

Valor

ESPECIAL
Dezembro
RETOMAR PORTUGAL

Groupe GM

Sustentabilidade e inovação na Cosmética

Entrevista a João Bernardo

O posicionamento único da MIND

OPCO

Soluções formativas personalizadas

GRUPO HAIER

Nº1 em Eletrodomésticos

João Paulo Ferreira, country manager

Artigos exclusivos :

Maria João Heitor, Presidente da SPPSM, **João Torres**, Secretário de Estado do Comércio, Serviços e Defesa do Consumidor **Luís Menezes Leitão**, Bastonário da Ordem dos Advogados, **Marina Gonçalves**, Secretária de Estado da Habitação, **Gonçalo Byrne**, Presidente do Conselho Diretivo da Ordem dos Arquitetos, **António de Sousa Pereira**, Presidente do CRUP, **Luís Araújo**, Presidente do Turismo de Portugal



WEALINS[®]
WEALTH INSURER



DON'T LOOK FOR
EXCLUSIVE
SOLUTIONS,
WE CREATE THEM
ALL FOR YOU.*

FOYER GROUP

WEALINS é uma empresa de seguros de vida luxemburguesa com quase 30 anos de experiência no desenvolvimento de soluções de seguros de gestão de património. Juntamente com seus parceiros, profissionais da área da consultoria e finança, a **WEALINS** trabalha para uma clientela internacional. Operamos além das fronteiras do Luxemburgo, particularmente em Portugal, Bélgica, Espanha, Finlândia, França, Itália, Noruega e Suécia.

* NÃO PROCURE SOLUÇÕES EXCLUSIVAS, NÓS CRIAMO-LAS PARA SI.

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

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

JORNALISTAS:
Cátia Barbosa

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
www.valormagazine.pt! nos termos do nº1, art.º17º da
Lei nº2/99 de 13 de janeiro - Lei de Imprensa.

V EDITORIAL



Sara Freixo Editora

sarafreixo@valormagazine.pt

De dezembro trouxe o frio, as
festas de Natal e final de ano
e o regresso ao convívio
familiar, para quem aproveita este
período para tirar férias e voltar às
origens.

Por todas as razões acima, e por este
ser também um tempo de balanços,
decisões futuras e definição de novos
objetivos, a Valor Magazine surge com
a edição Especial Dezembro.

Com um tema transversal a toda a
edição – Retomar Portugal – esta é
uma revista preparada especialmente
para encerrar 2021 e avaliar as
perspetivas para 2022, no que respeita
aos diversos setores da Economia.

Com artigos exclusivos, esta edição
premium conta com a opinião do
Bastonário da Ordem dos Advogados,
Luís Menezes Leitão; do Presidente do
Conselho Diretivo da Ordem dos
Arquitetos, Gonçalo Byrne; da
Secretária de Estado da Habitação,
Marina Gonçalves; do Secretário de
Estado do Comércio, Serviços e Defesa
do Consumidor, João Torres; do
Presidente do Turismo de Portugal,
Luís Araújo, do presidente do Conselho
dos Reitores das Universidades

Portuguesas, António Sousa Pereira; e
da presidente da Sociedade
Portuguesa de Psiquiatria e Saúde
Mental, Maria João Heitor.

A Valor Magazine de dezembro é,
assim, uma edição especial, para uma
época do ano também única!

As empresas e os empreendedores
têm opiniões bem definidas sobre
como será o ano de 2022,
relativamente à Economia nacional, e
revelam-nas nas próximas páginas. De
setores tão distintos como a Saúde, a
Engenharia, o Direito e a Tecnologia,
em todas as áreas que constituem a
Economia nacional existe a esperança
de um ano melhor, acompanhada,
porém, de alguma incerteza e alertas
sobre o aumento dos preços dos
produtos, das matérias-primas
ou mesmo dos transportes.

Não deixe de ler tudo o que
preparámos para si!

A todos aqueles que nos
acompanham ao longo do ano, e
àqueles que nos ajudam a percorrer o
caminho, a Valor Magazine deseja um
ótimo Natal e um Feliz Ano Novo!

ÍNDICE

8

Portugal Criativo

- 8 - Haier - "A retoma poderá ser muito mais lenta..."
- 12 - L'Oréal Cosmética Ativa - "A saúde é o futuro..."
- 14 - Groupe GM - Cosmética inovadora...
- 16 - DA Consulting & Investments - "O interesse..."
- 18 - Planirest - Qualidade e detalhe em cada projeto
- 20 - Living Tours - Diversidade e inclusão criam...
- 22 - OGC Construção - Resiliência e determinação...
- 24 - Mobi.E - Dar vida a um futuro de mobilidade...
- 26 - WinNow - "O brilho do nosso cliente reflete..."
- 28 - CECO A - "O mercado de trabalho é cada vez..."
- 30 - Casa Mendes Gonçalves: uma referência...
- 32 - Climacer - Talento para resistir
- 34 - Pontopay: Um espaço criado para o cidadão
- 36 - Leasys Portugal: Uma nova mobilidade...
- 38 - AC Structures - Qualidade e tecnologia ...
- 39 - Ooty - "Esta é a construção do futuro"
- 40 - Paula Leal Coaching - O coaching...
- 42 - FEspaços - "As mulheres apostam cada vez..."

44

Opinião

- 44 - Ordem dos Advogados - Perspectivas...

45

Direito

- 45 - Pereira Pinto & Associados - "A advocacia..."
- 46 - Mano & Rodrigues - "Os advogados estagiários..."
- 47 - GF Advogados - "Sempre apostamos..."
- 48 - Lames, Capela & Associados - A advocacia...
- 49 - SPS Advogados - "O sucesso da empresa..."
- 50 - Bernardes, Gonçalves & Associados - "A área..."
- 51 - Da Chão & Rocha - "Teremos muitas insolvências..."

52

Opinião

- 52 - Carina Soares Advogados - "A iminente..."
- 53 - Secretário de Estado do Comércio, dos Serviços e da Defesa do Consumidor - Recuperação Económica

54

Top Scoring

- 54 - Cars & Cars: Sinónimo de qualidade...
- 56 - LMDS - "O setor imobiliário é um refúgio para..."
- 57 - Ricópia - "Estar perto do cliente com..."
- 58 - Critical Path Managers - "A preparação prévia..."
- 60 - MeioTermo - "Olhamos 2022 com esperança"
- 61 - Schaubtec: Qualidade, rigor e know-how...
- 62 - Itamacus: Sinónimo de confiança e prudência

63

Opinião

- 63 - Secretária de Estado da Habitação - A importância da habitação na retoma sócio-económica

64

Imobiliário

- 64 - Vila Cova Imobiliária: "A sua satisfação é o nosso..."
- 65 - Galbilec - "Somos 360. Somos Galbilec"

68

Educação

- 68 - OPCO - "2022 trará crescimento e diversificação"
- 70 - Universidade Europeia - "A educação..."
- 72 - Les Roches e Glion - "A digitalização..."

75

Opinião

- 75 - CRUP - Retoma do país passa pelo ensino...

76

Tecnologia

- 76 - Mind - "Temos a oferta mais inovadora..."
- 78 - KUKA - "A automação tem de ser simples..."
- 80 - Palo Alto - "Há uma maior consciência..."
- 82 - NEST - Turismo: Uma força para o bem
- 84 - Axiz - "A procura de tecnologia em África..."
- 86 - Winsig - Soluções customizadas de software...

87

Opinião

- 87 - Turismo de Portugal - (Re)construir o turismo

88

Contabilidade

- 88 - JCB Contabilidade - "O papel do contabilista..."
- 89 - Contar Mais Contabilidade - "Os contabilistas..."
- 90 - Azzur Portugal: um caminho de crescimento
- 92 - Finpartner - "Portugal tem de simplificar..."

94

Opinião

- 94 - Dentons - Internacionalizar para Moçambique
- 95 - Ordem dos Arquitetos - Por um Mundo...
- 97 - SPPSM - A centralidade da saúde mental...

98

Saúde

- 98 - Vomap - Preparar a mente para uma vida sã...
- 99 - João Pedro Machado - "O impacto..."
- 100 - Psicoviana - Pandemia e Psicologia
- 101 - PortOral - "Novos sorrisos significam uma vida..."

102

Têxtil

- 102 - Fortiustex - "É fulcral pensar o setor ..."

106

Engenharia

- 106 - Grupo FUTURE - Reinventar a engenharia

GROUPE GM
COSMÉTICA PORTUGAL SA

Desenvolvemos
e produzimos
produtos de
cuidado pessoal.



Amenities
à sua medida,
que satisfaçam as
suas necessidades
e que respeitem
a natureza.

Qualidade e segurança no produto.
Rapidez e cortesia no serviço.
Exclusividade no compromisso.



GROUPE GM
PENÍNSULA IBÉRICA, SA.

PORTUGAL CRIATIVO

DESENVOLVIMENTO

CRIATIVIDADE

O tema Portugal Criativo integra a edição Especial Dezembro da Valor Magazine sem perder a sua essência: um tema que lida com a criatividade, a inovação, o empreendedorismo, a vontade e a determinação de todos aqueles que querem contribuir ativamente para a Economia nacional e para a criação de emprego.

As empresas nacionais atravessaram, na sua maioria, dificuldades durante o período pandémico, mas também é verdade que as superaram e continuaram a trilhar o seu caminho.

Apesar de reconhecerem algumas dificuldades no caminho a percorrer no próximo ano, a maioria delas também assume que está a trabalhar decidida a ultrapassar qualquer obstáculo que surja.

Nesta edição, poderá ficar a conhecer os exemplos do Grupo Haier, da L'Oréal Cosmética Ativa, do Groupe GM, da DA Consulting & Investments, da Planirest, da Living Tours, da OGC Construção, da Mobi.E, da WinNow, do CECOA, da Casa Mendes Gonçalves, da Climacer, da Pontopay, da Leasys Portugal, da AC Structures, da Ooty, da coach Paula Leal e da Fespaços.

Veja como cada um deles se está a preparar para 2022!

Liderança

TECNOLOGIA

Haier

FROM COOKING TO AMAZING



Nº1
MUNDIAL
EM ELETRODOMÉSTICOS

*Fonte: EUROMONITOR INTERNATIONAL LIMITED 2019

A PRIMEIRA GAMA DE COZINHA COMPLETAMENTE CONTROLADA POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL



Nem sempre tem a mesma vontade de cozinhar. o que é normal.

Por isso é que, na **Haier**, desenvolvemos um conjunto de tecnologias a que chamamos **COOK WITH ME**, que o podem acompanhar sempre, independentemente do seu estado de espírito na cozinha. Receitas mais complexas ou técnicas de culinária fora do comum, não há desafio culinário que não possa ser enfrentado.

Desenvolvidas à medida para qualquer situação e momento da sua vida, as tecnologias **COOK WITH ME**, incluem a **Preci Taste®**, a **Preci Probe**, centenas de receitas na app e ainda funções para cozinhar a vapor, e vão ser o seu assistente de cozinha perfeito para todas as experiência que quer pôr em prática.

www.haier.pt



Descarregue a App hOn
e controle as funcionalidades da sua cozinha



“A RETOMA PODERÁ SER MUITO MAIS LENTA DO QUE SE ANUNCIA”

O Grupo Haier é, há já 12 anos consecutivos, considerado o maior Grupo de eletrodomésticos do mundo. Em Portugal, trabalha essencialmente as marcas Candy, Hoover e Haier, a última a surgir em território nacional. João Paulo Ferreira é o country manager do Grupo em Portugal e destaca o crescimento efetivo durante os anos de 2020 e 2021, alertando, porém, para as dificuldades que 2022 poderá vir a apresentar e que o transformará num ano complexo.



O Grupo Haier é uma empresa virada para a tecnologia de ponta e todos os eletrodomésticos são desenhados a pensar na comodidade das pessoas. Como caracteriza, com maior especificidade, esta vossa forma de estar no mercado?

O Grupo tem sempre em mente o consumidor e as suas necessidades para cada artigo. A qualidade é o mantra do Grupo, querendo sempre melhorar em todas as áreas, de forma que o consumidor consiga obter a melhor experiência e usufrua do produto com grande facilidade. Uma das características em que o grupo aposta é a conectividade. Não só porque consegue com isso saber mais sobre os próprios hábitos de uso dos equipamentos que dispõe, podendo melhorar e/ou acrescentar. Hoje em dia, a Internet está presente em tudo o que fazemos e ajuda

à interação com os eletrodomésticos, tornando as tarefas mais “user friendly” e mais atrativas aos consumidores. Poder tirar uma foto à roupa suja para que a máquina possa escolher o melhor programa de lavagem, quer pelo tipo de roupa, quer pelo tipo de nódoas, poder ter sugestões de receitas para usar o que temos no frigorífico a expirar o prazo de validade, estas situações são atualmente uma realidade com os artigos das nossas marcas.

O Grupo Haier foi considerado, pela 12ª vez consecutiva, o maior grupo do mundo, em Grandes Eletrodomésticos. Como se desenvolve e se cimenta uma posição como esta?

A Haier é o maior Grupo de eletrodomésticos e tem sob a sua alçada muitas marcas, sendo umas mais internacionais e outras mais locais.

O Grupo, em Portugal, é detentor das marcas Candy, Hoover e Haier – sendo esta última a mais recente lançada no mercado - mas tem muitas mais por este mundo fora, focando muito na qualidade em algumas marcas, operando basicamente nos segmentos premium: Haier; Aqua; GE; Fisher & Paykel, entre muitas outras.

Em Portugal, temos vindo a crescer muito nos últimos anos, sendo consecutivamente um dos Grupos que mais cresce em Portugal e na Europa.

Focando nos últimos cinco anos, o percurso tem sido muito bom, com crescimentos sempre acima dos dois dígitos.



Rui Paula
Chef e embaixador da marca

Este Grupo tem uma estratégia de proximidade com o consumidor (zero distance) que é muito mais que um slogan.

É também fomentada uma gestão empresarial em cada um dos seus colaboradores, dando a estes ferramentas para que possam desempenhar as suas funções específicas, de forma autónoma, responsável e contribuindo para o sucesso da empresa e comunidade.

Aqui promovemos também o espírito de equipa e entajuda, para que todos se sintam apoiados, tentando manter a família unida, apoiando-os profissionalmente e pessoalmente.

Os resultados são o espelho dessa estratégia e são perceptíveis para todos as grandes vantagens da mesma. Enfrentamos todas as adversidades com enorme resiliência, mas sempre juntos.

O que procuram os consumidores atualmente, nos eletrodomésticos que adquirem?

Hoje em dia, a maior preocupação com o custo da eletricidade e o impacto ambiental das marcas, produtos e das nossas próprias escolhas leva a que uma grande parte dos consumidores olhe para a classificação energética dos eletrodomésticos como um fator a ter em conta. A nova etiqueta energética

veio, de certa forma, ajudar um pouco a essa escolha, por estar mais completa do que as anteriores. Se me for permitido, poderei dizer que, mais uma vez, o Grupo conseguiu apresentar produtos com etiquetas energéticas muito boas, sendo das poucas marcas a conseguir a melhor classificação das mesmas (classe A), em vários tipos de artigos e em todas as marcas do Grupo. Somos hoje quem tem o maior número de artigos em máquinas de lavar roupa com classe A.

Efetivamente, a questão da evolução do digital e a sua maior importância para o comércio mudou a forma como os consumidores fazem compras?

O comércio online teve um crescimento exponencial em 2020, mas Portugal foi sempre o país que estava muito abaixo da média europeia.

Todos os operadores trabalharam e criaram rapidamente plataformas para abarcar mais produtos, melhores conteúdos, para enriquecer a experiência de compra de cada consumidor. Contudo, o maior desafio foi a logística, que grande parte das lojas não estava preparada e não conseguiu fazer face ao incremento de pedidos, que acabou por atrapalhar a experiência dos consumidores.

Após o fim do confinamento, voltou-se a valores melhores que os anteriormente registados, mas, ainda assim, abaixo da média europeia.

Talvez, com as novas gerações, a situação se altere mas, de momento, o nosso setor regista ainda algumas dificuldades. Não porque não tenham sido efetuados investimentos avultados por parte dos operadores no mercado, mas porque a tradição ainda é o que era e o consumidor português gosta muito de ver e tocar no que compra.

Como avalia o comportamento do mercado português, comparando o período de 2020 com o de 2021?

Quando todo o setor achava que a pandemia iria trazer muitas complicações, a par dos desafios de ter lojas fechadas e toda a gente em confinamento, a situação acabou por se tornar muito interessante para o mercado em geral, pois verificou-se uma maior apetência, por parte do consumidor, de renovar a sua casa e isso deu um impulso positivo ao mesmo.

Houve crescimento no mercado, principalmente no frio e nos produtos de encastre, que foram as famílias de produto mais importantes, no nosso setor. As moratórias foram também um motivo de alavancagem das compras.

Contudo, este crescimento não expectável de 2020 acabou por ter um efeito perverso.



Em 2021, devido ao mundo não ser tão assimétrico e a pandemia ter várias fases desfasadas, em todos os países criou uma série de problemas adicionais.

O aumento dos custos logísticos, que tornou o custo dos contentores 10 vezes mais caro (ou mais) e alguma falta de matérias-primas importantes para a construção de basicamente tudo.

Isto fez com que a vida das empresas se tornasse "dantesca", na tentativa de não impactar muito o preço final dos produtos.

Infelizmente, não foi possível e muitos produtos começaram a ter preços muito mais altos que, obviamente, se fizeram sentir nos orçamentos dos consumidores.

Mesmo neste contexto, o mercado tem-se aguentado com valores razoáveis.

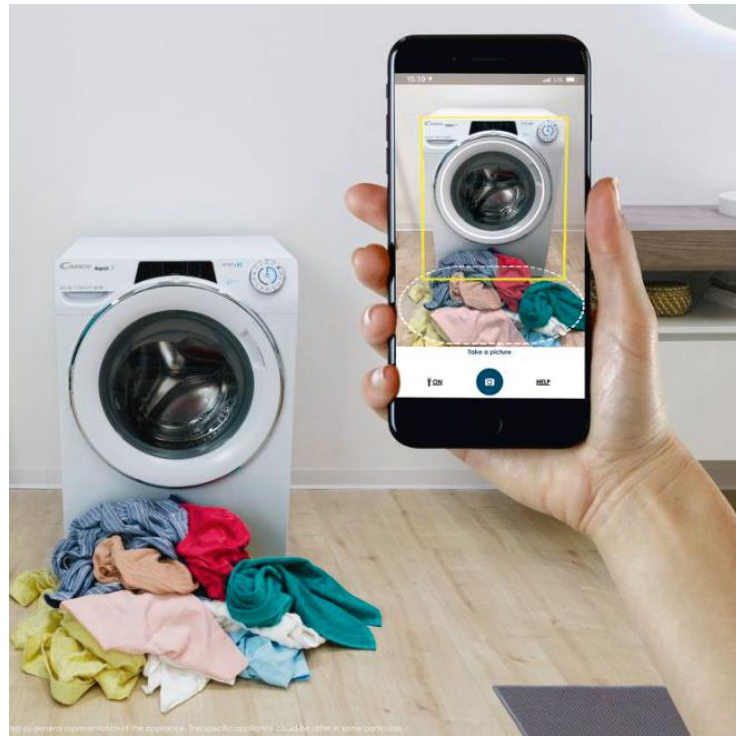
No nosso caso, estamos hoje a um mês do fim do ano com crescimentos, mais uma vez, de dois dígitos acima dos atingidos em 2020, um ano espetacular.

Mais uma vez, o Grupo Haier foi o grupo que mais cresceu no mercado nacional e continua, em 2021, com essa mesma performance.

Lançar uma marca premium num contexto de pandemia prejudicou muito a forma de apresentar as gamas de produtos e até a própria estratégia, porque passámos muito tempo destes dois anos a fazer reuniões virtuais e a não ser possível, por exemplo, fazer eventos com clientes, público em geral, etc.

Considerando a forma como o mercado tem reagido, parece-lhe que a ideia de retoma é concretizável, já a partir do próximo ano?

Ao contrário de outras áreas, 2020 e



2021 foram anos positivos para o setor.

2022 será um ano difícil, porque a inflação fará com que os consumidores percam algum poder de compra.

A expectativa para este ano não é, para já, muito animadora, pese embora a minha propensão para ser um otimista, as primeiras "previsões" não são muito animadoras.

