEM O PAÍS AVANÇAR

40

- 41 - Galbilec - "Importa repensar o edifício e as suas funções"
- 42 - Guthrie Rocha Properties - Uma agência imobiliária à imagem de Aljezur
- 46 - Skin Solutions - "Representamos produtos que garantem resultados"
- 48 - RLIFT: referência na instalação de elevadores e automatismos

MEDIAÇÃO DE SEGUROS

50

- 50 - AnimaDomus: especialistas em seguros de saúde para o mercado pet

DIREITO

51

- 51 - Nelson Tereso Advogados: o rigor, honestidade e profissionalismo do Direito

ARQUITETURA

52

- 52 - StratBIM: where strategy meets BIM

GESTÃO E CONTABILIDADE: PARCEIROS DE EXCELÊNCIA

53

- 53 - Finpartner: referência em Contabilidade e Gestão
- 54 - Scalconta - "A carga fiscal das empresas é muito severa"
- 55 - Grupo Nucase: serviços personalizados para a Gestão e organização empresarial
- 56 - ArteCálculo: 20 anos ao lado dos clientes



Finpartner

DESENVOLVIMENTO

O tema “Portugal Criativo” desta edição prossegue o seu principal objetivo – dar a conhecer empresas e empresários, empreendedores e aguerridos o suficiente para levar o negócio em frente, mesmo em tempos mais difíceis.

A inovação e a criatividade estão sempre presentes, considerando a constante necessidade de melhorar os procedimentos e assumir a vanguarda na produção e comercialização de produtos e serviços.

Grande parte da produção industrial portuguesa tem muita qualidade e a mesma é reconhecida internacionalmente. Internamente, todavia, ainda persiste a ideia de que aquilo que se faz em Portugal não é suficientemente bom.

Para demonstrar o contrário, a Valor Magazine traz os exemplos da Buildemant, que se destaca nas áreas da construção civil e da remodelação; da Enersado, uma empresa nacional que é uma referência internacional na instalação de painéis fotovoltaicos; da Credível, empresa ligada à intermediação de crédito; da Century21 Select, uma agência imobiliária da capital portuguesa e Alter Solutions, uma empresa de prestação de serviços de consultoria de sistemas de informação.

As mulheres estão, também elas, a crescer no mundo empresarial. Cada vez mais, as posições de liderança são ocupadas por elas, e também são as mulheres quem mais assume o risco de criar um negócio próprio.

A combinação de vida pessoal e profissional, os desafios diários da liderança e o que ainda é necessário alterar no mundo empresarial para que este seja mais equitativo são assuntos em discussão com Ana Morgado, da Ana Morgado Properties e que desenvolve agora uma área ligada ao Real Estate Coaching, e Marta Fialho Barros, diretora da WinNow, uma agência de Publicidade e Marketing com o lema “Pensa e Acontece”.

TECNOLOGIA

PORTUGAL CRIATIVO



" A BUILDEMANT É UMA EMPRESA SÓLIDA E CONFIÁVEL "

A Buildemant é uma empresa com cinco anos de atividade, que atua nas áreas da construção civil, remodelação, manutenção de laboratórios e fornecimento de mobiliário técnico para este setor. Gonçalo Branco Neves é o sócio-gerente desta empresa cujo lema é "a construir confiança" e que, apesar do pouco tempo de atividade, já foi distinguida com o prémio da Scoring Top 5% melhores PME's nacionais.

Gonçalo Branco Neves
Sócio-gerente

A “confiança” é a palavra-chave para a Buildemant. Como se desenvolve essa mesma confiança na relação com os clientes? Quais diria serem as características principais da Buildemant que levam a essa relação?

O lema que adotámos com a constituição da empresa - “a construir confiança” - é algo que nos acompanha desde o início e é nisto que acreditamos. Estando inseridos numa área com vasta concorrência, procuramos, desde o primeiro contacto com o cliente, focarmo-nos nas suas necessidades e manter esse foco ao longo do projeto.

A confiança do cliente vai-se conquistando e, por isso, entendemos que é todo um processo de aprendizagem, tanto para o cliente como para nós. Se, por um lado, temos alguém que pretende um determinado resultado, também nós, enquanto profissionais da área, pretendemos chegar a esse resultado, de forma a superar mais um desafio e aprender com isso. Só assim vamos crescendo enquanto empresa.

Felizmente, com trabalho e dedicação, mas também com alguma sorte, temos encontrado clientes que acreditam e confiam no nosso trabalho e no nosso projeto.

A construção e a manutenção são o vosso core business. Em setembro do ano passado, a sua avaliação do mercado era de que o mesmo “se encontrava algo volátil”, mas afirmava sentir que as pessoas estavam a reagir. Nove meses depois, esta opinião mantém-se?

De facto, podemos afirmar que houve uma reação muito positiva. Estamos a levar a cabo várias remodelações em simultâneo. A área da manutenção também tem tido muita procura, o que nos levou a ter de contratar mais colaboradores e a aumentar o número de equipas por projeto. Há nove meses, a empresa tinha no total seis

colaboradores e hoje tem 16. Apesar de todas as dificuldades que a pandemia trouxe, conseguimos crescer e aumentar a faturação.

Quais os projetos levados a cabo na área da construção e manutenção que gostaria de salientar, em particular?

Gostaria de destacar o último, a remodelação de um apartamento num prédio antigo em Alvalade. Apresentámos o projeto em 2D e 3D (uma novidade), o cliente gostou, aprovou a maquete e avançámos. Ampliámos a cozinha, o que conferiu à



mesma mais luz natural, alterámos completamente a disposição do wc. No final, o resultado, no nosso entender, até superou as expectativas iniciais.

Outra das vossas áreas de especialidade prende-se com o mobiliário técnico e equipamentos para laboratório. A Buildemant sentiu um acréscimo de solicitações, considerando o surgimento de novos laboratórios, na senda da resposta à Covid-19?

Este ano há uma maior procura na área das manutenções dos laboratórios e também no fornecimento de novos equipamentos e mobiliário técnico. Como somos especializados em manutenção preventiva e corretiva de

hottes e outros equipamentos de exaustão, estamos a ser muito solicitados nesta área também.

Quais os principais desafios para quem trabalha nesta área, no que respeita à formação dos profissionais e à evolução dos materiais e equipamentos disponíveis?

Os desafios são cada vez maiores. Por um lado, a constante evolução nos materiais, nas técnicas e equipamentos e, por outro, a escassez de mão de obra e o novo problema que a Covid-19 nos trouxe.

A Buildemant foi distinguida com o prémio Top Scoring 5% melhores PME's em Portugal, relativamente ao ano de 2020. Qual a importância desta distinção?

Este tipo de distinção, como é o caso da melhor PME Portugal 2020, na categoria desempenho e solidez financeira, vem reforçar o nosso caminho e vem transmitir ao mercado que a Buildemant é uma empresa sólida e confiável. No entanto, trabalhamos diariamente para ir ao encontro das expectativas dos nossos clientes e é muito bom sentir que o esforço e dedicação são valorizados. É esse tipo de reconhecimento que verdadeiramente nos motiva.

A empresa celebra este ano o quinto aniversário. Que balanço faz daquilo que já foi feito, do que a Buildemant cresceu e do posicionamento que assegurou no mercado?

O balanço é extremamente positivo. Não é fácil deixar o estável, como era o meu caso quando trabalhava por conta de outrem, e abraçar um projeto vindo do zero. Mas o trabalho, o querer e a ambição estiveram sempre presentes desde o primeiro dia. Para se ter uma empresa tem de se ser resiliente, não devemos desistir ao primeiro obstáculo no caminho e acreditar no nosso trabalho, dar confiança às nossas equipas, definir um objetivo e todos juntos iremos alcançá-lo.

E para o futuro? Quais os próximos objetivos a alcançar?

Queremos continuar a crescer, de forma sustentável, dedicando-nos de alma e coração a cada projeto com a mesma paixão do início. O futuro é já amanhã e, por isso, temos de estar preparados para o que vier. Sinto muito orgulho no caminho que temos traçado. Ver a empresa a crescer é algo que me deixa profundamente feliz e motivado em querer fazer mais e melhor.



ENERSADO:

ESPECIALISTAS MUNDIAIS EM ENERGIA FOTOVOLTAICA

A Enersado nasceu em 2013, pela mão de António Camisinha, que já trazia consigo a experiência de quem trabalhava no setor das energias renováveis há algum tempo. A Enersado aposta em exclusivo em projetos de instalação relacionados com energia fotovoltaica e desenvolve o seu trabalho um pouco por todo o mundo, com particular destaque para as Caraíbas, continente europeu e africano.



António Camisinha
Diretor-Geral

António Camisinha já trabalhava na área das energias renováveis quando resolveu apostar na criação de uma empresa própria. Em 2013, a Enersado ganhou forma e dedicou-se exclusivamente à energia fotovoltaica: “Iniciámos projetos com clientes portugueses e franceses, um dos quais dentro de um estabelecimento prisional na ilha de Reunião, onde construímos um parque fotovoltaico no solo e estufas fotovoltaicas com capacidade para suportar furacões de categoria 3, ou seja, fora do comum. Desde então, para além dos parques fotovoltaicos habituais, este tem sido o nosso caminho, o qual nos cria grandes desafios. Damos especial atenção a projetos para além da Europa, em áreas geográficas onde podemos fazer a diferença, como em ilhas, África e, quando possível, em situações onde o parque fotovoltaico concilia a produção de energia e

a produção agrícola ou, por exemplo, em África, onde tem sempre um complemento de melhoria das condições de vida dos habitantes locais seja na formação e trabalho, seja no apoio agrícola, com a criação de pontos de captação de água potável e preparação de terrenos”.

A Enersado é conhecida pelos projetos diferenciados que desenvolve, mas também pela capacidade que tem de fornecer os serviços, sem recorrer a subcontratação: “Evitamos subcontratar serviços. Desde que iniciámos sempre fizemos questão de garantir aos nossos clientes que conseguíamos levar a cabo um serviço com qualidade e dentro do prazo predefinido e isso só se consegue se conseguirmos controlar todos os passos na execução do serviço. Por

esse motivo, temos dificuldade muitas vezes em contratar mão de obra. Neste momento, temos cerca de 300 colaboradores, dos quais 60 por cento contratados no último ano e em plena pandemia, o que é para nós muito gratificante pela quantidade de famílias que indiretamente dependem de nós numa altura tão difícil para todos – e só a conseguimos através de formação na empresa, porque não existe mão de obra qualificada nesta área, o que nos leva a fazer um grande investimento. Algo que faz parte da nossa forma de trabalhar os projetos, nomeadamente em África, é formarmos cidadãos locais. Levamos apenas os técnicos necessários para a coordenação, supervisão, garantia de qualidade na instalação da obra e contratamos mão de obra local. Apenas como curiosidade, este sistema de contratação fez com que a pequena criminalidade em Kita, uma cidade no Mali,

fosse praticamente nula pelo menos no período de execução do trabalho, em que contratamos cerca de 200 colaboradores locais. Estes projetos deixam sempre uma sensação muito enriquecedora e gratificante”.

O Mali é apenas um dos muitos países africanos onde a Enersado já desenvolveu projetos e tem 100 por cento de uma empresa sediada em Bamako

A instalação de grandes parques fotovoltaicos tem provocado alguma tensão entre grupos ambientalistas e mesmo a população, que por vezes não deseja a implementação destes equipamentos de produção de energia renovável na sua região. António Camisinha acredita que estas questões poderão ser evitadas, no futuro: “Na minha opinião a tendência passa pela instalação dos projetos fotovoltaicos em zonas não agrícolas, como as zonas rochosas, aterros sanitários,

Outra hipótese de instalar painéis fotovoltaicos é fazê-lo em zonas agrícolas, que não estejam a ser utilizadas ou então fazê-lo em zonas de produção agrícola cultivada, mas onde possa existir uma sinergia entre a produção de energia e a própria cultura agrícola: “Acontece muito em ilhas, pois os terrenos férteis não são muitos e assim é possível juntar dois objetivos num mesmo local”.



(Enersado Mali SAS): “Nós fazemos questão de desenvolver trabalhos em locais onde as dificuldades vão além da própria execução do projeto – instalámos mais de 180 mil painéis fotovoltaicos em Kita, no que é atualmente o maior parque fotovoltaico da África Oeste. O Mali é um país em guerra, ao ponto de, durante a execução dos trabalhos, estarmos confinados à base de vida criada para o efeito e estivemos sempre sob condições de segurança muito apertadas, protegidos por uma unidade especial do Exército”. O mesmo acontece na região moçambicana de Cabo Delgado, onde também existe um projeto de grande dimensão atualmente em execução: “Já estivemos na Guiné-Conacri, no Burundi, Tanzânia, na Guiana Francesa, Caraíbas, Médio Oriente, Indonésia... Temos também trabalhos na Europa, sobretudo em França, Bélgica, Holanda e, claro, em Portugal”.

zonas montanhosas ou em estruturas de apoio agrícola, como por exemplo estufas. A Enersado já está a desenvolver um projeto de grande dimensão cuja instalação dos painéis fotovoltaicos será feita numa zona de serra, com inclinações que levam quer máquinas, quer os nossos colaboradores ao limite, em Portimão. Será um projeto que, depois de concluído, impressionará”: O diretor da Enersado salienta que os painéis fotovoltaicos podem ser instalados em qualquer lugar: “Existem principalmente dois tipos de estruturas de fixação para os parques fotovoltaicos – através de trackers, que obrigam a aplicação normalmente em zonas planas, e depois existe uma estrutura fixa que, neste caso, já permite que se instalem painéis fotovoltaicos em qualquer tipo de terreno”.

Quando questionado sobre o futuro da Enersado e do mercado onde está inserido, António Camisinha reconhece que o mercado nacional ainda tem muito espaço para crescer, mas receia, simultaneamente, que a importância dada ao preço praticado e a concorrência menos leal que possa surgir venha asfixiar o mercado: “Este ano, acredito que vamos duplicar novamente a faturação – algo que já acontece há três anos consecutivos –. A Enersado procura neste momento projetos diferenciados, como parques de estacionamento e estufas agrícolas e também entrar em novos mercados, particularmente no mercado africano, onde sabemos haver uma margem de crescimento exponencial, devido à grande carência de energia um pouco por todos os países e é também muito provável que aumentemos a nossa equipa, para cerca de 500 pessoas”.



enersado
energy systems experts

www.enersado.com | E: geral@enersado.com | T: 218 099 899

“A SOCIEDADE ESTÁ MAIS DESPERTA PARA AS FINANÇAS PESSOAIS”

Hugo Pinheiro é o diretor-geral da Credível, uma empresa que centra os seus serviços na intermediação de crédito e mediação de seguros. Nesta entrevista, Hugo Pinheiro destaca a importância da poupança e da literacia financeira, bem como a importância dos serviços de um intermediário de crédito para a concretização de projetos pessoais com o melhor financiamento possível.



Hugo Pinheiro
Diretor-Geral

A principal questão que levou à fundação da Credível foi o facto de existirem soluções no mercado do financiamento e dos seguros que não podia apresentar aos seus clientes, por não trabalhar com essas instituições que as disponibilizavam. Agora, diria que o principal objetivo da Credível é exatamente encontrar a solução que complementa na perfeição a necessidade de quem vos procura? Como descreveria o vosso posicionamento no mercado?

Exatamente! Ao longo de 12 anos trabalhei numa instituição bancária e, tal como todas as instituições bancárias, tínhamos o nosso segmento de clientes bem definido e as nossas condições. A certa altura, e com a enorme concorrência, sentia-me cada vez mais numa posição delicada com os clientes, onde por um lado tinha de defender a minha instituição e por outro queria aconselhar o melhor para o cliente.

Neste momento, a Credível analisa a situação do cliente e vamos à procura das melhores condições para aquele cliente em específico, pois cada caso é um caso,

cada cliente tem a sua história e cada banco as suas condições. É por isto que temos vários parceiros e todos eles têm o seu próprio segmento de clientes. A nós resta-nos negociar da melhor forma e ter a certeza de que o nosso cliente fica com o melhor crédito, as melhores condições do mercado, adaptado às suas necessidades.

Relativamente ao nosso posicionamento, é uma questão bastante interessante, dado que quando falamos de intermediários de crédito, parece que apenas enviamos a proposta aos bancos e passamos o cliente ao banco...na Credível, acompanhamos o cliente desde o primeiro contacto até depois da escritura, queremos fazer parte de todo o processo e esclarecer o cliente em qualquer situação, temos várias plataformas de comunicação, mas não queremos nunca descurar o contacto direto e pessoal, quer seja num novo crédito ou seguro, quer seja numa negociação ou transferência.

Os créditos bancários estão, por norma, envoltos em linguagem técnica difícil de compreender para algumas pessoas. Além disso, o processo em si pode ser complicado, algo moroso e burocrático. Como pode a Credível ajudar?

Concordo e há muito que defendemos que os próprios bancos deveriam ajustar e descomplicar todo este processo, porque muito sinceramente é um processo simples e que tem de ser uma boa experiência para o cliente e não o contrário. Tendo em conta o que temos atualmente e toda a legislação envolvida num processo de crédito, fizemos um glossário que entregamos aos nossos clientes aquando da entrega das propostas, tentando com isto desmistificar e ajudar a compreender alguns termos que estão nas propostas. Filtramos toda a informação e somos muito claros e proativos, não havendo lugar a letras pequenas nas propostas.

Negociar um crédito ou mesmo optar pela consolidação de vários créditos existentes podem ser soluções fulcrais para garantir fluidez financeira, quer a clientes privados, quer a clientes empresariais. Essa importância de analisar a situação financeira e recorrer a estas soluções já é reconhecida socialmente?

Quem tem inúmeros créditos ao consumo pode ter sido mal aconselhado, pode ter estado numa situação bastante delicada e poderá sem dúvida consolidar todos os créditos num só, de forma a reduzir as suas prestações mensais. Com a consolidação de créditos, o cliente terá uma taxa de esforço maior e a sua situação de liquidez, ou seja, as suas disponibilidades mensais, serão claramente superiores.

Diria que, após a crise que afetou o país há cerca de 10 anos, a literacia

financeira e a noção das pessoas da importância de gerir bem a sua vida financeira aumentaram? O que lhe parece que ainda falta fazer para dotar as pessoas de um maior conhecimento sobre finanças pessoais?

Ainda há um longo caminho a percorrer no que diz respeito à literacia financeira em Portugal, no entanto julgo que já estamos bem melhores do que há uns anos e a sociedade está cada vez mais desperta para as suas finanças pessoais. Tem sido feito um excelente trabalho, no entanto gostava que na escola falassem com os nossos filhos sobre dinheiro, que começassem desde cedo a saber lidar com dinheiro e que deixasse de ser um

procurar as melhores condições para si, irá poupar muito dinheiro, pois a capacidade negocial dos intermediários de crédito, por força dos vários clientes que têm e da ligação direta com os bancos, é bastante superior, tem um apoio em todas as fases do processo, negociamos os seguros, fazendo com que poupem milhares de euros com esta negociação e tudo isto é gratuito. Na Credível, em três passos analisamos o caso de cada um e conseguimos apresentar uma solução em 48 horas.

Qual a importância de recorrer a um especialista em seguros (em vez de o fazer, por exemplo, junto da Banca)

família fique salvaguardada, no caso de acontecer alguma fatalidade. É de extrema importância e é um assunto que abordamos logo na nossa primeira interação com o cliente.

Tendo em conta a situação de crise que o país atravessa e, sobretudo, a incerteza de muitas pessoas relativamente à possibilidade de continuarem a cumprir as suas obrigações financeiras, como avalia as suas reações? A Credível já sentiu um aumento de solicitações, por parte dos clientes?

Temos tido muitas solicitações, mas ainda não posso dizer que seja por esse motivo, pelo contrário, temos tido cada vez mais pedidos para aquisição de novas habitações e para créditos à construção. O mercado imobiliário ainda está muito ativo e, como tal, as grandes solicitações têm vindo por aí. No entanto, temos vindo a notar um crescente número de transferências de crédito, por forma a melhorar as condições, em resultado de um maior conhecimento do mercado e do nosso trabalho.

Como antevê o comportamento do mercado e das famílias nos próximos tempos, sobretudo considerando que as moratórias bancárias terminam em setembro?

Estamos bastante curiosos e na expectativa para o que aí vem e obviamente também preocupados, no entanto é importante que as famílias façam o seu planeamento financeiro e que comecem já a comportar-se como se no próximo mês já tivessem que pagar a prestação na íntegra, ou seja, colocar de parte o valor que seria para a prestação. É importante ter hábitos de poupança e cortar no que não nos faz falta para que se consiga uma transição tranquila.

gostava que na escola falassem com os nossos filhos sobre dinheiro, que começassem desde cedo a saber lidar com dinheiro e que deixasse de ser um assunto tabu

assunto tabu. Ainda se fala do dinheiro como se fosse algo mau, que só traz infelicidade e isso causa desconhecimento e medo.

Relativamente ao recurso a intermediários de crédito, quais diria serem as maiores mais-valias, para o cliente, de recorrer a este serviço?

Ao recorrer a um intermediário de crédito está a poupar tempo, pois não terá de andar de banco em banco a

quando necessita de um novo seguro?

É uma excelente questão, pois muitas vezes focamo-nos muito no spread e trocamos de Banco ou aceitamos uma proposta em detrimento de outra por causa do spread, quando devemos olhar para outros itens e os seguros são fulcrais nesta escolha. Destaco o seguro de vida, onde o cliente, se subscrever este seguro fora do Banco, pode poupar milhares de euros ao longo dos anos e ainda ter maiores coberturas, que garantam que a sua



Credível.pt

No crédito também se poupa

www.credivel.pt/ | E:geral@credivel.pt

“A HABITAÇÃO TORNOU-SE MAIS VERSÁTIL”

Valdemir Lopes é o broker da Century21 Select, que abriu portas em Marvila no final do ano passado. Com uma equipa de consultores com mais de 14 anos de experiência no mercado imobiliário, e responsável por uma região da capital em constante desenvolvimento, esta agência imobiliária, segundo Valdemir Lopes, terá um ano de 2021 pleno de crescimento.

Definem-se como uma agência com ambição de se tornar no maior grupo imobiliário do país. Como caracteriza o vosso trabalho diário, no sentido de alcançar este objetivo?

A Century21 Select surge no final de 2020, com uma equipa com mais de 14 anos de experiência. Procuramos uma constante evolução e crescimento, potenciando o nosso conhecimento através dos nossos consultores. Trabalhamos diariamente na capacidade de prestar um serviço de excelência aos nossos clientes e priorizamos a necessidade de evolução individual. Trabalhamos para “ser a melhor versão de nós mesmos” – esta é a nossa estratégia para alcançar o objetivo.

Como caracteriza o mercado imobiliário da região onde se encontra?

Marvila é uma zona muito diversificada. Temos desde fábricas a armazéns, de terrenos a habitação tradicional e habitação de luxo. Marvila está em constante desenvolvimento, caracterizando um mercado tão na moda no presente como promissor no futuro! Acreditamos que a transformação recente potenciará uma busca por boas oportunidades de investimento, bem como para portugueses e estrangeiros que procuram habitação própria e qualidade de vida.

Quais as maiores dificuldades encontradas pelo setor imobiliário aquando da pandemia, e que só com alguma inovação e criatividade foram ultrapassadas?

A maior dificuldade foi o confinamento, que gerou incertezas e um grande impacto económico, que também afetou o setor imobiliário. Aqui a inovação foi, para além das plataformas e do marketing digital,



Valdemir Lopes
Broker

das visitas virtuais e da assinatura digital, não deixar que o confinamento físico se transformasse num confinamento psicológico. Manter a equipa em constante ação, com reuniões e formações virtuais, foi fundamental, mas sobretudo em contacto com os clientes.

Que avaliação faz do comportamento do mercado imobiliário durante a pandemia e no pós-pandemia? Sofrerá alterações significativas?

A pandemia trouxe a muitas famílias um olhar diferente sobre as características do seu espaço familiar. A habitação tornou-se cada vez mais versátil, é também agora um escritório, uma sala de aula, um ginásio... Assim, para a troca de casa deixou de ser tão relevante a distância até ao local de trabalho ou viver no centro da cidade. O que realmente passou a importar foi a casa. O que cada imóvel disponibiliza e proporciona ao agregado familiar é decisivo e é mais decisivo do que a centralidade, a visão de

rentabilização financeira ou o “status”. A procura por moradias é substancialmente superior, o espaço exterior num imóvel passou a característica obrigatória, bem como a necessidade de uma assoalhada onde funcionará o escritório.