Os preços a subirem a nível geral, o país expectante para ver qual a nova composição da Assembleia da República e o Governo que tomará posse... a Economia sofrerá com certeza uma retração.

Esperemos que a afamada "bazuca" sirva para modernizar e apoiar a Economia e não só para as grandes obras públicas, onde as derrapagens são frequentes e a culpa da má gestão dos fundos morre sempre solteira. O único bom indicador, hoje, é o

desemprego que se encontra em níveis mais baixos (apesar do desemprego jovem continuar alto). Continuamos a enfrentar uma grave falta de mão de obra em vários setores, como a restauração, comércio, obras, entre outros.

O investimento direto estrangeiro e a estratégia de atração de empresas estrangeiras para o nosso país cai por terra, quando olhamos para os custos de energia, a asfixia fiscal feita às empresas, este conjunto de fatores esmorecem sempre até os mais afoitos a investir.

A retoma será sempre muito mais lenta do que anda a ser anunciado.

No que respeita ao nosso setor, quero acreditar que os aumentos de final de 2020 e 2021 não se prolonguem por todo o 2022 e que haja alguma folga para que, a meio do ano, se consiga uma estabilização nos preços das matérias-primas e da cadeia logística.

WWW.PERLIM.PT

Plim
a cuidadora
de estrelas

PERLIM[®]

SANTA MARIA DA FEIRA

01-30
DEZEMBRO 2021

“A SAÚDE É O FUTURO DA BELEZA”

Na L'Oréal Cosmética Ativa, a saúde e o bem-estar andam de mãos dadas. Líder em dermocosmética em Portugal, a empresa não abdica de trabalhar um modelo de negócio que privilegia produtos recomendados por profissionais de saúde. Sandro Cardoso, diretor-geral na L'Oréal Cosmética Ativa, dá conta da importância de encararmos a saúde como o futuro da beleza.

Sandro Cardoso
Diretor-geral



Que ligação existe entre a beleza e a saúde?

Os consumidores têm uma expectativa sobre a beleza cada vez mais exigente, pretendem uma beleza que dure, que respeite quem são e em que possam confiar. Acreditamos que na L'Oréal Cosmética Ativa temos o dever de responder a esta expectativa, e por isso a nossa missão centra-se em ajudar todos os consumidores a terem uma pele saudável, associando a saúde à noção de beleza. As nossas marcas são comercializadas no circuito de farmácia e parafarmácia e foram criadas por dermatologistas e farmacêuticos investigadores. O nosso portfolio inclui produtos para pele e cabelo, que correspondam às expectativas associadas à beleza e saúde da pele, com soluções dermatológicas e estéticas até opções mais naturais, e com preços desde os mais acessíveis até aos mais premium (La Roche-Posay, Cerave, Vichy, Dercos e Skinceuticals). Nós defendemos que o futuro da beleza está na saúde. A forma como os nossos produtos atuam na pele dos nossos consumidores é tudo menos superficial. Isso é cada vez mais importante para os consumidores.

O público masculino preocupa-se cada vez mais com a pele?

A categoria dermocosmética está em enorme desenvolvimento no mundo, mas ainda mais em Portugal. Somos o segundo país, a nível mundial, onde esta categoria está mais desenvolvida. Isto acontece, em parte, porque os consumidores são cada vez mais conscientes no que diz respeito à saúde. Obviamente que a maior parte dos nossos produtos é mais consumida pelo público feminino, no entanto, os homens são um target que também procura imenso produtos de dermocosmética. Eu diria que o que diferencia o target masculino do feminino é a fidelização a uma marca. O homem torna-se fiel a uma marca e dificilmente a larga. As mulheres, por outro lado, são mais insatisfeitas e procuram uma constante inovação dentro das categorias que consomem.

Até que ponto é que os consumidores são devidamente capazes de fazer uma escolha acertada de um produto?

Hoje os consumidores estão cada vez mais informados, pois a informação circula rapidamente em todos os canais digitais. Mas por outro lado, a inovação e a diversidade de oferta é tão grande que na

maior parte das vezes se sentem seduzidos, mas também perdidos, sem saberem qual o produto ou tratamento mais adaptado às necessidades específicas da sua pele ou do seu cabelo. Portanto, a procura por um aconselhamento personalizado por um especialista de saúde é cada vez mais relevante.

No nosso caso, além do desenvolvimento dos nossos produtos acontecer a partir de profissionais de saúde, também a própria venda acontece através da recomendação desses profissionais. No nosso negócio temos uma forte componente de relações médicas e visitamos vários especialistas, em Portugal. Este contacto com a classe médica é vital. Além disso, a farmácia tem um papel muito importante no nosso país. Portanto, esse papel é fundamental e também faz parte do nosso modelo de negócio. Sem dúvida alguma que nós só conseguimos operar em sítios onde existe o aconselhamento médico ou farmacêutico.

A L'Oréal Cosmética Ativa está a trabalhar no sentido de se tornar uma beauty tech company. Que conceito é este?

Ser uma beauty tech company é chave nos dias que correm. A tecnologia não pode ser resumida à forma como se comunica com os consumidores, mas tem de ser associada à forma como uma empresa opera transversalmente. Eu defendo que a digitalização tem de estar presente em qualquer forma de fazer negócio e na L'Oréal não é diferente. Por um lado, porque utilizamos tecnologia não apenas para os avanços científicos como o microbioma ou exposoma, mas também em todo o nosso modelo de negócio, tal como os serviços associados à nossa expertise de Beauty Tech. A tecnologia está presente na forma como chegamos aos nossos clientes e como lemos os dados dos nossos consumidores. A beauty tech não substitui os profissionais de saúde, mas acompanha e complementa esse aconselhamento. A beauty tech é, assim, importantíssima para a L'Oréal.

Os produtos da L'Oréal que chegam às prateleiras são sustentáveis?

Na componente da sustentabilidade, é importante referir que a L'Oréal é das companhias que tem dado passos maiores na criação de um modelo que seja absolutamente sustentável para o nosso planeta. A sustentabilidade preocupa-nos imenso em tudo o que envolve o nosso modelo negócio, por exemplo nos produtos, exigimos um Fair Trade, ou seja, qualquer

matéria-prima resulta de agricultura responsável; outro exemplo são as nossas fábricas de Carbon Neutral, onde apenas utilizamos eletricidade e gás “verdes” e onde reutilizamos 100% do lixo fabril.

Como tem sido o comportamento da L'Oréal Cosmética Ativa ao longo destes anos marcados pela pandemia?

Os últimos dois anos, dado o contexto, foram muito positivos para a Cosmética Ativa. Reforçámos a liderança de mercado em dermocosmética no nosso país. Estamos muito contentes e motivados com este facto. Já em 2020, com o início de pandemia, pensámos que o nosso papel seria o de colocar todos os recursos da nossa empresa em prol dos profissionais de saúde que nos estavam a proteger no terreno contra a Covid. Portanto, colocámos ao serviço deles várias iniciativas para apoiar farmacêuticos e médicos. Em paralelo, encarámos como palavra de ordem na nossa equipa a “reinvenção”. Penso que a nossa equipa se conseguiu reinventar e chegar de uma melhor forma aos nossos clientes e consumidores. No ano passado, o negócio online mais do que duplicou e, portanto, no próximo ano, acreditamos que continuará a ter um enorme crescimento. Acreditamos que existem interesses de consumidores que podem mudar e a Cosmética Ativa vai estar cá para apoiá-los com as melhores ofertas do mercado.

Parece-lhe que a retoma que se avizinha vai ser segura?

É muito difícil fazer futurologia nesta fase. Acredito que temos bons indicadores de que a economia vai voltar a ser como antes, mas dependerá sempre da evolução da Covid-19 e consequentes medidas. No entanto, eu olho para o nosso país como um paraíso na Europa a vários níveis. Portanto, não tenho dúvidas de que, quando a retoma de turismo europeu acontecer, seremos um dos principais destinos. Precisamos ainda de uma solução governativa estável e que promova o desenvolvimento económico e social que seja de confiança para os consumidores e para as empresas a operar em Portugal.

A resiliência que vem inscrita no nosso ADN enquanto portugueses será vital para sairmos vencedores no período pandémico e para que possamos aproveitar as melhores oportunidades. No que depender da Cosmética Ativa, cá estaremos para continuar a desenvolver a dermocosmética em Portugal e a farmácia do futuro!

COSMÉTICA INOVADORA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O Groupe GM é líder mundial no fornecimento de cosmética de marca e cosmética personalizada ao mercado hoteleiro, estando presente em mais de 70 países, incluindo Portugal, onde conta com uma equipa comercial que dá cobertura a todo o território ibérico. Paralelamente atua na área industrial, com uma unidade de produção especializada em cosméticos sólidos no norte do país, Groupe GM Cosmética Portugal, focada na inovação sustentável e no desenvolvimento de soluções para o mercado da higiene e cuidado pessoal.



Como caracteriza o Groupe GM e o seu posicionamento no mercado, considerando os novos pressupostos da sustentabilidade e o investimento em tecnologia industrial?

Estamos presentes no mercado ibérico como agentes do Groupe GM, líder

mundial no fornecimento de cosmética de marca e cosmética personalizada ao mercado hoteleiro, com equipas comerciais que dão cobertura a todo o território português e espanhol e com escritórios no Porto e Madrid. As marcas do nosso portfolio cumprem requisitos de qualidade

muito elevados, com formulações adaptadas em contínuo, de forma a alcançar percentagens de naturalidade mais elevadas e serem isentas de ingredientes provados nocivos. Os selos Ecolabel e Ecocert acompanham-nos há longos anos para determinadas linhas de produtos. Desde cedo desenvolvemos dispensadores de produto com rastreabilidade controlada e fomos pioneiros no lançamento do champô sólido como produto isento de água e embalagem sem plástico. Paralelamente, temos uma unidade industrial em Viana do castelo (ZI Neiva), o Groupe GM Cosmética Portugal, especializada na produção de cosméticos sólidos. Existe um investimento contínuo nas instalações, nas ferramentas e na formação das nossas equipas. Como investigadores e produtores, somos desafiados diariamente a inovar, criar e melhorar formulações e soluções de packaging, com o maior respeito pela pele e com o menor impacto ambiental possível.

O setor hoteleiro sofreu alterações consideráveis ao longo dos últimos anos. Como se adaptou o Groupe GM a estas alterações?

Procurámos reunir uma equipa

multidisciplinar cujo núcleo duro tem fortes ligações ao turismo no geral e à indústria da hotelaria em particular. Pelo facto de estarmos inseridos num grupo internacional beneficiamos da troca de experiências e exemplos, ganhando outra sensibilidade para apostar em soluções que nos colocaram na vanguarda da oferta de soluções sustentáveis ou que nos permitiram ter uma capacidade de resposta imediata, do ponto de vista de stock disponível.

Como caracteriza o programa Care About Earth?

Sabendo de antemão que estamos inseridos numa indústria promissora, mas poluente, o programa Care About Earth é um compromisso sustentável dinâmico, que engloba toda a nossa gama de produtos cosméticos e complementares e iniciativas de cariz sustentável, com objetivos claros para 2030, tendo sempre presente a necessidade em reduzir o impacto destes produtos no meio ambiente. As nossas prioridades são a eliminação dos plásticos de uso único e das matérias-primas provenientes de combustíveis fósseis.

O Grupo GM tem uma capacidade de produção de nível mundial, sendo que a fábrica em França tem capacidade para produzir cerca de 90 milhões de frascos e bisnagas por ano, que são depois distribuídos por 70 países. Em Portugal, a capacidade de produção de cosméticos sólidos chega a 85 mil por dia. Como é possível assegurar a qualidade de todas estas unidades produzidas?

Desde o início do Grupo GM se primou pela excelência, razão pela qual nos tornámos tão atrativos para um leque de marcas tão exclusivas. Nos dias de hoje, as nossas unidades industriais são certificadas pela ISO 22716, que diz respeito às boas práticas de fabrico para o setor dos cosméticos, à qual acrescentamos certificações de Qualidade (ISO 9001) e Ambiental (ISO 14001). 2020 foi um ano de inovação, adaptação e reestruturação do negócio - a tendência crescente das práticas de consumo sustentável e a criação de novas tipologias de produtos foram algumas das alavancas para alargarmos o portfólio de serviços e os mercados em que atuamos.

Considerando o problema pandémico mundial e o que isso afetou a atividade hoteleira por todo o planeta, como se adaptou o Grupo GM a essa realidade?

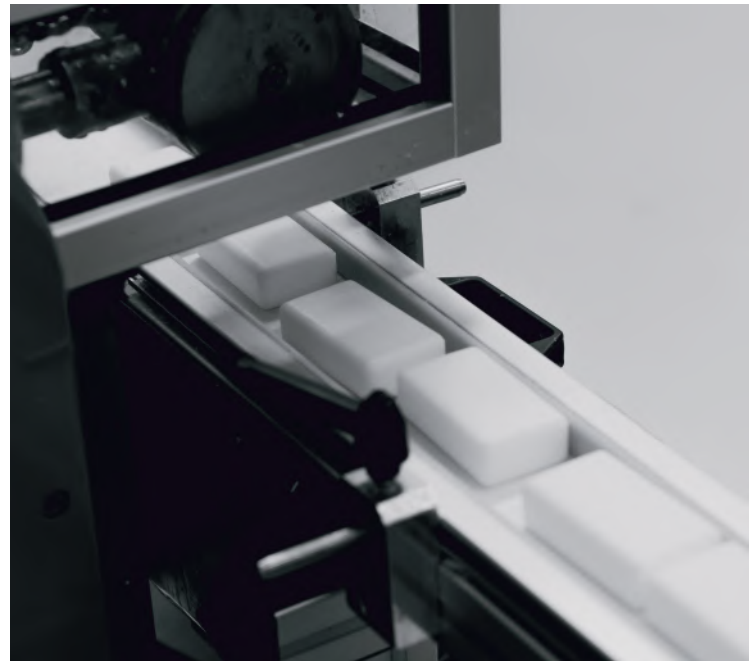
O tempo foi aproveitado para nos autoavaliarmos e reestruturarmos como organização, dedicando-nos ao lançamento de produtos diferenciadores para os mercados de retalho e hotelaria. Foi chave uma equipa sólida e resiliente, que se manteve sempre próxima dos fornecedores e clientes. A escassez de matérias-primas, o aumento dos tempos de entrega e custos associados a toda a cadeia de abastecimento trouxeram dificuldades na retoma da atividade, mas a adaptabilidade e atitude preventiva permitiram-nos responder às necessidades do momento.

O Grupo GM distingue-se por ter capacidade para satisfazer as necessidades de cada cliente, personalizando o produto. Como é possível levar a cabo uma personalização tão grande dos produtos?

Temos uma equipa especializada nas várias áreas do ciclo de um produto, o que nos permite, a cada passo, customizar e adaptar às necessidades e requisitos de cada cliente aspetos desde a formulação até à embalagem final. As nossas instalações foram projetadas para termos capacidade de responder de forma eficiente, cumprindo os requisitos de qualidade, ambiente e GMP, nos quais somos certificados.

Em Portugal, o Grupo GM especializou-se em cosmética sólida, através da produção de sabonetes, champôs, condicionadores, barras de limpeza e hidratantes corporais. Estes produtos são a aposta de futuro?

O mercado dos “waterless cosmetics” tem crescido exponencialmente nos últimos dois anos, impulsionado por uma geração Z preocupada com o meio ambiente e ativista com as práticas zero-waste e pela crescente procura de informação e conhecimento da população em geral sobre tudo o que compra. A pandemia acelerou ainda mais esta mudança no comportamento de consumo, o que nos permitiu posicionarmo-nos como indústria especializada em cosmética sólida. Começámos pelos cuidados capilares com o champô sólido e o complemento condicionador, alargando para os cuidados de pele com cleansing bars, hidratantes e produtos para bebés, até ao mercado de higiene animal, tudo no formato sólido. Estes produtos são uma aposta para um futuro mais sustentável, com formulações isentas de água - o que garante uma maior estabilidade do produto (livre de contaminação microbiana), sem packaging plástico,



sem restrições no transporte e que ocupa menor volume no armazenamento.

O Grupo GM aderiu às plataformas Pacto Português para os Plásticos e Smart Waste Portugal. Qual a importância desta adesão e o que significa, em termos de posicionamento empresarial, para o Grupo GM?

A adesão, em abril deste ano, a estas duas plataformas está em sintonia com o desafio que estabelecemos de transformar um negócio, tradicionalmente ligado ao plástico convencional, na direção de um modelo mais sustentável, ajudando a indústria hoteleira na sua transição ambiental. Com estas parcerias pretendemos ter acesso a informação mais consistente, nomeadamente a legal, absorver e partilhar boas práticas, networking e dinamização de novas parcerias, ajudar na identificação de áreas prioritárias e influenciar os processos de decisão política relevantes para o nosso setor.

Quais as novidades reservadas para o próximo ano de 2022?

Para o mercado hoteleiro, e em linha com a visão sustentável, estamos muito confiantes na aceitação do novo doseador Ecofill - um produto verdadeiramente inovador, com design apelativo e personalizável. Trata-se de um doseador de grande capacidade, com reduzido impacto ambiental cujo sistema funciona por meio de recargas de 400ml seladas que garantem uma rastreabilidade cosmética de 100 por cento. Sendo uma aposta ecofriendly, as recargas são feitas de apenas 8 gramas de plástico reciclável. A nível industrial, o nosso foco está no I&D de formulações, sourcing de matérias-primas e soluções de embalagem que contribuam para o desenvolvimento da indústria cosmética e do grande consumo. Investimos em infraestruturas e ferramentas industriais que nos vão permitir continuar a inovar na cosmética sólida e aumentar a capacidade produtiva no lançamento de novas categorias de produtos de higiene e cuidado pessoal.

"O INTERESSE DOS INVESTIDORES INTERNACIONAIS

Daniel Araújo criou a DA Consulting & Investments enquanto empresa direcionada para a representação de investidores nacionais e estrangeiros. Daniel Araújo define 2020 como o terceiro melhor ano de sempre, no que respeita ao investimento imobiliário, mas 2021 não ficou atrás, no que respeita à dinâmica do mercado e ao interesse de investidores estrangeiros, cuja opinião sobre Portugal foi valorizada pela forma como o país lidou com a pandemia.

Na nossa última entrevista, afirmou que o ano passado tinha sido excelente para o investimento nacional. Com a reabertura de fronteiras, este investimento nacional continua?

O ano de 2020 foi o terceiro melhor ano de sempre do mercado português, só superado por 2018 e 2019. O mercado imobiliário manteve um volume de transações elevado, com cerca de 2,6 mil milhões de euros investidos em imobiliário comercial e outros 24 mil milhões de euros em compra de habitação. No ano de 2019, foram transacionados 3,240 mil milhões de euros em imobiliário comercial e 25,1 mil milhões de euros em imobiliário residencial. Já em 2018, foram transacionados 3,356 mil milhões de euros em imobiliário comercial e 24,1 mil milhões de euros em imobiliário residencial. O mercado imobiliário continua muito dinâmico e muitas das operações de aquisição e fusão que estavam em curso só se concluíram depois da reabertura das fronteiras.

Os investidores internacionais sempre viram Portugal como um país atrativo para investir, sobretudo em imóveis. O que os atrai, particularmente, no nosso país?

O interesse dos investidores internacionais no mercado português continua em alta. Os mercados internacionais reconheceram a boa resposta que o país teve, face à pandemia. No que diz respeito à indústria, o que mais atrai os investidores internacionais é o baixo custo dos nossos técnicos altamente qualificados.

Existem alguns indícios cada vez mais evidentes, de uma forte preferência por imóveis em localizações premium, há uma clara e forte aposta no office e no retalho, existe um grande interesse em terrenos para logísticas e de habitação para rendimento. Existe uma tendência para serviços diferenciadores, tais como o co-living, as residências seniores de luxo e as residenciais para estudantes. A hotelaria é sempre um ativo interessante para os investidores internacionais, neste momento existem alguns portfolios hoteleiros que podem mudar de mãos...

Daniel Araújo
General manager



NO MERCADO PORTUGUÊS CONTINUA EM ALTA"

A DA Consulting & Investments desenvolve um trabalho de proximidade com os investidores. Com a chegada da pandemia e as dificuldades de muitas empresas, como se alterou o mercado, no que respeita à dinâmica do mesmo? Surgiram novos players?

Com o decorrer da pandemia, perspetivavam-se alterações na organização das empresas, com um crescente peso do teletrabalho, alterações nos canais de compra utilizados pelos consumidores e nas mudanças na procura turística.

Para além dos impactos decorrentes da inevitável degradação das variáveis macroeconómicas, a evolução do mercado depende da concretização de um conjunto de pressupostos que estão ainda envoltos num elevado nível de incerteza.

Muitos não deixarão de ter presente o que aconteceu no mercado imobiliário após 2011, em que uma perspetiva negativa afastou muitos investidores.

Os dados já conhecidos sobre a evolução do mercado em 2021 permitem afirmar que o interesse no mercado português se mantém, o que indicia que os investidores internacionais mantêm uma visão positiva sobre o mercado no médio e longo prazo. Não obstante, a atual crise não deixará de produzir alterações estruturais na sociedade, reduzindo, aumentando e alterando necessidades e preferências, em diversos domínios.

No entanto, o setor imobiliário continua muito dinâmico e continuam a realizar-se muitas operações de aquisição e fusão.

No que diz respeito a novos players, temos estado a assistir à entrada de investidores que tendencialmente não investem em Portugal,

nomeadamente investidores indianos. Os fundos de grande dimensão, que já operam em Portugal, pretendem reforçar os seus portfolios. Os investidores israelitas estão cada vez mais incisivos. Tem surgido um novo tipo de investidores ligados à indústria de transformação e da saúde que estão muito capitalizados, devido a esta pandemia.

Apesar de um dos grandes setores atrativo para o investimento ser o imobiliário, Portugal tem outros setores que poderão ser atrativos para empresas e indústrias internacionais. Quais destacaria?

Qualquer tipo de indústria que necessite de técnicos altamente qualificados...No que diz respeito ao setor industrial, Portugal tem vindo a crescer, o Norte tem-se destacado, sendo claramente a região mais industrializada do país e uma das mais industrializadas da Europa, liderada pelo setor têxtil, vestuário e calçado. O setor de mobiliário, produtos metálicos e a borracha estão cada vez mais a assumir o protagonismo. No plano internacional, o setor automóvel, nomeadamente de produção de peças automóvel, é claramente o que mais se tem instalado em Portugal. O setor aeronáutico tem cada vez mais vindo a ganhar espaço em Portugal, a energia está a começar a dar passos largos, a fim de ser uma das áreas de maior captação de investimento internacional. Os elevados investimentos internacionais têm vindo a diversificar o investimento em diferentes áreas geográficas: Viana do Castelo (Paredes de Coura e Lanheses); Porto (S. Tirso); Amarante (Aboadela); Coimbra (Cantanhede); Viseu (Tondela); Lisboa (Azambuja); Setúbal (Grândola, Tróia, Sines); Évora (Horta das Figueiras); Beja (Santa Bárbara de Padrões, Amareleja).

Na sua opinião, que medidas Portugal necessita de tomar para se tornar ainda mais atrativo aos investidores?

Celeridade de processos burocráticos, políticos e nas montagens das operações. No que diz respeito aos processos burocráticos e políticos, qualquer solicitação de esclarecimento, de documentos, pareceres ou mesmo audiências com as presidências dos municípios, estas por vezes fulcrais para possíveis investimentos, são sempre muito demorados. A montagem das operações tem vindo a melhorar ao longo dos anos e muitas vezes implica diversos players. Sobre este tema, tenho uma experiência que explica bem o que temos de melhorar. Há uns anos atrás, tive o privilégio de privar com um diretor de operações, japonês, que estava à frente de um dos maiores projetos realizados em Portugal, ligados ao setor naval. Tomei conhecimento de que, no Japão, um projeto tem três fases, sendo que 2/3 são gastos em projetos, planeamento e preparação e 1/3 era o tempo necessário para a execução desse mesmo projeto. Em Portugal, é exatamente ao contrário. Este problema cultural, temos de o mudar.

Em que medida pode a DA Consulting & Investments ajudar a exponenciar esta abertura ao mercado investidor?

Tendo em carteira bons dossiers imobiliários, mostrando o potencial do investimento versus lucro/rendimento máximo possível, a fim de o investidor se sentir interessado em investir.

Quais os objetivos traçados para a DA Consulting & Investments, a médio prazo?

O objetivo é manter os parâmetros de qualidade dos serviços prestados, para manter a confiança dos nossos investidores e captar novos de outras áreas de negócio. A DA Consulting & Investments pretende ser a mais prestigiada empresa portuguesa imobiliária do setor corporate.



CONSULTING & INVESTMENTS®

QUALIDADE E DETALHE

A Planirest desenvolve atividade nas mais variadas áreas da construção e remodelação, com capacidade para executar trabalhos de diferentes magnitudes e dificuldades. Os seus diretores, José Palha e Paulo Cordeiro, relembram as dificuldades para contratar mão de obra e o acréscimo de valor que tal implica nos projetos acabados.



Como caracteriza a empresa, no que respeita às suas capacidades técnicas e de execução de obras?

Desde a sua criação que, na Planirest, percebemos que a aposta no capital humano seria o caminho para a sobrevivência. De resto, ainda hoje assim é. A empresa tem na sua estrutura 126 funcionários e a todos, desde o quadro mais habilitado até ao menos, é dada a devida importância. Consideramos que temos grande capacidade técnica devido à diversidade existente na nossa equipa, que é constituída por profissionais dedicados, desde engenheiros civis, arquitetos, encarregados, chefes de equipa e oficiais com largos anos de experiência. Temos uma equipa motivada, que persegue os sonhos e concretiza-os. Contamos com técnicos credenciados, divididos por especialidades, que executam a maioria das artes presentes na construção civil. Entendemos que a equipa é o nosso ativo mais valioso, daí apostarmos na formação contínua e na visita regular a feiras e eventos

de construção. Temos uma preocupação constante em satisfazer o cliente, pois sabemos que o seu sucesso também vai ser positivo para nós. Temos orgulho no trabalho que desenvolvemos, bem como nas nossas soluções técnicas, que utilizamos diariamente. A importância que damos à mais pequena intervenção é a mesma que dedicamos à mais complexa.

O mercado da construção civil é sempre um mercado-chave para se aferir da Economia nacional. Que análise faz do comportamento do mercado da construção civil e da própria Planirest?

O mercado da construção, apesar de toda a situação causada pela pandemia, manteve-se em terreno positivo, tendo inclusive registado um crescimento. A maioria das obras manteve-se em execução, tanto como se registou o arranque de novos projetos. É um mercado que continua em evolução a bom ritmo de crescimento. Acompanhando esta tendência, a Planirest cresceu, mesmo em tempo de pandemia.

Contudo, no ano de 2021 os tempos têm sido difíceis, devido aos consecutivos aumentos dos preços dos materiais e seu aprovisionamento, à escassez de mão de obra e ao aumento do seu custo. Considerando que se trata de uma atividade com contratos, em muitos casos, plurianuais, todos os aumentos dos gastos produtivos estão a ser absorvidos pelos empreiteiros, com as consequentes reduções de margens.

Relativamente às obras de construção nova, quais os projetos que gostaria de destacar?

Em relação a construção nova, temos vários projetos em execução, na Área Metropolitana de Lisboa. Sentimos que é um setor em crescimento, não só pelo que estamos a executar, como também pela quantidade de convites que recebemos para apresentar proposta. Esperamos que para o ano de 2022 o número de projetos licenciados venha a aumentar, apesar de toda a incerteza que vivemos atualmente.

EM CADA PROJETO



A reabilitação é também uma parte muito importante neste setor. Quais as características particulares desta área, que diferem da construção nova?

Se considerarmos que a reabilitação é um conjunto de operações dirigidas à conservação e ao restauro de partes significativas de uma arquitetura, de forma a satisfazer as exigências funcionais atuais, esta diferencia-se da construção nova, sobretudo, pelos imponderáveis que podem surgir e a dificuldade sentida nos levantamentos. Muitas vezes, os levantamentos não coincidem com o que depois se verifica in situ, obrigando a alterações, por vezes profundas, dos projetos e até a nível da execução. O acompanhamento deste tipo de obra tem de ser muito mais rigoroso, assim como a sua preparação tem de ser feita mais em estreita relação com os levantamentos feitos in situ. Todas as intervenções têm de ser estudadas com recursos a tecnologias de construção diferentes das originais, obrigando ao estudo e utilização de soluções inovadoras.

Quais as obras mais icónicas nesta área – reabilitação e requalificação – que gostaria de realçar?

Temos de realçar a obra do Lisbon Chiado Hotel e a

obra do Quarteirão Inglês, Rua Luciano Cordeiro e Avenida João Crisóstomo, todas em Lisboa, estando as duas primeiras a decorrer neste momento. Também no restauro de património arquitetónico, temos a salientar intervenções realizadas no Palácio da Pena, Fortaleza de Sagres, farol Cabo da Roca, entre outros.

O país está a atravessar uma fase de nova recuperação económica. Enquanto empresário, esta ideia corresponde à verdade?

Sentimos uma retoma progressiva da atividade, que se pretende atingir os níveis pré-pandemia até ao final de 2022. No entanto, a incerteza afeta diretamente a confiança dos investidores, com potenciais repercussões no mercado. O que se espera para 2022 vai revelar-se algo complicado, uma vez que a não inclusão da revisão de preços nos últimos projetos adjudicados está a causar-nos uma enorme dor de cabeça.

Quais as principais dificuldades que se sentem neste setor e que condicionam o desempenho das empresas?

São dois os constrangimentos que afetam o setor da construção. Por um lado, o crescimento exponencial dos custos dos materiais de construção e, por outro

lado, a insuficiência de mão de obra, sobretudo especializada. Deste modo, se a procura é superior à oferta de mão de obra, o seu preço aumenta, o que se vai repercutir no preço final do produto, no alargamento dos prazos de execução dos projetos, bem como na dificuldade de cumprir com os requisitos de qualidade que os projetos atuais contêm.

Como antecipa o próximo ano?

Para o ano de 2022, as expectativas são boas, mas apenas existe uma certeza: a incerteza. Apesar deste cenário e considerando as obras contratadas que temos em carteira, prevemos um crescimento a rondar os 10%. Estamos perante um enorme desafio, provavelmente o maior destes nossos 25 anos de existência, que passa pelo respeito das obrigações assumidas perante os nossos clientes, a angariação da mão de obra necessária, aprovisionamentos atempados perante os problemas atuais da distribuição, soluções técnicas para a adequação dos projetos à obra e, no meio de tudo isto, continuar a ser rentáveis, de forma a assegurar o futuro da empresa.

Somos resilientes e estamos confiantes que o ano de 2022 será de sucessos.

DIVERSIDADE E INCLUSÃO CRIAM EXPERIÊNCIAS AUTÊNTICAS

São especializados na receção e organização de atividades, visitas guiadas e excursões em toda a Península Ibérica e definem-se como orgulhosos e apaixonados pelo que fazem. Eis a Living Tours. Rui Terroso é o CEO de um dos principais operadores turísticos de Portugal e Espanha e salienta, em entrevista, a diferença que existe entre fazer “apenas mais um tour” ou fazer um tour que marque os sentidos de quem viaja e que fique para sempre, como uma lembrança de vida. As pessoas e o seu entusiasmo são fundamentais para que tal aconteça e Rui Terroso não esquece a importância da equipa Living Tours.



Esta entrega e paixão no desenvolvimento da vossa atividade é essencial para serem amplamente reconhecidos como um dos principais operadores turísticos do país?

Sem dúvida, isso sente-se e é valorizado por todos com quem nos relacionamos. Sentimos paixão pelo que fazemos, oferecemos experiências únicas e autênticas aos nossos convidados. O nosso compromisso é a satisfação dos convidados e a superação das suas expectativas! Estes pilares, juntamente com o nosso profissionalismo, o nosso know-how e equipa qualificada conferem-nos o reconhecimento e a responsabilidade de ser um dos principais operadores.

O que caracteriza o vosso serviço, no que respeita à organização de atividades e tours? Como se destacam dos restantes players do mercado?

O nosso serviço é caracterizado e diferenciado pela

autenticidade, pela diversidade e pela inclusão. Não existem duas pessoas iguais e por isso, tratamos cada convidado de maneira única e autêntica. Vamos ao encontro das suas expectativas, com o único propósito de as superar, desafiando os seus sentidos e saberes, dando a conhecer o melhor que os nossos destinos oferecem. Quando disponibilizamos a melhor oferta de Portugal e Espanha, apostamos claramente na diversidade. Aos nossos clientes, queremos oferecer experiências, realização pessoal e memórias que irão perdurar para além da sua visita. Para tal, apostamos na inclusão e na união. Ao promovermos a Living Tours, estamos a promover diversos agentes e empresas locais. Criamos sinergias com diversos parceiros locais para incluir as suas experiências nas nossas visitas e canais de venda. Quando comercializamos um tour, comercializamos um conjunto diversificado de experiências organizadas por operadores locais, muitas vezes em territórios de baixa densidade populacional, atraindo rendimento e

negócio para locais e empresas de menor dimensão.

Quais as rotas/tours/atividades de maior sucesso junto do público?

A Living Tours dedica-se a oferecer as melhores experiências em Portugal e Espanha. Destes dois países, os destinos mais procurados são: Porto, Lisboa, Açores, Madeira, Algarve, Madrid, Barcelona, Sevilha, Granada, Costa do Sol, Tenerife, Maiorca, País Basco e Valência. Nas experiências mais procuradas destaco: Tours e Passeios; atrações e entradas; atividades e experiências; cruzeiros e atividades aquáticas; transfers; datas especiais e ofertas especiais. Dentro de cada um destes grupos, podem encontrar toda a oferta disponibilizada em cada destino. Como operador turístico, destaco os tours diários à partida das principais cidades, que dão a conhecer em um dia regiões mais remotas, como o Vale do Douro, Braga e Guimarães, Sintra, Fátima, entre outros...



Rui Terroso
CEO

A criatividade e a inovação são fundamentais no dia a dia de quem é responsável por trazer aos clientes experiências únicas, que marcam os sentidos. Como se revê a Living Tours nesta afirmação?

É um dos mantras da Living Tours! Somos uma empresa global que se relaciona com convidados de todos os cantos do mundo, de diferentes realidades e com diferentes comportamentos e expectativas. É vital para a gestão da empresa implementar e cultivar diariamente uma cultura que promova a criatividade e inovação.

A Living Tours realça que é uma empresa de espírito inquieto, que gosta de se reinventar. Como leva isso a cabo? São já 17 anos de reinvenção,

crescimento e inovação. Está no ADN de todos este espírito inquieto. O Turismo é um setor em crescimento e mudança. Mudamos porque mudam os destinos e sociedades, mudam os visitantes, as suas necessidades e expectativas. Reinventamo-nos porque é imperativo ser mais tecnológico, mais sustentável e mais inclusivo. Mas também nos reinventamos porque gostamos da mudança e do risco. Apostamos na formação constante, na pesquisa de mercado, com a participação em diversos certames e congressos ao longo do ano e realizamos vários brainstormings nos vários departamentos. TODOS, diariamente, construímos a nova Living Tours, acrescentamos valor aos nossos clientes, aos nossos serviços e experiências e à nossa comunidade!



Exemplo das mudanças que implementamos na nossa comunidade: uma das nossas causas sociais - Livingtourianos com Causa 1 por 1, onde doamos uma refeição por cada turista que participa nos nossos tours, aos carenciados e sem abrigo das cidades do Porto, Lisboa e Coimbra.

Considerando que Portugal atravessa atualmente uma crise, causada pela questão pandémica, que análise faz da possibilidade de retoma, a partir do próximo ano?

Sendo o Turismo a principal indústria em Portugal e também o setor mais condicionado pela pandemia, o desafio foi e é especialmente maior para nós! Após um longo período de crise, mas também de ajuste, adaptação e preparação, a Living Tours está já a

acontecer?

O Turismo é, pelo seu histórico sazonal, um setor muito elástico e adaptável. Esta adaptabilidade permite suportar a grande queda sentida pela pandemia, estando completamente parado por um ano e meio, mas também permite estar pronto e preparado para responder à rápida e esperada procura pós-pandémica. Existe um grande desejo de viajar, de viver experiências novas e únicas, e com o controlo da pandemia, a vacinação global e a redução de restrições de viagem, é expectável que a retoma se verifique e que seja expressiva.

Quais as novidades que o ano de 2022 reserva, para os clientes da Living Tours?

O ano de 2022 é muito promissor para



retomar a sua normal atividade e com retoma progressiva, observando melhorias a cada mês. Estes indicadores levam-nos a acreditar que iremos já atingir os valores pré-pandémica em 2022 e que já no ano seguinte iremos crescer.

Como analisa a reação do setor onde está inserido, tendo em consideração que foi dos mais atingidos pela pandemia? A retoma já está a

a Living Tours. Destaco o aumento da capacidade de lugares nos nossos tours diários, com a aposta e aquisição de novas viaturas elétricas; a consolidação e aumento da oferta de atividades nos destinos comercializados na nossa plataforma online www.livingtours.com, um aumento da nossa comunicação nos diferentes canais de venda e também a criação de uma operação de tours em Tuk Tuk totalmente elétricos na cidade do Porto.

RESILIÊNCIA E DETERMINAÇÃO: A BASE DO CRESCIMENTO DA OGC

A OGC Construção começou como uma carpintaria industrial, mas atualmente é um empreiteiro geral, especializado em construção e reabilitação urbana. O engenheiro José Póvoas é o diretor de produção desta empresa localizada em Mafra que, apesar do momento pandémico que vivemos, conseguiu crescer 30% face ao ano anterior.



José Póvoas
Diretor de produção

Prédio Avenida Madrid do Atelier de Arquitetura Saraiva & Associados SA

Na nossa última entrevista, há cerca de um ano, antecipava o futuro como promissor. Tinha uma carteira de obras interessante para 2021 e a empresa ia, inclusivamente, contratar mais profissionais.

Um ano depois, as expectativas confirmaram-se?

Apesar de mais um ano extremamente desafiante, a OGC conseguiu crescer 30% comparativamente com o ano anterior, em linha com os objetivos traçados, bem como, de acordo com estratégia predefinida, de crescimento com passos curtos, sólidos e sustentados.

É também com enorme satisfação que concretizámos a contratualização de mais oito colaboradores, reforçando desta forma o departamento de produção, comercial e logística.

Os resultados obtidos no ano que agora está a terminar foram possíveis face ao esforço e empenho de todos os colaboradores.

Atualmente, e após um ano que se queria de “recuperação da pandemia”, como avalia a evolução da empresa e a sua resiliência?

A pandemia e os seus efeitos ainda estão bem presentes, aliás ainda com um grau de incerteza sobre as repercussões no futuro, traduzindo-se desta forma em enormes desafios. Apesar de todas as dificuldades, conseguimos crescer a todos os níveis, evidenciando assim a nossa forma de estar no mercado, concretizada pela confiança demonstrada pelos nossos clientes na contratualização de novas empreitadas.

Nesta área de trabalho, existe um problema latente: a escassez de recursos humanos, sobretudo os que dizem respeito a artes manuais e especialidades da construção civil. A somar-se a esta questão, surge agora a dificuldade em encontrar algumas matérias-primas e o aumento do preço das mesmas. A OGC Construção vive estas duas dificuldades? Como tem sido possível ultrapassá-las?

Efetivamente, um dos desafios que se coloca atualmente é precisamente conseguir cumprir com os objetivos de prazo, qualidade e económicos, face à escassez de mão de obra e qualificação de algumas áreas da construção civil, bem como o crescimento dos custos dos combustíveis, matérias-primas e consequentemente os materiais incorporados na construção civil.

A OGC tem conseguido gerir os problemas da escassez de mão de obra com o reforço de equipas próprias e também no estabelecimento e reforço das parcerias com empresas em regime de subcontratação.

No que se refere à dificuldade ao nível do aprovisionamento e flutuação do preço dos materiais e equipamentos, tivemos de nos adaptar à nova realidade, planeando os aprovisionamentos com maior antecedência e exigência muito grande no controlo económico das empreitadas.

Em 2020, a OGC Construção somou às áreas da Construção e Carpintaria, que já desenvolvia, a área do Imobiliário. O que vos fez abrir mais uma área de trabalho e apostar em projetos próprios?