Quais as alterações mais prementes de que o setor da mediação imobiliária necessita?

Se todos os mediadores imobiliários estiverem verdadeiramente comprometidos com o serviço ao cliente, estaremos todos muito próximos do “caminho certo”. Não posso deixar de felicitar a Century21 Portugal que, ao integrar um consultor na sua marca, define um plano de formação e só após esse plano estar já implementado é que disponibiliza todas as ferramentas e plataformas digitais ao consultor, para que este inicie a sua atividade, tornando-o assim um profissional com conhecimento, ferramentas e capacidade para prestar um serviço de qualidade.

Ultrapassado o primeiro trimestre de 2021, e quase a concluir o segundo, que análise faz sobre o ano de 2021?

A Century21, em 2020, apesar da pandemia, teve um crescimento face ao ano de 2019. Com a nossa visão de trabalho, a metodologia implementada e o suporte constante que a nossa marca nos propõe, não tenho dúvidas que o ano de 2021 será um ano de crescimento, com resultados muito positivos e superiores aos atingidos no ano de 2020.

CENTURY 21
Select

@Century21SelectPortugal

@Century21SelectPortugal

“A agência do seu bairro”

+351 218 680 932

select@century21.pt

Rua Fernando Palha, 29 A & B – Marvila, Lisboa 1950-130

SETOR TECNOLÓGICO: UM EXEMPLO DO QUE SE FAZ BEM EM PORTUGAL

A ALTER SOLUTIONS completa este ano 15 anos de mercado e, ao longo deste tempo, foi crescendo e multiplicando a sua presença em vários países. Em Portugal, a empresa de prestação de serviços de consultoria de sistemas de informação conta já com 450 colaboradores, em dois escritórios distintos e propõe-se continuar a crescer, como realça o diretor operacional, Bernardo Estriga.

Como avalia, neste momento, o posicionamento da empresa no mercado?

De forma muito positiva. Sempre houve um trabalho profundo de análise e planeamento. Isto permite-nos alinhar a oferta de serviços com o que consideramos serem as necessidades do mercado, sem nunca perder a nossa identidade.

Quais as mais-valias para uma empresa de contactar uma equipa de Nearshore e trabalhar com ela?

A contratação de serviços de Nearshore permite às empresas trabalhar com parceiros de outsourcing num país próximo de onde está localizada. Isso garante uma cultura empresarial mais próxima da sua, num fuso horário semelhante, o que facilita a interação e o fluxo de trabalho das equipas, bem como a resolução de problemas. Além disso, possibilita uma redução de custos (em comparação com a contratação de um parceiro no país de origem), sem comprometer a qualidade.

Por que motivo Portugal foi escolhido para sede do IT Nearshore Center?

O Nearshore faz parte da génese da ALTER SOLUTIONS em Portugal. A empresa começou com uma pequena equipa de desenvolvimento a trabalhar num projeto para um dos principais grupos automóveis do mundo – com quem ainda hoje colaboramos. Com o crescimento da empresa e o boom do Nearshore em Portugal, a escolha da sede dos serviços do grupo foi um passo natural. O país tem excelentes profissionais, formados em universidades reconhecidas internacionalmente, o domínio da língua inglesa no país está



Bernardo Estriga
Diretor Operacional

acima da média europeia e temos infraestruturas de IT de elevada qualidade, estando muitas vezes na linha da frente no que toca à adoção de novas tecnologias nas redes de telecomunicações – somos um dos países da Europa com a maior taxa de penetração de fibra ótica nos lares, por exemplo, o que em contexto de teletrabalho é diferenciador.

Que características são importantes numa equipa que desenvolve projetos Nearshore?

O domínio da língua inglesa é requisito obrigatório para todos os membros da equipa, de forma a assegurar uma boa comunicação com o cliente. Tratando-se de projetos desenvolvidos 100 por cento remotamente, as softskills assumem também particular importância na dinâmica diária entre os elementos das equipas e o contacto com diferentes stakeholders, internos e externos.

Como avalia a evolução do setor tecnológico e de desenvolvimento de

exponencial nos últimos anos, em grande parte devido à crescente aposta do país enquanto start-up hub. É um dos nossos mercados mais competitivos e um exemplo do que se faz bem em Portugal.

Quais os desafios que o “novo mundo laboral” vem colocar, a curto e médio prazo?

O último ano veio democratizar o trabalho remoto. As empresas terão de se adaptar a esta nova realidade, que lhes trará muitos benefícios, mas que também vem com os seus desafios, nomeadamente com o crescente número de empresas internacionais a recrutar profissionais portugueses em regime remoto.

IT em Portugal?

O setor tecnológico em Portugal tem vindo a desenvolver-se de forma

ALTERSOLUTIONS
PARCEIROS PARA A
TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL

OUTSOURCING

NEARSHORE

PROJETOS FECHADOS

2021 ... COACHING, FORMAÇÃO E EXPANSÃO: OS 3 GRANDES PILARES PARA O NOSSO CRESCIMENTO



Ana Morgado
CEO & Executive Manager

2 021 ... faz este ano 7 anos que regressei ao mercado imobiliário. Depois de uma tentativa anterior que durou um ano e não correu bem, voltei em 2014 determinada a ficar. Como o tempo passa rápido! Assim numa fração de segundos tento lembrar-me de como tudo começou e como se faziam as coisas nessa altura. Estavam a surgir os primeiros portais imobiliários e ter um site já era “muito à frente”.

A minha experiência profissional anterior a esta foi numa empresa multinacional do sector farmacêutico, pelo que vinha formatada para compreender que um comercial, quando inicia a sua função, não sai à rua sem saber muito bem o que vai dizer e tudo o que tem de fazer. O treino era exaustivo.

No imobiliário, não era assim. Começamos a trabalhar sem a noção do que vamos encontrar. As coisas vão sendo aprendidas e interiorizadas conforme as situações se vão apresentando. A segurança no contacto com o cliente e a imagem do consultor ficam muito comprometidas. Tudo isto era muito estranho

para mim, mas pelos vistos era tudo normal. Isto fez-me lembrar a razão pela qual a minha opinião sobre esta classe não era a mais favorável.

Desde essa altura, não sei se as coisas mudaram assim tanto. Algo terá sido feito, mas estamos a quilómetros de ser uma classe preparada e com as competências necessárias. Este é o sector que absorve muitas das pessoas que se vêem sem trabalho e optam por esta actividade, apenas porque sim. A selecção dos consultores é feita de uma forma incrivelmente fácil. Afinal, há sempre lugar para mais um.

Quando entrei para esta actividade andei meses a procurar trabalho. Preparei-me para entrevistas difíceis, onde tudo era analisado ao pormenor. Quando fiz a primeira entrevista na agência para onde acabei por ir trabalhar, fui imediatamente aceite. Confesso que fiquei espantada e lembro-me de pensar: “mas isto é assim tão fácil?” Aconteceu comigo, por isso sei bem do que falo.

Real Estate Business Coach

Pelo que tenho observado, ainda há muito trabalho para fazer.

A minha sorte é que sou muito curiosa e perfeccionista, por isso aprendi quase tudo o que sei hoje praticamente sozinha à custa da experiência que fui adquirindo e de alguns erros ... claro!

Tenho tido a oportunidade de acolher na minha empresa consultores sem qualquer experiência que hoje são profissionais muito competentes com excelentes resultados. Vê-los trabalhar dá gosto e poder trabalhar lado a lado com eles é extraordinário. Outros, vieram a pensar que este trabalho era mais fácil do que na verdade é, com condições financeiras muito débeis, na ilusão que nesta área se ganha dinheiro de forma mais rápida do que na verdade acontece. Circunstâncias várias que não permitiram que as coisas pudessem continuar. Tudo isto me fez perceber a razão porque uns conseguem e outros não, por isso decidi dedicar-me ao coaching. Adoro ensinar e reparei que há muitos consultores a precisar de orientação e de motivação. A fase inicial é francamente difícil e muitas vezes ter alguém que nos anima e nos ajuda a perceber que as coisas são mesmo assim, é mesmo muito importante. Não desistir é absolutamente fundamental. Tudo isto fez-me pensar e ter vontade de fazer alguma coisa. O que eu puder fazer, vou fazer. Se eu puder mudar a vida de alguém como consegui mudar a minha, é o que irei fazer.

Tenho encontrado consultores desmotivados e desorientados. Pessoas de garra que são incompreendidas, o que, neste negócio ou em qualquer outro, não pode mesmo acontecer. Há tanto trabalho para fazer, mas quando o



encargo financeiro das formações fica do lado dos consultores, as coisas complicam. Eles nem sempre têm disponibilidade financeira e há que gerir prioridades. Não é fácil!

Todos os elementos da minha equipa têm acesso gratuito ao programa que foi integralmente desenhado por mim - STARTUP 1.0. Com este programa, cada um deles tem acesso a uma plataforma digital com conteúdos em vídeo. O objectivo é que adquiram competências nas diversas áreas para que possam trabalhar de uma forma muito profissional, sempre rumo ao sucesso. São pessoas com perfil vencedor que ambicionam ser

consultores de sucesso que procuro para trabalhar na minha empresa.

Este programa está também acessível e disponível a todos os consultores imobiliários que precisem de apoio e queiram aprender mais. O programa está a decorrer com a 2ª turma e deverá estar novamente acessível durante o mês de outubro. Todas as inscrições efectuadas nesta fase ficam em lista de espera.

É muito interessante ver a evolução destes consultores e ver como respondem bem aos estímulos e aos desafios. Ser consultor imobiliário exige conhecimento em várias áreas e

só pessoas com características muito especiais conseguem suportar os níveis de stress e ansiedade a que estão sujeitos.

Este é o sector que absorve muitas das pessoas que não têm trabalho e optam por esta actividade, apenas porque sim. A selecção dos consultores é feita de uma forma incrivelmente fácil. Afinal, há sempre lugar para mais um.

Crescer era inevitável

A experiência acumulada e o percurso profissional que tenho feito até aqui levou-me a equacionar a possibilidade de crescer e expandir o negócio para outras zonas.

Neste momento estamos a apostar em zonas como Viana do Castelo e Salvaterra de Magos. São zonas muito interessantes para investimento estrangeiro. Iremos ter novas instalações em Salvaterra de Magos e uma nova equipa. Para mim uma responsabilidade acrescida quando se trata de ter a vida profissional de cada uma daquelas pessoas nas minhas mãos.

Continuaremos focados no segmento médio, médio-alto e luxo que corresponde ao tipo de imóveis que os nossos clientes procuram. Vamos continuar a apostar fortemente numa estratégia de marketing digital consistente e eficaz, capaz de levar os nossos imóveis ao encontro dos clientes certos, seja dentro ou fora do país.

Contra todas as expectativas e com todas as restrições que temos enfrentado, o balanço deste ano de 2021 é muito positivo. Tem sido um ano incrível.

WINNOW: UMA AGÊNCIA QUE FAZ ACONTECER

A WinNow foi criada por Marta Fialho Barros em 2017, com o objetivo de ser uma agência de Marketing e Publicidade distinta do que já existia no mercado até então – desenvolvida para assegurar soluções personalizadas a cada cliente, sempre acompanhadas de um serviço de Consultoria em Publicidade ajustado às necessidades de cada um, baseado no modelo “Pensa e Acontece”.



Marta Fialho Barros
Diretora

Quando criou a WinNow, fê-lo com base num espírito diferenciador e que procurava responder às necessidades mais particulares de quem a procurava. O que a levou a iniciar um negócio próprio, na área da Publicidade e do Marketing em particular?

Exatamente, o conceito foi esse: criar uma marca de qualidade, ligada ao Marketing e Publicidade, com características ainda não existentes no mercado. A minha licenciatura em Relações Internacionais e a Pós-Graduação em Negócio Internacional enraizou mais ainda conceitos que fazem parte de mim, tais como a determinação, espírito empreendedor

e empresarial e gosto pelas relações humanas. Este último funde-se também com o lado pessoal, adicionando o facto de ser uma pessoa positiva por natureza e que busca sempre uma solução para cada problema. Tudo isto está presente na inovação do conceito da agência, traduzido de forma business. Depois de analisar o mercado e ir tendo contactos de pessoas que procuravam outra forma de atuação por parte das agências, acreditei que fazia falta este conceito e pus mãos à obra na concretização do mesmo.

A mulher está a assumir, cada vez mais, um papel fulcral na dinamização da Economia nacional?

Sem dúvida e ainda bem que sim! Sou a favor de uma sociedade com igualdade de oportunidades entre homens e mulheres, sem que haja tantos casos de discriminação devido ao género. Em Portugal acho que estamos a assistir cada vez mais ao aumento da intervenção das mulheres nas organizações da economia social. As características da mulher na sociedade trazem indiscutivelmente uma mais-valia às organizações, pela capacidade que a mulher tem em acrescentar valor com a sua criatividade.

A WinNow

Como definiria a WinNow, relativamente ao que a diferencia dos restantes concorrentes?

A diferenciação da WinNow face às demais agências tem a ver com o acompanhamento personalizado, único para cada cliente, adaptado a cada necessidade, e com oferta de consultoria em Publicidade, na proporção de cada serviço. Em termos dos valores, não funcionamos apenas por packs, adaptamos cada orçamento às necessidades existentes. No reforço de tudo isto temos a Missão da agência, comum a qualquer um dos oito serviços - o Pensa & Acontece. Tal significa que cada serviço só está concluído quando o cliente vê a sua ideia concretizada (sem surpresas de valores adicionais).

Durante o confinamento, o digital foi fundamental para que as empresas pudessem continuar a chegar aos clientes. Que diferenças sentiu a WinNow no que respeita aos pedidos que lhe chegaram?

O ano de 2020 ficará para sempre como um marco do incremento do digital. O online não é amanhã, é hoje e quem não está fica de fora. Com a pandemia não tive que alterar nada porque sempre tivemos um sistema misto (presencial e online) e a equipa soube continuar a responder, ajustada a cada necessidade. Os oito profissionais que tenho são excelentes, em cada área. Houve um incremento de pedidos ligados aos sites e também relativamente ao Branding, já que as empresas, em épocas de crise, devem aproveitar para reforçar a sua imagem e na necessidade criar a oportunidade.

Qual será o papel da Comunicação, de agora em diante, no futuro das empresas?

A Comunicação sempre foi um fator determinante para qualquer empresa. Marcas fortes no mercado não dispensam apostar em publicidade porque é a forma de se conectarem com os clientes. O que as diferencia é precisamente a forma como comunicam. No futuro, acredito que a Comunicação vai ser tão ou mais valorizada porque, com a nova realidade, a Comunicação agora é online e offline, sem desvalorização de nenhuma das duas – ambas complementam-se e reforçam-se.

SITES E BRANDING DE CONFIANÇA!

A imagem que procurava para o seu Negócio!
Conosco quando Pensa...Acontece!
WinNow consigo em todos os momentos

WINNOW
Pensa & acontece

“SANTIAGO DO CACÉM TEM MUITO PARA CRESCER”

A Desafios na Planície surgiu em 2019, pela mão de Sara Pinela e do seu pai. Sendo uma agência imobiliária especializada em quintas, montes e outros produtos semelhantes, a sua principal região de trabalho é o concelho de Santiago do Cacém que, segundo Sara Pinela, “tem tudo, para quem procura uma vida de paz e tranquilidade”.

Desde que nasceu, esta agência imobiliária tem tido um percurso de crescimento. Em 2020, Sara Pinela assume que o ano foi melhor que 2019: “Registámos uma grande evolução, tanto na habitação permanente, como na aquisição de casas para férias/segunda habitação, nomeadamente algumas quintas e propriedades do mesmo segmento”. A pandemia foi, aliás, responsável por este aumento de procura: “Muita gente procurou o concelho de Santiago do Cacém, onde maioritariamente trabalhamos, mas também Grândola, Melides, Sines, Alcácer, para literalmente ‘ter espaço para respirar’. Acredito que a pandemia tornou as pessoas um pouco claustrofóbicas e a oportunidade de adquirir um imóvel com espaço exterior tornou-se muito importante. Com o aumento do teletrabalho, houve inclusivamente muita gente que optou por mudar de vida e instalar-se em Santiago do Cacém, o que aumentou também a procura por habitação permanente. Claramente, esta zona foi descoberta, mas ainda há caminho a percorrer”.



Sara Pinela
Diretora

Sara Pinela assume que Santiago do Cacém tem tudo para alguém que procura qualidade de vida e espaço: “Temos praias, temos a Lagoa de Santo André e da Sancha, temos o gin mais premiado da Europa, espaços incríveis para as pessoas desfrutarem, pessoas simpáticas, comida excelente... por isso o concelho não é em nada difícil de vender. Além disso, se compararmos os preços praticados aqui e noutras regiões, como Comporta, Carvalhal e Melides, os preços de Santiago do Cacém ainda estão mais baixos do que os das regiões mencionadas e posso

dizer que aqui há zonas tão ou mais agradáveis que noutras regiões. Muitas pessoas já começam a perceber que esta é uma boa região para investir e parte do nosso trabalho, enquanto consultores imobiliários, é justamente vender a nossa região”.

O produto para venda ainda existe, mas já não na mesma quantidade: “Ainda há produto para vender e explorar, mas quem procura características como vista mar ou uma ampla vista de serra já terá mais dificuldade em encontrar uma propriedade que corresponda ao seu desejo a valores ainda

apetecíveis. O mesmo acontece com imóveis – moradias ou apartamentos – para venda ou arrendamento. É um produto que está claramente em falta no mercado”.

Quando questionada sobre os clientes que mais procuram a região, Sara Pinela é perentória em admitir que existe uma grande variedade, desde compradores portugueses, que já são residentes e que querem mudar de casa, a compradores nacionais que decidiram mudar de vida e sair das cidades, para apostar num imóvel com mais espaço e onde o isolamento é possível, até estrangeiros, que vêm para residir ou para investir, na área do turismo: “Neste caso, deparamo-nos, frequentemente, com o problema da burocracia existente junto das instituições públicas. Cada município tem a sua maneira de funcionar e tudo – desde uma consulta até um registo – é muito demorado. De uma forma geral os clientes gostam de fazer uma compra muito informada e, para lhes conseguirmos dar toda a informação possível, precisamos de uma maior ajuda destas instituições”.

Ainda assim, para a diretora da Desafios na Planície o ano de 2021 tem sido muito bom e espera que, até junho, já tenha superado a faturação do ano passado: “Nos primeiros meses de 2021, tivemos uma evolução exponencial, quer em primeira habitação, quer habitação para férias. Até agora, ainda não parámos de trabalhar, mesmo existindo um aumento grande de preços nesta região. Por isso, parece-me que 2021 vai ser um ano muito positivo”.



“A RETOMA ECONÓMICA VAI SER RÁPIDA”

A H Consulting trabalha o mercado imobiliário da região de Lisboa, marcado pelas novas tendências de procura de casa, sobretudo por parte de famílias com filhos. No entanto, o diretor comercial, Hugo Andrade, explica que a procura pela cidade continua intensa e fala num ano de 2021 bastante positivo.

Sendo o mercado lisboeta tão heterogéneo, como consegue a H Consulting posicionar-se de forma a ir ao encontro de todas as solicitações?

Hoje, é essencial estar no mercado atento e informado. O mercado imobiliário está em constante alteração e continua a ser uma área bastante dinâmica. O nosso posicionamento passa, primeiro, por estar presente, com a máxima qualidade, na grande montra do mercado imobiliário que é a Internet. Aqui é que captamos a maior parte dos clientes compradores, tanto no mercado nacional como no estrangeiro, contudo nem sempre temos aquilo que o cliente procura. Nestes casos, recorremos aos imóveis de outras imobiliárias para satisfazer os pedidos dos nossos clientes. Temos boas relações com todas as nossas concorrentes e procuramos junto dos nossos colegas o produto que se enquadre no perfil dos nossos clientes.

Que análise faz deste mercado, sobretudo depois da chegada da pandemia?

A pandemia alterou alguns hábitos não só no nosso país, mas a nível mundial, apesar disso continuamos com uma procura bastante acentuada de potenciais compradores e clientes vendedores. O mercado no primeiro confinamento parou apenas para respirar fundo, ninguém percebia o que se estava a passar e víamos



Hugo Andrade
Diretor Comercial

peças com algum receio por não perceberem o que nos trazia a pandemia, no entanto o nosso mercado recuperou rapidamente e a procura - venda ou compra de imóveis - encontra-se neste momento num nível idêntico ao que tínhamos antes da pandemia.

Muitas famílias, aquando da pandemia e do confinamento, perceberam que as suas casas não eram as adequadas para si e procuraram mudar. Quais os “pontos fortes” mais solicitados atualmente, sobretudo pelas famílias com filhos?

Com o aparecimento da pandemia, a procura de imóveis com espaços exteriores ganhou um maior destaque. As famílias, principalmente com filhos, rapidamente perceberam que ter um imóvel com espaço exterior era a melhor solução, neste sentido houve um aumento significativo na procura de apartamentos com terraços e principalmente de moradias com espaço exterior nas áreas circundantes à Grande Lisboa. Com o aumento desta procura, também os preços de mercado subiram ligeiramente, no entanto a procura destes tipos de imóveis continua acentuada.



T1 Duplex,
Edifício Silva Carvalho 285, Lisboa, Amoreiras



Penthouse T1 no Saldanha

Considerando as novas prioridades familiares, que alterações lhe parece que estas tendências provocarão no mercado residencial da região metropolitana de Lisboa, face ao mercado da cidade?

O confinamento veio alterar a forma de trabalhar das empresas, algumas delas perceberam que não necessitavam de ter os seus colaboradores no espaço físico da empresa para que ela possa funcionar corretamente. O trabalhar a partir de casa vai ser, num futuro próximo, normal, e as pessoas acabarão por adquirir imóveis em zonas mais rurais por não estarem condicionadas a ter que se deslocar todos os dias para a empresa para trabalhar. No entanto, acho que o mercado da cidade de Lisboa continua com a procura bastante acentuada, tanto de portugueses (principalmente de casais sem filhos) como de estrangeiros.

As novas construções e as remodelações de antigos edifícios, com traça arquitetónica histórica, representam alternativas residenciais para um cliente de segmento médio-alto e alto. Este mercado existe, em Lisboa?

A remodelação de antigos edifícios, com traça arquitetónica histórica, será porventura o maior mercado em Lisboa. Com a crise de 2008, a queda de alguns Bancos e as taxas de juros baixíssimas, quem tinha dinheiro parado nos Bancos rapidamente percebeu que o

investimento no mercado imobiliário seria o melhor investimento a fazer. Então apareceram centenas de investidores a querer fazer o mesmo, mas a falta de conhecimento fez com que aparecessem produtos no mercado completamente desajustados à realidade. Muitas vezes, as remodelações feitas são boas de mais para a zona em que o imóvel se encontra e também existe o contrário. Um dos erros mais vulgares neste tipo

de mercado são as remodelações feitas ao gosto próprio do proprietário e não ao encontro daquilo que o mercado procura.

Como caracteriza a oferta imobiliária atualmente disponível na região?

A oferta e a diversidade na região de Lisboa são muito grandes. Todos os dias aparecem novos imóveis para venda e a procura acompanha bem a oferta disponível. Os imóveis que realmente estão no preço certo de mercado vendem-se muito rapidamente.

Como ultrapassou a H Consulting o período pandémico e, sobretudo, como lhe parece que o mercado se irá comportar na fase de “retoma económica”?

No período pandémico foram tempos de reagrupar, perceber o que se estava a passar e definir estratégias para o futuro. Foram tempos de formação na área, porque acreditamos que a informação nunca é demais. Neste momento, estamos mais preparados do que nunca para enfrentar o mercado.

O ramo imobiliário não vai parar e até ao final deste ano vamos estar muito perto dos níveis de 2019. A retoma vai ser, na minha opinião, muito rápida, face à procura que estamos a ter.

Que análise faz deste ano de 2021 e como se desenha o caminho da H Consulting no futuro?

O primeiro trimestre deste ano foi bastante equilibrado em comparação a anos anteriores. Neste segundo trimestre estamos muito perto de superar os números realizados no primeiro trimestre e temos a expectativa de fechar este segundo semestre com números superiores aos realizados em 2019. Desenha-se um ano que, na minha opinião, vai acabar por ser bastante positivo. Temos crescido de ano para ano paulatinamente, temos investido sempre no melhoramento e no crescimento sustentado da empresa e temos planos de abertura de um novo espaço ainda este ano.