O imobiliário esteve sempre presente na estratégia da empresa, atenta às oportunidades de negócio que possam surgir para criação de valor.

Em 2021 a OGC desenvolveu os projetos de Arquitetura nos lotes já adquiridos no distrito de Santarém e iniciou a comercialização dos mesmos.

Investimos também num terreno com 15.000m² em Torres Vedras, para projetar um condomínio industrial, onde serão edificadas as novas instalações da empresa.

Quais os projetos que já desenvolveram e que gostaria de salientar, em particular?

Todos os projetos assumiram a sua importância num determinado momento da vida da empresa, não querendo evidenciar uns em detrimento de outros, no entanto, gostaríamos de salientar algumas das empreitadas em curso "edifício de habitação", sito na Avenida Madrid Nº 6 e o Edifício de Reabilitação na Rua Braamcamp Freire Nº 37, com valores de empreitada de 2,7 Milhões de euros e 500 mil euros, respetivamente.

Tendo em consideração as expectativas de retoma económica criadas para este ano, que ainda se revelou de muitas dificuldades a nível económico, que análise faz sobre o ano de 2022? Como espera que o país se comporte, a nível de retoma económica e de reforço da competitividade das empresas?

Perspetivamos que o ano de 2022 seja de crescimento, no entanto, o comportamento da economia portuguesa e a competitividade das empresas continuarão influenciadas pela evolução da pandemia e eficácia das vacinas atuais, face ao surgimento de novas variantes de Covid-19, bem como pela evolução da inflação.

Tendo em conta o vosso posicionamento no setor, já existem previsões de como será o ano de 2022 para a OGC Construção?

Apesar das atuais dificuldades do aumento da inflação e deterioração das margens, por dificuldades em renegociar revisão de preços com clientes particulares, ainda assim perspectiva-se o próximo ano com crescimento de dois dígitos, em paralelo com os anos anteriores.

Neste momento temos em carteira novos contratos de reabilitação urbana e construção de novos edifícios, garantindo volumes negócio para os próximos dois anos (2022 e 2023).



Vila Utopia, Carnaxide
Arquitetos: Célula Arquitetura



Condomínio Industrial – OGCL
Arquitetos: Saraiva & Associados
Pedra Angular



Prédio unifamiliar – Campo Ourique
Arquitetos: Fala Atelier



Reabilitação de prédio – Braamcamp Freire
Arquitetos: Sere Arquitetos



DAR VIDA A UM FUTURO DE MOBILIDADE SUSTENTÁVEL

A atuar, desde 2015, como Entidade Gestora da Rede de Mobilidade Elétrica (EGME), a MOBI.E atua nas áreas da gestão e da monitorização da rede de postos de carregamento elétricos. A sua multiplicidade de tarefas permitiu que 2020 se tornasse um ano histórico para a mobilidade elétrica em Portugal, quando a 1 de julho se deu início à fase plena de mercado. Luís Barroso, CEO da MOBI.E, dá conta da importância desta empresa no setor.

Como se posiciona a MOBI.E na área da mobilidade elétrica?

A MOBI.E é uma empresa do setor empresarial do Estado. No ano passado, fizemos a apresentação pública da estratégia da empresa, depois de termos entrado na fase plena de mercado. É essa a estratégia que tem vindo a ser implementada desde então e concentra a atividade da empresa em duas áreas distintas. Em primeiro lugar, atua como investimento público para o desenvolvimento da mobilidade sustentável e, portanto, procura seguir as melhores políticas para o ambiente. Em segundo lugar, atua como a entidade gestora de rede da mobilidade elétrica, em que asseguramos a gestão dos fluxos de informação relativos aos consumos e às transações financeiras realizadas na rede MOBI.E.

A mobilidade elétrica é um dos assuntos mais falados quando se discute o tema das alterações climáticas. Em Portugal, que evolução tem sentido no tema?

Eu penso que a mobilidade elétrica, cada vez mais, é entendida como uma opção de futuro para a mobilidade sustentável. Portugal foi pioneiro, em 2010, com o lançamento de um quadro legislativo específico para a mobilidade elétrica. Neste momento, e ao nível da União Europeia, estamos a discutir um pacote legislativo para a Europa. Constatamos que a nossa legislação de 2010 ainda é bastante atual, porque muitos dos nossos princípios, como a universalidade do uso e a interoperabilidade dos postos de carregamento, estão agora a ser seguidos pela proposta que está em discussão. Com a chegada da troika, em 2011, o processo paralisou e, só em 2015, voltou a ser retomado. Em 2016, foi-lhe dado um novo impulso quando o Governo decidiu alargar a rede piloto a todos os municípios do continente e incumbiu a MOBI.E de o fazer. Até que, em julho de 2020, conseguimos chegar à tão esperada entrada na fase plena de mercado. Desde esse momento, temos assistido a um forte investimento no aumento da rede



Luís Barroso
CEO

MOBI.E. Enquanto, em julho de 2020, o número de postos disponíveis na rede era de pouco mais de 800, atualmente são mais de dois mil.

Relativamente à utilização de veículos elétricos, ainda existe alguma resistência, sobretudo por parte de quem anda constantemente em viagem e faz uma utilização intensa do veículo, isto porque a autonomia do mesmo não seria comparável à dos carros que funcionam a combustível. A juntar a isso, temos ainda a questão do tempo de carregamento do veículo. Como responde quando estes argumentos lhe são colocados?

A questão da autonomia dos veículos elétricos foi bastante levantada ao longo dos anos, mas no último ano, com os investimentos que a indústria automóvel tem vindo a fazer, também tem vindo a disponibilizar um maior avanço em termos de tecnologia. Além disso, a rede MOBI.E tem vindo a crescer na sua

abrangência territorial e o número de pontos de carregamento é cada vez maior. Tudo isto vai permitir reduzir a ansiedade que os proprietários de viaturas elétricas sentem no início. Não obstante, a utilização do veículo elétrico necessita de um processo de aprendizagem. Desde logo, não é recomendável a política do “tanque cheio”. Depois, temos de aprender a aproveitar a possibilidade que a mobilidade elétrica nos dá de podermos, em pequenas paragens, carregar o nosso veículo.

Considera que seria importante haver uma formação para quem usufrui deste tipo de veículos?

Essa é também uma missão da MOBI.E. Obviamente que temos de nos restringir à nossa capacidade enquanto empresa pública, mas também temos procurado fazer isso. Uma das grandes ações que, no ano passado, apresentámos no nosso plano estratégico foi o “educar para a mudança”, que procura



ensinar as pessoas, de forma credível, a combater estas ansiedades e a conhecer melhor a nossa rede. Começamos, assim, por investir num novo site, onde as pessoas encontram toda a informação que necessitam relativamente à mobilidade elétrica.

Há pouco mais de um ano teve início a fase de mercado plena. Os objetivos de

neutralização carbónica até 2050 e de redução de gases de efeito de estufa em 55 por cento até 2030 estão, de facto, mais perto de ser cumpridos?

Eu penso que atingir estas metas é um dever cívico de cada um de nós enquanto cidadãos, mas também enquanto trabalhadores de organizações. No que diz respeito à MOBI.E, estamos a trabalhar nesse

sentido. Contudo, temos de ter consciência que ainda estamos numa fase muito embrionária do processo. Existem cerca de 5,5 milhões de viaturas ligeiras, em Portugal, e as viaturas elétricas passam pouco dos 100 mil. A transição elétrica é um pilar importante para alcançar as metas, contudo, importa que haja uma mudança dos padrões de mobilidade. Este caminho vai ser longo e desafiante.

Considerando que 2020 foi um ano em que a população esteve grande parte do tempo em confinamento, como avalia este novo ano, no que respeita ao interesse pela intensificação da utilização do veículo elétrico?

Em outubro, a venda de viaturas elétricas representou uma quota de 28 por cento. No ano passado, mesmo com a questão da pandemia, a MOBI.E cresceu face a 2019. Este ano, não foi diferente. No primeiro trimestre estivemos confinados e, mesmo assim, desde abril, temos vindo

sucessivamente a bater o recorde do mês anterior. Em outubro de 2021, batemos a utilização da rede do ano todo de 2020, quer em número de carregamentos – em que passámos um milhão – quer no consumo e nas vendas de automóveis.

As perspetivas para o ano de 2022 continuam a ser de crescimento?

Sem dúvida. Em 2020, a mobilidade elétrica conseguiu atingir o ponto de não retorno. 2021 foi um ano de adaptação dos agentes de mercado à fase plena. Estou convicto de que 2022 será o primeiro ano da consolidação, que marcará uma nova realidade para os próximos anos. Vamos assistir a um acentuar da opção pela compra de viaturas elétricas. Consequentemente, torna-se vital dispormos de uma rede pública que seja fiável e com maior capacidade. O lema da nossa estratégia é “damos vida ao futuro” e queremos um futuro cada vez mais saudável para todos.

REDE MOBI.E MOBILIDADE ELÉTRICA.

O FUTURO TRAZ
BONS NÚMEROS.

MAIS DE

4500

PONTOS DE CARREGAMENTO
INTEGRADOS NA REDE MOBI.E



MOBI.E
MOBILIDADE ELÉTRICA

DAMOS VIDA AO FUTURO

Com a mobilidade elétrica os números do futuro são sempre melhores, seja na cobertura de rede, nos perfis de carregamento ou na poupança económica e ambiental.

Juntos, através de uma rede integrada e universal, construímos uma nova mobilidade, mais inovadora e sustentável.

REDE MOBI.E. DAMOS VIDA AO FUTURO.

“O BRILHO DO NOSSO CLIENTE REFLETE O NOSSO BRILHO”

A WinNow é uma agência de comunicação gerida pelo lema *Pensa & Acontece* e cujos testemunhos destacam a sua forma de trabalhar – próxima do cliente e com o objetivo fundamental de criar um serviço único para cada um. 2022 vai trazer novidades, mas Marta Fialho Barros, a diretora da agência, ainda não revela detalhes.

Enquanto balanço do ano que passou, que análise faz da importância do vosso trabalho junto dos vossos clientes, tendo em consideração o boom dos negócios digitais nestes dois anos?

A WinNow é uma agência de Marketing e Publicidade e estávamos preparados para este boom, na medida em que, quando criei a WinNow, ainda antes de 2020, já tinha a visão do online e do presencial, em todos os serviços. Quando a pandemia chegou e o mercado fechou, foi prosseguir sem precisar de ajustar nada. A nossa missão é o *Pensa & Acontece*, pois colocamos lado a lado com o empresário, direcionando as suas metas, os seus objetivos, desde logo com apoio e consultoria de Marketing, a partir do primeiro briefing.

Quanto mais negócios estão presentes online, mais difícil se torna, para cada um, destacar-se. O Marketing é, por isso, uma ferramenta fundamental?

Sem dúvida! Diariamente, são inúmeros os sites criados, porque o empresário sabe que, hoje em dia, quem não tem site, é como se não tivesse identidade; ter só redes sociais é ser amador, sem se querer destacar. Por isso, é fundamental ter um site com impacto, que traduza a imagem presencial, a força da empresa. É sempre essa a nossa preocupação. Mas quando o criamos, é isso mesmo, uma identidade, uma em milhares. Para que o nosso negócio tenha visibilidade o Marketing é fundamental.

Nesta área (Marketing) com se posiciona a WinNow para conseguir realçar aquele que é o seu trabalho junto dos seus clientes?

Nesta área do Marketing, o nosso cliente sabe que tem sempre uma mais-valia, e é privilegiado face aos demais. Isto porque nós, desde sempre, preocupamo-nos com o posicionamento do nosso cliente. Como tal, oferecemos consultoria em Marketing no decorrer do acompanhamento e no pós-venda, durante seis meses. Não temos o objetivo meramente do valor



Marta Fialho Barros
Diretora

comercial. Claro que este é importante, falando em termos business, mas os resultados alcançados é que trazem a diferença.

A retoma económica está a ser muito falada e esperava-se que 2021 fosse já um ano forte na recuperação económica. Como vê, enquanto empresária, esta questão?

A retoma é uma constante e, ainda que com o chumbo do Orçamento tenha havido oscilações, a média de 4,5% (entre mínimos de 3,8% e máximos de 5,3%) do PIB dá-nos a perspectiva de que seguramente vem aí um ano melhor do que o atual, para a economia portuguesa.

Que análise faz do mundo empresarial nacional pós-pandemia? Muitos negócios mudaram, de facto, a sua forma de estar na atividade?

Sim, exatamente como estava a referir, muitos foram os empresários que precisaram de mudar o setor e no mundo empresarial pós-pandemia apresentaram outra tomada de ação; outros mantendo a atividade,

reinventaram-se, para se atualizarem face às necessidades atuais e poderem responder à procura dos seus clientes.

Que novidades gostaria de deixar, para 2022, ou ainda para este final de ano, e onde a WinNow vai estar envolvida?

Em 2022 a WinNow está com vários projetos e várias propostas de parcerias.

Terei a preocupação de continuar a assegurar, junto da equipa, o crescimento sustentável, para coesão da empresa, no sentido de não perder, com o crescimento, esta nossa essência na forma como personalizamos. No final deste ano, reforçamos o reconhecimento da Agência e as perspectivas para 2022. Em 2022 traremos novidades... Mas terei em primeira mão, e em exclusivo, as novidades mais cedo para os leitores da Valor Magazine online! Estejam atentos à última semana deste ano e descubram qual é o evento para empresários que teremos no próximo ano...

SITES E BRANDING DE CONFIANÇA!

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



EMPRESAS

ADULTOS

JOVENS

Para encontrar um caminho ativo no mercado de trabalho, melhorar o seu desempenho profissional ou desenvolver as competências das suas equipas, o CECOIA é a resposta certa.

Contacte-nos e conheça a abrangência dos nossos serviços.
NO CECOIA A FORMAÇÃO VALE +.

cecoa.pt

CECOIA

Centro de Formação Profissional
para o Comércio e Serviços



“O MERCADO DE TRABALHO



Sílvia Coelho
Diretora interina

O CECSA sempre foi conhecido pela sua dinâmica na realização de cursos e formações, bem como pela forma que prepara os seus formandos para o mercado de trabalho. Sílvia Coelho, a diretora interina deste centro de formação, destaca a importância da formação contínua para enfrentar um mercado de trabalho em constante mudança e adaptação, bem como os novos cursos disponíveis para 2022.

Considerando que estes últimos anos foram difíceis, no que respeita à formação e ensino, como se adaptou o CECSA a esta realidade?

O CECSA passou a disponibilizar as suas ações de formação em formato online. Desta forma, continuámos próximos dos nossos clientes, individuais e empresas.

Por outro lado, procurou-se responder aos desafios que a pandemia nos colocou, quer em termos de oferta formativa, quer em termos de

programas e metodologias pedagógicas. Foi necessário adaptar e inovar a oferta formativa, procurando-se antecipar as necessidades do nosso público-alvo para que as dificuldades se pudessem minimizar e, sempre que possível, transformar em oportunidades. Em tempos atípicos e difíceis, o CECSA consolidou a sua presença e o seu desempenho enquanto operador de formação, sendo, inequivocamente, uma entidade a quem as empresas podem designar de parceira, na mitigação das consequências da pandemia, em termos de mercado de trabalho e de manutenção e desenvolvimento do negócio.

É CADA VEZ MAIS INCONSTANTE”

Quão importantes são áreas como a formação à medida e a formação interempresas, no que respeita aos novos moldes do mercado de trabalho?

São da maior importância. Estas modalidades de formação permitem responder, de forma eficaz, às necessidades específicas de cada cliente. Encontram-se soluções à medida de cada necessidade, problema ou desafio. No que diz respeito à formação interempresas, o CECOIA procura antecipar as necessidades do mercado e colocar à sua disposição propostas formativas que contribuem para uma melhor gestão e adaptação à (nova) realidade laboral que cada vez mais se afigura como dinâmica, imprevisível e impermanente.

A formação à medida tem um público-alvo particular?

As empresas são as que mais recorrem a este tipo de formação. No entanto, também temos clientes particulares que recorrem à formação one-to-one, em que procuram colmatar alguma lacuna de conhecimento ou adquirir competências específicas em determinada área que lhes seja fundamental, ou complementar, para o seu desenvolvimento pessoal ou exercício profissional.

Quais as mais-valias que a formação interempresas aporta a quem nela participa?

A formação interempresas permite que quem a frequenta se mantenha atualizado e desperto para as constantes necessidades de adaptação a novas realidades laborais. O mercado é cada vez mais inconstante e a capacidade individual de adaptação é a melhor forma de se estar preparado para o que “der e vier”. Se a formação inicial e qualificante é fundamental para uma boa (re)entrada no mercado de trabalho, a formação contínua é a melhor forma de se manter e evoluir em termos de carreira profissional.

Que análise faz, no que respeita às áreas ligadas ao comércio, sobretudo, daquilo que mudou e das características profissionais de que o mercado de trabalho agora necessita?

A pandemia tornou evidente a necessidade que o comércio tradicional e local tem de evoluir, de se modernizar e de encontrar novas formas de negócio. São necessárias práticas diferentes para se potenciarem os resultados. Práticas essas que devem ser centradas nas necessidades e na satisfação dos clientes, que passaram a ser mais exigentes, a privilegiar a qualidade do produto e do serviço, a comodidade e a experiência de compra. As entidades que atuam na área do comércio têm de adquirir competências de análise de mercado e dos consumidores por forma a serem constantemente competitivas. No que diz respeito aos seus profissionais, precisam de pessoas cada vez mais adaptáveis, competentes e qualificadas. Já não basta saber atender, negociar e vender. É necessário antecipar necessidades de consumo, saber atuar no mercado digital e em todos os canais disponíveis

*“a formação contínua
é a melhor forma de se manter
e evoluir em termos
de carreira profissional.”*

para exposição e venda de produtos, saber comprar, otimizar stocks e encontrar as melhores soluções logísticas.

Como antecipa a adaptação dos serviços de comércio à realidade digital e a um novo tipo de cliente (o cliente online)?

Existem duas realidades muito díspares e polarizadas. Por um lado, estão os que já se tinham adaptado e os que se adaptaram por força das circunstâncias, conseguindo sobreviver, evoluir e até melhorar a sua abrangência e volume de negócio. Por outro lado, existem os que não conseguiram acompanhar a realidade digital, que foi precipitada pela pandemia. Para estes vai a nossa preocupação fundamental. É necessário que as empresas se renovem e que adquiram as competências necessárias para se tornarem competitivas em novas formas de

mercado. O CECOIA pode contribuir nesse sentido.

Enquanto centro de formação, como lhe parece que a Economia irá reagir, nos próximos tempos? A recuperação económica é possível de acontecer em breve?

Adoraria dizer que sim, mas a experiência mostra-nos o contrário. As recuperações são difíceis, lentas e necessitam de ser bem sustentadas. A incerteza no futuro próximo continua a causar retração no consumo e no investimento. E estes são verdadeiramente os pilares para a retoma económica.

Para além da pandemia e de todas as suas condicionantes e consequências, o país encontra-se igualmente numa situação politicamente pouco favorável à estabilidade, no que diz respeito ao crescimento económico. Estamos à beira de eleições, sem se poder antever quais serão as linhas condutoras em termos de políticas públicas. A inconstância sucessiva no que diz respeito a políticas fiscais estáveis também é um dissuasor do investimento privado, nacional e estrangeiro. Não antevejo uma recuperação económica significativa num futuro próximo.

Para 2022, quais as novidades formativas que o CECOIA se prepara para apresentar?

Continuaremos a apresentar soluções ao nível da digitalização dos negócios do comércio, das novas formas de marketing, da modernização e otimização das empresas, da cibersegurança, do desenvolvimento pessoal e profissional, da gestão de recursos humanos e ainda da área dos cuidados pessoais e do bem-estar.

No que diz respeito à formação inicial e qualificante, estamos a preparar um conjunto de cursos de Especialização Tecnológica, que decorrerão em Lisboa, Coimbra e Porto, nas seguintes áreas: Comércio Internacional, Cibersegurança, Contabilidade e Fiscalidade, Banca e Seguros. Muito em breve o nosso plano de formação poderá ser consultado no nosso site (cecoa.pt).