Moradia no alto de Santa Catarina

“O NOSSO FOCO TOTAL É A PESSOA”

A Physioclem está presente no mercado há 19 anos. O seu fundador, o fisioterapeuta e osteopata Marco Clemente, define este projeto clínico como algo apaixonante e que tem o propósito maior de ir ao encontro das necessidades da população e da comunidade, promovendo um estilo de vida saudável para todas as faixas etárias, como testemunham os vários projetos em que a Physioclem participa.



Marco Clemente
CEO

Marco Clemente é fisioterapeuta, osteopata, e apaixonado por estas áreas, que têm em comum a busca por uma solução para a dor ou a limitação que afeta a vida de alguém. Quando fundou a Physioclem, fê-lo com a vontade firme de ajudar as pessoas: “O nosso propósito é sermos parceiros do nosso utente e ajudá-lo a resolver o seu problema, seja ele uma dor ou uma limitação física. O nosso foco total é a pessoa”.

Tendo esse propósito máximo em consideração, a equipa da Physioclem aposta constantemente na formação e na complementaridade entre áreas terapêuticas,

para alcançar o melhor resultado possível no que respeita ao tratamento de quem procura a clínica: “A nossa prática clínica é baseada naquilo que a evidência científica demonstra. Há muitas técnicas de fisioterapia que têm benefícios demonstrados e nós fomos sempre adaptando as nossas práticas a estas evidências. Isto implica que os nossos colegas tenham uma formação muito frequente – isso é a nossa tônica. Fazemos formação externa e interna. É este grande foco na pessoa, em conjunto com a prática fisioterapêutica baseada na evidência e profissionais formados e especializados que têm feito com que possamos ter um valor acrescentado para quem nos procura”.

A visão biopsicossocial no tratamento da dor

Atualmente, o tratamento da dor é feito tendo em consideração uma visão biopsicossocial da pessoa, ou seja, um tratamento que se foca em três áreas essenciais do Ser Humano: a “bio”, que se centra nas alterações físicas que o corpo humano vai sofrendo; a “psico”, que destaca a importância que a parte psicológica tem nas manifestações do estado físico do indivíduo; e a área “social”, no qual se incluem as relações sociais da pessoa e a forma como lida e interage socialmente: “Para tratarmos por completo a dor ou a limitação existente, é importante aliar os tratamentos corretos, como simultaneamente compreender exatamente a origem do problema. No que respeita aos tratamentos, foi também durante a busca pelo melhor tratamento possível para os utentes que acabei por me especializar em Osteopatia. O objetivo primordial é conjugar fisioterapia e osteopatia, com vista ao melhor tratamento possível da pessoa. Na mesma senda, a Physioclem desenvolve ferramentas ligadas às questões mentais, isso porque já existem evidências científicas que provam que a mente tem uma grande influência na questão da dor. Sabe-se, por exemplo, que a técnica de mindfulness ajuda muito a tratar a dor”.

Durante o período pandémico, muitas das dores que surgiram aconteceram em resultado do stress ou da incerteza causados pelo momento vivido, no entanto Marco Clemente reforça que a ausência de exercício físico, o aumento do peso e, no caso particular dos idosos, o isolamento, foram também fortes motivos para o aumento da dor: “Foi durante o confinamento que investimos na Physioclem online,

“É este grande foco na pessoa, em conjunto com a prática fisioterapêutica baseada na evidência e profissionais formados e especializados que têm feito com que possamos ter um valor acrescentado para quem nos procura”.

enquanto forma de chegar aos utentes. Não queríamos deixar de ajudar quem precisava de nós, mas com todas as restrições, tivemos de inovar. Acabámos por reunir várias ideias, de toda a equipa, e conseguimos oferecer aulas de Pilates Clínico e sessões de fisioterapia online durante o período mais difícil da pandemia”.

A equipa da Physioclem preparou-se também, de forma particular, para ajudar as pessoas que, após estarem recuperadas da Covid-19, ainda conservavam sequelas físicas, como as dificuldades respiratórias e a perda de massa muscular.

Um projeto aberto à comunidade

Marco Clemente sempre equacionou a Physioclem enquanto um projeto dedicado à fisioterapia, Osteopatia e outras áreas do Bem-estar, que contribuísse simultaneamente para uma maior literacia da Saúde e que conseguisse influenciar positivamente a comunidade onde está inserida. Atualmente, a Physioclem conta com clínicas em sete localizações da região Centro do país e, assim, a influência dos projetos em que participa aumenta: “O nosso contributo passa pela promoção de um estilo de vida saudável, através da atividade física, alimentação, promoção do sono, bem-estar mental... Tivemos, nestes últimos três anos, um projeto chamado Geração S+, em colaboração com a Escola Superior de Saúde de Alcoitão, que pretendia promover um estilo de

vida saudável entre os jovens. Estamos agora a trabalhar o Happier and Healthier, que é uma mistura entre a promoção de um estilo de vida saudável, juntando também felicidade, interior e relacional, no sentido de nos relacionarmos de uma forma mais positiva com a vida. Outro projeto que também desenvolvemos passa por trabalhar o envelhecimento positivo. É indicado para pessoas com mais de 50 anos, para desmistificar que é a partir desta idade que começa a fase mais feliz da vida. O objetivo é criar consciência disso e ensinar a envelhecer positivamente”.

No que respeita ao futuro, o fundador do projeto clínico Physioclem assume que não está nos seus planos a abertura de mais espaços clínicos, noutras localizações, pretende sim continuar a apostar na formação dos especialistas e no desenvolvimento de outros projetos virados para a comunidade: “A ideia é sempre estar focado naquilo que a comunidade precisa. Nós iremos trazer uma novidade que o mercado não tem e precisa muito. Trata-se de um serviço inovador, na área da promoção da Saúde, que será desenvolvido essencialmente online. No apoio comunitário, estamos também a trabalhar num projeto inovador, que tem como objetivo capacitar os jovens a serem agentes da mudança na criação de comunidades felizes. Esta novidade deverá surgir no final deste ano e é uma parceria com um município alemão e uma universidade dos Países Baixos. Em termos de intervenção de fisioterapia, a nossa ideia é continuar a apostar na formação, porque olhar para o futuro implica formar muito bem os nossos e ir evoluindo por aquilo que nos apaixonava”.



physioclem

A sua clínica de Fisioterapia e Osteopatia

www.physioclem.pt



“TRATAMOS O CLIENTE DE ACORDO COM A SUA NECESSIDADE”

A FioSolutions surgiu no mercado em 2014, tendo como diretora a fisioterapeuta Joana Leão Saygi. A aposta desta clínica assenta numa política de tratamento holística, onde o cliente é visto como um todo e cada tratamento é único, à imagem de cada Ser Humano.

A FioSolutions tem sete anos de existência no mercado, marcados pelo constante crescimento em serviços e espaço. Como avalia este crescimento e quais acredita serem as bases para o mesmo?

O crescimento da FioSolutions tem sido bastante positivo e feito de forma consolidada e gradual. A base deste crescimento é o trabalho árduo e dedicação, claro. A persistência e resiliência têm também sido valores-chave. Porém, a aposta numa visão holística e mais integradora do Ser Humano, com uma abordagem técnica diferente da habitual Fisioterapia, diferencia-nos.

Que serviços gostaria de destacar, em particular?

O core business da FioSolutions é a Fisioterapia/Osteoétiopatia. Apostamos numa abordagem holística e integradora do Ser Humano. Compreendemos a relação entre as emoções, os órgãos, os músculos/articulações/pele e como estes se refletem no movimento e nos sintomas dos clientes. Procuramos potenciar os clientes com informação e conhecimento que lhes permitam dar continuidade, no seu dia a dia, aos seus cuidados de forma a eles próprios serem os agentes da recuperação e reabilitação. Na FioSolutions não há protocolos rígidos na intervenção. Cada cliente recebe o que precisa, quando precisa, como precisa e onde precisa.

Com a Covid-19 e a respetiva recuperação, vieram alguns problemas



Joana Leão Saygi
Diretora

de saúde, sobretudo relacionados com a perda de força muscular e dificuldades respiratórias. Com se posicionou a FioSolutions relativamente à resposta adaptada a estas necessidades?

Apostámos na formação logo que esta surgiu, havendo fisioterapeutas a serem especializados nesta recuperação pós-Covid. Além disso, unimos os nossos conhecimentos de equipa e procurámos perceber, como fisioterapeutas, como podemos atuar de forma a minimizar estes impactos.

A Fisioterapia teve um aumento claro durante a pandemia. A que se deve tal crescimento?

O teletrabalho permitiu que houvesse

um aumento considerável na procura de cirurgias estéticas (abdominoplastias e lipoaspirações). Isto porque facilitou o processo de recuperação e conciliação com trabalho, dado que a pessoa pode estar em casa a trabalhar enquanto recupera. O aumento foi cerca de 50 por cento face aos anos anteriores, de acordo com a nossa fisioterapeuta especialista em Dermato-Funcional

Como respondeu a FioSolutions às necessidades de quem vos procurou durante o período de confinamento?

Aquando do encerramento da clínica, nos primeiros dois meses da pandemia, procurámos não deixar os nossos clientes desamparados e

criámos o apoio online, com teleconsultas, através do telefone ou através do mail, com envio de planos de exercícios e através das redes sociais.

Quais as mudanças (visíveis ou não visíveis) na saúde das pessoas, decorrentes da pandemia? Como antecipa a FioSolutions os problemas decorrentes deste período de maior confinamento e pressão psicológica?

O Ser Humano é feito para se mexer e conviver. Resultante destes impedimentos, surgem na clínica diariamente situações de dores na cervical, ombro, cotovelo e punho, seguidas de lombalgias. A associar a estes problemas, quadros de perda de força muscular e flexibilidade muscular. Na FioSolutions, adaptámos-nos procurando dar soluções sob o ponto de vista físico nas nossas sessões, com estratégias individuais para ultrapassar problemas, e iniciámos classes de Pilates semanais. Para além do aspeto físico, a componente emocional e psicológica sofre com estas mudanças bruscas no nosso modo de viver. O estudo “Saúde Mental em Tempos de Pandemia”, cujos resultados foram divulgados pelo Instituto Nacional de Saúde Doutor Ricardo Jorge este janeiro, indica que um em cada quatro participantes apresenta sintomas moderados a graves de ansiedade, depressão e stress pós-traumático. A FioSolutions tomou a iniciativa de passar a disponibilizar consultas de Psiquiatria e reforçámos o horário disponível para sessões de Psicoterapia.



FioSolutions

“A COMPLEMENTARIDADE ENTRE MEDICINA CONVENCIONAL E OSTEOPATIA É O FUTURO”

A Nbfisio é uma rede de clínicas especializadas em Osteopatia, Fisioterapia e Pilates Clínico. Nuno Barreto é osteopata e fisioterapeuta, além de ser o diretor clínico deste grupo, cujos serviços estão disponíveis em Almada, São João do Estoril, Olhão e, brevemente, em Alcantarilha.

Quando surgiu a Nbfisio e qual o vosso posicionamento no mercado, e junto dos vossos clientes?

A Nbfisio surgiu no mercado em setembro de 2009, desde essa altura temos apostado numa política de cuidados de saúde individualizada e focada nos pacientes. Neste momento, estamos em Almada, São João do Estoril, Olhão e muito brevemente iremos abrir uma nova clínica em Alcantarilha. Procuramos ir ao encontro das expectativas de quem nos procura, elevando o nível dos cuidados prestados nas áreas da Osteopatia e Fisioterapia, recorrendo às técnicas e tratamentos que melhor se adequam a cada problema e cada pessoa, tendo sempre em conta as melhores referências e bases disponíveis. Somos uma equipa jovem, mas experiente, dinâmica e em constante evolução.

De entre as principais terapias complementares de que dispõem, quais as que gostaria de salientar?

Para além da Osteopatia e Fisioterapia, destaco o Pilates Clínico, Yoga Terapêutico e o nosso Ginásio Clínico, com condições de excelência para uma recuperação total e uma manutenção a médio e longo prazo. Temos também Acupuntura, Naturopatia, Mesoterapia, Nutrição, Terapia da Fala, Psicologia, Coaching ou Hipnose Clínica.



Nuno Barreto
Diretor clínico

A complementaridade entre as terapias complementares e as especialidades clínicas pode, efetivamente, ajudar à melhor recuperação possível de quem vos procura?

A complementaridade entre as terapias complementares e as especialidades clínicas é o futuro da Medicina e dos cuidados de saúde. À semelhança do que já se verifica noutros países da Europa, Ásia e América, as diferentes áreas da Medicina completam-se e integram-se em torno da recapacitação dos utentes. É isso que procuramos fazer nas clínicas Nbfisio, com uma equipa de profissionais de saúde de excelência, que possuem experiência e domínio das diferentes áreas da saúde, compreendendo o Ser Humano como um todo.

A Fisioterapia teve um aumento da procura, considerando o pós-confinamento. A que lhe parece que tal se deveu? Como respondeu a Nbfisio a esta procura?

Parece-nos que tal se deve a um acumular de situações que têm conduzido a uma grande inatividade da população, que se traduz em dores de costas, tendinites, lesões musculares e posturais, entre outras. O facto de oferecermos tratamentos individualizados e direcionados para cada utente, num contexto de segurança máxima, e dispormos de profissionais motivados e competentes são mais fatores diferenciadores que contribuíram para isso. Acabámos por nos adaptar à procura, melhorando e aumentando os nossos recursos humanos, passámos a

dispor de consultas, tratamentos e aulas online e ao domicílio. Fizemos também uma forte aposta no digital, para estarmos mais perto de quem nos procura.

A Covid-19 causa problemas físicos, como a perda de massa muscular e algumas dificuldades respiratórias. A Nbfisio preparou algum programa especial, de forma a responder a estas questões?

Nas clínicas Nbfisio dispomos de programas de reabilitação respiratória e cardíaca, através da implementação de treinos cardiofuncionais nos nossos ginásios e tratamentos complementares de fisioterapia respiratória, Pilates Clínico e Ginástica Hipopressiva. Dispomos ainda de uma equipa de psicólogos e nutricionistas para ajudar na recuperação.

Como lhe parece que os portugueses cuidaram da sua saúde na pandemia?

Com os vários confinamentos e as consequências da imobilidade e morbidades de grande parte dos portugueses, os problemas de saúde tiveram tendência a agravar-se. Temos verificado mais situações limite, sendo que a saúde dos portugueses no geral agravou-se. Os problemas musculoesqueléticos e articulares têm uma prevalência mais elevada, bem como as tendinites, lombalgias, dores nos ombros e cervical.



FISIMAIA: ESPECIALISTAS EM REABILITAÇÃO

A Fisimaia está presente no mercado há mais de três décadas. Com um vasto leque de serviços clínicos e especialidades médicas, esta clínica foi pioneira na Reabilitação Cardíaca, na região norte e é especialista em Reabilitação Pediátrica, tratando cerca de 300 crianças semanalmente, de acordo com a fundadora e Diretora Clínica, a Fisiatra Eunice Vouga.

Prestam um serviço de saúde especializado e inovador há mais de 30 anos. Como olham para o setor, ao fim de três décadas de atividade? Que evolução existiu?

A revolução tecnológica permitiu a especialização crescente dos recursos humanos, algo que será reforçado através da digitalização da Saúde. O acesso generalizado à informação traz também maior exigência e menor espaço para o erro. O tempo tornou-se o recurso mais valioso e o sucesso da Fisimaia só se pode dever à eficácia e eficiência das suas intervenções. Não obstante todas as mudanças e adaptações, o "toque" e o humanismo que sempre nos caracterizaram continuam a ser pedra angular do setor.

Quais as especialidades e serviços que gostaria de destacar?

Tornámo-nos muito fortes na Reabilitação Pediátrica (Fisimaia Júnior). Entre as valências de Fisioterapia, Fisioterapia, Terapia da Fala e Terapia Ocupacional (incluindo Integração Sensorial), a Pedopsiquiatria e a Psicologia, tratamos cerca de 300 crianças por semana. Temos uma equipa competente e dedicada que permite identificar e abordar todas as necessidades dos nossos utentes mais pequenos.

A Fisiatría tomou-se uma das áreas mais importantes e procuradas durante a pandemia. Como é que esta especialidade médica ajudou as pessoas a ultrapassarem este momento?

A Medicina Física e de Reabilitação, que inclui a Fisioterapia na sua abordagem terapêutica, é a especialidade médica da "função". Isto é, dota as pessoas da capacidade de intervirem sobre si próprias e na sociedade, seja através do alívio da dor, da recuperação do gesto motor ou do recurso a



Eunice Vouga
Fisiatra, fundadora e Diretora Clínica

estratégias e instrumentos compensatórios. O aumento da procura é fruto do reconhecimento da importância desta intervenção na recuperação integral do indivíduo e do impacto que tal tem na sociedade, nomeadamente, no retorno precoce à vida social e profissional ativa, no aumento da produtividade e na qualidade de vida em geral. Da nossa parte, temos trabalhado para aumentar o acesso à reabilitação e o conforto dos utentes, seja nas nossas instalações, nos serviços ao domicílio ou através de sessões online.

Qual a importância dos programas de reabilitação para quem sofreu um AVC ou qualquer outro acidente cardiovascular?

É inegável a importância dos programas de reabilitação de pessoas com eventos vasculares, como um AVC ou "enfarte". A intervenção hospitalar é crítica,

mas a continuidade da reabilitação após a alta pode fazer a diferença entre a dependência ou a autonomia total da pessoa. A reabilitação com uma equipa multiprofissional permite a reintegração do indivíduo na sociedade, em todas as suas dimensões. A Fisimaia trata utentes com AVC há mais de 30 anos e foi pioneira na Reabilitação Cardíaca na região Norte. Para alguns, somos uma segunda família.

A Psicologia é outra área clínica que teve muita procura neste período pandémico. Como foi possível responder a todas as solicitações de quem vos procurava?

A Fisimaia conta com uma equipa de psicólogas que dá uma resposta alargada e eficiente. A constante articulação com as famílias, sobretudo nos casos de perturbação do desenvolvimento, foi fulcral para a partilha de estratégias de gestão emocional e comportamental, minimizando os efeitos da pandemia. As sessões online têm sido uma intervenção eficiente com excelentes resultados na nossa prática.

Como lhe parece que as pessoas reagiram, relativamente à preocupação com a sua saúde, durante a pandemia?

Foi um período complexo e inédito, apenas mitigado pela confiança crescente nas medidas sanitárias que implementámos e que mostraram inegável êxito. A sensação de segurança dos utentes, aliada às alternativas oferecidas, facilmente levaram a que a procura de soluções na Fisimaia fosse novamente elevada e superasse, até, o pré-pandemia.



fisimaia
CLÍNICA FISIÁTRICA DA MAIA

fisimaia
JÚNIOR
VIDA ACTIVA PARA OS MAIS PEQUENOS!

✉ geral@fisimaia.pt

🌐 www.fisimaia.pt

📞 229479680 | 919185144

📍 Praça Almada Negreiros, N.º 64
4470 - 133 Maia



“PROCURAMOS O EQUILÍBRIO ENTRE CORPO E MENTE”

Em 1999, quando Alexandra Arnaut Dinis abriu a Clínica das Cinco Vilas, em Avelar, Ansião, optou por aliar a Medicina convencional, nomeadamente a fisioterapia e outras especialidades médicas, às terapias alternativas, inicialmente através da Acupuntura. Além disso, ainda adicionou o ballet ao leque de oferta de serviços disponíveis. Duas décadas depois, a diretora desta clínica está convencida que a sua aposta foi a correta.

“Desde o início, fiz questão de fazer algo diferente, mas isso exige risco”. As palavras são de Alexandra Arnaut, a diretora da Clínica das Cinco Vilas: “Para levar a cabo esta missão, reuni profissionais de excelência, que se identificassem com a nossa forma de trabalhar. Apoiamos a transparência, a integridade e a equidade. Acabamos por fazer uma Medicina Integrativa, numa complementaridade entre a Medicina convencional, as terapias alternativas e ainda a dança. Aliando estas três áreas distintas, o nosso objetivo é ultrapassar o simples tratamento do sintoma. Procuramos o equilíbrio entre corpo e mente e vemos todos os nossos utentes com um olhar mais humanizado, procurando conhecê-los e construir uma relação de confiança e duradoura”. Ao promover a saúde na sua totalidade, o paciente/utente passa a ter muito mais qualidade de vida: “A Medicina convencional é algumas vezes complementada pelas terapias alternativas, sendo este um modelo adotado inclusivamente em alguns hospitais, que reconhecem a importância de um tratamento global do problema de saúde, nomeadamente no que respeita a doenças musculoesqueléticas”.

Esta clínica dispõe de várias especialidades médicas, das quais Alexandra Arnaut destaca a Fisiatria e



Alexandra Arnaut
Diretora

Ortopedia, a Reumatologia e a Clínica Geral. A Fisioterapia, a Psicologia, a Psiquiatria, a Pediatria, a Nutrição e as aulas de dança, em geral, foram as áreas onde a procura mais aumentou: “Aquando do confinamento obrigatório optámos pelas consultas, aulas de dança e os serviços de Personal Trainer, (PT) em formato online”.

A pandemia fez aumentar bastante as áreas ligadas à saúde mental, como a Psicologia e a Psiquiatria, e também as necessidades de Fisioterapia e da prática de exercício físico, mesmo para aqueles que estão em recuperação da Covid-19: “Nestes casos específicos, os problemas a

tratar prendem-se com perda de massa muscular, dores musculares e articulares, fadiga e ainda dificuldades respiratórias. É sobre estas sequelas que os nossos médicos e fisioterapeutas intervêm”.

De entre outras valências, destacam-se ainda a Terapia da Fala, a Osteopatia e a Acupuntura, os tratamentos anti-tabágicos, estética, treinos de PT e aulas de grupo.

A dança é outro dos pilares dos serviços oferecidos por esta clínica: “Iniciei as aulas de ballet porque possibilitam melhorar a postura, diminuir a rigidez muscular, potenciando o bem-estar e a

coordenação motora. A dança, enquanto atividade lúdica e intrinsecamente motivante, permite desenvolver aspetos motores, psicológicos e sociais. Quando aliada à Cinesioterapia, uma vertente da Fisioterapia, pode ajudar a tratar sequelas de AVC”. Atualmente, estão também disponíveis as danças de salão, danças afro-latinas e urbanas.

“O espírito é sempre de inovar, oferecendo o melhor aos nossos utentes”. A prova disso é a mais recente especialidade da clínica – Gerontologia, indicada para adultos que procuram um envelhecimento saudável e ativo e também dirigida aos cuidadores informais: “Criámos ainda sessões de coaching e mentoring, que nos estão a surpreender pela procura que têm tido”. Com mais de duas décadas de atividade, num espaço de 400 metros quadrados, com dois pisos e contando atualmente com 27 profissionais, distribuídos por 24 especialidades médicas e outras valências, Alexandra Arnaut admite que mantém a mesma vontade de continuar a prestar cuidados de saúde diferenciados, na região onde se insere: “O principal objetivo é manter a clínica na vanguarda, através dos serviços que disponibilizamos e dos nossos profissionais”.



Desde 1999

“O RECEIO DA COVID-19 NÃO DEVE ADIAR A PROCURA DE TRATAMENTOS”

Alexandra Matos Oliveira é a diretora dos espaços clínicos Espimar, que abriu em 2005, e Saúde 23 – marca que conta com duas clínicas, uma em São Félix da Marinha, que abriu em 2007 e outra nos Carvalhos, que abriu sete anos depois. São espaços que disponibilizam várias especialidades médicas, entre as quais a Medicina Dentária, área à qual os portugueses não recorrem de forma assídua.



Alexandra Matos Oliveira
Médica Dentista / Diretora Clínica

Como avalia a evolução, ao longo dos anos, que estes espaços tiveram, e a forma como se posicionaram no mercado?

A evolução tem sido progressiva e tem correspondido às nossas expectativas. A Espimar Clínica Médico-Cirúrgica é a mais antiga, surgiu em 2005, embora tivesse aberto com menos especialidades do que tem atualmente. Em 2009, com a inclusão de Medicina Dentária, houve necessidade de mudar para as instalações atuais, facilitando o acesso e melhorando os cuidados aos pacientes. Entretanto, em 2007, abriu a Saúde23 Clínica Médica e Dentária em São Félix da Marinha, também com várias especialidades médicas, enfermagem, análises clínicas, Medicina Dentária, medicina alternativa e meios complementares de diagnóstico. Em 2014, abriu, com o mesmo conceito, a Saúde23 Clínica Médica e Dentária nos Carvalhos, procurando responder ao aumento da procura. Em todas estas

unidades pautamo-nos por cuidados médicos de excelência, por padrões éticos e deontológicos, colocando sempre o cliente em primeiro lugar. O corpo clínico é altamente qualificado e composto por profissionais de referência nas diversas especialidades. Usando tecnologia e técnicas inovadoras, e promovendo a colaboração interdisciplinar e a formação, estamos convictos de que fornecemos um excelente e rigoroso serviço médico.