MENDES GONÇALVES: UMA REFERÊNCIA NA ALIMENTAÇÃO DO FUTURO

Alexandra Mendes Gonçalves é CEO da Mendes Gonçalves, uma empresa com quase quatro décadas de existência e que pauta a sua atuação pela criatividade, inovação e preocupação com a felicidade dos seus colaboradores. Alexandra Mendes Gonçalves é o exemplo de uma pessoa entusiasta, dinâmica e apaixonada pelo que faz e pelas suas pessoas.

A Casa Mendes Gonçalves é fortemente reconhecida pela inovação e pela criatividade. Como é que essas duas características sobressaem nos vossos produtos?

A Casa Mendes Gonçalves tem uma forte cultura interna, onde impera o espírito de pensar e fazer diferente. Estamos permanentemente atentos às tendências do mercado global. Inovamos também em processos produtivos. Tudo isto permite-nos assegurar a inovação, sustentabilidade e crescimento das marcas da Casa, como a PALADIN, tal como a dos nossos clientes. Só assim conseguimos ser reconhecidos como um player relevante no mercado, especialista em desenvolvimento de soluções tailor made, totalmente focadas nos requisitos do cliente (fórmulas, embalagens, quantidades), com um “time to market” muito curto.

A produção de qualidade já vos permitiu ganhar vários prémios, nacionais e internacionais. Como é que isso ajuda a empresa e os seus colaboradores a continuarem a trilhar o caminho da excelência?

A empresa, que hoje fatura 36 milhões de euros, é resultado do trabalho, dedicação e amor à camisola de toda a “Família Mendes Gonçalves”, que ao longo dos anos colaborou connosco e que hoje perfaz cerca de 300 membros. Por isso, acredito que os prémios, reconhecimentos e conquistas são o resultado do esforço e alinhamento da equipa na busca de cumprir o nosso propósito e não o catalisador.

As pessoas são fundamentais para as organizações, bem como o seu bem-estar e felicidade no trabalho. Essa é uma preocupação da Casa Mendes Gonçalves?

Sim, sem dúvida. A Mendes Gonçalves é uma empresa familiar, por isso a nossa génese é de grande proximidade e foco nas pessoas que estão connosco e contribuem para que a empresa cumpra com o seu propósito. Para nós é importante que as pessoas se sintam felizes e realizadas ao estar connosco. Se



Alexandra Mendes Gonçalves
CEO

queremos ser agentes de mudança nas nossas organizações e no mundo que nos rodeia, acredito que temos de liderar pelo exemplo e dar o primeiro passo, por isso me certifiquei pessoalmente como Chief Happiness Officer.

O mercado de trabalho mudou exponencialmente, sobretudo nestes últimos anos. Como avalia a importância da adaptação a estas novas mudanças?

A adaptação não é uma escolha. As empresas que não se souberem adaptar ao mercado de trabalho não vão conseguir ser bem-sucedidas. Acredito que a sofisticação das empresas nos próximos anos passará claramente por considerar que um dos fatores críticos de sucesso será em volta deste tema: reinvenção da relação laboral. Não só a Felicidade em si dos colaboradores (pois a Felicidade é muito pessoal), mas

sim como desenvolver um modelo de negócio que, intrínseca e genuinamente, envolva “as pessoas da casa” no business plan da empresa.

O país está a atravessar novamente uma crise económica. Como antecipa a recuperação? Será possível já em 2022?

A minha visão pessoal sobre 2022, infelizmente, não é muito otimista. Face à conjuntura macroeconómica que estamos a viver mundialmente, com escassez de matérias-primas, aumento descontrolado de preços e de forma generalizada, a somar à nossa economia frágil e muito desgastada pelos últimos dois anos, acredito que ninguém consegue antever a verdadeira dimensão do impacto que poderá gerar na economia, nomeadamente inflação nos bens de consumo. Com o fecho de contas de 2021, vamos ter uma real noção da erosão da rentabilidade de negócios de vários setores, que têm vindo a usar com muita resiliência todos os meios que possuem, incluindo margem e capitais próprios, para ultrapassar os desafios causados pela pandemia nos últimos dois anos. Infelizmente, alguns negócios muito bons e viáveis não vão conseguir continuar quando, por outro lado, nunca houve tanto capital disponível para investimento através de fundos.

No que respeita à Casa Mendes Gonçalves, quais as novidades e inovações que estão em vista, para o futuro próximo?

O nosso propósito está muito bem definido e presente em todas as decisões tomadas na empresa, incluindo a nível de inovação e portfolio: “A Mendes Gonçalves quer ser uma referência na alimentação do futuro, com rentabilidade e exigência, impactando positivamente as suas pessoas, a sociedade e o meio ambiente.” Por isso, todas as novidades fresquinhas que vão chegar ao mercado respondem a este propósito e estão alinhadas com esta ambição.



paixão pela Engenharia

A Climacer, S.A. é uma empresa especializada em instalações especiais MEP (*Mechanical, Electrical and Plumbing*) abrangendo o Projeto, a Produção, o Comissionamento e o *Service*.

Desde a sua fundação em 1990, atua na área do AVAC tendo nestes anos acompanhado a evolução tecnológica e ambiental.

É a **paixão pela Engenharia** que nos leva cada dia mais longe.

climacer 



Sede:

Rua das Areias, n.º 29, Trouxemil
3025-137 Coimbra

Portugal

+351 239 497 690

climacer@climacer.com

climacer.com

TALENTO PARA RESISTIR



Paulo Festas (COO), Luís Martins (Presidente do Conselho de Administração) e Pedro Lobo (CEO)

O gestor Luís Martins e os engenheiros Paulo Festas e Pedro Lobo são, respetivamente, o presidente do Conselho de Administração, o COO e o CEO da Climacer, uma empresa cujos trabalhos de climatização têm uma forte base de Engenharia. O seu trabalho é sempre analisado e planeado previamente, de forma a assegurar que, quando o mesmo tem início, este não pára até estar concluído. No entanto, existem problemas no setor que continuam a estar em evidência e que são realçados nesta entrevista.

O país atravessa, neste momento, uma crise económica causada, particularmente, pela pandemia. Como vê a Climacer a possível recuperação económica do país, já a partir do próximo ano?

A recuperação económica depende de diversos fatores, infelizmente pensamos que a mesma não seja imediata. Em geral, Portugal aprendeu economicamente pouco com a pandemia, os primeiros projetos/concursos à luz do PRR que temos tido acesso continuam com o problema que se arrasta há anos, preço-base anormalmente baixo, acabando os concursos por se arrastar sem concretização imediata e com um produto final com qualidade ajustada. Por outro lado, temos vindo a sofrer sucessivos aumentos de preço das matérias-primas, prazos dilatados no fornecimento, falta de mão de obra geral, e a especial ainda mais escassa, sendo que os projetos em curso e a iniciar continuam com preços e prazos de condições pré-pandemia.

Quais lhe parece que são os principais pontos, do ponto de vista económico e de mercado, a ter em conta no próximo ano, na sua opinião?

Estarmos atentos aos preços e prazos das matérias-primas, análise constante do mercado e das oportunidades para novos projetos. Um acompanhamento efetivo das condições económicas dos nossos clientes e parceiros. Uma boa capacidade financeira ajuda a mitigar estas situações.

Tendo em consideração o período que atravessámos ao longo de todo o 2021, como se posicionou a Climacer no mercado e que análise pode fazer deste ano, internamente?

A Climacer continuou a sua missão, confirmando a nossa posição no mercado nacional. Internamente, mantivemos a aposta na base sólida dos nossos

colaboradores de todos os departamentos, neste ano em específico bastante atípico, com acompanhamento e apoio constante aos colaboradores. Reforçando a formação e atividades de reforço da união e solidez entre todos, conseguimos atingir os objetivos e, acima de tudo, reforçamos as parcerias com os nossos clientes que, cada vez mais, contam com a Climacer como o seu parceiro ideal para os seus projetos, desde a fase de início dos mesmos.

Quais as principais alterações que denotam no mercado?

Um mercado bastante atípico. Numa altura que devia ser de estabilidade e união, deparamo-nos com o mercado a aceitar ofertas desajustadas tecnicamente aos projetos, sendo o preço quase o único fator. É uma situação transversal que vai em cadeia desde as construtoras, instaladores e aos fornecedores. Dificuldades na cadeia de distribuição, dos fornecedores em geral, devido aos constrangimentos logísticos que se verificaram em 2021.

As margens deixaram, há muito tempo, de serem comerciais para serem financeiras, provocando uma pressão nas empresas que impede o investimento nos recursos, quer humanos, quer materiais e, conseqüentemente, o seu crescimento.

Os desafios da Engenharia continuam, cada vez mais, presentes na construção dos edifícios, sobretudo quando sabemos a importância da ventilação nos mesmos. Como analisa a efetiva importância que já é dada a este setor, aquando da planificação de um edifício?

Infelizmente ainda estamos numa fase de pandemia em que a população em geral e os promotores começam a despertar (mas ainda só a pensar) que os edifícios, desde sempre e agora ainda mais, devem ser eficientes energeticamente e com uma atenção redobrada na Qualidade do Ar Interior dos edifícios, que só se consegue com sistemas de AVAC bem concebido, instalados,

comissionados e conduzidos. A Engenharia da Climacer, departamento de Produção, Comissionamento e Service, está preparada para colaborar na execução, comissionamento e manutenção de todo o tipo de edifícios, nunca esquecendo que é neles que a nossa população passa o maior parte do dia.

No plano internacional, como se posiciona a Climacer, quer relativamente ao portfolio de trabalhos desenvolvidos, quer relativamente ao futuro?

É um segmento em que, cada vez mais, somos abordados, sendo um claro objetivo no processo de crescimento e consolidação da Climacer. Como digo, é um objetivo, não uma necessidade e, como tal, vai sendo ponderada até à sua concretização, sempre com um plano de internacionalização pensado com detalhe, por forma a não prejudicar a base do negócio da empresa.

Existem projetos que gostasse de destacar, desenvolvidos neste último ano?

Para a Climacer, todos os projetos são de destaque, desde a mera intervenção, do nosso departamento de Service numa unidade de ar condicionado até ao edifício de serviços com 40.000m². Mas também não podíamos de deixar de sublinhar a nossa participação na primeira Faculdade de Medicina privada, neste caso da Universidade Católica, construção de novas áreas produtivas da farmacêutica Bluepharma e edifício-sede da Ageas.

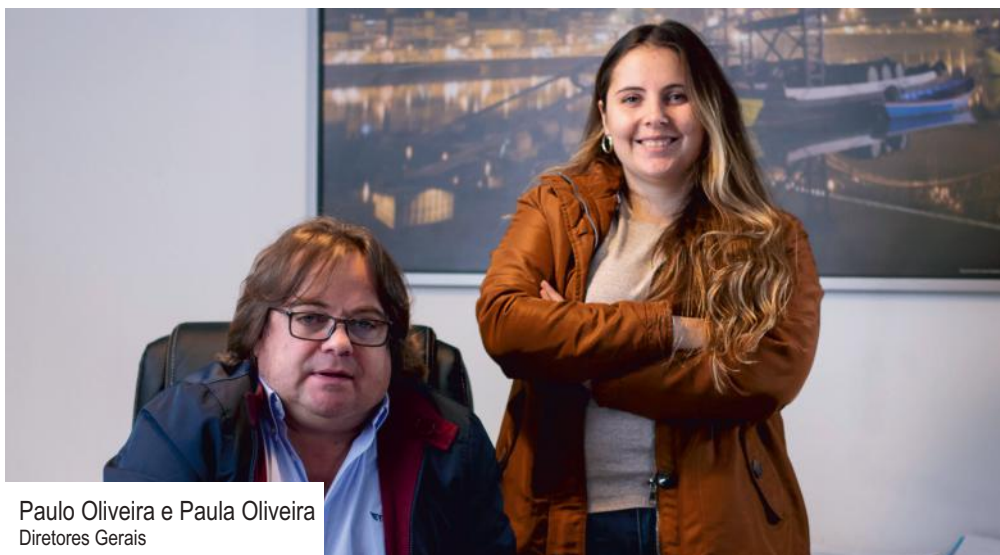
Como antecipa 2022, no plano nacional, para a Climacer?

A Climacer vai continuar a apostar na união e base sólida de toda a equipa, contacto direto e permanente com os nossos clientes/parceiros e fornecedores, sempre atenta aos pontos já referenciados, pois acreditamos que os mesmos serão bastante importantes para o sucesso e concretização dos objetivos para 2022.



PONTOPAY: UM ESPAÇO CRIADO PARA O CIDADÃO

Fundada em 2013, a Pontopay nasce a pensar no cidadão e para o cidadão. Com serviços que vão desde as telecomunicações, às energias e aos seguros, a empresa distingue-se pela imagem de rigor e confiança que tem construído ao longo dos últimos anos. São mais de 1300 agentes a nível nacional e 26 lojas em regime de franchising. Paulo Oliveira, diretor da Pontopay, orgulha-se do crescimento exponencial que a empresa tem vindo a vivenciar.



Paulo Oliveira e Paula Oliveira
Diretores Gerais

Que evolução se tem feito sentir no mercado e de que forma é que a Pontopay se tem posicionado perante essas mudanças?

Quando arrancámos com este negócio, éramos a única concorrente da Payshop, em Portugal. Depois de um ano, achámos que o que estávamos a fazer não ia ter a rentabilidade que ambicionávamos. Começámos, então, a desenvolver uma plataforma online para o cidadão. Com isto, começámos a crescer e, por volta de 2015, considerámos que a área das telecomunicações era forte. Surgiu, então, o projeto de contratação de serviços de telecomunicações e acabámos por receber o prémio de melhor empresa, a nível nacional, nessa área. Recentemente, e numa altura de pandemia, resolvemos agarrar o projeto das energias de uma forma mais séria. Isto ajudou-nos a crescer acima dos 100%.

O franchising da Pontopay foi desenhado para que todos os portugueses tivessem fácil acesso aos serviços que prestam?

Nós devemos ser uma das empresas que mais

pedidos recebe de franchising. Recebemos, em média, por dia, dois a três pedidos. No entanto, não basta ter dinheiro para abrir uma loja Pontopay. É preciso ter conhecimento. Isso é o mais importante. Só quando eu verifico que a pessoa tem capacidades é que eu questiono se há meios financeiros para avançar com o negócio.

Como é que a Pontopay lidou com a pandemia quando esta se instalou em Portugal?

Nesta fase, comprovou-se que a aposta que as pessoas responsáveis pela empresa fizeram foi assertiva. Estamos inseridos num grupo de entidades que são consideradas de primeira necessidade. Isto é, enquanto toda a gente estava em confinamento, nós éramos das poucas empresas que tínhamos autorização para estar de porta aberta. Isto resultou num aumento de vendas de energias e telecomunicações. No ano de 2019, estávamos a faturar cerca de um milhão de euros. Este ano, vamos ultrapassar os 2,5 milhões de euros em termos de faturação de serviços.

Esperavam um crescimento exponencial destes?

No fundo, já estávamos preparados para que isto acontecesse. No entanto, pensávamos que seria de uma forma mais gradual. Toda a gente gastou mais energia e telecomunicações. Hoje em dia, ninguém vive sem internet nem sem o telemóvel.

Portugal está a atravessar, novamente, uma crise económica. Como é que antevê 2022, no que diz respeito à possibilidade de saída da crise?

Eu sou um empresário versátil, ou seja, não me foco nos problemas. Eu procuro soluções. Não tenho uma tendência política, porque tudo muda rapidamente. O que posso dizer é que, no que diz respeito a quem estava no poder, não se podia ter feito muito mais do que foi feito. Temos de dar valor a quem está na frente da batalha e apoiá-los, porque a situação não é fácil. Além disso, somos um povo de desafios e demos, mais uma vez, provas disso. Aceitámos muito bem as regras que nos foram impostas e demonstrámos civismo. Em termos empresariais, penso que temos por onde crescer e que as coisas estão bem encaminhadas. Claro que ainda vamos ter uma ou outra recaída e vamos precisar de capacidade para a controlar. Não basta dizermos que as coisas estão mal, é necessário tomar uma atitude para que tudo melhore. Além disso, por norma, o empresário português adapta-se muito bem às dificuldades que vão surgindo.

Relativamente ao futuro da Pontopay, o que poderá surgir no próximo ano?

Temos alguns negócios em andamento, entre eles, a abertura de uma sucursal no Brasil, em Angola e em Espanha. A ideia é começarmos a expandir e duplicar o nosso número de lojas, no próximo ano. Queremos crescer além-fronteiras e, em primeiro lugar, em países de língua portuguesa.



DE QUANTOS QUILÓMETROS PRECISA PARA VIVER AS SUAS PAIXÕES?



NOODLES ©

Conduza um elétrico. Com **Leasys Miles** pague pelos quilómetros que percorre.

FIAT 500 ELÉTRICO (RED)

60 meses - 1.000 km de oferta

Desde **270€**/mês (s/IVA)

+ 0,19€/km percorrido



Exemplo para FIAT 500 (RED) Eléctrico 70 kW 95cv, inclui despesas de legalização e transporte, em renting 60 meses. Produto Leasys Miles - o cliente pagará adicionalmente um valor mensal variável pelos km percorridos com um custo de 0,19€/km (s/ IVA), após serem percorridos os 1000 km iniciais de oferta. Limitado ao stock existente. Aluguer mensal, sem entrada, inclui manutenção preventiva e corretiva, IUC e IPO, assistência em viagem 24h, seguro de danos próprios 4% franquia, nos termos do contrato, condicionado à aprovação da Leasys. Condições válidas até 31/12/2021. Saiba mais leasys.com/pt/portugues

leasys.com

LEASYS
ELECTRIC **MILES**

LEASYS

PORTUGAL:

UMA NOVA MOBILIDADE PARA TODOS

Com a missão de “oferecer soluções inovadoras para uma mobilidade mais eficiente” a clientes particulares e empresariais, a Leasys aposta na flexibilidade e na mudança. Com serviços que vão desde o típico Renting ao Leasys Miles, dos veículos elétricos aos de combustão, dos novos aos usados, a empresa orgulha-se de ser pioneira no mais recente conceito de mobilidade: integrado, fluído e global. Bruno Lourenço é o country manager da Leasys Portugal e sublinha a importância de uma empresa como esta para o mercado português.



Bruno Lourenço
Country Manager

Como caracteriza Portugal no que diz respeito às soluções de mobilidade?

Em Portugal, há um seguimento da tendência de utilização vs. propriedade, que foi acelerado no pós-pandemia. A utilização ainda não é a escolha principal, mas é algo que está a crescer. Para além do que constatamos no dia a dia, têm sido feitos vários estudos com resultados que apontam para o facto de as gerações mais jovens terem um foco cada vez maior na utilização de serviços como alternativa à aquisição. Efetivamente, a propriedade da viatura é algo que se tem vindo a esbater e, cada vez mais, é a utilização que conquista território. Isto tem muito a ver com a disponibilização de soluções de mobilidade e com o crescimento da intermodalidade entre soluções e providers no ecossistema da mobilidade.

Em termos de infraestruturas, o país está a caminhar para que a mobilidade elétrica seja possível?

A nível de infraestruturas, o país tem estado a preparar. Haverá ainda um caminho a percorrer, é certo. No entanto, é bom ter exemplos de quem faz melhor em consideração. O nosso desenvolvimento de infraestruturas tem evoluído substancialmente nos grandes centros urbanos, e nas autoestradas, essa é a verdade.

Quais as soluções para particulares e empresas que a Leasys apresenta?

Nós temos uma customização que permite adaptar o produto a uma utilização mais empresarial ou particular através dos serviços disponibilizados. Para além desta customização temos diversos produtos com características muito específicas que visam satisfazer as

necessidades de cada cliente. A solução de renting pay-per-use do produto Leasys Miles propõe ao cliente uma cobrança por quilómetro percorrido, sendo uma solução de mobilidade extremamente flexível e adaptada às necessidades específicas de cada dia em particular. Outra solução que temos, muito focada no conceito da flexibilidade, é o Be Free, um produto que possibilita ao utilizador ter ao seu dispor uma viatura através de um contrato de renting, mas que permite a saída antecipada do contrato sem penalizações. Outro dos produtos que tem despoletado muito interesse é o Smart Renting, uma fórmula em que a Leasys se disponibiliza, desde logo, a dar a conhecer o valor de venda do veículo no final do contrato de renting.

Considerando a área de atividade em que estão inseridos, qual o compromisso da Leasys, no que diz respeito à sustentabilidade?