Quais os serviços de que dispõem os três espaços clínicos que gostasse particularmente de destacar?

Dispomos de vários serviços, que abrangem diversas especialidades médicas e Medicina Dentária, passando também por análises clínicas, Terapia da Fala, Podologia, Nutrição, Acupuntura, Osteopatia, Enfermagem e serviços de estética e bem-estar. As

especialidades médicas são: Medicina Geral e Familiar, Oftalmologia, Dermatologia, Psicologia, Psiquiatria, Pediatria, Imuno-alergologia, Pneumologia, Cardiologia, Cirurgia Cardiorácica, Cirurgia Vasculiar, Cirurgia Geral, Urologia, Endocrinologia, Medicina Interna, Ginecologia, Neurologia, Otorrinolaringologia, Ortopedia e Reumatologia.

No que concerne à Medicina Dentária, cerca de 41 por cento dos portugueses não vai ao dentista há mais de um ano. Que consequências pode isso acarretar?

A passagem de longos períodos sem consultas poderá potenciar situações conducentes a infeções dentárias generalizadas e a consequentes perdas dentárias. A pandemia veio agravar a situação, pois, por um lado, ter-se-á temido a medicina dentária por se considerar uma especialidade exposta a riscos de infeção e, por outro, em março de 2020, os dentistas foram mesmo obrigados a encerrar os estabelecimentos, sendo só permitido atender urgências.

A Nutrição, o acesso à Medicina Geral e mesmo às áreas de Estética e Bem-estar ficou muito dificultado durante a pandemia. Como procuraram, nos três espaços clínicos, continuar a ajudar quem vos procurava?

Na fase de confinamento, comunicámos aos nossos clientes que continuaríamos disponíveis para os esclarecimentos que julgassem necessários, quer por email, telefone, site ou redes sociais das clínicas, quer

por consultas por videochamada. À medida que as restrições foram sendo levantadas, passámos a implementar rigorosamente as normas e diretrizes da DGS e da OMD, de forma a preservarmos a segurança dos utentes e a merecermos a sua confiança.

Ainda existem pessoas com receio de se dirigir aos espaços médicos, devido à pandemia. Que mensagem lhe parece importante passar a quem ainda não se sente confiante para procurar ajuda médica para algum problema que tenha?

O receio da Covid-19 não deve impossibilitar diagnósticos atempados e adiar a procura e o acompanhamento de tratamentos. É importante também que se saiba que os estabelecimentos médicos se encontram dotados de medidas de higienização/desinfeção muito apertadas. No nosso caso, temos uma preocupação constante com a proteção dos nossos profissionais, que realizam, por exemplo, testes rápidos com regularidade e usam equipamentos de proteção adequados. Neste momento, todos os médicos e colaboradores se encontram vacinados.

Quais os projetos pensados para o futuro da Saúde 23?

Neste momento, pretendemos consolidar e expandir as nossas empresas, manter o rigor na prática de excelência e proporcionar ótimos cuidados a toda a população que servimos.



MUDAR A POSTURA NA VIDA DAS PESSOAS

A Físio Mais iniciou o seu percurso empresarial há quase dois anos, com o objetivo maior de trabalhar o cliente a partir de uma perspetiva global e tornando-o mais ativo relativamente à sua recuperação. Nadja Leite é fisioterapeuta e a diretora desta clínica, situada em Vila Praia de Âncora.

Há quanto tempo existe a Físio Mais? Quando chegou ao mercado, quais as mais-valias que pretendia apresentar?

A Físio Mais está no mercado desde setembro de 2019 e nasce de uma visão de Saúde Global. Pretende trabalhá-la com tempo, respeitando a individualidade de cada caso, não procurando resolver apenas o sintoma, não tendo pacotes de intervenção fechados. Queremos ter tempo para escutar quem procura os nossos serviços, saber a sua história e o que perturba o seu estado de equilíbrio.

Que serviços e áreas clínicas disponibilizam? O que vos distingue, na relação com os clientes?

Contamos com serviços de Fisioterapia, Reeducação Postural Global (RPG), Medicina Tradicional Chinesa, Psicologia Clínica, Pilates Clínico, Pilates na Gravidez e Pós-parto, Fisioterapia para o Pavimento Pélvico e Ginástica Abdominal Hipopressiva (GAH). Pretendemos ter um serviço que trabalha com o cliente de uma perspetiva global, não deixando nada ao acaso.

A fisioterapia é ainda associada à área clínica que trata da recuperação ou manutenção física da pessoa ou já existe uma noção mais alargada de que a fisioterapia pode ajudar em muitas outras situações, como na recuperação pós-parto?

Claro que sim! Apesar de a maior taxa de procura que temos ser de pessoas que pretendem soluções para um problema, dor ou limitação, já temos clientes que nos procuram de forma preventiva e que recorrem aos nossos serviços de Pilates Clínico e GAH para otimizar os bons resultados obtidos em consulta. Introduzimos também a RPG (para correção postural, tratamento de escolioses) e a Fisioterapia para o Pavimento Pélvico (preparação para o parto e

prevenção/tratamento de disfunções como a incontinência urinária). A abordagem da Físio Mais é proporcionar um espaço onde mais do que cuidar da doença, pretendemos tornar quem nos procura mais ativo perante a sua recuperação, responsabilizando-o pela sua saúde.

A quem mais se adequa o Pilates Clínico? Quais os problemas físicos que ajuda a tratar?

O Pilates Clínico distingue-se do Pilates Tradicional exatamente porque é possível que toda a gente o pratique. Na Físio Mais, adaptamos os exercícios em diferentes níveis de dificuldade, moldando a prática às necessidades de cada caso. Antes de iniciar a prática, reservamos um momento para fazer uma avaliação clínica e da capacidade física e estabelecemos em conjunto objetivos. No Pilates Clínico o aluno pode reaprender os padrões de movimento e saber recrutar corretamente os músculos.

A Fisioterapia teve um acréscimo de mais de 20 por cento, durante este período de pandemia, associado ao confinamento. Qual a importância da Fisioterapia nesta fase?

A Fisioterapia tem uma enorme importância nesta fase, basta lembrar que o confinamento contribuiu para um aumento do stress e ansiedade, sedentarismo e obrigou ao teletrabalho/telescola. Tudo isto são fatores que facilitam o aparecimento de disfunções posturais e novas dores. A Físio Mais continuou a dar resposta a todos os casos, quer com o acompanhamento online em aulas de grupo (que permitiram combater também o isolamento social), quer através das consultas presenciais, respeitando os cuidados pedidos pela DGS.



Nadja Leite
Diretora

Como avalia, até ao momento, o ano de 2021? Como será a evolução da Físio Mais?

O ano de 2021 foi um ano de ajustes, tal como o ano que o precedeu. Potenciámos a informação para a promoção de saúde através das nossas redes sociais e reestruturámos as aulas de grupo para o formato online, sendo que só retomámos em maio as aulas presenciais, com turmas mais reduzidas. Mantemos a nossa missão: “Mudar a postura na vida das pessoas” – por isso para este ano pretendemos retomar alguns projetos para a comunidade que ficaram suspensos devido à pandemia e continuamos a estabelecer novas parcerias.



“AS RELAÇÕES ECONÓMICAS TÊM POTENCIAL PARA CRESCER”

O Embaixador da Suíça em Portugal, André Georges Regli, cumpre a sua última missão diplomática em Portugal. Nesta entrevista, destacou as relações políticas e económicas existentes entre Portugal e a Suíça e a importância que esta relação bilateral tem para ambos os países.

Como caracteriza as relações diplomáticas existentes entre Portugal e Suíça?

As relações diplomáticas são excelentes e não conheço qualquer conflito existente. Tenho de destacar que os dois países escolheram caminhos diferentes para o seu desenvolvimento: Portugal dentro da União Europeia e a Suíça fora da União Europeia. Isso significa que, em certos aspetos, as visões e as prioridades dos dois países diferem.

Relativamente à questão comercial e económica, como se relacionam os dois países?

As relações económicas bilaterais são intensas, mas ainda há um grande potencial de crescimento. A Suíça é o oitavo maior investidor em Portugal, com quase três mil milhões de euros. Estes investimentos são responsáveis pela criação de cerca de nove mil postos de trabalho em Portugal. O volume de negócios chega a mais de 2.300 milhões de euros, a Suíça sendo o nono destino das exportações portuguesas e Portugal o 32º destino das exportações suíças. E são também 300 mil turistas suíços que visitam anualmente Portugal. As empresas suíças reconhecem em Portugal um país estável e interessante para investir. Tanto a Nestlé como as farmacêuticas suíças Roche e Novartis continuam por isso a investir no país. Os investimentos suíços também têm ido para áreas como a digitalização, as energias renováveis e os caminhos-de-ferro.

Qual a importância da comunidade



André Georges Regli
Embaixador

portuguesa para a Suíça? Em sentido contrário, o que faz alguns cidadãos suíços fixarem-se em Portugal?

260 mil cidadãos compõem atualmente a comunidade portuguesa a residir na Suíça. É, portanto, uma comunidade muito importante e posso até afirmar que todos os suíços conhecem um português na Suíça! Os portugueses estão muito bem integrados e têm um papel importante na economia e no desenvolvimento da Suíça. Estes imigrantes enviam também remessas para Portugal, o que representa um fator económico bastante interessante para o país. Com mil milhões de euros em 2020, as

remessas vindas da Suíça ultrapassaram pela primeira vez as remessas vindas de França, pondo a Suíça no topo da lista. Além da estabilidade política e económica, que atraem os empresários, é a qualidade de vida que cativa os cidadãos suíços em Portugal. Quando cheguei a Portugal em final de 2017, havia 3500 suíços a residir em Portugal, agora são mais de cinco mil.

Tendo em conta a questão pandémica e as dificuldades que a mesma criou às deslocações de pessoas e mercadorias, como se posicionaram Portugal e Suíça relativamente um ao outro?

As relações económicas e comerciais sofreram com a pandemia. Várias pequenas e médias empresas suíças, que queriam investir em Portugal, adiaram os seus projetos, mas acredito que, com a normalização da situação, os projetos se irão concretizar. As trocas diplomáticas continuaram durante a crise pandémica, com várias reuniões virtuais que substituíram as viagens planeadas. As deslocações das comunidades portuguesa e suíça nunca chegaram a parar completamente, graças à companhia aérea SWISS, que durante todo o ano de 2020 voou entre os dois países.

Terminará a sua carreira diplomática em outubro. Que balanço faz do seu percurso, considerando o facto de Portugal ser o último país onde exercerá funções enquanto Embaixador?

É um grande privilégio terminar a minha longa carreira diplomática neste país maravilhoso que é Portugal. Vindo do Brasil, a minha integração foi muito fácil e consegui criar uma grande rede de contactos. Sem poder, por causa da pandemia, concretizar todos os projetos que tinha em mente, consegui estreitar os laços a nível político e, em estreita colaboração com a Câmara de Comércio e Indústria Suíça em Portugal, apoiar as empresas suíças já estabelecidas ou a querer investir em Portugal. Consegui também alargar a rede consular suíça em Portugal, que cobre agora todo o Portugal Continental, e assim posso partir com a satisfação do dever cumprido e a certeza de voltar para este país único.

“SOMOS UM ELEMENTO FACILITADOR DA RELAÇÃO ECONÓMICA ENTRE PORTUGAL E SUÍÇA”

Portugal e Suíça têm relações diplomáticas e comerciais já antigas, mas foi há cerca de 30 anos que as trocas comerciais entre estes dois países se exponenciaram. Foi também nessa altura, em 1987, que surgiu a Câmara do Comércio e Indústria Suíça em Portugal, para ajudar a desenvolver e manter esta relação, como explica o secretário-geral, Gregor Zemp.

A relação comercial entre Portugal e Suíça tem vindo a fortalecer-se. A que se deve tal facto? A Câmara do Comércio e Indústria Suíça em Portugal tem influência neste crescimento das trocas comerciais?

A ligação política e económica entre Portugal e Suíça é centenária. A Câmara do Comércio e Indústria foi criada em 1987, devido ao aumento das trocas comerciais: os responsáveis das grandes empresas suíças queriam uma plataforma comum onde pudessem trocar experiências, contactos e serviços e a comunidade portuguesa queria ter produtos portugueses disponíveis para seu consumo. Portugal também se desenvolveu muito nestes últimos 30 anos, nomeadamente no que respeita à rede viária, às infraestruturas, aos setores do Turismo e da Tecnologia, que hoje exportam para a Suíça e que atraíram o investimento suíço para Portugal.

Como pode a Câmara do Comércio e Indústria Suíça em Portugal ajudar a desenvolver as interações entre empresas e empresários portugueses e suíços, que queiram investir nestes países?

A nossa ajuda passa por disponibilizar uma rede de contactos de autoridades portuguesas e suíças, que possam ajudar a desenvolver o projeto pretendido. O que fazemos é “abrir portas”, intermediar o processo e ajudar na compreensão dos trâmites legais e burocráticos que podem ser de entendimento mais difícil, sobretudo



Gregor Zemp
Secretário-geral

quando existe o entrave da língua. Porém, o mais importante de tudo é passar confiança a quem vem investir num país estrangeiro – seja Portugal ou Suíça. A confiança é fundamental para os investimentos e Portugal é um bom país para investir – é estável, política e juridicamente – o que deixa avaliar corretamente os riscos que se assume, aquando da realização do negócio. Por esse motivo, quando tomamos conhecimento de uma empresa que quer instalar-se em Portugal fazemos questão de envolver os municípios nessa negociação, pois eles são entidades fundamentais em qualquer investimento – conhecem o território e podem ajudar a encontrar um bom local para instalar a empresa, ajudar no processo de recrutamento de recursos humanos... Há municípios que destacam equipas especializadas para ajudar as empresas que se querem instalar no concelho e as hipóteses de sucesso são muito altas.

Quais os setores que despertam mais interesse para investimento?

O que Portugal exporta para a Suíça é bastante transversal, mas o setor metalomecânico tem uma grande importância. Além disso, existem ainda os setores do têxtil, calçado, moldes, materiais de construção, tecnologia e software (através de equipas de nearshore) e o turismo. No caso das exportações suíças para Portugal, grande parte é ocupada pelas empresas farmacêuticas, como a Roche e a Novartis. Além disso, exporta-se ainda maquinaria de precisão, relógios e máquinas de alta qualidade para indústrias específicas.

Como descreveria a comunidade portuguesa presente na Suíça, relativamente à sua distribuição pelas diferentes atividades económicas?

Nos anos 70 e 80, os emigrantes portugueses eram pessoas não

qualificadas que trabalhavam na restauração, hotelaria, limpezas... Depois, quando a Troika esteve em Portugal, saíram do país muitas pessoas altamente qualificadas, que foram trabalhar nas áreas da saúde e informática. Os filhos dos emigrantes da primeira vaga também já têm qualificações académicas e trabalham nas áreas financeira, farmacêutica, metalomecânica... muitos lideram empresas. Esta é a terceira maior comunidade estrangeira na Suíça – tem cerca de 300 mil pessoas – e está muito bem integrada no país, até porque os portugueses são muito compatíveis com a forma suíça de estar e trabalhar: não gritam com facilidade, são pessoas calmas e muito humanas, o que é algo que os suíços prezam.

Quais são os passos seguintes na relação económica entre Portugal e Suíça? Como pode a Câmara do Comércio e Indústria Suíça em Portugal ajudar a concretizá-los?

No fundo, é continuar a reforçar e consolidar esta boa relação que existe, a nível diplomático e económico. O nosso papel também passa por mostrar as oportunidades de investimento que quer Portugal, quer a Suíça oferecem. Além disso, defendemos os interesses de cada empresa no respetivo país de acolhimento. A missão inicial mantém-se: ser um elemento facilitador na relação económica entre os dois países.

BELAS CLUBE DE CAMPO:

O Lisbon Green Valley é a nova fase do Belas Clube de Campo, um empreendimento imobiliário idealizado pelo André Jordan Group. Personifica um estilo de vida sofisticado e contemporâneo, que reúne as características de um countryclub e a proximidade à vida cosmopolita.



Com uma arquitetura moderna e sofisticada, da autoria do arquiteto Eduardo Capinha Lopes, o Lisbon Green Valley integra apartamentos e townhouses de diferentes tipologias, além de lotes para construção de moradias unifamiliares, num investimento que ronda os 100 milhões de euros.

Situado a poucos minutos do centro de Lisboa, de Sintra e de Cascais, este empreendimento insere-se num parque florestal e conta com muitos espaços verdes, bem como variados serviços: vigilância 24h, jardim-escola João de Deus inserido no empreendimento, que recebe crianças dos quatro meses até ao 6º ano de escolaridade, restaurantes, healthclub, minimercado, parafarmácia, golfe, ténis e padel.

Os apartamentos, de arquitetura moderna e com uma tipologia que varia entre T1 e T3, têm grandes áreas interiores e estão dotados de varandas e jardins, de forma a assegurar o contacto com a Natureza. Além disso, todos dispõem de garagem, arrecadação e posto de carregamento para carros elétricos.

O empreendimento conta com três edifícios, de 16 apartamentos cada, sendo que mais de metade dos imóveis já está vendida. Dentro da tipologia T1, existem apartamentos destinados ao segmento sénior – os Silver Age Ready – que se diferenciam dos restantes por permitirem uma circulação sem entraves no interior dos apartamentos e que podem ter associados um conjunto de serviços e cuidados médicos ao domicílio. Estes apartamentos destinam-se a quem ainda é independente, mas gosta de se sentir seguro e salvaguardado.

O CHARME DE UM COUNTRYCLUB ÀS PORTAS DE LISBOA



CEO do André Jordan Group e Presidente do Conselho de Administração da Planbelas, Gilberto Jordan lidera o Belas Clube de Campo, um dos maiores desenvolvimentos imobiliários a nível nacional. É um impulsionador e referência na incorporação da sustentabilidade e resiliência na construção residencial, enquanto componente essencial para uma melhor qualidade de vida.

No André Jordan Group, esteve na gestão e desenvolvimento de diversos empreendimentos como a Quinta do Lago, Vilamoura XXI, Monte da Quinta Club & Resort e o The Residences at Victoria Golf Course, considerados um benchmark no setor a nível mundial.

Referência nas áreas da sustentabilidade, foi entre 2000 e 2005 Membro Fundador e Administrador da AREAL – Agência Regional de Energia e Ambiente do Algarve e entre 1999 e 2004 fundou o CENA – Centro de Estudos da Natureza e do Ambiente, em Vilamoura, dando o seu contributo para o desenvolvimento desta área na região algarvia. Entre 1997 e 2004, foi ainda administrador não executivo da Green Globe International, uma organização de consultoria e apoio à gestão ambiental para a indústria turística e hoteleira, sediada em Londres.

“A sustentabilidade não é só um objetivo, mas uma forma de estar. É com esta mudança de paradigma que construímos um futuro melhor!”

É presença regular como orador em conferências sobre imobiliário, turismo e sustentabilidade, cujo objetivo é a difusão de conhecimento em prol do desenvolvimento do setor.

O Lisbon Green Valley apresenta-se como a escolha ideal para quem procura a qualidade de vida, mas não descarta a ligação com a Natureza e a proximidade à vida cosmopolita.



O Lisbon Green Valley dispõe ainda de townhouses, moradias mais adequadas a famílias para quem o espaço é importante, já que a tipologia destes imóveis é V3+1 (três suites e um escritório ou quarto). Todas possuem o seu próprio jardim e piscina privativa. São casas, distinguidas como as ‘casas mais sustentáveis de Portugal’, que incorporam as mais inovadoras soluções ao nível energético, hídrico e de escolha de materiais.

Os lotes de terreno para construção de moradias/villas unifamiliares registaram uma procura muito elevada, sobretudo a partir de meados de 2020, o que levou a que 70 por cento destas unidades de terreno já tenham sido comercializadas.

Muito clientes que adquirem terrenos ou imóveis no Belas Clube de Campo são nacionais, mas a qualidade do empreendimento e a sua preocupação com a sustentabilidade - que fez dele um case-study do imobiliário residencial a nível internacional - tem atraído muitos estrangeiros. Atualmente, existem residentes de mais de 30 nacionalidades neste countryclub às portas de Lisboa.

CCHE MORE THAN ARCHITECTURE

Criado na Suíça há mais de cem anos, o CCHE é uma empresa dedicada à gestão de projetos de urbanismo, arquitetura, design de interiores e design, que acompanha o processo do início ao fim. Conta com uma equipa de mais de 250 colaboradores, repartida por cinco escritórios em diferentes países europeus – um deles, Portugal – e foi a arquiteta Carolina Azevedo, do CCHE do Porto, que explicou um pouco mais sobre a filosofia de trabalho deste gabinete de arquitetura.

Que vantagens aporta o facto de se contar com uma equipa multidisciplinar, influenciada por diferentes culturas?

O CCHE gere projetos de urbanismo, arquitetura, design de interiores e projetos de design desde a sua conceção até à sua conclusão. A partilha diária de experiências, conhecimentos e competências dos diferentes locais e setores é uma mais-valia que nos permite oferecer aos nossos clientes projetos variados em termos de programa e escala, abordados de um ângulo transversal, de modo a enriquecê-los de coerência, visão e precisão. O desenvolvimento de metodologias inovadoras e sinergias entre os diferentes setores também reforça a nossa capacidade de responder a projetos internacionais.

Uma das primeiras características que se associa à Suíça é a qualidade. Como combinam essa premissa com a arquitetura portuguesa, mais criativa e adaptável?

A nossa experiência profissional durante vários anos na Suíça permitiu aperfeiçoar a prática da arquitetura em termos técnicos e sobretudo sensibilizar-nos para o conforto do habitar. As exigências térmicas a que estão sujeitos os edifícios na Suíça são muito superiores às praticadas em Portugal e o conforto na vivência dos espaços é muito valorizado. Assim sendo, tentamos conjugar esses detalhes construtivos suíços com uma expressão arquitetónica criativa que herdámos da nossa formação portuguesa.

Os grandes objetivos da Arquitetura passam por criar edifícios o mais sustentáveis possível, sem esquecer a qualidade e o conforto. Como conjugam todas estas características nos vossos projetos?

Projetar edifícios sustentáveis é uma das



Carolina Azevedo
Associated Architect

preocupações essenciais tanto na Suíça como em Portugal e é abordado muito embrionariamente no processo de evolução de uma ideia. Reflete-se em diferentes momentos, como por exemplo, na escolha de materiais ecológicos, mas também no projeto de comportamento de análise térmica dos edifícios, como a sobre-espessura de isolamentos térmicos, a garantia de um envelope estanque, a utilização de painéis solares e fotovoltaicos ou ainda na instalação de centrais de produção de energia através da geotermia. A garantia de que um edifício corresponde às exigências da certificação energética suíça é sempre exigida por lei e, em Portugal, ainda que essa certificação não seja tão exigente, procuramos sensibilizar os nossos clientes para esta

prática, para que possam futuramente usufruir do conforto térmico na utilização dos espaços, seja ele para programa privado ou público. Somos o primeiro escritório de Arquitetura a ser certificado como EcoEnterprise e preocupamo-nos em levar as qualidades ecológicas dos projetos cada vez mais longe, com o objetivo de aliar soluções estéticas e de conforto térmico superiores às praticadas habitualmente.

Quais as expectativas para este ano de 2021, no que respeita a projetos?

O CCHE evoluiu com a preocupação constante de dar sentido e inovação a cada um dos seus projetos. Atualmente, há muitas restrições que enquadram o desenvolvimento de cada projeto, sejam elas de carácter social, ambiental, económico, legais ou técnicas. Apostamos em ferramentas e metodologias inovadoras para otimizar o nosso trabalho, como o desenho paramétrico, que permite compreender o espaço de uma forma inovadora e abrir novos horizontes para formas arquitetónicas feitas à medida. Tencionamos também aperfeiçoar o desenvolvimento dos projetos e da coordenação de especialidades em BIM. O nosso gabinete está também a reforçar o compromisso com o desenvolvimento sustentável através de várias ações, incluindo o estabelecimento de uma equipa interna especializada ou como membro ativo de uma associação destinada a promover habitação sustentável. Pretende ainda continuar com o acompanhamento a clientes, na análise de investimentos imobiliários em Portugal.