A nossa campanha de lançamento, em Portugal, focou-se numa viatura elétrica. Nós temos um enorme compromisso em viaturas elétricas e híbridas, na mobilidade sustentável. Isso faz parte do ADN da Leasys, e do grupo Stellantis do qual fazemos parte. Além disso, temos ainda a preocupação de fazer o seguimento da nossa pegada ecológica ao nível do funcionamento da empresa com os consequentes planos de ação relativos à sua diminuição.

Os particulares também já procuram as viaturas elétricas?

Sim, procuram viaturas elétricas, em particular, quando experimentam. Estas viaturas têm tido uma evolução tecnológica muito acelerada nos últimos anos e, em paralelo, têm continuado a haver desenvolvimentos

de infraestruturas. Claramente, as barreiras à entrada das viaturas elétricas têm sido derrubadas. Nota-se que há uma tendência crescente para a venda de veículos elétricos no nosso país. Temos, enquanto empresa de mobilidade, de liderar esta transformação.

A Leasys recebeu o MFA 2021 para Melhor Empresa de Renting. Qual é a importância deste prémio para o vosso posicionamento no mercado?

Nós recebemos estes prémios internacionalmente e, essencialmente, os dois prémios que ganhámos são focados num serviço de Car Sharing de viaturas elétricas, que lançámos o ano passado, em Itália e na empresa de renting como um todo. Do ponto de vista de branding, continuamos focados no pilar da mobilidade. Esses dois prémios vieram, no fundo, reconhecer o nosso compromisso com a mobilidade e a eletrificação.

Tendo em consideração o impacto que o Turismo tem no aluguer de viaturas, como avalia este último ano relativamente ao impacto que a pandemia teve no setor?

A Leasys iniciou a sua atividade em 2021, mas de alguma forma, nós já conhecíamos o mercado antes de, efetivamente, arrancarmos. Este foi um ano a duas velocidades. A primeira metade, profundamente afetada por lockdowns e, uma segunda metade, com uma recuperação significativa. Quase que estamos, ao longo dos meses de Outono e Inverno, a viver um Verão prolongado com taxas de ocupação bastante elevadas no RAC. Isto, no aluguer de curto prazo. No que diz respeito ao Renting, em 2020, dada a situação da pandemia, houve um adiar de decisão das empresas na renovação das suas frotas. 2021 foi,

então, o ano em que se assistiu um pouco a essa renovação introduzindo alguma dinâmica ao mercado do aluguer de longa duração.

Relativamente ao tema “Retomar Portugal”, como lhe parece que Portugal se comportará em relação à retoma económica?

Portugal vai, naturalmente, crescer como consequência da contínua abertura da economia no atual cenário de pandemia e dos incentivos que nos chegam da Europa. A longo prazo, penso que depende fundamentalmente de outros líderes. Penso que temos de fazer uma ligeira alteração de direção no nosso mindset e não nos focarmos tanto no diagnóstico mas sim na implementação e em sermos proprietários dessa implementação. Não deixar nas mãos de outros para que resolvam os nossos problemas. As coisas não mudam da noite para o dia. Tudo se faz de pequenas mudanças incrementais. Os resultados nascem se nós quisermos e trabalharmos todos os dias para que eles aconteçam.

Como se desenha 2022 para a Leasys Portugal?

Em 2022, a Leasys vai entrar no seu segundo ano completo de atividade. Estou convicto de que vamos continuar nesta nossa curva de crescimento, com a entrada em novos segmentos. Queremos, de algum modo, marcar presença onde, atualmente, ainda não estamos. Temos também um foco grande nas melhorias da operação. Está na altura de fazermos ajustes e tornarmos a operação mais eficiente. Isto sem perdermos o nosso ADN de empresa de mobilidade ligada à eletrificação.

QUALIDADE E TECNOLOGIA APLICADAS AOS MATERIAIS COMPÓSITOS

A AC Structures desenvolve o seu trabalho na área dos materiais compósitos de matriz polimérica, nos setores da construção civil e obras públicas. O engenheiro Mário Alvim, diretor da empresa, explica a mais-valia de trabalhar com estes materiais, as suas aplicações e como o setor reagiu durante o período pandémico.



Em que setores podemos encontrar a aplicabilidade dos materiais compósitos de matriz polimérica e como pode a AC Structures contribuir para o seu desenvolvimento qualitativo?

A atividade da AC Structures desenvolve-se, em grande parte, no setor da construção civil e obras públicas. As principais aplicações são serralharias em plástico reforçado com fibra de vidro (PRFV), nos setores de tratamento de água, elétrico e químico. No entanto, o mercado urbano tem vindo a crescer, nomeadamente com aplicações em fachadas de edifícios, passadiços e postes de toponímica. Os nossos produtos de materiais compósitos de matriz polimérica são, maioritariamente, plásticos reforçados com fibra de vidro (PRFV), que substituem os materiais tradicionais (aço, alumínio e madeira), onde se pretende ter resistência à corrosão, baixos custos de manutenção e leveza.

Como se dá o desenvolvimento destes materiais? Sempre a pedido do cliente?

Fazemos o desenvolvimento de produto para as nossas necessidades e aplicações, bem como para as necessidades dos clientes

Quando um pedido é solicitado, recolhemos a informação e os objetivos a atingir pelo cliente. Primeiro, focamo-nos nestes objetivos e procuramos a melhor solução ao melhor preço. Seguidamente,

desenvolvemos o produto de acordo com os nossos critérios de qualidade, procurando o menor custo para obter um produto competitivo.

Quais os melhores exemplos de trabalhos já efetuados que possa realçar?

Destaco a colocação de mais de 400 metros de passadiços na cobertura de uma indústria papeleira, para facilitar o acesso e manutenção de equipamentos. Realço também a solução de lâminas de sombreamento, em alternativa ao uso da madeira. Outro exemplo é ainda a substituição de postes de toponímica de aço por material compósito.

Tendo em consideração a nova realidade do mercado de trabalho – dificuldade em conseguir matérias-primas e mão de obra qualificada – como está a AC Structures a lidar com estas questões?

Também vivemos um pouco esta realidade, tal como atrasos na aquisição de matérias-primas. Dada a boa relação comercial que temos com os nossos fornecedores, não chegámos a comprometer os nossos prazos de entrega. Como privilegiamos uma relação de parceria duradora e de confiança, conseguimos ultrapassar as dificuldades que surgiram. No nosso setor, a mão de obra especializada é escassa, o que nos obriga a apostar na formação dos nossos colaboradores.

Como avalia o mercado em que está inserido? Há espaço para crescer?

Em Portugal, são poucas as empresas no ramo específico de estruturas em materiais compósitos, perfis pultrudidos ou gradis e tampas em plástico reforçado com fibra de vidro (PRFV), mas o mercado nacional também é pequeno. A AC Structures pretende destacar-se pela qualidade do material, nas formas e tipos das aplicações e não apenas no preço.

Como lhe parece que a retoma se concretizará, efetivamente, no nosso país?

A AC Structures não sentiu nenhuma quebra, tendo tido até um forte crescimento durante esta pandemia. O mesmo aconteceu no setor onde temos maior expressão, o da construção civil e obras públicas. O futuro é promissor, mas devemos ter em atenção o aumento significativo dos preços das matérias-primas e transporte. Como a maioria das adjudicações dos contratos dos nossos clientes é anterior a estes aumentos, os valores não são atualizados. Desta forma, acaba a nossa empresa por suportar parte destes custos, em detrimento das margens de lucro, mantendo-se sempre fiel às relações de parceria com os clientes.



“ESTA É A CONSTRUÇÃO DO FUTURO”

Nuno Vale é o CEO da Ooty, uma marca que pertence à Black Oak Company e que se dedica à construção de casas modulares, no segmento de luxo. Com muita atenção à técnica e aos materiais utilizados, este tipo de construção será o futuro do setor da construção civil, de acordo com Nuno Vale.



Como define o conceito Ooty, no que se refere aos tipos de casas modulares existentes?

A Ooty é uma marca da Black Oak Company, que atua na área da construção modular de luxo, mas que tem apostado na competitividade em termos de valor. Temos uma imagem contemporânea, com forte preocupação arquitetónica e prezamos muito a qualidade das nossas construções. Além disso, trabalhamos com sistemas construtivos sustentáveis e ecológicos porque acreditamos que, mais do que nunca, este é um tema que tem de ser respeitado e levado muito a sério.

Quais as grandes vantagens deste tipo de construção?

Trabalhamos com sistemas mistos de madeira, metal e betão, mas com uma forte componente pré-fabricada em woodframe, que é uma solução sustentável e ecológica, de subestrutura de madeira e isolamento térmico. No que diz respeito à aparência, não se diferenciam em nada de uma casa de construção em alvenaria, podemos aplicar os acabamentos que pretendemos e apresentar a solução arquitetónica que interessa ao cliente. Já em termos de qualidade não é comparável, é uma solução sem patologias, sem pontes térmicas, de alta eficiência energética e com uma excelente

insonorização face às alternativas. No fundo construímos com o sistema mais utilizado no mundo, o woodframe, mas preparado em painéis em ambiente controlado (em fábrica) que garante o melhor resultado ao cliente em tempo de construção e com uma qualidade ambiente muito superior!

Relativamente aos materiais utilizados e à mão de obra necessária, este tipo de construção também traz vantagens?

Muito do nosso trabalho é preparado em ambiente fechado, com todas as máquinas que necessitamos ao nosso serviço e com um controlo de qualidade que nos permite garantir que estamos a construir com excelência. Com isso, reduzimos muito o tempo de construção e todo o trabalho que diga respeito à estrutura, isolamento e impermeabilização é imensamente mais célere. Mas como temos preocupações de qualidade, também no que diz respeito aos acabamentos, pretendemos que o cliente possa ter o que pretende e nesse sentido os acabamentos, no caso das Ooty Houses, são feitos em obra, com todas as técnicas construtivas habituais. Já no nosso sistema eXPand, os módulos vão para o local com o máximo de acabamento possível ou até completamente terminados.

Como antecipa o futuro da construção em Portugal? Esta construção modular pode ser uma verdadeira alternativa?

Em menos de 10 anos esta não será a alternativa e sim a regra! Não é mais possível continuarmos a tratar a construção como um trabalho pouco produtivo, ineficaz e aceitar isso com passividade, uma casa não pode demorar dois anos a ser construída, como acontece na construção tradicional. Se olharmos à nossa volta já tudo é pronto a utilizar, pronto a vestir, pronto a comer, mas na construção isso ainda não acontece no nosso país. A industrialização da construção é imperativa. Enquadrado neste conceito, criámos uma app Ooty, disponível na App Store e na Play Store que permite, entre outras funções, que o cliente visualize em Realidade Aumentada a sua futura casa, no seu terreno e visitar o seu interior!

A questão da recuperação económica é transversal a todos os setores de atividade. Enquanto empresário, como avalia este assunto?

É transversal, portanto, avalio com a mesma preocupação que toda a gente. Estamos cientes que vamos conseguir ultrapassar as dificuldades e com luta e sacrifício a nossa economia retomará, senão mesmo excederá todas as expectativas. Numa economia como a portuguesa, onde muito do nosso sistema e tecido empresarial estava moribundo, isto pode até significar mesmo uma oportunidade de mudança.

Como antecipa o novo ano que se aproxima, no que respeita à Ooty?

Estamos fortes, temos crescido bastante todos os anos e este próximo ano é de grande promessa para a Ooty. Contamos mesmo que seja o nosso melhor ano.



O COACHING COMO CAMINHO

Paula Leal é uma mulher empreendedora e decidida, que, após um processo de autoconhecimento, resolveu partilhar com quem necessite este caminho rumo ao desenvolvimento pessoal. Tornou-se coach, abrangendo atualmente as vertentes de Life e Business, e disponibiliza ainda serviços de consultoria e formação.



Paula Leal
Coach

Quando iniciou a sua jornada de Desenvolvimento Pessoal, fê-lo literalmente para se descobrir a si mesma. O que a levou a querer partilhar este seu conhecimento com outras pessoas?

Sempre fui apaixonada pela área do desenvolvimento pessoal e do comportamento humano. Quando iniciei a minha própria “caminhada” nesta área, passava por uma fase de grandes desafios pessoais. Chegou o momento em que escolhi fazer um outro percurso, um diferente do que tinha feito até ali, e ao qual sou muito grata por todas as aprendizagens que me trouxe, mas que já não era potenciador para mim. E foi durante este processo que me redescobri, reinventei, que me fui tornando aos poucos na pessoa que sou hoje e da qual me orgulho muito. Quando decidi partilhar todo este conhecimento, esta

aprendizagem com outras pessoas, foi precisamente para que não se sentissem sozinhas, para as levar também a descobrirem-se, a encontrarem-se, a alcançarem o que desejam de forma orientada e potenciadora para elas. Todos temos dentro de nós as capacidades, as habilidades necessárias para trilhar um novo caminho, por vezes não o conseguimos fazer sozinhos e é essa a minha missão enquanto coach.

Este caminho de empreendedorismo sempre foi algo desejado?

Sim, durante toda a minha vida desejei ter o meu próprio espaço, onde pudesse trabalhar sem ter de me sentir pressionada por valores com os quais não me identificava, na grande maioria das vezes.

Que análise faz, enquanto empreendedora, das dificuldades enfrentadas e do caminho percorrido?

Enquanto empreendedora tem sido um caminho bastante desafiante. Muitas portas se fecharam quando decidi avançar com este projeto, tendo em conta que coincidiu com o início da pandemia. Perdi algumas possibilidades de apoio, nomeadamente a nível financeiro, tive várias vezes de traçar novos planos para continuar a avançar. Nesse momento de fragilidade e confinamento, ao invés de baixar os braços, optei por alavancar ainda mais o meu conhecimento e fiz diversas formações, que me permitiram encontrar mais ferramentas e desenvolver melhores estratégias. Por tudo isto, posso dizer que acabei por conhecer uma nova faceta de mim mesma, ainda mais forte e focada do que aquela que já conhecia.

PARA A DESCOBERTA DE SI MESMO

Quais as áreas de trabalho que desenvolve?

Estou focada em três áreas de trabalho, nomeadamente o coaching, abrangendo especificamente o Life e o Business Coaching, serviços de consultoria e formação.

Considerando estes últimos tempos que vivenciámos, que análise faz da resposta que a sociedade deu?

Fazendo uma retrospectiva dos últimos tempos e de todos os desafios pelos quais tivemos de passar e que, em muitas situações, continuam a influenciar as nossas vidas, penso que todos tivemos uma enorme capacidade de resiliência e de adaptação a um novo modelo de mundo que se abateu sobre nós de forma rápida e inesperada. Independentemente das crenças de cada um, considero que ficámos mais unidos e acredito que isso tenha contribuído para o desenvolvimento de uma sociedade melhor.

Quais as principais questões que se

colocam com os clientes que a procuram? Quais as principais dificuldades que procuram ultrapassar?

Existem maioritariamente duas grandes questões pelas quais me procuram. Uma delas tem a ver com a carreira: pessoas que estão insatisfeitas com as suas carreiras, que se sentem desmotivadas, desvalorizadas, a grande maioria já em completo desequilíbrio com a sua vida pessoal sendo que, estando uma em desequilíbrio, a outra acaba por sentir-se e ficar também. Por outro lado, pessoas que são promovidas e querem potenciar as suas habilidades e conhecimentos para melhor desenvolverem as suas tarefas. Existe também uma grande procura na área dos relacionamentos, como por exemplo pessoas que passam ao longo da vida por relacionamentos tóxicos, acabando por mudar de parceiro, mas o padrão acaba sempre por se repetir. Qualquer que seja a questão que tragam para resolver, os sentimentos de frustração, falta de realização pessoal, insegurança, baixa autoestima, falta de amor próprio são os comportamentos comuns limitantes que,

maioritariamente, observo e necessitam de ser ultrapassados.

Como procura ajudar quem a si recorre?

Para ajudar quem me procura, divido o processo de coaching em algumas fases distintas que vão permitir ao cliente fazer a sua caminhada passo a passo, tomando consciência ao longo de cada uma delas do que se pretende de forma assertiva e consistente. É importante inicialmente o cliente tomar consciência e identificar a perceção individual sobre as mudanças e melhorias de que necessita para aumentar a sua performance e o seu empenho. É nesta primeira abordagem que se define o estado atual do cliente e o estado desejado. Após esta abordagem passamos para uma outra fase, que visa levar o cliente a assumir a responsabilidade e o compromisso com a mudança individual necessária. Nesta fase é definido com precisão qual o objetivo a trabalhar durante as sessões, validando a sua consequência e ecologia. De seguida é iniciada a criação de um plano de ação individual para a implementação das mudanças desejadas, caso o contexto a ser

trabalhado seja profissional, ou a criar um plano de ação global de integração e implementação das mudanças desejadas na sua área de intervenção, trabalhando neste caso em contexto profissional. Depois de todas as fases anteriores estarem bem estruturadas, inicia-se a construção de recursos, de novos comportamentos e habilidades que visam a ultrapassagem de crenças limitadoras ou interferências externas. Finalmente, são avaliados e analisados os resultados intermédios que visam alcançar o estado desejado. Durante todo o processo, as técnicas utilizadas são adaptadas ao indivíduo e ao contexto que estamos a trabalhar, sendo que gosto de utilizar, para além das técnicas de coaching, técnicas de programação neurolinguística e técnicas de análise de perfil comportamental.

Como perspetiva o ano de 2022?

Acredito que o ano de 2022 será um ano de mudança, de reestruturação, de expansão, mas também de reflexão e crescimento para todos nós.



Paula Leal - Life & Business Coach
www.paulalealcoaching.com |
 E: paulalealcoaching@gmail.com | T: 964 147 130 | Rua da
 Sociedade Incrível Almadense, N 4A 2800-207 Almada



“AS MULHERES APOSTAM CADA VEZ MAIS NA SUA INDEPENDÊNCIA”

Rita Faria é a diretora da FEspaços, uma empresa especializada na avaliação, diagnóstico e quantificação de todo o tipo de origens e danos em imóveis. Enquanto responsável pela empresa, Rita Faria destaca, em entrevista, como é ser líder de uma empresa e realça a importância cada vez maior do digital para o funcionamento das empresas.



Rita Faria
Diretora

Que avaliação faz relativamente à liderança feminina e masculina? São diferentes? Em que medida? Como se avalia, enquanto líder?

A liderança não é um atributo que se esgote no simples facto de se ser mulher ou homem. O que pode ser caracterizado em termos de género são as representações sociais em torno de se ser líder mulher ou líder homem e, nesta ótica, são frequentes os estereótipos. Espera-se que as mulheres assumam uma liderança emocional e os homens uma liderança instrumental, sendo esta última mais valorizada. Conta, peso e medida, é o caminho que eu faço por traçar.

Cada vez mais, as mulheres estão mais presentes no Ensino Superior e ambicionam construir a sua própria carreira. Parece-lhe que já existe espaço, neste mercado de trabalho nacional, para mulheres que queiram alcançar cargos de liderança, ainda que não seja em negócios próprios?

Esse espaço tem vindo a ser conquistado, a pulso, pelas mulheres, existindo como resultado de décadas de conquista no que respeita à igualdade. Também por questões que se prendem com a dificuldade em conciliar a vida profissional e a familiar, a ocupação de cargos de liderança continua a ser particularmente exigente para as mulheres, o que se pode constituir como um fator de desmotivação.

A FEspaços

A FEspaços é uma empresa especializada na avaliação, diagnóstico e quantificação de todo o tipo de origens e danos em imóveis. Como foi, para a empresa, ultrapassar estes dois anos em que, em parte, o confinamento foi obrigatório e, noutros casos, o trabalho estava dificultado por muitos negócios fechados e a obrigação de distanciamento social?

O digital está implícito na competitividade das empresas, e a pandemia generalizou-o como condição sine qua non ao seu funcionamento. Agilizando o home office, asseguramos o controlo contínuo de todo o fluxo operacional através de um portal próprio e interativo. Uma plataforma desenvolvida à medida para a monitorização completa de todos os serviços e respetivos SLAs, em tempo real. Quanto ao trabalho de terreno, para fazer face aos casos em que a deslocação de técnico ao local não seja pretendida/possível, disponibilizamos a vistoria remota por vídeo geolocalizado. Serviço user friendly, em que estabelecemos o acesso web via link direto.