SOLUÇÕES “GLOCAIS” DE OUTSOURCING

O Group Adminex é uma consultora de gestão internacional, com sede na Suíça, apoiando com sucesso na internacionalização de pequenas e médias empresas, há mais de 20 anos, através de serviços e soluções no mercado global, incluindo Portugal. Hugo Lopes é contabilista e responsável pela Adminex Portugal, cujo modelo de trabalho se baseia em fornecer soluções “glocais”.

“A Adminex Portugal presta serviços de contabilidade e finanças, fiscalidade e gestão de recursos humanos, apoiando também os nossos clientes muito para lá destas questões”, começa por explicar Hugo Lopes. “Os nossos clientes são empresas multinacionais que, quando pretendem expandir-se para Portugal, nem sempre o fazem trazendo uma estrutura consigo. Nesse caso, acompanhamos a entrada da empresa no nosso país apoiando com toda a burocracia desde a sua constituição, recrutamento de colaboradores, entre outras necessidades prioritárias à sua implementação... Prestamos efetivamente um serviço distinto das restantes empresas deste setor”.

Esta capacidade de apoiar e servir os clientes provém da própria estrutura da Adminex, que permite aos clientes que já trabalham com esta empresa num determinado país poder usufruir destes serviços noutra localização geográfica para onde se queiram expandir: “A Adminex tem uma forma de trabalhar “glocal”, isto é, os serviços que prestamos são serviços globais, sempre adaptados aos países onde estamos – a Adminex de Espanha não será capaz de prestar serviços de contabilidade em Portugal, porque obviamente não conhece a nossa lei fiscal, por exemplo. Além disso, fazemos questão que a informação circule entre os diferentes países – quando uma multinacional decide vir para Portugal pela primeira vez, a Adminex do país onde a multinacional já está instalada transmite-nos a informação necessária para que os padrões se mantenham elevados como os já habitualmente utilizados e conhecidos do nosso serviço, de forma a



Hugo Lopes
Diretor

assegurarmos uma continuidade no fornecimento dos serviços, de país para país”.

O nosso foco é apoiar o cliente em tudo o que ele necessita

Portugal tem um alto poder de atração para empresas multinacionais, mas também para cidadãos estrangeiros que optam por se estabelecer em Portugal: “No caso das multinacionais, existem áreas em particular expansão, como é o caso da área da tecnologia e IT, em que Portugal tem profissionais extremamente bem qualificados e requisitados, mas que ainda têm vencimentos abaixo da realidade europeia da sua área. Assim, as multinacionais acabam por instalar em Portugal centros tecnológicos, recrutando estes profissionais, sabendo que os seus custos de mão de obra vão ser mais reduzidos. No caso das multinacionais suíças, por exemplo, estas têm uma prática relativamente distinta, muito virada para a preocupação com o trabalhador – quando existe um interesse específico em contratar determinado profissional, e quando esse profissional não pretende sair de Portugal, a empresa aceita criar uma estrutura de trabalho para que o colaborador possa ser integrado nesta multinacional, sem sair do seu país. No caso dos profissionais independentes que escolhem Portugal para residir, estes procuram qualidade de vida, associada às vantagens fiscais que o país assegura.

Apesar de a pandemia ter obrigado muitas das empresas mundiais a cancelar alguns dos investimentos planeados para 2020 e 2021, Hugo Lopes acredita que a economia está efetivamente a reabrir: “O consumo vai aumentar, as trocas comerciais vão voltar a intensificar-se e nós, Adminex Portugal, estaremos sempre ao lado dos nossos clientes, para os apoiar em todos os momentos”.



www.adminex.com

T: 351 936 319 544 | E: hugo.lopes@adminex.com

- ✓ **Contabilidade e Finanças**
- ✓ **Consultoria Fiscal**
- ✓ **Administração de Recursos Humanos**
- ✓ **Conselhos Estratégicos para o Desenvolvimento da Empresa**
- ✓ **Apoio ao cliente**

LES ROCHES E GLION: A ELITE DO HOSPITALITY MANAGEMENT



Pedro Martins
Educational counselor



As instituições de ensino Les Roches e Glion Institute of Higher Education foram criadas na Suíça, país reconhecido pela sua especialização na área hoteleira, e integram desde 2009 o Grupo Sommet

Education. Além disso, fazem parte do Top 3 mundial do ranking das melhores escolas de Hospitality Management, como salienta o educational counselor para Portugal, Pedro Martins.

As escolas Les Roches e Glion estão ambas muito bem posicionadas mundialmente, no que respeita à área de Hospitality Management. Como caracterizaria uma e outra, no que respeita aos princípios que as diferenciam e destacam das outras instituições de ensino?

Ambas as instituições de ensino surgem no berço da Hotelaria mundial, a Suíça, e tornaram-se uma referência na formação de gestores e diretores da Indústria Hoteleira e Turismo a nível global. Desde 2009 passaram a pertencer ao mesmo grupo de educação, o Grupo Sommet Education, e têm criado muitas sinergias entre si, o que tem vindo a beneficiar o corpo de alunos e as empresas que vêm recrutar os seus futuros profissionais. A Les Roches e o Glion Institute of Higher Education integram o Top 3 do Ranking das melhores Escolas de Hospitality

Management e são as únicas com os títulos académicos reconhecidos pela NeChe (entidade que realiza a acreditação académica da Universidade de Harvard, Yale ou o MIT).

Quais os programas de estudo que existem e aqueles que são mais procurados?

Estas duas instituições de ensino superior oferecem Licenciaturas de 3,5 anos (incluindo dois semestres de estágios internacionais em empresas de Hospitality, um pouco por todo o mundo), Pós-Graduações e Masters de Hospitality com diferentes Especializações. Tanto a Les Roches como a Glion estão em permanente contacto com os grandes grupos e instituições da indústria, com o objetivo de saber quais são as tendências do mercado e as necessidades das

áreas do Turismo e Hotelaria mundial. Desta forma, surgem as Especializações, tanto das Licenciaturas como as dos Masters, com especial destaque para Empreendedorismo, Inovação, Marketing Digital e Luxo.

Como podem os alunos aceder a estas oportunidades de ensino?

Normalmente, recrutamos 45 a 50 alunos por ano para estudar nos nossos campus tanto da Suíça, como Marbella, Londres e Shanghai. As nossas ações de recrutamento começam com um RoadShow, de Norte a Sul do país, em escolas internacionais, escolas privadas e algumas nacionais. Realizamos uma série de eventos durante o ano e depois avançamos com os processos de admissão, que começam com uma

entrevista personalizada com os candidatos. Trata-se de fazer um approach holístico do aluno que passa por três pilares fundamentais, relacionados com a vida académica: mindset, vontade e situação financeira. Só depois iniciamos uma candidatura formal, a fim de bloquear uma vaga para um dos Intakes da Glion e da Les Roches (ambas oferecem dois cursos por ano, com início em março e setembro).

Quais as diferenças entre os campus Les Roches e Glion?

São campus inseridos em diferentes geografias, a Glion tem dois campus na Suíça e um em Londres. A Les Roches tem um campus nos Alpes Suíços e apostou também em dois centros turísticos de renome mundial, Marbella e Shanghai. Todos os campus oferecem instalações para aulas práticas, que recriam o ambiente de um hotel de luxo, nas suas vertentes de F&B, Rooms Division, Housekeeping. Os alunos também vivem nas residências dos campus, usufruindo de todas as facilidades e de uma experiência única. O package das propinas inclui alojamento e alimentação nos diferentes outlets dos campus e têm também acesso a ginásio e a vários comités de atividades extracurriculares, que enriquecem a experiência académica em ambiente multicultural.

Como avalia a presença de estudantes portugueses nestas escolas?

Todos os anos recebemos aproximadamente 50 alunos de Portugal. Estes alunos vêm com uma ideia do potencial do Turismo e da Hotelaria nacional, mas ao entrarem nestas escolas vão viver fora das suas zonas de conforto, podem fazer intercâmbios em seis campus, em diferentes países, vivem numa comunidade com mais de 100 nacionalidades, fazem estágios de seis meses em países de todo o mundo, logo passam a entrar numa dimensão muito mais global. Os alunos portugueses são muito apreciados nas nossas escolas, não só pela educação e formação como indivíduos, fundamentais para assumir



as Rules & Regulations destes Centros de Excelência, mas também, sob o ponto de vista profissional, têm um perfil adequado para a indústria de serviços, logo excelentes referências

estudantes de todo o mundo é uma mais-valia? Como veio a pandemia obrigar a que a Les Roches e a Glion se adaptassem no que respeita ao modelo de ensino?

operacionais nas próprias instalações), bem como a aplicabilidade académica nos períodos de estágio (dois períodos de seis meses, no caso das Licenciaturas, e um período nos Masters). A pandemia veio revolucionar o método de ensino a nível mundial. A Les Roches já oferecia alguns programas online, ao nível da Pós-Graduação, como o nosso Master Executive, mas as circunstâncias obrigaram a criar um programa com base no remote learning que se veio a mostrar revolucionário nesta área. Criámos os programas Les Roches Connect e Glion Connect, que consistem em fazer uma parte do curso em ensino à distância (os alunos recebem em casa um package para aulas práticas e seguem as aulas em streaming com os alunos que estão em regime presencial). As plataformas são muito interativas e recriam um quotidiano autêntico no campus (as aulas são lecionadas seis horas por dia, cinco dias por semana). Também se pensou nas restantes atividades, projetos, apresentações e trabalhos de grupo, permitindo aos alunos Connect estarem em permanente interação com todos os departamentos das escolas.

Os alunos portugueses são muito apreciados nas nossas escolas

como futuros gestores de equipas e projetos nestes setores.

Sendo escolas globais e de alta qualidade de ensino, a presença de

De facto, primamos pelo conceito presencial neste tipo de formação, principalmente porque a metodologia de ensino suíço dá muito enfoque ao chamado Hands On (a componente prática de aplicação dos conhecimentos

MARIPOZA VIAGENS: ROTEIROS ÚNICOS, EXPERIÊNCIAS ÍMPARES

A Maripoza Viagens surgiu de uma necessidade de encontrar trabalho, há 10 anos, quando Maria de Aires Pimenta percebeu que iria perder o emprego onde se encontrava. Mulher decidida, fez nascer uma agência de viagens a partir de casa, especializada em roteiros personalizados e dedicada a dar a conhecer o que de melhor Portugal tem. Desde “A Arte do Chocolate e da Filigrana”, à rota dos Castelos Templários, passando pela Rota da Cerâmica, Maria de Aires Pimenta retira ideias de tudo o que vê e ouve, para construir rotas turísticas alternativas e inovadoras.



Maria de Aires Pimenta
Fundadora e diretora

Maria de Aires Pimenta nunca tinha equacionado a hipótese de ter uma empresa própria. Formada em Turismo, foi nessa área que sempre trabalhou, ao balcão: “Nunca tinha feito uma reunião com um cliente. A minha função era vender as soluções turísticas com que a empresa trabalhava e era isso que eu fazia. Quando um cliente chegava com uma rota completamente diferente ou solicitando um roteiro alternativo, eu devia tentar desviá-lo desse objetivo, para que escolhessem uma solução que vendíamos”.

Todavia, a sua vida viria a mudar totalmente em 2011, quando descobriu, em novembro, que a empresa onde trabalhava passava por dificuldades financeiras. Decidida, saiu da empresa e colocou em prática um projeto próprio:

“Criei a Maripoza a partir de casa. Esta agência nasceu a 5 de dezembro de 2011. A forma de vender Turismo na Maripoza não podia ser mais diferente daquilo que conhecia, isto porque para mim tudo é Turismo. Tudo é possível de ser conhecido de outra forma. E tudo me serve para retirar ideias, desde uma viagem num transporte público, até conversas com amigas”.

Foi justamente de uma conversa entre amigas que surgiu a rota “A Arte do Chocolate e da Filigrana”: “Uma amiga minha comentou que adorava chocolate e queria saber onde se podia comer o melhor chocolate do país. Comecei a procurar o que existia em Portugal que estivesse relacionado com chocolate. Acabei por descobrir o Hotel do Chocolate, em Viana do Castelo, e a fábrica de chocolate Avianense, em Barcelos. Depois, pensei em como complementar esta rota e um dos

pontos que unia estas duas regiões era a filigrana. Assim, contactei também uma oficina de filigrana e as pessoas terão também oportunidade de ver nascer uma peça deste material”. Este é um roteiro de três dias, mas existem alguns de apenas um dia, como a rota da Cerâmica, em S. Pedro do Corval. Maria de Aires Pimenta não gosta de roteiros demasiado simples. Por esse motivo, faz questão de juntar sempre tudo o que pode num roteiro, unificando-o com coerência temática. A gastronomia e a música portuguesa também são parte integrante destes percursos: “Lembramo-nos sempre se comemos bem ou mal durante uma determinada viagem, isso é um elemento marcante da nossa experiência, por isso faço questão que os roteiros que desenvolvo estejam alinhados, em qualidade, com o tema do mesmo. Por exemplo, tenho um roteiro que dá a conhecer o

“O Turismo para todos ainda não é uma realidade”

Este pressuposto fica patente nas palavras da fundadora da Maripoza Viagens sobre o Turismo Inclusivo, algo que Maria de Aires Pimenta gostaria de desenvolver: “Falta ainda fazer muita coisa, sobretudo relacionada com as infraestruturas e a preparação dos espaços para receber todas as pessoas que necessitem de apoio especial – seja através da construção de acessos para cadeiras de rodas, seja através da existência do Braille, por exemplo, em museus e fábricas, que permita uma verdadeira inclusão de todos quantos queiram fazer turismo”. A Maripoza Viagens ainda não aposta neste tipo de Turismo através da criação de rotas, mas fá-lo pessoalmente. Caso um cliente necessite, será elaborado um plano à sua medida, respeitando as limitações existentes e assegurando que os espaços a visitar têm as condições infraestruturais e de segurança requeridas.



Património Mundial da UNESCO que existe em Portugal. Considerando a qualidade máxima desses monumentos, a estadia e a alimentação têm de acompanhar esta qualidade, por isso todos os hotéis designados para este percurso são de luxo. Além disso, as pessoas poderão ainda ouvir o fado e no fim as senhoras receberão uma recordação relacionada com esta arte musical”.

A Maripoza Viagens desenvolve ainda roteiros para famílias com crianças, bem como está a iniciar um conjunto de parcerias com hotéis pet-friendly, de forma a incluir o animal de estimação na viagem.

Alguns dos roteiros têm um preço elevado, mas a fundadora da Maripoza Viagens acredita que existe mercado para este produto e é perentória ao afirmar que não pretende fixar-se no mercado de baixo preço: “Eu tive a sorte de já ter viajado bastante e tenho uma noção exata do que os estrangeiros sabem e conhecem de Portugal. O país é conhecido pelas suas praias e pelo descanso que proporciona, mas tristemente só se fala de Porto, Lisboa e Algarve. Regiões como o Alentejo e outras zonas do Norte do país estão pouco desenvolvidas. Não existe qualquer motivo para tal, além da falta de vontade em desenvolver programas próprios para estas regiões. Portugal é um excelente país para o Turismo, em toda a sua extensão, mas desenvolver programas como estes que a Maripoza tem exige muito tempo. Podemos passar meses dedicados à organização de um roteiro – aconteceu com o do Património Mundial

da UNESCO. Não é tão simples como apenas marcar um avião e um hotel. É por isso que estas rotas têm um preço mais elevado que o habitual, mas acredito que se destinam essencialmente a um cliente estrangeiro, cuja capacidade financeira permite este investimento”.

Atualmente, os mercados brasileiro, mexicano e asiático são aqueles com quem Maria de Aires Pimenta mais trabalha.

2021 não é ano de recuperação mas traz novidades

Quase uma década após a criação da Maripoza Viagens, a sua fundadora assume que esta foi “uma viagem de muitos choros e muitos risos” e, sobretudo, de muita aprendizagem: “Aprendi a dizer ‘não’ e também a manter-me fiel às minhas ideias. Sou uma pessoa muito otimista e criativa e foi assim que a empresa ultrapassou este período pandémico, onde não faturei durante 14 meses. No entanto, desenvolvi novas ideias e criei novas rotas e algumas delas serão lançadas no final do ano. Serão coisas completamente diferentes, alternativas, que nunca vi ninguém fazer antes. O meu objetivo último é fazer diferente, inovar, mas mantendo-me fiel ao meu princípio 100 por cento português, à nossa música, à nossa cultura, à nossa gastronomia. Quero mostrar Portugal ao mundo, mas um Portugal inteiro, com tudo o que tem para descobrir”.



SAICANATUR: CUIDAR, VALORIZAR, DESAFIAR

Com a missão de proporcionar soluções sustentáveis de papel e cartão para packaging, ao mesmo tempo que desenvolve a circularidade na gestão de resíduos, a Saica Natur prima pela confiança e eficiência. Paulo Serra, Regional Director West Iberia da empresa, garante que, para o futuro da Saica Natur, está reservado um crescimento sustentado e rentável.



Paulo Serra
West Regional Director

No que diz respeito à economia verde, o que podemos esperar da Saica Natur?

A nossa missão é algo muito intrínseco ao grupo. A circularidade, a sustentabilidade, o trabalhar para arranjar soluções mais eficientes do ponto de vista energético... Isto associado ao facto de que trabalhamos com material muito nobre: o papel e cartão reciclado. A nossa divisão Paper processa 3,1 milhões de toneladas de papel e cartão que é 100 por cento reciclado. Tudo tem a ver com a questão da sustentabilidade e da circularidade, que se traduz de forma tangível em pacotes de serviços que oferecemos aos nossos clientes.

A que tipo de pacotes de serviços se refere?

A Saica Natur é responsável por cerca de 45 por cento do fornecimento de papel e cartão para produção. Dedicamo-nos, no entanto, à gestão integral e global dos resíduos dos nossos clientes, a quem prestamos um serviço de gestão desses mesmos ecossistemas de resíduos e que, posteriormente, preparamos para enviar para as fábricas ou outros destinos de valorização. Do ponto de vista estrutural, temos quatro produtos essenciais. O “Saica Material”, em que nos dedicamos a fazer uma análise de quais são os vários fluxos de resíduos dos clientes, com vista a melhorar a potencial valorização desses mesmos resíduos; o “Saica Efficiency”, que se dedica a avaliar o processo; o “Saica Zero”, que busca a minimização de envio de resíduos para aterro. Neste âmbito, criámos dois selos certificados por uma entidade externa e, se conseguirmos atingir o objetivo acima dos 95 por cento do total de resíduos que não são enviados para aterro, o cliente é elegível para começar o processo de análise de atribuição do selo. Por fim, temos o “Saica Circular”, em que garantimos ao cliente que os resíduos que recolhemos e tratamos, voltam a ele na forma de embalagens que este compra (caixas ou sacos de plástico).

Como se posiciona a Saica Natur para se manter na vanguarda deste setor?

Esta indústria tem dado saltos importantes em termos qualitativos e de sofisticação. O que noto é que, quando apresentamos um portefólio de serviços como o que descrevi anteriormente, a recetividade é total e absoluta. Outra questão é se as empresas estão preparadas para o fazer, porque isto implica uma mudança de pensamentos, processos e, muitas vezes, de investimento.





Essa disponibilidade para a mudança já existe no mercado português?

Nesta área, não interessa onde se está, mas onde se quer chegar. É compreensível que não estejamos todos no mesmo nível de sofisticação. Por outro lado, em Portugal, perante uma apresentação dos nossos serviços, nunca tive um comentário que não revelasse uma consciência da importância do que estamos a falar. Eu diria que existe um salto quantitativo e

qualitativo no tipo de respostas que recebemos do nosso tecido empresarial.

O desenvolvimento tecnológico é uma parte fundamental do vosso trabalho?

Na Saica Natur temos três valores que determinam as linhas de atuação: “We Care”, “We Value” e “We Challenge”. “We Value” tem a ver com uma definição

de qualidade e de serviço que está em permanente melhoria, porque a constante busca de como podemos tornar os nossos processos mais eficientes é um dos nossos eixos de trabalho. Estamos organizados por centros de competência que asseguram que existe um foco muito grande no acesso às últimas tecnologias e que isso chega, da forma mais eficaz, a todas as nossas fábricas e regiões. Há ainda a questão da segurança. Este ano, a maior fatia do investimento está relacionada com questões de segurança dos nossos trabalhadores e dos nossos clientes. Somos absolutamente focados e, se não é seguro, paramos o processo.

Quais são os objetivos futuros da Saica Natur?

Primeiro, a questão da segurança. Depois, a questão da eficiência. Temos programas muito específicos de melhoria de eficiência da nossa operação que passam por várias ferramentas, desde investimentos em equipamentos novos a muita formação. Por fim, o crescimento. A nossa presença no mercado não reflete ainda na sua plenitude a qualidade das nossas propostas e, portanto, um dos nossos desígnios futuros é um crescimento sustentado e rentável.

De Resíduos a Recursos

A Saica Natur lança os seus próprios selos de qualidade, devidamente certificados, “De Resíduos a Recursos” que reconhecem as empresas que melhor cumprem com os standards de qualidade no objetivo de Aterro ZERO.

Em colaboração com a empresa homologada TÜV SÜD, os novos selos distinguem as empresas comprometidas com a sustentabilidade e que aplicam a valorização e a eficiência nos seus processos produtivos.

É com enorme satisfação que comunicamos o início do nosso mais recente projeto em Portugal desenvolvido com a VASP, onde implementámos o nosso produto SAICA ZERO, com a otimização da gestão de resíduos e a consequente distinção com o nosso selo de qualidade certificado “De Resíduos a Recursos”.



Para mais informação, visite-nos em www.Saica.com

We Care, We Value, We Challenge

SAICANATUR

“ESTE PRÉMIO É UM RECONHECIMENTO DO NOSSO TRABALHO”

A JMM Demolições nasceu em 1984, pela mão de José Manuel Mendes. Inicialmente dedicada à construção civil, rapidamente acrescentou ao leque de serviços prestados a terraplanagem. Sempre com o foco em servir bem o cliente e aproveitar as oportunidades, a JMM especializou-se mais tarde em remoção de fibrocimento e em demolições. Atualmente, os três filhos do fundador trabalham na empresa e foi Cristina Mendes, gestora, a responsável por dar a conhecer o projeto, num ano em que a JMM Demolições foi reconhecida com a distinção de PME Excelência.



Paula Mendes, Cristina Mendes, José Manuel Mendes (fundador) e Vítor Mendes

“Quando o meu pai começou, realizava trabalhos de construção civil sobretudo para particulares e também para empresários que queriam construir a sua fábrica, sobretudo na área têxtil. O que o distinguiu era o facto de sempre querer investir em máquinas e ferramentas que facilitassem o serviço humano”, começa por referir Cristina Mendes, que recorda a importância que o pai dá ao investimento em material e maquinaria: “Este é um dos pontos fortes da JMM. Se o meu pai soubesse que poderia fazer mais rapidamente um determinado trabalho adquirindo uma máquina, e reconhecesse que o próximo trabalho que ia fazer poderia ajudar a comprar essa máquina, ele investia. Faz questão, ainda hoje, de estar na vanguarda da tecnologia”.

Prova disso mesmo é o facto de a JMM Demolições ser a única empresa no país que tem a maior máquina de demolição, bem como a maior máquina de escavação: “Em 2010, em plena crise, investimos na maior máquina de demolições existente em

Portugal, que pode ir até 40 metros de altura para demolir uma construção. Há cerca de meio ano, investimos no oposto – a máquina com maior capacidade de escavação - vai até 30 metros de profundidade. Assim neste momento temos a que vai mais alto e a que desce mais fundo”.

Em ambos os casos, essas aquisições aconteceram em virtude dos serviços que a empresa presta atualmente: “As terraplanagens surgiram quase em simultâneo com a construção civil. Só as demolições e a remoção de fibrocimento é que chegaram um pouco mais tarde e, também elas, porque aprendemos a transformar dificuldades em oportunidades. No caso da remoção do fibrocimento, percebemos que existia um nicho de mercado que podíamos trabalhar e investimos nas formações e nos equipamentos necessários para o desempenho desta atividade. Desde então, somos uma empresa certificada para a execução deste trabalho e fazemo-lo por todo o país. As

demolições surgiram na sequência da crise da construção civil e dos novos tipos de obras que apareceram, nomeadamente as requalificações urbanas. Nestes casos, era quase sempre necessário derrubar a construção existente para depois reconstruir e a JMM Demolições especializou-se neste segmento”. Demolições como as das últimas torres do Aleixo, no Porto, a praça de touros em Viana do Castelo, a Brasileira, no Porto, já fazem parte do portefólio de trabalhos desta empresa que, atualmente, trabalha na renovação do Hospital Militar, Tawny Project da Round Hill/MEFIC - Residencial de Estudantes Amial, também no Porto e, em Cascais, na grande transformação da Entrada Nascente, onde tudo se está a transformar.