Quais os serviços que surgem com maior regularidade?

O core da FEspaços incide no diagnóstico de fugas de água e demais origens de humidades e infiltrações em imóveis.

Aliando o saber à tecnologia, disponibilizamos um pack com várias soluções não destrutivas, que garante a identificação da anomalia com redução de tempo de serviço e custos associados. Identificamos o ponto onde a reparação deve iniciar ou efetuamos a contenção da anomalia.

O desafio que a pandemia colocou à Economia é imenso, mas também se considera que, não sendo esta uma crise de cariz financeiro, a recuperação será mais rápida. Enquanto empresária, como vê essa questão?

A pandemia ocasionou várias tipologias de crise associadas, sendo uma delas financeira. Tendo em conta os múltiplos efeitos negativos dos últimos quase dois anos, a recuperação não vai ser tão rápida como seria desejável. Houve um aumento substancial das situações de desemprego e precariedade, com uma alteração drástica das condições de vida estruturais das pessoas. As empresas foram, também, constrangidas neste processo, tendo tido a necessidade de adaptação às circunstâncias impostas por um cenário imprevisível e desafiante. O ano de 2022 será ainda de readaptação. Às empresas, julgo que nos compete reforçar, em conjunto com os colaboradores, uma postura de resiliência e inovação, no sentido de ultrapassar os obstáculos já identificados e aqueles que ainda se possam vir a colocar.

Se é no imóvel, é connosco

 FEspaços

www.fespaços.pt
geral@fespaços.pt

913 671 357
253 468 054





32 ANOS A CONDUZIR GERAÇÕES



www.amilcareis.com

249 534 046 | 917 209 009

Fátima

PERSPECTIVAS PARA O ANO DE 2022 NA JUSTIÇA



Luís Menezes Leitão
Bastonário da Ordem dos Advogados

Solicita-nos a Valor Magazine um balanço sobre a situação da Justiça no ano de 2021 e as perspectivas da mesma para o ano de 2022. Infelizmente o balanço do que se passou neste ano é altamente negativo e as perspectivas para 2022 também não são positivas.

Na verdade, 2021 continuou a ser um ano trágico para o país, tendo sido iniciado com uma terceira vaga da pandemia, com um impacto enorme no número de infecções, que em Janeiro atingiram 15 mil por dia, e de vítimas mortais, que na mesma altura foram de 330 por dia. Em virtude desta terceira vaga, o estado de emergência foi novamente decretado em 9 de Novembro de 2020, e teve onze renovações, tendo estado em vigor durante 173 dias consecutivos, que só acabaram no fim de Abril deste ano. Mas mesmos depois de o estado de emergência ter terminado, verificaram-se claros ataques aos direitos fundamentais, como a requisição administrativa de casas de habitação ou uma cerca sanitária à área metropolitana de Lisboa,

que retirou a 2,5 milhões de pessoas o direito à livre deslocação no território nacional.

Em consequência, o país viu a sua Justiça a ser colocada sob pressão, com os direitos fundamentais dos cidadãos a ser sistematicamente suspensos em virtude do estado de emergência, continuando essa suspensão a decorrer mesmo depois de esse estado de emergência ter sido levantado, através de simples resoluções do Conselho de Ministros, o que nos parece claramente inconstitucional. Infelizmente, no entanto, nem o Parlamento, que é quem tem competência para legislar em matéria de direitos, liberdades e garantias, nem as entidades encarregadas de fiscalizar a constitucionalidade das leis tomaram qualquer iniciativa em defesa dos cidadãos cujos direitos fundamentais foram suspensos. Apenas os advogados actuaram, recorrendo aos tribunais, os quais decretaram providências de *habeas corpus* nos casos mais graves. No entanto, tal não impediu que se gerasse na população a sensação de que os direitos

fundamentais das pessoas podem ser facilmente suspensos através de medidas de polícia administrativa, a pretexto da situação de pandemia, mesmo que muitas dessas medidas se tenham mostrado injustificadas e desproporcionais. Por esse motivo, várias entidades internacionais consideraram que o Estado de direito se degradou nos diversos países europeus em virtude da pandemia.

Ao mesmo tempo em 2021 voltou a ficar demonstrada a inadequação da justiça para o seu funcionamento nestes tempos de pandemia, com nova suspensão dos prazos e diligências processuais logo no início do ano, e tendo ocorrido inúmeros surtos nos nossos tribunais ao longo do ano. Na verdade, o resultado da reforma do mapa judiciário de 2014 foi o de termos tribunais muito pequenos, sem adequada ventilação, colocados nas capitais de distrito, em vez dos tribunais amplos e espaçosos que estavam espalhados por todo o território nacional. Alguns dos novos tribunais, como sucede no Campus da Justiça, estão tão mal adaptados a esta situação de pandemia que as suas janelas não abrem, colocando por isso em risco todos aqueles que a eles se deslocam. Infelizmente, apesar disso, o Ministério da Justiça insiste em não tomar as medidas de protecção que se impõem, tendo até já abandonado as poucas medidas que tinha tomado.

Para além disso, as perspectivas para 2022 também não são positivas, dado que o fim da pandemia não parece estar à vista na Europa e a ideia de que a imunidade de grupo poderia ser alcançada através da vacinação parece hoje definitivamente afastada. Tal leva a que já estejamos a regressar a medidas altamente atentatórias dos direitos dos cidadãos, que todos julgávamos estarem definitivamente abandonadas. Os advogados continuarão por isso em 2022 a actuar em defesa dos direitos dos cidadãos, para o que terão sempre o apoio da Ordem dos Advogados na missão que o seu Estatuto lhe confere de defender o Estado de Direito e os direitos, liberdades e garantias dos cidadãos.

“A ADVOCACIA É ESSENCIAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL”

Nelson Miguel Pereira é advogado e sócio da Pereira Pinto e Associados (PPA), uma sociedade de advogados que se assume como marcadamente generalista e com o principal foco na assessoria jurídica das empresas, assumindo-se como parceira dos seus clientes.

Com uma experiência de mais de 10 anos na Advocacia, quais as linhas que orientam o vosso serviço ao cliente?

O foco da PPA assenta por inteiro no atendimento ao cliente, privilegiando um relacionamento próximo e individualizado com cada um, como forma de nos permitir um conhecimento aprofundado das suas atividades e desempenhar uma Advocacia de compromisso e resultados.

Quais as áreas da Advocacia que desenvolvem, com particular destaque?

A atividade principal da PPA é a assessoria jurídica. Neste particular, a PPA faz um acompanhamento integral das empresas suas clientes, prestando serviços jurídicos que, normalmente, têm interesse para uma sociedade comercial, quer sejam na sua parte substantiva, quer sejam na fase contenciosa, bem como a assessoria corporate atinente à organização e estruturação da sociedade. Em paralelo com esta atividade, a PPA também assegura a representação de pessoas singulares, no âmbito das várias matérias em que os nossos clientes tenham interesse e/ou possam ter intervenção.

A Assessoria Jurídica é, também ela, um serviço importante para um bom acompanhamento jurídico. A Pereira Pinto & Associados aposta nesta área?

A Assessoria Jurídica ou “Advocacia Preventiva” é essencial para todos e, em particular, para qualquer empresa que se quer competitiva no mercado. Para tanto, a consulta jurídica prestada por advogado no âmbito do processo de decisão é imprescindível, pois só assim será possível ao decisor estar devidamente informado sobre todos os riscos associados à sua decisão e quanto a todos os efeitos que poderão emergir da mesma. E este é o paradigma que temos

que mudar. O advogado não é um custo, mas sim um investimento. E, para tanto, a Assessoria Jurídica e a Advocacia Preventiva são essenciais.

A Recuperação de Créditos é outra área que se afigura importante, particularmente em tempos de crise. Como se posiciona a Pereira Pinto & Associados, para ajudar a resolver este tipo de problemas?

Em termos de serviço, a recuperação de crédito é provavelmente a necessidade que é mais facilmente identificada pelo cliente. Nesta matéria, tal como nas demais, o posicionamento da PPA é sempre o mesmo: resolver o problema ao cliente da forma mais eficaz e com menor impacto financeiro possível. A PPA representa várias empresas, maioritariamente PME's nacionais, que têm valores por receber, situação sempre causadora de alguma pressão ao nível da tesouraria.

A Ordem dos Advogados alterou a forma de acesso à profissão, recentemente. Como avalia estas alterações?

Mais do que regular os requisitos de acesso à profissão, a Ordem dos Advogados (OA) deveria ponderar e adotar comportamentos para “libertar” a profissão e adaptá-la em face da atualidade e das exigências que atualmente se colocam aos advogados. Claro que a maior exigência dos requisitos de acesso à profissão contribui para um maior rigor na intervenção que os advogados terão na sociedade, tal como contribuiria também uma atualização dos Estatutos, uma revisão e atualização de alguns dos regulamentos ou uma melhor e mais abrangente formação prática (e não apenas de Direito) dirigida aos advogados que, na sua maioria, nunca tiveram qualquer informação (nem da Ordem, nem da Faculdade) de como poderão gerir os seus escritórios, as suas atividades ou de qual o melhor sistema informático que deverão utilizar para



Nelson Miguel Pereira
Advogado e Sócio

o fazer, etc.

Considerando a fase que o país atravessa, no que se relaciona com a retoma económica, parece-lhe possível que tal aconteça a partir do próximo ano?

Em termos puramente nominais, e considerando a queda no PIB verificada, muito estranho seria se não assistíssemos ao princípio da retoma económica já em 2022. No entanto, não podemos deixar de considerar a questão das moratórias, que irá explodir em 2022 e que irá determinar uma subida abrupta das insolvências de particulares e de sociedades, como temos de ter em consideração o fator político, dado que teremos eleições legislativas em 30 de janeiro, não teremos um Governo em pleno exercício de funções antes de março/abril de 2022, pelo que as necessárias reformas estruturais nunca estarão em curso antes do final de 2022. Em face de tudo, estou otimista, mas...

"OS ADVOGADOS ESTAGIÁRIOS DESCONHECEM EM ABSOLUTO A PRÁTICA DO DIREITO"

A Mano e Rodrigues existe há 11 anos e coloca em prática, diariamente, a forma diferenciada como as suas sócias veem o exercício da Advocacia. Paula Mano, Ana Dias Ferreira e Cátia Silva Pereira, em entrevista, são claras na sua forma de trabalhar o Direito, bem como naquilo que consideram essencial para se ser um bom advogado e para trazer cada vez mais prestígio à profissão.

Tendo já mais de uma dezena de anos de existência, e ainda mais anos de experiência das suas sócias, que balanço podem fazer do trabalho desenvolvido?

Paula Mano (P.M.): Esta sociedade, logo no seu primeiro ano de existência, superou de uma forma surpreendente as nossas expectativas. E nos anos que se seguiram continuou o seu crescimento, com a conquista permanente de novos clientes, quer em Portugal, quer noutros países da Europa, nestes últimos com maior incidência em Espanha e França.



Ana Dias Ferreira, Paula Mano e Cátia Silva Pereira
Sócias

Qual o motivo que levou a sociedade a abrir três escritórios em Portugal?

Ana Dias Ferreira (A.D.F.): Fomos decidindo abrir mais escritórios para comodidade dos nossos clientes. Quando, em determinada zona do país (distante do Porto), começamos a ter um número de clientes que justifique a abertura de um escritório, fazemo-lo para os nossos clientes não terem de se deslocar ao Porto e acabamos também por angariar mais clientes na zona onde abrimos o escritório e nos seus arredores.

Tem previsão de abrir mais algum?

A.D.F.: Sim, para além do Porto, Funchal e Alfândega da Fé, no próximo ano, e pelos motivos que referi, vamos abrir mais um, desta vez em Valença. Será o quarto escritório e penso que o último.

No vosso ponto de vista, um advogado

estagiário deveria ter acesso ao maior número possível de ramos do Direito, de forma a familiarizar-se com aquele que mais goste e o desenvolver, especializando-se?

Cátia Silva Pereira (C.S.P.): Nesta Sociedade, todos os advogados estagiários estão sob a minha responsabilidade e posso garantir que trabalham a sério em todo o tipo de processos, por isso têm essa oportunidade de verificarem com que áreas do Direito mais se identificam.

É, portanto, isso que acontece na Mano & Rodrigues?

C.S.P.: Sim, é isso mesmo que acontece nesta Sociedade. Cada um de nós trabalha no ramo ou ramos do Direito que mais gosta e acerca do qual se foi especializando, no sentido de ter mais contacto com essa área do Direito e aí ir aprofundando o seu estudo.

No que respeita às alterações no acesso à profissão, relativas à Ordem dos Advogados, qual a vossa opinião sobre isso?

P.M.: Já tivemos oportunidade de falar sobre isso e a nossa opinião é unânime: consideramos que não advém qualquer mais-valia e não estamos minimamente de acordo com tais alterações. Existe um défice enorme no que respeita ao conhecimento do Direito e muito mais relativamente à sua prática, na grande maioria dos advogados estagiários, mas esse défice devia ser corrigido através do estágio na O.A., que devia incidir numa vertente prática ao invés do que acontece, que se resume a ser uma continuação da faculdade na sua vertente mais teórica.

O mais importante de tudo, na minha opinião, é colocar cada um a fazer aquilo que essa pessoa faz melhor. Tenho verificado ao longo dos anos que há colegas que a minutarem peças

processuais são brilhantes e depois a defendê-las em tribunal são um desastre, e o contrário também se verifica, e isso não tem nada de errado, é a vocação de cada um que deve ser explorada em benefício dos clientes e para prestígio da profissão. Para conseguirmos ter bons resultados na Advocacia um advogado não deve ou tem de fazer tudo. Deve fazer aquilo que faz melhor, sendo por isso o trabalho em equipa fundamental e com inúmeras vantagens. Por exemplo, quando alguém, nesta Sociedade, fica de repente impedido de trabalhar, por doença ou outro imprevisto qualquer, os nossos clientes nunca ficam prejudicados, porque existe sempre outro colega, que também acompanha esse cliente, e que está em perfeitas condições de dar continuidade a esse trabalho. É por isso que estamos aptos a responder às solicitações dos nossos clientes 365 dias por ano.

Como antevê o futuro da Mano & Rodrigues?

P.M.: Não temos objetivos "a la longue", temos objetivos diários, e foi assim desde o primeiro dia de trabalho nesta Sociedade. O nosso objetivo é fazermos mais e melhor, nunca abrandar nem esquecer que o sucesso não é um dado adquirido, é uma conquista diária. Agora, o futuro, o passado e o presente vejo sempre com um sorriso, porque essa é a minha forma de estar na vida e penso que já fui capaz de contagiar quem trabalha comigo!



PORTO
Edifício Mota-Galiza
Rua Júlio Dinis,
247, 5.º E. 4,
4050-324 Porto

FUNCHAL
Rua da Ribeira Funda,
n.º 248 9370-249
Calheta, Funchal

ALFÂNDEGA DA FÉ
Rua do Porto,
Edifício Caixa Agrícola,
7, 1.º andar, Sala 2
5350-039 Alfândega da Fé

“SEMPRE APOSTAMOS NUM CRESCIMENTO SUSTENTADO”

A GF Advogados tem como objetivo primordial “prestar um serviço de reconhecido mérito e excelência, apostando num crescimento sustentado”. Para que tal seja possível, a empresa guia-se por princípios como a integridade, a qualidade e a exigência. João Ferreira, advogado e sócio da GF Advogados, sublinha a importância da relação entre a empresa e os clientes.



João Ferreira
Advogado e sócio

Além da presença em Loures, no distrito de Lisboa, a GF Advogados está também disponível em Espanha e no Brasil. Qual a importância da vossa presença noutros países?

O objetivo passa por proporcionar aos nossos clientes um nível de segurança no mundo empresarial em Espanha e no Brasil, neste caso. Na criação destas sinergias, queremos proporcionar aos nossos clientes uma representatividade de pessoas da nossa confiança para poder resolver os seus problemas. No fundo, trata-se de um encontro de soluções locais para concretizar as necessidades dos clientes.

Essa vossa capacidade pode levar-vos a outros países?

Temos planificados outros dois países,

mas ainda estamos na fase de negociação da operação. Mas, sim, isso permite-nos fomentar a localização em diversos países e isso não está, de todo, fora do nosso limite. É uma das nossas intenções, mas não criamos sinergias só por criar. Não queremos representar um assunto de um cliente sem ter uma boa relação com o parceiro, para lhe dar a segurança que nos interessa.

Quais as áreas do Direito que mais se destacam, atualmente, no vosso portfolio de serviços?

Temos uma equipa generalista, ou seja, temos o intuito de operar no mercado como temos operado até à data, completando todas as necessidades dos nossos clientes. Incidimos mais na parte comercial, na assessoria empresarial, na parte laboral e na área fiscal. Este acaba por ser o nosso foco quase diário.

Na vossa perspetiva, há um aumento das insolvências em Portugal?

Os dados que temos são no âmbito do programa ATIVAR.PT e da Retoma. No fundo, os empresários aproveitaram esse benefício. No entanto, temos que afirmar que a evolução das insolvências continua. Há muitos negócios a encerrar, principalmente no ramo da restauração, porque não nos podemos esquecer que só teve apoios quem reuniu condições para o efeito.

Qual é a sua análise, enquanto profissional, relativamente a esta questão dos empréstimos, quer a nível das empresas, quer dos particulares?

O problema do consumismo é criado pela Banca. A responsabilidade da crise de 2009 teve o alto patrocínio das entidades bancárias. Efetivamente, foram criadas condições que impulsionam o consumismo extremo e as pessoas acabam por não ter a capacidade de controlar aquilo que podem e não podem ter. Com um cartão de crédito, quem tem vícios tem dinheiro. As compras online, por exemplo, trouxeram um consumismo atroz. É claro que isso vai ter consequências financeiras e as consequentes insolvências.

As recentes alterações efetuadas no acesso à Ordem dos Advogados poderão marcar esta área de atividade?

Não altera em nada, porque eu vejo que a Ordem dos Advogados se está a preocupar com tudo menos com aquilo que é realmente importante. O nível académico do mestrado pedagógico poderá trazer um maior conhecimento do planeamento de trabalho, mas não resolve um tema que, para mim, é essencial: quem quer ingressar na Ordem dos Advogados sabe como funciona a Advocacia? A resposta a esta pergunta ninguém sabe. No âmbito do planeamento de um curso de Direito, deve ser implementado um estágio



Nuno Guilherme
Advogado e sócio

obrigatório a partir do terceiro ano, congregado com a Ordem dos Advogados e com escritórios de advogados. O aluno que tem a pretensão de ser advogado tem de perceber como é que a profissão funciona. O exercício da Advocacia diária nada tem a ver com aquilo que se vê nos filmes.

Quais os planos futuros reservados para a GF Advogados?

Sempre estruturámos a nossa sociedade com um crescimento sustentado. O que temos reservado para o nosso futuro é continuar com o nosso ADN da Advocacia preventiva junto dos nossos clientes. Este tipo de Advocacia permite ao nosso cliente estruturar o seu dia a dia sabendo o que pode e não pode fazer.



GUILHERME, FERREIRA & ASSOCIADOS - SOCIEDADE DE ADVOGADOS SP, RL

www.gfadvogados.pt | E:geral@gfadvogados.pt | T: 21 982 1715

ADVOCACIA PRÁTICA E PRÓXIMA DO CLIENTE

A sociedade de advogados Lamares, Capela e Associados nasceu da união de dois advogados que tinham formas semelhantes de trabalhar e ver o Direito – Ana Sofia Lamares e Diogo Capela. Conjugando soluções inovadoras, know-how técnico e muita proximidade na relação com o cliente, esta sociedade de advogados mantém a qualidade do seu trabalho, recentemente reafirmada pelo prémio Melhor Advogado de Imigração, atribuído a Diogo Capela, pela Uglobal Immigration Magazine.



Diogo Capela e Ana Sofia Lamares
Sócios e advogados

Quais as características-chave e diferenciadoras da vossa forma de lidar com o cliente?

Alcançar a satisfação do cliente, aliando o profundo conhecimento técnico e soluções inovadoras com a componente pessoal, sendo disponível e personalizando a experiência do cliente com um serviço completo. Acreditamos que, com total empenho e sem criar falsas expectativas, criamos relações de confiança duradouras com os clientes, sendo seus aliados também em projetos futuros.