O esforço e dedicação ao trabalho foi coroado em 2021, quando a empresa recebeu a distinção de PME Excelência, referente ao ano transato. Cristina Mendes admite que este prémio dá

alento e é um orgulho para toda a família JMM: “É o reconhecimento do nosso trabalho. Somos PME Líder desde 2009, mas o prémio PME Excelência é outro patamar. Sabemos, porém, que há sempre um caminho a percorrer e coisas que ainda podem ser feitas. Este reconhecimento permite-nos acreditar que estamos no caminho certo”.

Este desejo de renovação é parte fundamental do ADN desta empresa familiar, cujo slogan é “a new beginning”: “Um novo começo. De certa forma, sempre que partimos para um projeto novo, sobretudo quando este é uma demolição de algo, é literalmente um novo começo que se avizinha. A demolição dará lugar à construção do futuro e é assim que nos vemos: sempre atentos às novidades, no que diz respeito à tecnologia de vanguarda, para assegurarmos a quem conosco trabalha que fazemos o trabalho com qualidade, mas também de forma mais rápida e com o máximo de segurança possível”.



“IMPORTA REPENSAR O EDIFÍCIO E AS SUAS FUNÇÕES”

“Serviços globais de projeto”. Este é conceito que a Galbilec desenvolve sobretudo nas áreas da Engenharia e da Arquitetura. Fundada em 2010, esta empresa disponibiliza aos clientes um leque alargado de serviços e é especialista em desenvolver soluções de edifícios para as áreas da Saúde e do Social. A sua gestão valeu-lhe as distinções como Top 5% melhores PME's e PME Líder e Excelência, ambas relativas ao ano 2020.



José Figueiras
Engenheiro e diretor executivo

“O facto de oferecermos um serviço global, desde a candidatura a financiamento, passando pela elaboração do projeto, fiscalização da obra e disponibilizando uma consultoria financeira e técnica ao longo de todas estas fases é uma mais-valia para nós, mas também para o cliente”, começa por explicar José Figueiras, engenheiro e diretor executivo da Galbilec. “Evitamos perder informação em qualquer uma destas fases e encurtamos os prazos de execução destas etapas. Para o cliente, é mais fácil recorrer a uma única entidade, que é responsável por todas as fases do projeto”.

Especializada em projetos das áreas da Saúde e do setor Social, esta empresa de serviços 360 é a responsável pelo desenvolvimento de um projeto na área

das demências único em Portugal e, possivelmente, na Europa: “Trata-se do CIDIFAD, o Centro de Investigação, Diagnóstico e Formação para a Área das Demências, situado em Riba d’Ave. Este foi um projeto totalmente novo, mesmo no seu próprio desenvolvimento, que implica, por exemplo, a utilização de cores fortes para destacar determinados elementos funcionais no espaço, de forma a ajudar os utentes – pessoas com demência – a orientarem-se no edifício e a conseguirem ser mais autónomas. Além disto, este é um edifício que terá essencialmente três valências – a do estudo e investigação sobre o tema da demência, a da formação sobre este assunto e o próprio acolhimento de pessoas que sofrem destes problemas.

José Figueiras acredita que o futuro passará pela construção deste tipo de infraestruturas e ainda pela reestruturação de outras já existentes, como lares de idosos e centros de dia: “Nós somos especialistas em respostas sociais, para crianças e idosos, mas parece-me que é relativamente aos lares que é necessário repensar o edifício e as suas funções. Os idosos de hoje são diferentes daqueles que teremos daqui a 30 anos. E quando se constrói uma resposta social, este é o tempo que ela normalmente dura, pelo que necessitamos de reavaliar quais as necessidades dos idosos da próxima geração para quem os edifícios terão que dar uma resposta diferente a todos os níveis, quer no que respeita à localização do edifício, à utilização de

domótica e novas tecnologias, bem como a sua sustentabilidade, não esquecendo os limitantes para o seu custo de investimento inicial e – também muito importante – os seus custos de manutenção. A própria vivência do espaço terá de ser repensada – por que têm todos de almoçar à mesma hora, se cada um tem a sua hora preferida para o fazer? Até que ponto não pode a adaptação ser mais absoluta, ao espaço e às rotinas?”. Estas e outras questões já estão a ser estudadas, em conjunto com entidades do setor.

O trabalho diário, ao longo dos 11 anos de atividade, acabou por ser reconhecido quando, em 2020, a Galbilec foi distinguida com o prémio Top 5% melhores PME's e, mais tarde, com as distinções de PME Líder e Excelência, também ela referente ao ano passado. Para José Figueiras, estes prémios são importantes, sobretudo para demonstrar aos colaboradores que o trabalho diário que desenvolvem faz toda a diferença, também na gestão da empresa.

Para o futuro, José Figueiras deixa bem claro o principal objetivo: “Queremos continuar a consolidar esta diferença que nos distingue, no que respeita aos setores em que apostamos. Tivemos a sorte de fazer trabalhos onde sentimos que contribuimos para a diferença e para o bem-estar das pessoas que, atualmente, utilizam aqueles espaços. Temos sempre em mente que a construção é para quem vai utilizar os espaços diariamente, por isso o objetivo final é sempre valorizar ao máximo essa utilização”.



GALBILEC
SERVIÇOS GLOBAIS DE PROJETO

www.galbilec.pt | galbilec@galbilec.pt



UMA AGÊNCIA IMOBILIÁRIA À IMAGEM DE ALJEZUR

Pedro Barata da Rocha é apaixonado por Aljezur e pela região oeste do Algarve. A viver há 16 anos neste concelho algarvio, foi há quatro anos que decidiu criar, juntamente com a esposa Jemma Guthrie, a agência imobiliária Guthrie Rocha Properties, para servir quem procura adquirir um imóvel nesta localidade.



Joel Marques, Charlotte Vernoum (UK), Jemma Guthrie (Nova Zelândia), Pedro Barata da Rocha, Telma Monteiro, Helena Marques e Hugo Joaquim

Há 16 anos que Pedro Barata da Rocha vive em Aljezur, localidade pela qual se apaixonou e onde criou a Guthrie Rocha Properties: “Resolvemos criar uma marca com os nossos apelidos, pois acreditamos que isso permite personalizar a empresa e vai, de certa forma, contra aquilo que é a tendência atual – criar uma marca através de um logótipo, sem qualquer ligação com as pessoas que as dirigem. Aqui, quisemos comprometer-nos com a marca. Quisemos que as pessoas soubessem quem estava por detrás da agência, quem era o responsável pelas ações, fomentando a confiança e a aproximação à comunidade”. Além disso, Pedro Barata da Rocha reconhece que a sua ligação àquela terra é um aspeto fundamental para que o negócio funcione: “Em Aljezur, para conseguir fechar um negócio imobiliário,

tem de conhecer muito bem a região e a comunidade. Percebemos, quando criámos a empresa, que existia uma lacuna no mercado, pois a maioria das agências imobiliárias posicionam-se apenas para clientes estrangeiros ou para clientes nacionais. Sentimos que faltava quem trabalhasse o mercado no seu todo e, sobretudo, que reconhecesse as características únicas deste mercado, explicando simultaneamente aos clientes as especificidades desta região”.

Aljezur: uma comunidade multicultural e um mercado em crescimento

Desde os anos 70 do século passado que os estrangeiros encontram em Aljezur um local para

viver em contacto com a Natureza, mas a comunidade tem vindo a crescer, bem como o mercado: “Este mercado tem características únicas. Só quem de facto gosta da região e do estilo de vida que ela promove é que opta por adquirir aqui um imóvel. Aljezur não é tanto um mercado clássico de investimento, para rentabilizar em revenda a curto ou médio prazo”. De entre as características particulares do mercado imobiliário da região, destacam-se o facto de muito território estar inserido em zona de Parque Natural ou Reserva Agrícola Nacional, o que restringe fortemente o tipo de construção possível: “Além disso, as construções existentes têm, normalmente, limitações legais, precisamente devido às fortes restrições existentes. Há ainda a considerar a falta de construção e oferta nova, o facto de as nossas praias terem menos capacidade e espaço e serem em

falésias com desníveis, com acessos mais difíceis e as infraestruturas serem, por vezes, menos convenientes do que no sul do Algarve. Mas estas limitações, no fundo, fazem com que a zona se mantenha mais “virgem”, o que no final é bom”.

O mercado é silencioso, nas palavras de Pedro Barata da Rocha: “A oferta de imóveis é escassa, mesmo que exista muita procura. Nós temos conseguido angariar alguns imóveis, graças ao nosso conhecimento da comunidade e da região, mas mesmo assim é difícil satisfazer alguns pedidos”.

Durante o período pandémico, a comunidade de Aljezur foi reforçada, com a chegada de mais famílias, que trocaram as cidades pela Natureza: “A chegada de três escolas internacionais, algumas delas com métodos de ensino alternativos, trouxe com elas muitas famílias com filhos, que resolveram instalar-se aqui. Isso é ótimo para a dinâmica da comunidade, que assim fortalece a quantidade de população que habita esta localidade de forma permanente e não apenas no período de férias”. Pessoas com flexibilidade profissional e financeira também aproveitaram o período pandémico para mudar de vida e se instalarem na região.

Para Pedro Barata da Rocha, estas características específicas do mercado e da população que se fixa na

região são o que a torna tão especial: “Nós sentimos orgulho nesta região e gostamos que ela seja assim. É por isso que temos prazer em vendê-la, pela sua forma única de ser. É uma zona que nunca chegará a ser exageradamente popular, mas está em contínuo crescimento, beneficiando de uma filtragem natural – feita pela própria região – relativamente a quem escolhe viver aqui. É por isso que este local é conhecido por promover os melhores retiros europeus de ioga ou meditação, trilhos de caminhada, bem como alguns dos melhores surf camps da Europa”.

Uma fórmula de sucesso baseada na proximidade

O crescimento da Guthrie Rocha Properties tem acontecido paralelamente com o crescimento do próprio mercado de Aljezur e o diretor-geral desta agência imobiliária acredita que ambos se interligam: “Quando começámos a empresa, era só eu, com a minha esposa, a partir de nossa casa. Quase quatro anos depois, somos uma equipa de oito pessoas, também ela multicultural – à semelhança da própria região que trabalhamos -, mas continuamos com o nosso objetivo bem claro – queremos sustentabilidade para o nosso negócio, para o concelho de Aljezur e para quem nos rodeia”.

Este equilíbrio entre um estilo de vida tranquilo, as

vendas e a qualidade do trabalho que apresentam é fundamental para manter os bons resultados da Guthrie Rocha Properties: “Focamo-nos essencialmente na proximidade. Não permitimos que os nossos colaboradores tenham mais de 10 angariações em carteira, porque prezamos muito a personalização do negócio. Fazemos questão de conhecer muito bem cada cliente, o seu estilo de vida, profissional e pessoal, para assegurar que Aljezur se enquadra no que procura e fazemos questão de dar a conhecer a região aos clientes, para que saibam exatamente o que esperar”.

Até ao momento, esta filosofia tem funcionado e a empresa já foi distinguida com o prémio Top 5% melhores PME's nacionais. Pedro Barata da Rocha acredita que tal se deveu a uma combinação de muito trabalho, resiliência e uma capacidade de equilibrar a vida pessoal com a profissional, para desfrutar de ambas: “A vontade de vingar no mercado também foi muito importante. Criámos uma empresa à imagem da região, na sua forma de estar no mercado e de trabalhar e, se antes tínhamos algum receio de podermos ser potencialmente menos agressivos comercialmente em relação à concorrência, percebemos que aqui esse estilo resulta na perfeição. O objetivo passa, assim, por nos mantermos fiéis a este sítio e seu espírito. Quanto mais nos inspiramos nesta região, mais sucesso temos”.

INVEST IN THE WEST

www.guthrierochaproPERTIES.com



**AJUDAMO-LO A ENCONTRAR A SUA PROPRIEDADE DE SONHO NO SUDOESTE ALGARVIO.
A NOSSA EQUIPA DE AGENTES QUALIFICADOS, COM CONHECIMENTO LOCAL, TOMARÃO CONTA DE SI.**

**APENAS A 25 MINUTOS DO ALGARVE SUL (LAGOS), UMA NOVA PAISAGEM E NATUREZA O AGUARDAM.
CONTACTE-NOS AGORA E VENHA VER POR SI +351 933 420 203**

“O CLIENTE É O CENTRO DA NOSSA ESTRATÉGIA”

A RUBI é uma marca reconhecida de ferramentas de corte e aplicação de cerâmica, bem como produtos para manutenção e limpeza deste material. Fundada em Espanha e presente em Portugal há 37 anos, esta é uma marca que se destaca pela qualidade, robustez e segurança dos seus produtos, mas o objetivo é melhorar continuamente, como destaca o diretor-geral, Carlos Duarte.

Há quanto tempo existe a RUBI Portugal e como definiria o seu posicionamento no mercado nacional?

Em 1951, os irmãos Boada inventaram e patentearam o primeiro cortador manual de cerâmica do mundo e, graças a esta invenção, surgiu a marca RUBI na zona de Barcelona, Espanha. Anos mais tarde, em 1984, surge a RUBI PORTUGAL, a primeira filial a ser constituída. Ao longo destes 37 anos, a empresa foi-se posicionando gradualmente num lugar de destaque, tomando-se uma marca de referência dentro de um setor extremamente competitivo. graças à qualidade, robustez, eficiência, rentabilidade e segurança dos seus produtos.

Como caracteriza Portugal, enquanto mercado de interesse para a marca?

Apesar de o mercado português ser um mercado que representa um valor residual dentro do Grupo RUBI, a RUBI Portugal tem tido um papel preponderante no desenvolvimento estratégico do Grupo, graças à experiência e know how adquiridos, que a filial portuguesa tem vindo a ter ao longo de todo este tempo. Sendo uma filial cuja experiência e know know é tão relevante, é interessante e gratificante verificar a confiança que a casa-mãe deposita na filial para levar a cabo, no mercado português, a validação de novos produtos ou novas tendências, replicando posteriormente para outros mercados.

Atualmente, a tecnologia e a inovação andam de mãos dadas. Qual a política da RUBI no que concerne ao desenvolvimento de novas ferramentas e produtos? É tudo desenvolvido internamente?

A inovação e a tecnologia são o pilar fundamental de acréscimo de valor que pretendemos trazer para os profissionais que utilizam equipamentos RUBI. O melhor exemplo disso é o facto de 60 por cento do portefólio que encontramos no nosso catálogo ter sido desenvolvido internamente nos últimos cinco anos. Hoje, temos mais de 50 patentes de produtos desenvolvidas pelas nossas equipas. As nossas equipas de Desenvolvimento de Produto, I&D, Marketing, Formação de Produto e Pós-Venda encontram-se em constante contacto com o nosso público-alvo, no sentido de recebermos feedback sobre as nossas soluções. É igualmente importante realçar a parceria técnica que a RUBI desenvolve junto das empresas de cerâmica, no sentido de apresentar as melhores soluções, de acordo com as novas tendências que vão surgindo no mercado.

Quão importante é o feedback dos vossos clientes na melhoria dos vossos produtos ou na criação de um totalmente novo, para responder a uma necessidade do mercado?

Seguindo o desígnio instituído dentro do Grupo RUBI, “Better Professionals, Better Places”. A base para o desenvolvimento de todos os nossos produtos vem do constante e próximo contacto que temos com os



Carlos Duarte
Diretor-Geral

profissionais de aplicação de cerâmica. Este acompanhamento de proximidade que fazemos com ações de formação e demonstração dos nossos produtos, com o nosso serviço de pós-venda e com a nossa App ClubRUBI, permitem-nos recolher toda a informação indispensável para poder criar e desenvolver máquinas e ferramentas com vista à execução de trabalhos de forma mais eficaz e eficiente, segura e com poupança de tempo e recursos.

Qual a importância do prémio Scoring, na categoria das melhores PME's nacionais, para a RUBI? A que se deve esta distinção, na sua opinião?

Esta distinção de gestão representa o reconhecimento do trabalho em equipa

que fazemos diariamente, com vista a satisfazer os nossos clientes e é um bom exemplo onde se encontram presentes os valores que a RUBI Portugal tem presente no seu ADN: Excelência, Respeito e Paixão!

Quais os objetivos da RUBI para o mercado nacional, nos próximos tempos?

Queremos manter o nosso enfoque no utilizador final, tê-lo no centro da nossa estratégia – como tal, temos na nossa sede, em Coimbra, um espaço híbrido onde se encontra o nosso showroom, bem como o nosso espaço de formação e demonstração, com vista a proporcionar mais e melhor conhecimento aos profissionais do setor.



**BUILDING THE
FUTURE TOGETHER**

RUBI PORTUGAL, LDA

Rua da Ribeira de Eiras,
S/n - Armazém B
3020-324 Coimbra - PORTUGAL
T. 239 492 430
rubiportugal@rubi.com

www.rubi.com/pt

UMA FARMÁCIA HUMANA, PRÓXIMA E INOVADORA

A Farmácia Entre-Vinhas tem 18 anos de existência e é uma junção de farmácia comunitária com farmácia hospitalar, adaptada ainda à região onde se insere – Mirandela. A sua diretora técnica, a farmacêutica Fátima Fernandes, reconhece que a humanização dos serviços, a atenção prestada a cada utente e a qualidade intrínseca que a farmácia apresenta em todas as ações que desenvolve diferenciam aquele espaço dos restantes.



Fátima Fernandes
Farmacêutica e Diretora Técnica

Que características únicas definem esta farmácia e a fazem destacar-se na região?

Esta farmácia surgiu de uma conjugação de fatores, o principal deles foi a minha experiência de mais de 20 anos na área da Farmácia Hospitalar, que me fez implementar uma visão de farmácia comunitária nesta região. Quis aprimorar o conceito de atenção farmacêutica e também a necessária educação da população para a Saúde. As competências adquiridas no seio hospitalar resultaram numa vontade de proporcionar aos clientes toda a informação necessária, útil e de qualidade sobre medicamentos e o seu uso racional. Outro dos aspetos diferenciadores da minha farmácia é a humanização dos serviços, pois neste espaço é muito importante ouvir e compreender a pessoa, dado que estamos ao serviço da comunidade.

Quais os serviços que presta que vão além da simples venda de medicamentos?

Entre os serviços técnicos que disponibilizamos,

contam-se a consulta farmacêutica e acompanhamento farmacoterapêutico, gestão da terapêutica, a preparação individualizada da medicação, a administração de vacinas não incluídas no Plano de Vacinação e outros injetáveis, a determinação de parâmetros bioquímicos e fisiológicos, bem como os cuidados farmacêuticos nas variadas patologias como a Diabetes, Hipertensão Arterial, Asma, Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica e aconselhamento de dermocosmética. Enquanto farmácia que trabalha em prol da comunidade, desenvolvemos o nosso lado solidário disponibilizando gratuitamente a medicação necessária a crianças que frequentam os Salesianos de Mirandela.

O “Gabinete da Mama” existe há quatro anos e o seu objetivo é ajudar na prevenção e na aquisição de acessórios/produtos necessários para quem sofre de neoplasia da mama. O que a levou a disponibilizá-lo?

Este “Gabinete da Mama” nasceu porque eu vivi uma situação de neoplasia da mama e percebi a dificuldade que existia para adquirir produtos e dispositivos médicos relacionados com esta doença. Assim, resolvi criar este projeto, com vista a ajudar quem atravessa um período semelhante, garantindo que não precisa de se deslocar para adquirir aquilo de que necessita. Do “Gabinete da Mama” faz parte ainda uma equipa de técnicos e profissionais de saúde voluntários, que prestam aconselhamento e auxílio, gratuitamente. Esta ação culmina com a Caminhada Solidária, realizada em outubro, e para a qual toda a cidade de Mirandela está sensibilizada. O que começou com um grupo de poucas dezenas de pessoas ultrapassa agora as 300. É um evento patrocinado, cujo valor total reverte para instituições sociais ligadas à causa.

Como avalia a importância da proximidade entre utente e equipa técnica e farmacêutica, para promover

a procura de ajuda por parte da população?

O capital humano da Farmácia Entre-Vinhas é a nossa maior riqueza. A atualização técnico-científica dos colaboradores representa uma mais-valia no desenvolvimento profissional de cada um e resulta num melhor aconselhamento para quem nos visita. Existe uma área dedicada à formação, na farmácia, e todos os nossos profissionais dão formação e são formados internamente. Isso é fundamental, considerando o papel da equipa enquanto agente de saúde pública. Fazemos questão que o atendimento e a informação prestada sejam de qualidade, por isso conhecer bem cada cliente é fundamental e isso só se consegue com um atendimento próximo, humanizado e disponível.

Que balaço faz do percurso que esta farmácia tem feito junto da comunidade? Que projetos/serviços gostaria ainda de implementar?

Faço um balanço bastante positivo, sobretudo tendo em conta o reconhecimento de quem nos visita com frequência. São os próprios utentes que nos incentivam a inovar e a disponibilizar serviços e produtos que sejam mais-valias para a comunidade. Estamos atualmente em processo de Certificação de Qualidade e iremos, brevemente, mudar-nos para novas instalações – terão o dobro do espaço, o que nos permitirá disponibilizar mais serviços, todos eles destinados a diferentes áreas da Saúde e Bem-estar, e com um profissional formado para o efeito. A nível digital, estamos muito presentes nas redes sociais, em particular no Instagram, onde promovemos regularmente a educação para a Saúde junto de quem nos segue. Recentemente, criámos uma newsletter quinzenal, que é agora disponibilizada aos nossos clientes. Talvez por toda esta dinâmica, ousadia e ambição, fomos distinguidos com o prémio Top Scoring 5% melhores PME's em Portugal, que muito nos apraz.



FARMÁCIA
ENTRE-VINHAS

“REPRESENTAMOS PRODUTOS QUE GARANTEM RESULTADOS”

A Skin Solutions nasceu em julho de 2017, resultado de um propósito firme de Paulo Silva e da sua esposa em trazerem para o mercado da Estética produtos que cumpram os resultados que prometem. Em simultâneo, criaram também uma clínica de estética, a Skin Care Saldanha (skincare.saldanha), onde fazem uso dos produtos que representam. Quatro anos depois da sua criação, a Skin Solutions já foi distinguida com o prémio Top Scoring 25% melhores PME's nacionais.



Manuela Faria e Paulo Silva
CEO

Paulo Silva tem um passado profissional de duas décadas ligadas à área médica, no segmento da representação e comercialização de dispositivos de diagnóstico em Cardiologia e Emergência Médica. Porém, a vontade de abrir uma empresa própria surgiu há quatro anos, após ouvir várias vezes clientes da área da Estética afirmarem que muitos produtos existentes no mercado não cumpriam com os resultados prometidos: “A minha esposa é esteticista há quase 10 anos, por isso, em conversa com ela, há quatro anos, decidimos abrir uma empresa que comercializasse produtos para a área da Medicina Estética, mas com a garantia de que seriam produtos que, efetivamente, cumpririam os resultados que prometem. Além disso, estas marcas deveriam ter uma base científica na criação dos seus produtos, onde nos pudéssemos basear, quando procuramos providenciar essas mesmas soluções aos clientes”.

O objetivo foi conseguido e a Skin Solutions passou a representar as marcas NEAUVIA, da Matex Lab, e a HYAcorp, do laboratório BioScience: “Ambos os laboratórios acabaram por me encontrar no LinkedIn e solicitaram os meus serviços comerciais. Encetámos negociações e acabámos por chegar a um bom acordo. Ambos são laboratórios flexíveis e, apesar de a nossa relação ser formal, ela é também muito informal, considerando que têm uma enorme experiência internacional e um departamento de Marketing extraordinário”.

No seguimento da representação destas duas marcas, Paulo Silva e a mulher utilizaram também a experiência profissional de Manuela Faria para criar a Skincare

Saldanha, uma clínica de Estética, localizada na zona do Saldanha, em Lisboa, e que está dotada de todo o tipo de serviços ligados a esta área: “Nesta clínica, só não trabalhamos os cabelos. De resto, pode beneficiar de um serviço de manicure, pedicure, depilação a laser, aplicação de fios tensores, toxina botulínica, preenchimento com ácido hialurónico facial e corporal, tudo efetuado por médicos certificados e formados para o efeito”.

Produtos únicos, resultados diferenciados

Paulo Silva orgulha-se de representar um produto único no mercado como é o ácido hialurónico do laboratório Matex Lab: “Este é o único ácido hialurónico do mundo que é totalmente orgânico. Ele é extraído da bactéria bacillus subtilis e, por isso, tem um grau de 100 por cento de pureza e é biocompatível com o organismo humano. As cadeias de reticulação deste produto são mais resistentes à degradação pela utilização do agente PEG, por isso os resultados obtidos com a aplicação deste ácido hialurónico são mais duradouros”. O facto de este ser um produto totalmente natural assegurou o sucesso, relativamente aos clientes: “Em quatro anos, fidelizámos muitos clientes graças a este selling point, mas também devido aos resultados evidenciados pelo produto. Além disso, a Dr.^a Sofia Carvalho, cirurgiã plástica, é a speaker e opinion leader da marca e os resultados obtidos por ela são fenomenais”.



Produto NEAUVIA

Todavia, o objetivo do laboratório Matex Lab passa, sobretudo, por aplicar um conceito holístico à área da Medicina Estética: “A Matex decidiu olhar para os pacientes de uma forma generalizada, tentando perceber quais são os melhores protocolos de atuação, para assegurar os melhores resultados possíveis e potenciá-los ao máximo. Assim, há nove meses, surgiu um novo protocolo denominado NLIFT sobre terapias combinadas (cosmética, ácido hialurónico e energy based devices) para o tratamento do terço médio da face, que passa por preparar primeiramente a pele para este procedimento. Se assim não fosse, a desidratação da pele ou qualquer outro fator poderia impedir que os resultados deste protocolo fossem os melhores. Depois do procedimento, o paciente recebe um conjunto de suplementos e cosméticos para continuar a potenciar os resultados da intervenção estética. Isto é uma visão diferente daquilo que existe atualmente no mercado”.

No que respeita à marca HYAcorp, do laboratório BioScience, Paulo Silva destaca outro ácido hialurónico, desta feita indicado para conseguir “o glúteo perfeito”: “Curiosamente, a maioria das mulheres não procura este produto com o intuito de aumentar o tamanho dos glúteos, mas sim com o objetivo de corrigir as depressões laterais existentes.

É um tratamento não invasivo, muito procurado principalmente entre os meses de abril e julho. É um produto que proporciona resultados imediatos, que duram cerca de dois anos”.

A Academia Skin Solutions

A Skin Solutions está no mercado com o objetivo de melhorar a prestação dos cuidados médicos e a medical education é crucial para este propósito. Por isso, há cerca de três meses surgiu a Academia Skin Solutions: “A formação dos médicos é crucial. É muito importante que conheçam diferentes formas de aplicar as injeções – de ácido hialurónico ou outro produto cujo processo seja esse – e que percebam que diferentes produtos têm diferentes formas de aplicação e, por isso, podem também atingir diferentes resultados. Os médicos que trabalham na área da Medicina Estética têm diferentes especializações clínicas – Dermatologia, Clínica Geral, Cirurgia Plástica e mesmo Medicina Dentária – por isso é fundamental que se continue a apostar na formação”.

Paulo Silva alerta ainda para a existência de alguma falta de regulamentação, no que respeita à prática deste tipo de serviços, nomeadamente a aplicação de injeções de toxina botulínica,

preenchimentos faciais e corporais, que são feitos por quem não tem conhecimento médico: “Há esteticistas a fazer estas aplicações. Isso é muito perigoso. A Lei do Ato Médico não o proíbe, é omissa quanto a estas situações, o que dificulta a sua fiscalização, mas as pessoas devem saber os riscos que correm quando recorrem a profissionais não médicos para a aplicação desta toxina ou outro procedimento estético”. De entre os perigos eminentes, destacam-se a possibilidade de necrose, oclusão de veias ou rompimento de artérias, causadas pela perfuração da agulha: “Uma das formas mais fáceis de perceber se aquele profissional é um médico certificado é colocarmos no site da Ordem dos Médicos ou da Ordem dos Médicos Dentistas – os únicos profissionais de saúde credenciados para efetuar estes tratamentos – o número da cédula profissional. Se esse

nossas obrigações fiscais e também para com os nossos colaboradores”. Ainda assim, em 2020 a empresa apresentou um crescimento de 20 por cento face a 2019. No segundo confinamento, a empresa já pôde laborar e, no que respeita à Skincare, a reabertura ocorreu apenas a 15 de março de 2021, sendo que após o anúncio do primeiro-ministro, de imediato o telefone começou a tocar com marcações de clientes.

Para o futuro, já estão a ser preparados alguns projetos, mas Paulo Silva ainda não pode revelar detalhes: “Existem projetos em preparação, mas os mesmos não dependem só de nós. Todavia, creio que no início do próximo ano já existirão novidades”. No entanto, o objetivo fundamental é continuar a crescer: “Queremos alargar a Academia e estamos a planear, para setembro,



Produto HYA Corp

número não existir, essa pessoa não é um profissional credível”.

O primeiro confinamento colocou à prova a estrutura financeira da Skin Solutions, que conseguiu ultrapassar este obstáculo com distinção: “No primeiro confinamento estivemos totalmente fechados e nunca tivemos qualquer ajuda estatal. No entanto, fomos sempre conseguindo cumprir as

fazer uma formação de formadores a nível nacional, que englobará especialistas em Cirurgia Plástica e Maxilo-facial, Dermatologia, Medicina Estética, entre outros. Fundamentalmente, procuramos sempre proporcionar aos nossos clientes, sejam eles clínicas ou população em geral, os melhores produtos e tratamentos possíveis, que cumpram as expectativas de todos”.



SKIN SOLUTIONS
estética avançada

E: comercial@skinsolutions.pt

RLIFT: REFERÊNCIA NA INSTALAÇÃO DE ELEVADORES E AUTOMATISMOS

A RLIFT é uma empresa de Engenharia vertical, que procura estar constantemente na vanguarda da tecnologia. A diretora-geral, Joana Ribeiro – engenheira civil, com mais de 10 anos de experiência no setor dos elevadores – e Márcio Lopes – engenheiro e diretor operacional da empresa, são as referências da RLIFT. Unidos, zelam pelo primor e qualidade dos serviços prestados e pela manutenção da imagem de referência a que a RLIFT habituou os clientes.



Joana Ribeiro
Fundadora e Diretora-geral

Como se posiciona no mercado, sobretudo no que se relaciona com a tecnologia que disponibiliza aos clientes?

A RLIFT é uma empresa de Engenharia vertical que tem como principal atividade a manutenção preventiva, assistência técnica e instalação de elevadores. Um dos objetivos principais da RLIFT é estar na vanguarda da tecnologia, dedicando uma equipa técnica para este fim, de forma a desenvolver novas soluções ajustadas à realidade do nosso mercado e edifícios. Estamos em constante formação e fazemos questão de estar presentes em todos os eventos relevantes no setor dos elevadores e automatismos, assim como nas melhores feiras internacionais de elevadores, com o objetivo de poder trazer aos nossos clientes uma maior segurança, comodidade e eficiência. Sendo a RLIFT uma empresa 100 por cento portuguesa, não podíamos deixar de dar relevância e preferência aos nossos produtos, garantindo aos nossos clientes soluções nacionais e competitivas.

O nosso sucesso é estar sempre na vanguarda da tecnologia, no serviço personalizado, na proximidade com os clientes e nos preços competitivos

O Algarve, onde se situam, atravessou uma fase muito difícil, aquando do encerramento obrigatório da restauração, hotelaria e outras atividades. Como foi para a RLIFT este período, considerando que o vosso mercado é essencialmente algarvio?

Sentimos uma quebra na requisição de serviços nas grandes superfícies e hotéis mas, por outro lado, houve uma mudança no setor residencial, tanto em edifícios unifamiliares como multifamiliares. A pandemia mudou a forma como se vive, as horas passadas dentro de casa durante o confinamento levaram as famílias a ter uma visão diferente das suas necessidades, dando mais valor à sua segurança, ao conforto e à poupança energética. Foi com esta visão que a RLIFT deu uma nova vida aos edifícios, modernizando os elevadores, garantindo aos utilizadores maior segurança e eficiência, maior



conforto do passageiro, poupança energética e aumento do valor da propriedade. O setor dos Homelifts, elevadores direcionados para moradias unifamiliares e multifamiliares, também cresceu e a RLIFT apostou neste mercado que, cada vez mais, faz mais sentido nos dias de hoje. Recentemente, instalámos um Homelift totalmente panorâmico e personalizado, conforme exigências do projetista, na Requalificação do Mercado Municipal de Silves, com o objetivo principal de garantir o acesso a pessoas com capacidade e mobilidade reduzida. Este elevador está inserido num espaço aberto ao público, onde pode ser visto mais pormenorizadamente ou mesmo viajar nele.

A RLIFT é uma empresa especializada em multimarcas. Como está posicionada para este mercado?

A RLIFT é uma empresa especializada em multimarcas na área da manutenção e assistência técnica, com uma equipa técnica altamente qualificada, composta por engenheiros e técnicos com longa experiência na área e no setor, que nos permite apresentar as melhores condições do mercado nos setores da manutenção, assistência e modernização de elevadores. Disponibilizamos aos nossos clientes “Garantia de Satisfação” sem penalizações, em caso de rescisão de contrato por insatisfação com os nossos



Referências Institucionais:



Márcio Lopes
Diretor de Operações

serviços. Atualmente, a RLIFT tem a seu cargo a manutenção e assistência técnica de mais de 400 elevadores instalados por empresas multinacionais, com um serviço permanente de 365 dias por ano e de 24 horas por dia. Ainda existe o mito que empresas nacionais não conseguem arranjar peças de elevadores de uma determinada marca, mito esse cuja tendência é desaparecer ao longo do tempo. A manutenção destes elevadores é fulcral para a segurança dos próprios equipamentos e das pessoas que os utilizam.

Como asseguram o cumprimento deste procedimento?

O modelo de manutenção preventiva e de manutenção corretiva dos equipamentos é muito exigente e criterioso por parte da RLIFT. Para isso, desenvolvemos uma aplicação, de forma a assegurar e controlar o cumprimento destes procedimentos. A aplicação consiste num plano de manutenção individual do equipamento dividido por duas partes: a componente obrigatória mensal e a componente preventiva mensal, sendo

que pode ser acrescido de fotografias instantâneas e reportes por todos os nossos colaboradores e técnicos. Esta aplicação permite o acesso direto a toda a documentação e histórico do equipamento.

No que concerne às portas automáticas, portões de garagem, cancelas e outros automatismos, como se posiciona a RLIFT neste mercado?

No setor dos automatismos, a RLIFT dedica-se sobretudo à componente industrial direcionada para uma utilização de uso intensivo. Os nossos clientes nesta área são sobretudo as grandes superfícies, onde a capacidade técnica de resposta é mais exigente e imediata. Estivemos presentes em grandes obras, como a remodelação do Aeroporto de Faro, construção do Mar Shopping e IKEA Loulé, na instalação de mais de 100 portas automáticas de correr e batente, que deu à RLIFT um “know how” acrescido neste setor.

Como se desenha o caminho da RLIFT, no futuro? Há espaço para crescer?

A RLIFT é uma empresa resiliente e que

tem muito para crescer e podemos acrescentar que já se encontram em fase de projeto e estudo prévio as futuras instalações da RLIFT, com o objetivo de rentabilizar meios e custos da empresa, de forma a sermos ainda mais competitivos e fortes no mercado.

Em que medida a distinção Top 5% Melhores PME's nacionais, da Scoring, é importante para a RLIFT?

A distinção é o reconhecimento de muitas horas de dedicação, trabalho árduo, perseverança e estudo intenso. Dedicamos esta distinção a todos os nossos funcionários, pelo esforço e dedicação em melhorar todos os dias e agradecemos a todos os nossos clientes, amigos, família e parceiros o voto de confiança depositado em nós, que permite a evolução e crescimento da empresa. Partilhar esta distinção vem reforçar aos portugueses, especialmente aos algarvios, que a RLIFT ELEVADORES E AUTOMATISMOS, sendo uma empresa local e portuguesa, é uma aposta segura.



ANIMADOMUS:

ESPECIALISTAS EM SEGUROS DE SAÚDE PARA O MERCADO PET

A AnimaDomus nasceu em 2008 como uma entidade gestora de uma rede de prestadores de cuidados de saúde e bem-estar no mercado pet. A empresa, que prima pela inovação, vem evoluindo e especializando-se neste mercado, trabalhando hoje com 12 dos 14 seguros de saúde para animais de companhia em Portugal, numa rede com mais de 380 parceiros.

Tudo começou em 2007, quando os irmãos Rúben e Rodrigo Livreiro, hoje diretor de operações e diretor de marketing, respetivamente, se aperceberam que, contrariamente à realidade da maioria dos países desenvolvidos, em Portugal não existia oferta de seguros de saúde para animais de companhia, para além de um seguro da Fidelidade, que datava dos anos 70 do século passado. Partindo do pressuposto que a oferta era praticamente nula, tendo crescido no meio de uma família de pessoas da atividade seguradora e com uma grande afinidade por animais, os fundadores decidiram “apostar num conceito que, em termos de lógica de seguro, fosse aproximado o máximo possível do que eram os seguros de saúde para humanos”, segundo explica Rúben Livreiro. A ideia arranca numa realidade distinta da que se vive nos dias de hoje, tanto a nível das especificidades da medicina veterinária, como da relação, cada vez mais estreita, dos tutores para com os seus animais de companhia, hoje encarados como membros da família. Ainda assim, o responsável assegura que “se sentia claramente que a oportunidade estava ali”, e assim nasce a AnimaDomus em 2008. Focada exclusivamente no que é o mercado pet, o diretor de operações elucida que “temos vindo a trabalhar para sermos especialistas na matéria”, sendo que “hoje trabalhamos com 12 dos 14 seguros de saúde para animais de companhia comercializados em Portugal”. A AnimaDomus disponibiliza às seguradoras as ferramentas, conhecimentos, estatísticas e todos os dados necessários para desenvolver os produtos e fazer crescer este mercado. “Por nos focarmos no

mercado pet, todo o trabalho, todas as ideias, toda a evolução deriva nesse sentido”, atesta.

Segundo Rúben Livreiro os seguros de saúde para humanos são o “termo de comparação” para as seguradoras com que trabalha, embora existam diferenças com os seguros para animais de companhia, como a esperança média de vida largamente superior nos humanos e o facto dos animais estarem totalmente dependentes dos cuidados do seu tutor. Assim, “parte do nosso sucesso decorre do esforço para fazer a ponte entre o que é a realidade dos seguros de saúde humana e a dos seguros para animais de companhia”. O responsável esclarece que “temos o privilégio de ter uma colaboração muito próxima com alguns profissionais da área veterinária, que nos ajudam nesta batalha do dia-a-dia e que nos apoiam numa evolução da atividade seguradora, que sentem ser também benéfica para eles”. Abrindo um pouco o leque para o que será o futuro, o diretor de operações avança que “o próximo seguro a sair para o mercado vai ter ferramentas de participação de sinistros semelhantes às dos seguros de saúde para as pessoas. Não tenho dúvidas que o caminho é aproximar ao máximo os seguros de saúde para animais da lógica dos outros seguros de saúde”.

Rúben Livreiro lembra, ainda, que muitos dos serviços disponibilizados pelos prestadores, e sendo que não existe um Serviço Nacional de Saúde para animais, estão apenas acessíveis “a pessoas que têm a capacidade económica para os sustentar, ou para



Ruben Livreiro, Director Geral

quem tem o apoio em parceria com a atividade seguradora”. É importante lembrar que um animal vai, em média, mais vezes por ano ao veterinário, que um humano ao médico. Desta forma, “os seguros que existem hoje são significativamente mais completos do que eram em 2008, trabalhando-se sempre no sentido de criar soluções cada vez mais completas e que vão ao encontro das necessidades dos clientes”. O processo dos seguros para animais de companhia está em constante evolução, acompanhando a mudança do relacionamento do tutor com o seu animal, bem como o avanço da tecnologia.

A AnimaDomus prima pela prestação de serviços às próprias pessoas, que “cada vez mais solicitam serviços de conveniência”. Durante o primeiro confinamento, em 2020, a empresa criou uma ferramenta que permite ao utilizador solicitar online os serviços que pretende, desde um banho a situações mais complexas em termos clínicos. A empresa aposta “neste tipo de atenção ao cliente, por forma a que este se sinta cada vez mais protegido e cuidado”, focando-se numa linguagem comum e num atendimento de proximidade. Para Rúben Livreiro o futuro passa por “perceber quais são as necessidades das pessoas e evoluir de forma a acompanhar estas necessidades, seja em termos de coberturas e capitais, seja no tipo de serviços que se presta, mesmo que sejam soluções simples como marcar uma tosquia”.

NELSON TERESO ADVOGADOS: O RIGOR, HONESTIDADE E PROFISSIONALISMO DO DIREITO

A Nelson Tereso Advogados – Attorneys at Law é um escritório de prática generalista, com um foco especial no Direito Sucessório e na ligação muito forte que o fundador, Nelson Tereso, tem com os Estados Unidos da América, onde nasceu e mais tarde veio a desenvolver importantes parcerias no seu contexto profissional.

Filho de emigrantes portugueses, Nelson Tereso desenvolve a sua afinidade com os Estados Unidos da América desde sempre, vindo a consagrar-se no seu trabalho como uma ponte entre este país e o nosso, na vertente da advocacia. Esta relação com o país da América do Norte é uma que pretende cuidar e fazer crescer nos próximos anos. De momento, a Nelson Tereso Advogados tem parcerias com advogados em Massachusetts, Connecticut, Nova Iorque, Califórnia e Flórida, para além de um escritório em parceria com a Arcos Agency localizado em Newark, Nova Jérсия, que conta com uma importante comunidade portuguesa. O fluxo entre os dois países, com o escritório a representar clientes dos Estados Unidos em Portugal e vice-versa, é “uma parte significativa da clientela do escritório”, segundo explica o seu fundador. Com dupla nacionalidade, Nelson Tereso atesta que se identifica com as comunidades portuguesas nos Estados Unidos, “com aquilo que fazem em prol de Portugal, de divulgação da portugalidade”. Afirma que “tenho muito gosto em saber que ajudo a economia nacional, ao trazer americanos para investir no sector imobiliário e para constituir empresas em Portugal, ao mesmo tempo que levo daqui algumas pessoas a investir nos Estados Unidos, criando valor acrescentado para ambas as economias”.

Para Nelson Tereso o trabalho de um advogado “não é só a parte jurídica”, sendo que “deve pensar muito no interesse superior do cliente”. A Nelson Tereso Advogados é “um escritório pequeno, mas muito dinâmico e empreendedor”, cujos valores mais importantes são “o rigor, o profissionalismo, a honestidade e a humanidade”. “Esta é a minha matriz, de outro modo não consigo trabalhar”, assevera, para acrescentar que “o meu primeiro objetivo não é dinheiro, o meu primeiro objetivo é servir o cliente, porque sei que ao servir bem um cliente mais clientes virão”. Nelson Tereso acabou por se “especializar” em Direito Sucessório de tanto o praticar: “tanto fazemos Direito Sucessório, que acabei por me especializar”. Ainda assim, frisa que



Nelson Tereso - Advogado

“fazemos muito Direito Sucessório, mas não só”, e que o seu escritório é da prática generalista. Concretamente, trata também muito do que apelida de Direito Imobiliário e Direito Comercial, com muitos norte-americanos a quererem constituir empresas em Portugal, e tantos outros a procurar o nosso país como uma segunda ou até primeira casa. “No fundo, tratamos de qualquer assunto jurídico”, elucida. A especialização no Direito Sucessório surgiu na avultada quantidade de heranças e partilhas a tratar em Portugal, com herdeiros nos Estados Unidos. A tal componente humana, para além da legal e processual, mostra-se na forma como Nelson Tereso tratou recentemente de todos os preparativos fúnebres de um cliente que tinha em Portugal, cujos filhos se encontram nos Estados Unidos. Este trabalho no Direito Sucessório deu aso não somente a uma especialização, como também a um livro, que foi lançado em maio de 2019, “O Lado Prático do Direito Sucessório: Resolução de Hipóteses Práticas e Minutas”. O trabalho assinado por Nelson Tereso conta com uma primeira edição que esgotou em seis meses e uma segunda edição, lançada no âmbito da

Feira do Livro de Lisboa do ano passado, a 27 de agosto, a ser vendida a bom ritmo. “Tudo aponta para que haja uma terceira edição”, explica o autor, que avança ainda que “tenho na forja um outro projeto editorial, que não tem a ver com Direito Sucessório”, a ser publicado em 2022. A obra veio “preencher uma lacuna que existia” na oferta de livros sobre este tema, pois “aborda o Direito Sucessório no seu lado mais prático”, sendo que os que se encontravam até agora disponíveis cobriam apenas a parte teórica. Este livro pioneiro trata, em concreto, dos procedimentos legais a ter após o falecimento de uma pessoa. Apelidado de “Manual de Instruções Sobre o Direito Sucessório”, destina-se a estudantes de Direito, advogados, advogados estagiários, notários, conservadores, juristas, entre outros. Apresenta hipóteses, seguindo com a resolução dessas hipóteses, sempre com recurso a casos práticos, terminando com um léxico jurídico, onde consta toda a terminologia do que é o Direito Sucessório e muitas minutas exemplificativas dos actos a praticar.



Livro - O Lado Prático do Direito Sucessório

Rua Dr. Augusto Batalha, 8, 3º - Dto.
2600-417 Alhandra - Portugal
Telefone: +351 219 501 966 / 219 511 983
Fax: +351 219 512 761
E-mail: nelsontereso@nelsonteresoadvogados.com
nelsontereso-13692L@adv.oa.pt
www.nelsonteresoadvogados.com

STRATBIM: WHERE STRATEGY MEETS BIM

A StratBIM é uma Marca criada na Stratbond em 2015 com o objetivo de desenvolver e implementar soluções inovadoras, face à emergente transformação digital no setor da construção.

Cláudia Antunes, arquiteta de formação, iniciou funções na Stratbond Consulting em 2015. Atualmente, desempenha funções de Consultoria e Formação na StratBIM e afirma que foi a sua pós-graduação em BIM – Building Information Modeling - que acabaria por transformar todo o seu percurso profissional. O BIM “é uma metodologia de trabalho colaborativa, que tem por base a gestão integrada da informação associada a um modelo virtual, que permite aos profissionais da Indústria AEC – Arquitetura, Engenharia e Construção – projetar, construir e gerir um edifício de forma mais eficiente, ao longo do seu ciclo de vida”, como explica a Consultora BIM. Este modelo consegue, deste modo, reduzir os erros e omissões, reduzir os custos da construção, e “uma melhor coordenação e comunicação entre todos os intervenientes”, salienta ainda. A StratBIM é uma marca da Stratbond registada e implementada em 2016 “que resulta de um exercício estratégico desenvolvido internamente, com o objetivo de criar soluções inovadoras face à emergente transformação digital do setor da construção”, enuncia a arquiteta. Assim, Divulgação, Formação e Implementação BIM são os pilares fundamentais nos quais assentam os serviços da StratBIM. Estes “obedecem a uma estratégia de implementação que avalia e valoriza as características únicas de cada cliente”, tendo ainda em conta “as suas

necessidades específicas”. Conhecidas e avaliadas estas especificidades, são encontradas as soluções mais adequadas a cada realidade empresarial.

Segundo Cláudia Antunes, os serviços prestados têm como objetivo apoiar todo o tipo de agentes do setor da construção, desde projetistas a construtores e fabricantes, a “definir os seus objetivos organizacionais e de projeto, com vista à adoção da Metodologia BIM, sem perda de competitividade.”

São os fabricantes de materiais de construção e as empresas dedicadas ao projeto (Arquitetura e Engenharia) que constituem uma maior representatividade como clientes da StratBIM. Para os primeiros, a empresa desenvolve Bibliotecas de Objetos BIM, enquanto os segundos “procuram através dos serviços de Consultoria, apoio à definição estratégica de adoção da metodologia nas suas organizações ou desenvolvimento de serviços técnicos especializados, nomeadamente modelação e coordenação de projetos BIM” explica a arquiteta. A StratBIM tem atualmente clientes internacionais em Espanha, Angola e Brasil mas Cláudia Antunes salienta: “é nosso objetivo alavancar o processo de internacionalização a uma escala global, ainda no decorrer deste ano”. Para quem tenha interesse e



Cláudia Antunes
Consultora BIM na StratBIM

queira iniciar-se nesta área, a empresa tem disponível a formação “Metodologia BIM” que se destina a todos os profissionais de Arquitetura e da área da construção. Esta formação aborda as diversas temáticas da metodologia BIM, desde a Introdução ao BIM até à Contratação BIM.

Face ao atual cenário pandémico, a arquiteta considera que o mesmo veio acelerar o processo de “transformação digital das empresas” e sublinha: “Estando a StratBIM alinhada com esta tendência, revalidámos os nossos objetivos e oferta de serviços neste âmbito tecnológico”.

Ainda em 2021, a arquiteta e consultora BIM adianta que têm como objetivo “consolidar a atuação da StratBIM, enquanto prestador de serviços BIM, através do lançamento de nova estratégia digital e de comunicação da marca”. Até ao final do ano, pretendem ainda retomar o evento anual, o Seminário “BIM Centro”, que não aconteceu em 2020, consequência da pandemia.

StratBIM®

Cláudia Antunes, Arq.
BIM Consultant

t: +351 914 969 065
w: stratbim.com

FINPARTNER: REFERÊNCIA EM CONTABILIDADE E GESTÃO

Com o objetivo de “exceder as expectativas dos clientes”, a Finpartner distingue-se por ser uma empresa de Contabilidade, Consultoria Fiscal e Gestão que aposta na tecnologia para se aproximar de clientes nacionais e internacionais. No ano em que a Finpartner celebra 15 anos, Daniela Esteves, administradora da empresa, garante que este é só o início de um percurso assertivo.

Que análise faz destes 15 anos de percurso da Finpartner?

Estou na Finpartner há sete anos e, desde que cheguei, vejo que demos passos gigantes. Começámos com quatro pessoas e, neste momento, temos 30. Temos clientes de vários países e uma diversidade de serviços que, de outra forma, não teríamos. Uma coisa que acredito que também nos distingue é o facto de apostarmos muito na tecnologia. Ultimamente, conseguimos a nossa primeira certificação de qualidade e estamos, agora, a certificar outros serviços que prestamos, de forma a conseguir que o cliente nos veja como um parceiro de negócios.

Quais os serviços que prestam e que vão para lá da Contabilidade?

Temos serviços de Consultoria que visam olhar para a realidade da empresa e perceber, não só como é que esta está no mercado, mas também ajudar a escolher investimentos quando um cliente tem um negócio novo. Além disso, temos a vertente das pessoas singulares, sobretudo para clientes que são estrangeiros. Muitos deles vêm para Portugal investir e precisam de ajuda em quase tudo. Nós damos todo esse suporte.

Existe uma grande diferença entre as obrigações fiscais dos portugueses em comparação às dos investidores internacionais?

Existem várias diferenças. Por exemplo, a França e o Brasil têm imposto sobre a fortuna e nós não. Temos também clientes de origem asiática para quem o IMI não faz muito sentido. A nível geral, não vejo o nosso sistema fiscal mais complexo. Vejo-o, sim, mais burocrático. Por vezes, isso é o que faz com que os investidores desistam do nosso país.



Daniela Esteves
Administradora

A digitalização ligada à contabilidade está, realmente, a acontecer?

O teletrabalho ajudou-nos bastante a passar para essa fase digital. A verdade é que existem ainda muitas leis fiscais que nos obrigam a manter o papel. Já conseguimos fazer a Contabilidade totalmente online, mas precisamos sempre de guardar os documentos durante 10 anos, por isso considero que, em Portugal, ainda estamos algo atrasados nesta evolução. Temos de olhar para esta Era como uma oportunidade e foi isso que fizemos na Finpartner: conseguimos olhar a digitalização como uma forma de criar uma ponte com o cliente, arranjar mecanismos que eliminassem tarefas que, muitas vezes, o cliente não valoriza e nos fazem perder tempo e, assim, concentramo-nos mais em acompanhá-lo e ouvi-lo, fazendo-o valorizar o que podemos fazer por ele.

Nesse sentido, o que é que a App Finpartner traz de vantajoso para os vossos clientes?

Acreditamos que pode ser um canal mais direto de comunicação. As nossas funcionalidades iniciais passam muito por aceder a documentos e dar acesso aos trabalhadores para fazerem o mesmo. Além disso, há a opção de marcar reuniões, fazer pagamentos, adquirir novos serviços, ver as notícias mais relevantes e conteúdos próprios que nós publicamos e, mais recentemente, o “Gamification”, que convida os nossos clientes a fazerem determinadas ações que se convertem em pontos que, posteriormente, são trocados por serviços.

Como se posiciona a Finpartner em relação ao mercado internacional?

Posicionamo-nos particularmente no mercado europeu, sobretudo França, Espanha, Itália e Finlândia, mas também em países externos, como o Brasil, a China e os EUA. Procuramos parceiros locais, de forma a prestar um serviço muito mais próximo ao cliente e assegurar uma transição suave às empresas que procuram alargar as suas fronteiras.

Em termos futuros, quais os objetivos da Finpartner?

A Finpartner sempre assumiu como seu objetivo ser uma referência tanto a nível nacional como a nível internacional. Acreditamos estar no caminho certo, mas estamos só no início. Mais do que crescer, queremos que os nossos clientes cresçam connosco. Vamos continuar a apostar na tecnologia, no marketing digital e espero que venham muitos mais anos de sucesso.

Finpartner
YOUR BUSINESS PARTNER

“A CARGA FISCAL DAS EMPRESAS É MUITO SEVERA”

A Scalconta tem mais de quatro décadas de atividade nas áreas da Contabilidade, Fiscalidade e Assessoria. Situada em Santarém, esta empresa local tem em Etelvina Gaudêncio, contabilista certificada, a sua diretora técnica e uma profissional defensora de uma verdadeira digitalização dos processos contabilísticos.

Etelvina Gaudêncio é a diretora técnica da Scalconta, que ajudou a fundar. Presente no mercado há 43 anos, esta empresa de Santarém tem no rigor, na transparência e na honestidade os seus valores centrais: “Uma empresa que já conta o seu tempo de existência em décadas é, também, uma empresa resiliente e com uma grande capacidade de adaptação a todas as alterações que a própria área profissional já sofreu”. A Scalconta atravessou a época em que os processos contabilísticos eram conduzidos pelo Código de Contribuição Industrial, seguindo-se a entrada na União Europeia e atualmente as IES: “Todos estes processos nos exigiram sempre uma grande adaptação, sobretudo quando falamos de reformas fiscais”.

Outro momento onde a empresa teve de provar a sua resiliência foi no ano passado, aquando do confinamento que obrigou grande parte das empresas nacionais a fechar portas e a parar por completo a sua atividade: “Nessa época em particular, tivemos de estar ainda mais perto dos nossos clientes e orgulho-me de termos conseguido fazê-lo. Nunca deixámos de atender o telefone a um cliente, mas reconheço que, também nós, na Scalconta, fomos postos à prova. Ainda assim, com alguns colaboradores em teletrabalho, outros a trabalhar a partir do escritório e um processo de substituição de software de contabilidade a decorrer desde janeiro desse ano, tudo se fez. Recebemos centenas de documentos legislativos, com as leis e as respetivas alterações que saíam diariamente e

conseguimos ajudar todos os nossos clientes”. Tal também se deveu ao trabalho de acompanhamento e ajuda que a Ordem dos Contabilistas e a APECA desenvolveram, bem como ao grande conhecimento que todos os colaboradores da Scalconta têm dos clientes: “Os contabilistas têm de conhecer bem as empresas com quem trabalham, de outra forma não se pode fazer uma boa Contabilidade. Esse conhecimento permitiu-nos apresentar aos clientes as melhores soluções, no que respeita aos apoios existentes e, para alguns deles, estes apoios foram essenciais para a sobrevivência do negócio”.

Ainda assim, Etelvina Gaudêncio alerta para as dificuldades ainda existentes na Economia: “Não creio que a retoma esteja a acontecer. Apesar de acreditar que o pior já passou, também vejo que as empresas estão ainda a ter muitas dificuldades – as maiores tiveram grandes prejuízos e há muitas empresas mais pequenas que não tomaram a abrir as portas desde que fecharam. Este ano, os apoios não chegaram para fazer frente aos prejuízos e muitas empresas foram sufocadas pela carga fiscal, que é muito severa para as empresas, sobretudo para as mais novas”.

A digitalização dos processos contabilísticos

O processo de digitalização, apesar de muito falado, não está na verdade a acontecer, segundo Etelvina Gaudêncio: “A digitalização é algo positivo –



Etelvina Gaudêncio
Diretora Técnica

permitia poupar árvores, ambiente e a nossa saúde – mas só a verdadeira digitalização dos processos nos fará evoluir, enquanto profissionais. Nós, contabilistas, trabalhamos com faturas, talões, recibos... e fotografar ou digitalizar essa documentação não é digitalizar processos. Isso é apenas gerar mais trabalho, porque continuamos a ter que ter o verdadeiro documento conosco, para comprovar a sua veracidade. A verdadeira forma de digitalizar os processos contabilísticos deveria passar por permitir aos contabilistas ter acesso direto ao e-fatura dos seus clientes. Aí sim, com o acesso ao documento e ao seu conteúdo, poderíamos transferi-lo para a plataforma do software de contabilidade, classificá-lo e arquivá-lo digitalmente. Aí sim, estaríamos a não

utilizar papel e a continuar a ter os documentos para provar qualquer transação”.

No que respeita ao futuro, a Scalconta é uma empresa com quatro décadas de atividade e que Etelvina Gaudêncio acredita que pode cumprir mais décadas no mercado: “Através do sócio João Raposo, a empresa tem a possibilidade de realizar projetos de financiamento, de reestruturação de empresas e reavaliação de processos de negócios, bem como certificações de qualidade, que inclusivamente já fizemos. Além disso, acredito que a Contabilidade vai continuar a ser necessária. Os empresários precisam de nós e do nosso aconselhamento, por isso acredito que podemos trabalhar por mais 40 anos, pelo menos”.



SCALCONTA

GRUPO NUCASE:

SERVIÇOS PERSONALIZADOS PARA A GESTÃO E ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL

Há 43 anos no mercado, o Grupo Nucase é uma empresa familiar direcionada para serviços de Contabilidade e Fiscalidade, Gestão de Recursos Humanos e processos e sistemas de informação. As suas equipas apoiam mais de 1500 empresas de forma personalizada, valorizando a proximidade com o cliente. O CEO, António Nunes, não esconde que a pandemia trouxe novos desafios, aos quais o Grupo não virou costas.



António Nunes
CEO

Como definem a vossa estratégia organizacional?

Temos uma ideologia muito própria, onde assenta tudo o que envolve a parte organizacional, técnica e tecnológica. Seguimos uma filosofia de micro-gabinetes de contabilidade, onde trabalham mais de 40 equipas chefiadas por contabilistas certificados. Os nossos serviços são altamente personalizados. Cada equipa tem um grupo de clientes e só trabalha para esse grupo na área da Contabilidade. Portanto, a relação com o cliente é sempre feita através destas equipas. O grande sucesso da Nucase ao longo destes anos é, então, este serviço personalizado e a forma como estamos organizados.

Como respondeu a Nucase aos novos desafios impostos pela pandemia, nomeadamente, no que diz respeito ao teletrabalho e à digitalização?

Reagimos de uma forma muito positiva. Quase de um dia para o outro, colocámos quase 85 por cento dos nossos trabalhadores em teletrabalho. Desse ponto de vista, conseguimos reagir rapidamente e as pessoas adaptaram-se muito bem. Na relação com os clientes, houve uma interação permanente, tentando propor e antecipar soluções a qualquer hora do dia. Internamente, colocámos três consultores na equipa a acompanhar os trabalhadores que estiveram em casa. Tivemos uma equipa à altura e recebemos muitos elogios. Fiquei muito orgulhoso por isso.

Nessa altura, a Nucase foi um apoio para os clientes?

Os contabilistas, em geral, tiveram um papel muito importante nesta fase de pandemia. Aliás, foram considerados a linha da frente para as empresas. Fomos, realmente, o grande apoio para incentivar os clientes a ter calma.

Felizmente, os clientes perceberam a nossa ajuda e colaboraram connosco.

Esse reconhecimento de que fala foi mais visível nesta fase ou sempre sentiu esse apoio por parte dos clientes?

Contrariamente àquilo que eu sempre pensei que deveria ser o papel de um contabilista, - uma pessoa que devia estar presente na empresa -, penso que, durante muito tempo, isso não aconteceu. Os próprios contabilistas nem sempre souberam colocar-se na posição certa para se dignificarem. Por outro lado, valorizo muito o trabalho que foi feito pela Ordem dos Contabilistas, no sentido de valorizar o trabalho destes profissionais. Hoje, acredito que as empresas, em geral, já pensam de modo diferente e valorizam o contabilista. É bom que, a partir daqui, os contabilistas saibam aproveitar esta fase para se valorizarem e se aproximarem dos clientes. As nossas empresas precisam de crescer e os

contabilistas têm um papel fundamental nesse sentido.

O “Portal RH” é uma tecnologia desenvolvida pelo Grupo Nucase para os seus clientes. Quais as vantagens deste portal?

O “Portal RH” tem uma importância muito forte no quotidiano das empresas e dos seus colaboradores. Independentemente da sua dimensão, a empresa tem de ter uma forma mais adequada de gerir os seus recursos humanos. O portal tem vários módulos, desde a higiene e segurança no trabalho a módulos ligados à área do recrutamento e seleção, informações muito importantes para a relação entre as empresas e os seus colaboradores.

A verdadeira retoma económica está a acontecer?

Estamos longe disso. Tudo depende da economia. Há muitas empresas que dificilmente vão conseguir recuperar. Há outras que estão com muita vontade e estão a conseguir. Portanto, os apoios não devem parar.

Dentro do seu grupo de clientes, qual é o panorama?

Estou confiante. As coisas estão a correr bem e nós estamos muito atentos. Fazemos uma análise de risco permanente. Neste momento, o grupo de clientes que temos é mais saudável do que era há uns anos. Isso dá-me alguma esperança de estarmos no bom caminho.



ARTECÁLCULO:

20 ANOS AO LADO DOS CLIENTES

Jorge Velado e Ana Paula Correia são os sócios-gerentes da ArteCálculo, uma empresa de Contabilidade, Fiscalidade e Assessoria que celebra este ano 20 anos de atividade, sustentada em pilares de rigor e flexibilidade. Ultrapassados os tempos difíceis do confinamento, onde a ArteCálculo esteve ao lado dos seus clientes, é agora tempo de pensar na recuperação económica.



Ana Paula Correia e Jorge Velado
Sócios-Gerentes

Que análise faz da evolução da empresa e do seu posicionamento atual no mercado?

Iniciamos esta análise com um agradecimento especial a todos os nossos clientes e colaboradores, à OCC, assim como à Valor Magazine, que nos vem permitir fazer este agradecimento de uma forma alargada. A empresa tem apresentado ao longo destes anos uma evolução bastante positiva, muito sustentada, seja ao nível de faturação, seja ao nível do número de clientes. Esse crescimento deve-se fundamentalmente às referências positivas que os nossos clientes vão fazendo dos nossos serviços e à qualidade da equipa que foi sendo construída, que tem como sua base estrutural a formação contínua, permitindo construir uma equipa multidisciplinar que, apesar das suas diferenças, tem um objetivo comum

claro. Apesar de estarmos digitalmente presentes no mercado, 99 por cento dos nossos clientes chegam-nos por referência. Posicionámo-nos no mercado de uma forma muito própria, tentando prestar serviços de uma forma muito abrangente, de excelência e que tentam acrescentar valor ao cliente.

Quando iniciaram o vosso percurso, disponibilizavam serviços de Contabilidade, Gestão de Recursos Humanos e Consultoria Fiscal. Ao longo dos anos, foram alargando o leque de serviços. Quais são aqueles que, atualmente, mais são requisitados?

Apresentamos soluções completas, que permitem ao cliente focar-se apenas na sua atividade. Além dos serviços referidos, a empresa presta serviços de apoio à gestão, serviços relacionados com

faturação, serviço de secretariado e outros serviços a que uma empresa possa recorrer em outsourcing, sempre tendo o cuidado de não interferir com áreas consideradas exclusivas de outras profissões. De notar que, cada vez mais, os nossos serviços deixam de ser exclusivamente contabilísticos e fiscais para abrangerem muitos serviços particulares relacionados com as atividades.

A assessoria fiscal é muito importante para todas as empresas, independentemente do seu tamanho ou área de atividade. Como apoiam as empresas vossas clientes nesta questão, em particular?

Esforzamo-nos para assessorar o cliente de uma forma personalizada e em função da sua atividade específica, de uma forma permanente, contínua e

orientada. Fazemos um esforço deveras significativo, seja financeiro, seja pessoal, em formação para que tanto nós como os nossos colaboradores possamos ter as melhores e mais corretas ferramentas para possibilitar dar respostas aos problemas dos nossos clientes.

O confinamento e a obrigatoriedade do teletrabalho fizeram com que muitas empresas se vissem obrigadas a digitalizar muitos dos seus serviços/processos. Como se ultrapassou esta fase, na ArteCálculo?

Já antes da pandemia estávamos a fazer um esforço contínuo em desmaterializar e robotizar todas as tarefas possíveis. Já trabalhávamos com ferramentas de ajuda à gestão, interna e externa, com ferramentas que nos permitiram robotizar todas as tarefas possíveis, retirar muito do trabalho que não acrescentava valor e que era causador de erro. Trabalhamos em regime de outsourcing com empresas que nos têm ajudado nestas situações. Em termos de ferramentas de trabalho, também fazemos um esforço financeiro significativo em ter as máquinas e softwares o mais atualizados possível.

Mesmo durante a pandemia e o confinamento, a criação de empresas nunca esteve totalmente parada. Qual o papel da ArteCálculo no

acompanhamento destes processos?

Relativamente a novos clientes, só aceitamos algumas empresas, muito poucas, que na prática eram empresas de clientes que já trabalhavam connosco e aos quais não podíamos dizer que não. Tivemos algumas empresas que estiveram interessadas em trabalhar connosco e à quais dissemos que não.

Como avalia o papel que os contabilistas tiveram durante os primeiros tempos de confinamento, aquando do lançamento de nova legislação sobre medidas de apoio às empresas numa base diária?

Foram tempo demasiadamente difíceis e não sei como alguns colegas conseguiram. Como na ArteCálculo somos dois sócios-gerentes e nove colaboradores, a gerente Ana Paula Correia e duas das colegas, Graça Costa e Andreia Nunes, ligadas à área dos Recursos Humanos, tentaram dar acompanhamento a toda a legislação e alterações que iam surgindo diariamente e relacionadas com os salários e recursos humanos. O gerente, Jorge Velado, e as restantes colaboradoras, Rosa Corôa, Sandra Revez, Ana Cavaco, Ana Grilo, Susana Marques, Joana Corte real e Carla Baião deram continuidade e asseguraram todos os outros processos, inclusive os relacionados com os vários apoios existentes. Acredito que não sofremos mais porque já tínhamos uma estrutura que nos

permitiu, além das tarefas normais, redistribuir todo o trabalho acrescido e extra que foi surgindo, permitindo ajudar quem precisava e nunca descuidar dos que felizmente foram menos afetados por esta crise pandémica, que se tornou económica e que se espera conjuntural. Aqui um agradecimento especial à nossa Ordem, que nos prestou um apoio incondicional na resolução de todos os problemas originados direta ou indiretamente pela situação referida.

Como vê o estado da recuperação do país, a nível económico? A retoma está, efetivamente, a acontecer?

Sentimos que as empresas que mais sofreram com a pandemia, neste segundo confinamento, estiveram mesmo muito perto de encerrar a atividade e os apoios foram extremamente importantes para que elas se pudessem aguentar durante mais algum tempo, embora chegando com algum atraso, causando muita ansiedade e constrangimentos na gestão da tesouraria das empresas. Em termos gerais, estou otimista que, estando a Europa - e Portugal em particular - a chegar à muito desejada imunidade de grupo, a retoma começará a surgir já, de uma forma mais sustentada e mais rápida do que os organismos internacionais têm previsto.



“SOMOS RECONHECIDOS COMO PARCEIROS ESTRATÉGICOS DAS EMPRESAS”

A Bairrifisco conta já com 19 anos de mercado e, neste tempo, tem vindo a desenvolver serviços de Contabilidade, Assessoria Fiscal e outros que as empresas ou os particulares possam necessitar, como destaca o diretor, Rui Pereira.

Que balanço faz destes 19 anos de atividade, considerando a evolução da empresa ao longo do tempo e o seu posicionamento no mercado?

O balanço é bastante positivo. Esta empresa nasceu com a força de vontade de um jovem que pretendia vingar no mundo empresarial, mas sem qualquer apoio institucional ou financeiro. Passou por alguns maus momentos, no entanto foi crescendo sustentavelmente e hoje já tem a sua posição demarcada na área dos serviços de Contabilidade e Consultoria na região de Aveiro. Conta com cinco colaboradores e dois consultores avançados na área da Fiscalidade e Direito do Trabalho e apresenta uma carteira de cerca de 150 clientes empresariais, das mais diversas áreas. A empresa é reconhecida pelos seus clientes pela sua prontidão e clareza nos esclarecimentos dos assuntos questionados.

Quais os serviços que destacaria, em particular?

Destacaria o Apoio e a Consultoria Fiscal, pois além de ser a minha formação de base, é considerado um dos mais importantes para os nossos clientes. O apoio à gestão também é muito importante e cada vez mais procurado pelos clientes.

As empresas de contabilidade e os seus profissionais nunca pararam, mesmo durante a pandemia. Como lidou a Bairrifisco com esta realidade?

Foi um ano bastante difícil, no princípio a grande preocupação foi tentar acalmar os clientes que, em desespero, ligavam constantemente a querer ouvir soluções, quando nós próprios não tínhamos resposta. Dividimo-nos em equipas e cada um dos colaboradores ficou com um tema (layoff, baixas, isolamentos profiláticos, independentes e Moes) para

ir acompanhando a evolução da legislação. Ficava mais difícil, pois estávamos em teletrabalho e às vezes não era fácil comunicar. O stress e a pressão foram muito grandes, no entanto conseguimos ultrapassar mais esta etapa com distinção.

A digitalização era um processo já em curso antes da pandemia, mas com a chegada desta acabou por acelerar. Como se posiciona a Bairrifisco perante esta realidade?

A alteração do software com o qual a empresa trabalha ocorreu em 2020, fruto de algumas negociações que já estavam a decorrer antes do início da pandemia, o que permitiu que durante este ano já se trabalhasse muito na base do digital. É um processo difícil, nomeadamente na mentalização dos clientes com idade mais avançada, no entanto acho que conseguiremos no curto prazo ter grande parte do nosso arquivo em formato digital.

No que respeita à área profissional da Contabilidade, como avalia o reconhecimento que é dado a estes profissionais?

A nossa profissão tem vindo a ganhar notoriedade na sociedade pelos serviços que presta. Somos reconhecidos como o parceiro estratégico e de interajuda na Fiscalidade e Gestão da empresa. No entanto, acho que ainda há um longo caminho a percorrer por forma a que toda a sociedade tenha esse ponto de vista.

Como se posiciona a Bairrifisco relativamente ao futuro?

A empresa neste momento está sustentável e penso que continuará no futuro o percurso que fez até aqui.



Rui Pereira
Diretor

Estes dois anos foram uma mudança de paradigma de muitas situações, que nos obrigou a repensar o negócio e adaptarmo-nos com rapidez a esta nova realidade. Foi toda uma aprendizagem que nos permitirá trazer melhores condições no futuro, quer a nível económico como do bem-estar social da empresa. A retoma penso que já começou, no entanto iremos ter retoma a várias velocidades, dependendo dos setores económicos. Penso que o facto de terem existido setores que não foram afetados pela pandemia permitirá que a retoma seja feita mais rapidamente, no entanto temos que estar alerta pois a crise sanitária ainda está aí e não sabemos se a vacinação nos trará a tão desejada imunidade de grupo. Um novo fecho da economia será fatal para muitas empresas, nomeadamente no setor do turismo.

Belas Clube de Campo

O PRIVILÉGIO DE VIVER NUM COUNTRY CLUB



Situado numa zona nobre, em pleno Parque Florestal e a poucos minutos do centro de Lisboa, encontra no Belas Clube de Campo a qualidade de vida que procura.

Exclusivo para residentes e seus amigos.

Vigilância 24h • Jardim-Escola João de Deus no Belas Clube de Campo • Restaurantes • Healthclub • Piscina Spa • Golfe • Ténis • Padel • Minimercado • Parafarmácia Cabeleireiro • Lavandaria • Parques infantis • Ciclovias



Master's in Internacional Hotel Management

Master's in Marketing Management
for Luxury Tourism

MBA in International Hotel Management

Executive Master's in International Hotel
Management (new 100% option available)

Next intake: September, 2021



Les Roches

One of the world's leading
hospitality business schools



lesroches.edu