Considerando as áreas de Direito à Imigração, Cidadania e o apoio prestado a investidores com Golden Visa, como avaliam estes dois últimos anos, no que respeita ao fecho de fronteiras e à sua reabertura, e como isso pode ter

influenciado os estrangeiros a quererem fixar-se e investir em Portugal?

O fecho das fronteiras teve um impacto profundo na Imigração e Investimento: do ponto de vista processual, assistimos a enormes atrasos, os Consulados fecharam e não emitiram vistos e o SEF limitou muito os agendamentos. Além disso, as fronteiras fechadas impossibilitaram muitos de obter os documentos necessários e as restrições ao tráfego aéreo impediram milhões de pessoas de viajar, o que também contribuiu para que muitos tivessem adiado as suas pretensões. Portugal teve resposta muito positiva no combate à pandemia e foi eleito por algumas publicações internacionais como um destino seguro e um dos melhores para se viver na era pós-Covid, pelo que assim que abriam as fronteiras assistiu-se à retoma do interesse por parte dos

investidores, em alguns casos a um nível superior ao período pré-Covid.

O sócio e advogado Diogo Capela ganhou o prémio de Melhor Advogado de Imigração, pela Uglobal Immigration Magazine. Quão importante é esta nomeação para a carreira de um profissional do Direito, bem como para a sociedade de advogados onde se insere?

O reconhecimento, por parte de uma das mais prestigiadas publicações no ramo da Imigração, a nível mundial, deixou a nossa equipa muito orgulhosa, não só do trabalho desenvolvido pelo Dr. Diogo Capela, mas de todos os que colaboram no escritório. Também a LACA ficou na shortlist para Best Immigration Law Firm, o que, tendo em conta o período difícil que o país atravessou, tem um sabor especial e dá-nos motivação extra para continuar a trabalhar com dedicação.

Qual a sua opinião sobre as alterações de acesso à Ordem dos Advogados?

Acreditamos que a OA deve tentar encontrar a melhor forma de conceder o acesso aos mais aptos para o curso, conceber um estágio que não seja um peso na vida do estagiário e do patrono, mas que acrescente conhecimento e ferramentas aos futuros advogados e ainda garantir a remuneração dos estagiários de forma adequada ao seu contributo.

Como veem a possibilidade de retoma da atividade económica?

Apesar das incertezas relacionadas com

a situação política atual, acreditamos no engenho dos portugueses para superar as adversidades e aproveitar as oportunidades. Para além do empenho de cada trabalhador e empresário, para a retoma será importante a chamada “bazuca europeia” e também o interesse dos investidores estrangeiros no nosso país. A surpreendente capacidade de resposta de Portugal durante a pandemia tem sido internacionalmente reconhecida e a resiliência demonstrada para manter e adaptar os negócios, mesmo nas condições mais desfavoráveis, dão-nos confiança numa recuperação mais célere do que se esperava. Tendo por base essa crença, temos aumentado o número de colaboradores, agindo em concordância com o crescente interesse de investidores, o qual, estimamos, aumente ainda mais no próximo ano.

Quais os desafios futuros que antecipa para a Lamares, Capela e Associados?

O nosso maior desafio é encontrar soluções para crescer, sem descurar a qualidade que muito nos orgulha, e poder continuar a desenvolver a nossa atividade de forma próxima, conforme idealizamos. Alguns dos objetivos para 2022 são a continuação de integração de profissionais de qualidade; o fortalecimento das áreas Corporate, Imobiliário e Fiscal; a expansão para outras regiões, como será o Algarve, ainda este ano; a intensificação de parcerias no estrangeiro; e a continuidade da aposta em formação e ferramentas informáticas, que contribuem para um serviço de qualidade e melhoram a experiência do cliente.



“O SUCESSO DA EMPRESA DEPENDE DA FELICIDADE DAS PESSOAS”

Com mais de 30 anos de existência, a SPS Advogados aposta numa Advocacia “diferente e moderna”. Nesse sentido, o investimento na tecnologia foi sempre uma preocupação para a empresa, que foi das primeiras a adotar uma rede de computadores com impressoras partilhadas. Pedro Malta da Silveira, advogado e sócio cofundador da SPS, sublinha a importância de investir em ferramentas informáticas desenvolvidas à medida das necessidades de cada cliente.

Como se adaptou a SPS Advogados às novidades que o mercado trouxe nos últimos anos?

A SPS Advogados surge com a percepção de que, naquela altura, já estava em marcha uma revolução tecnológica. Percebemos, então, que nascendo logo com essa matriz, conseguíamos uma eficiência muito grande relativamente às sociedades que operavam no mercado português. Isso permitiu-nos apresentar-nos ao mercado de uma forma muito competitiva, o que nos marcou logo de início. Foi, desde logo, muito nítido para nós que a evolução tecnológica era uma das marcas de água mais importantes para o desenvolvimento das sociedades de advogados. Fomos os primeiros a ter um serviço online que permitia que os clientes tivessem acesso aos seus documentos, o que, na época, não era comum. Atualmente, o nosso escritório está praticamente todo digitalizado. Mas à medida que as novas tecnologias vão aumentando, o serviço prestado tem que ser muito mais humano. Quando falamos de Justiça, falamos de Valores, e quando falamos de Valores falamos de Seres Humanos.

Como lidou a SPS Advogados com a necessidade de continuar em contacto com os clientes, sem poder assumir uma relação próxima com eles durante a pandemia?

As nossas duas grandes preocupações foram a relação com os clientes e a não desagregação na nossa organização interna. Intensificámos muito as videoconferências, estimulámos os nossos clientes a manter o contacto virtual e apercebemo-nos de coisas muito interessantes. Por exemplo, do facto dos níveis de socialização e empatia terem aumentado. Todas as videoconferências começavam com um momento social. Permitiu também que a equipa de advogados fosse ganhando uma certa flexibilidade que se adaptava melhor à sua vida pessoal. É muito evidente



Pedro Malta da Silveira
Advogado e Sócio cofundador

para nós que o sucesso da empresa depende da felicidade das pessoas e os novos hábitos vão permitir níveis de satisfação superiores no desempenho profissional. Daqui a um mês, sensivelmente, vamos mudar o nosso paradigma imobiliário. A formatação do nosso imóvel já tem a ver com a nova realidade do trabalho intermitente.

A SPS foi também pioneira na disponibilização do plano de carreira aos seus advogados. O que é exatamente este plano e qual a sua importância?

Ao longo dos últimos anos, o crescimento da SPS tem sido sempre orgânico e por via da promoção dos advogados. A prova disso é que 60 por cento dos sócios começaram a trabalhar em Advocacia na SPS. O nosso plano de carreira estimula e desenvolve o instinto de ligação à nossa sociedade. Na verdade, os advogados que estão mais do que cinco ou seis anos

na SPS raramente se vão embora. Muito mais do que a competência técnica e do que a capacidade de trabalhar em equipa, preocupa-nos a componente de assimilação dos valores da SPS.

A Ordem dos Advogados implementou novas regras de acesso à profissão de advogado. Que análise faz a essas alterações e quais as consequências para a profissão?

Nós desenvolvemos uma atividade privada e, portanto, temos de falar de livre acesso ao mercado. Sabemos que a concorrência é a mãe de todas as virtudes no que diz respeito aos mecanismos de mercado. Por outro lado, temos de ter cautela com as pessoas que são admitidas e garantir que elas têm a qualidade necessária para o desempenho de uma atividade.

Considera que a retoma vai acontecer?

Depende, por um lado, se a pandemia vai ou não continuar e, por outro, do ambiente político. Resta saber se, seja quem for que forme Governo, tem a preocupação de canalizar os recursos que vêm aí com o Plano de Recuperação e Resiliência para o desenvolvimento e o investimento em estruturas perenes. É isso que vai permitir dar o salto em termos de retoma.

Que futuro está reservado para a SPS Advogados?

Uma das questões do futuro é a questão ambiental. Nós, advogados, devemos estar preocupados em comunicar novos regulamentos e visões relativamente à preocupação ambiental. A prazo, vamos investir nessa área. Estamos também a tentar que os nossos advogados tenham níveis crescentes de maturidade no negócio cada vez mais novos.

“A ÁREA LABORAL VIVE UMA TRANSFORMAÇÃO PLENA”

A Bernardes, Gonçalves e Associados (BGA) é uma sociedade de advogados que conta com cerca de 18 anos de mercado. Valores como disponibilidade e rigor são ativos principais da sua forma de trabalhar e, com clientes maioritariamente empresariais, são as áreas do Direito Laboral, Contencioso, Fiscal e Bancário que mais se destacam, como salienta António Coimbra Gonçalves, advogado e sócio da BGA, que expressa também o que pensa sobre as novas regras de acesso à profissão.



António Coimbra Gonçalves, Filipe Raposo e Bruno Tomaz Bernardes Advogados e sócios

Quais os princípios-base que pautam a vossa atuação?

Muito embora a sociedade tenha sido formalmente constituída em abril de 2008, a sua origem reporta-se a maio de 2003. Em bom rigor, conta com 18 anos de atividade e experiência. Os princípios que regem a BGA e todos os seus profissionais são os mesmos que estão na sua génese e que fazemos questão de sublinhar e realçar a todos os que compõem esta sociedade: disponibilidade, rigor e máxima responsabilidade para os nossos clientes. Na verdade, estamos plenamente convictos que o efetivo cumprimento destes princípios marca a nossa diferença.

Quais as áreas do Direito sobre as quais incidem, particularmente?

A BGA tem uma matriz essencialmente corporate. Isso implica também o

desenvolvimento das áreas do Direito que estão mais intrinsecamente relacionadas com aquela, como é o caso da área laboral. Para além desta, a sociedade tem também o Contencioso, Fiscal e Direito Bancário como áreas principais. Isso, naturalmente, não significa que a BGA não disponha de diversidade no seu serviço para outro tipo de clientes, para além da área empresarial. Sentimo-nos privilegiados pela escolha dos nossos clientes e, mais do que isso, registamos com orgulho, e sinal do nosso bom caminho, o facto de continuarmos a contar hoje com a quase totalidade dos clientes que nos procuraram no início da BGA. Isso é de facto demonstrativo que somos um parceiro de confiança, que conseguiu acompanhar ao longo destes anos o crescimento daqueles que também contribuíram para o nosso engrandecimento.

Tendo em conta as últimas mudanças na sociedade – sobretudo a nível de trabalho – que áreas se alteraram significativamente?

Diria que o contexto pandémico provocou um verdadeiro terramoto na sociedade, cujos impactos ainda se estão a começar a denunciar. Estamos em crer que nada será como antes de março de 2020. A área laboral sofreu e vai continuar a sofrer uma transformação enorme, não só naquilo que é mais evidente – como a presença do teletrabalho que, até então, era uma figura quase inexistente na nossa sociedade – mas, essencialmente, no que se refere aos vínculos laborais decorrentes das áreas de atividade mais emergentes, como as que decorrem das plataformas digitais de transporte e entregas. Estamos, na verdade, a viver uma altura revolucionária no mercado de trabalho, cujas regras – sobretudo em Portugal – se mostram cada vez mais afastadas daquilo que tanto empresários como trabalhadores procuram. Há uma rigidez conceptual que não irá permanecer no médio prazo, na medida em que está desajustada da flexibilidade que os próprios “novos” trabalhadores procuram.

O digital surgiu como a grande alternativa às consultas presenciais. Este é um modelo que ainda mantém ativo?

As reuniões em modo remoto eram já uma realidade do quotidiano da BGA. Isso por força do distanciamento físico

de boa parte dos nossos clientes – muitos deles no estrangeiro – e que, talvez até por iniciativa deles, acabaram por fomentar o recurso às reuniões por Skype e Zoom que eram, para além do Whatsapp, as plataformas mais usadas.

Que análise faz das alterações de acesso à Ordem dos Advogados e que impacto tiveram nesta classe profissional?

A Ordem dos Advogados poderia ser mais incisiva e ter um papel mais ativo na relação com a sua classe. A questão do acesso à profissão não é um tema novo. Julgo, porém, que a questão central não deverá tanto ser a restrição no acesso à profissão, mas sim a exigência e rigor que devem ser exigidos a todos nós, advogados. Será isso que vai pautar a integridade dos advogados enquanto profissionais.

Quais os desafios que acredita que estarão reservados para o próximo ano, no que respeita à BGA?

No que à BGA diz respeito, creio que um dos maiores desafios estará na informatização que também está a chegar à nossa área de atividade. A inteligência artificial é, cada vez mais, uma ferramenta primordial nas diversas áreas de atividade e a Advocacia não fugirá à regra. Admitindo que essa “revolução” não suceda em grande escala no próximo ano, cremos que progredirá a passos largos.



BERNARDES, GONÇALVES & ASSOCIADOS
SOCIEDADE DE ADVOGADOS, RL

"TEREMOS MUITAS INSOLVÊNCIAS EM 2022"

A Da Chão & Rocha é uma sociedade de advogados especializada em Contencioso, Fiscal, Comercial e Insolvências. Constituída em 2017, este é uma projeto pensado desde há seis anos, pelas sócias Ana Chão e Sanchez Rocha, ambas com experiência profissional em empresas de servicing.



Eduardo Menezes Costa, Ana Margarida Pignatelli, Ana Chão e Sónia Sanchez Rocha
Advogados

Considerando a fase que o país atravessa, de dificuldades económicas para muitos particulares e empresas, este é um momento com particular procura pelos vossos serviços?

Desde abril/maio de 2020 que verificamos um acréscimo de contactos por parte, essencialmente, de PME's. O objetivo dos referidos era, na maioria dos casos, a procura por um aconselhamento quanto ao recurso às moratórias e flexibilização de pagamentos ao Estado. Os particulares, nesta fase, apresentavam um comportamento mais passivo. Mas, desde meados do corrente ano, temos sido contactados, através dos mais diversos meios, por PME's e particulares. O objetivo dos referidos não é mais que a procura de uma solução para fazer face à débil situação financeira em que se encontram, situação que, na maioria dos casos, resulta da escassez de rendimentos.

Quais os desafios particulares que enfrentaram, no que respeita à questão do confinamento, que obrigou ao distanciamento social e à necessidade de uma maior utilização dos processos digitais?

O maior desafio foi o convívio, sem dúvida! Sempre estivemos preparados para funcionar remotamente, somos uma sociedade muito ligada ao digital, tanto que somos detentores de uma plataforma informática que permite uma gestão processual e de atos notariais sem qualquer contacto físico com os colegas e clientes. Colaboram connosco cerca de 500 profissionais do foro, aos quais aproveitamos para agradecer toda a dedicação e profissionalismo destes cinco anos, afinal são eles que nos permitem ter presença em todo o território nacional, incluindo Ilhas. O digital, no nosso caso, está de tal forma presente no nosso dia a dia que a grande maioria dos colegas que connosco colaboram há cerca de cinco anos não os conhecemos pessoalmente. Mas fica aqui prometido um convívio para breve e assim que a pandemia nos permitir.

O Direito é uma área que avança à medida que a sociedade o faz também. Como avalia estas últimas alterações sociais, sobretudo no que respeita às mudanças no mercado de trabalho?

A maior alteração social foi o afetar da nossa liberdade sem termos praticado qualquer ato ilícito que nos

conduzisse a tal. Mas também foi tempo de nos reinventarmos, de criarmos novos hábitos e rotinas. Se olharmos para a sociedade num todo, muito se perdeu, mas também muito se ganhou. Passámos a ter os colaboradores/colegas em regime de teletrabalho, tendo que entender que o tempo escasseava mais porque, na maioria dos casos, tinham com eles filhos em idade escolar que necessitavam de apoio constante em horário de aulas, entender que muitas vezes a colaboração era exercida fora de um horário normal de expediente. Mas a verdade é que, em termos profissionais, podemos afirmar que todos, sem exceção, deram muito deles ao exercício da sua profissão. Por outro lado, muitas empresas conseguiram reduzir custos com instalações, consumíveis, entre todas as conexas com o manter um posto de trabalho. Mas sem dúvida, criou-se uma relação de muito maior confiança entre trabalhador e entidade patronal.

Que avaliação faz da situação do país, no que respeita à possibilidade de, aquando do término do período das moratórias, surgir um aumento do número de insolvências?

Acreditamos que vai ser uma avalanche de insolvências e execuções a invadirem os nossos tribunais. Comparando com a crise que se iniciou em 2008, acreditamos que seja mais violenta mas mais curta, afinal não é ou será uma crise nacional ou europeia, mas mundial.

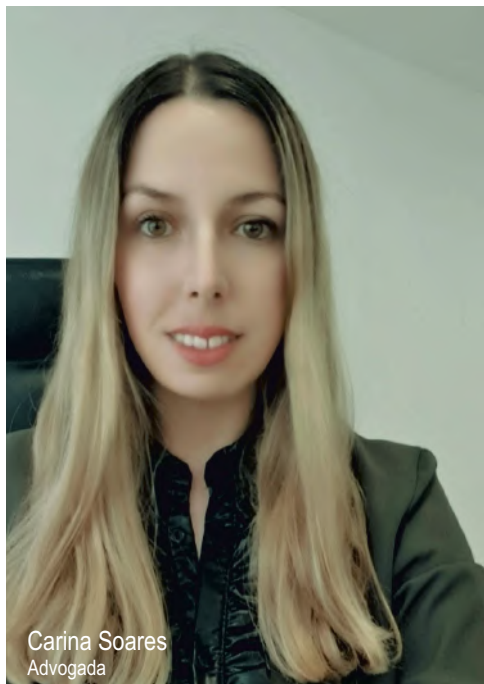
Para 2022, a Da Chão & Rocha tem planos de crescimento/parcerias?

A Da Chão & Rocha foi um projeto que foi idealizado em 2015/2016, mas nasceu enquanto sociedade em 2017. Desde então, todos os anos temos crescido e criado novas parcerias, quer com clientes, quer com profissionais do foro. 2022 não será diferente, existem dois novos projetos que estão em fase de desenvolvimento e que, consequentemente, nos permitirão estabelecer novas parcerias.



SOCIEDADE DE ADVOGADOS

A IMINENTE CRIMINALIZAÇÃO DO ENRIQUECIMENTO ILÍCITO



Carina Soares
Advogada

No âmbito da concretização do princípio da transparência dos titulares de órgãos públicos e de determinados funcionários públicos, reflete-se a criminalização do enriquecimento ilícito no ordenamento jurídico penal destarte as várias questões suscitadas advenientes da consagração na sua génese, como elementos do tipo a omissão da declaração e a desconformidade do enriquecimento com os rendimentos conhecidos lícitos, considerando que pode haver um acréscimo de património que não seja proveniente de um ato ilícito.

Desde logo a punição de um resultado de ilícito criminal com base numa presunção, mediante a consagração de que os titulares de cargos políticos e altos cargos públicos devem indicar na declaração única de rendimentos, nomeadamente, património, interesses, garantias patrimoniais de que sejam beneficiários, além de dever constar a promessa de vantagem patrimonial, efetivamente contratualizada ou aceite durante o exercício de funções ou nos 3 anos após o seu termo, ainda que implique concretização

futura, além da indicação dos factos que originaram o aumento do ativo patrimonial, a redução do passivo ou o aumento de vantagens patrimoniais futuras, quando em valor superior a 50 vezes o salário mínimo nacional; e o estabelecimento de uma pena de prisão entre 1 e 5 anos para quem não apresentar a declaração, mesmo após a notificação, quando cessar o mandato e 3 anos depois para quem não a apresentar intencionalmente depois de uma alteração patrimonial superior a 50 salários mínimos nacionais, sendo a mesma pena prevista quando não forem indicados os elementos obrigatórios e a respetiva justificação for omitida, com a intenção de ocultar, irá gerar um dever de justificação do património que implicará que haja efetivamente um património que será investigado com a pretensão do seu afastamento, por configurar um património constituído ilicitamente.

Na esteira da aplicação de uma taxa especial de imposto em sede de IRS de 80%, numa presunção jurídica menos exigente para os acréscimos patrimoniais não justificados superiores a 33 mil euros, é de refletir de que o que está em causa é o facto do titular do património não o ter justificado e é essa não justificação que origina a suspeita do ilícito criminal, e não um enriquecimento *per si* subentendendo-se que este crime é o resultado de um outro crime, como seja a falta de declaração, de natureza fiscal, refletindo uma preterição do princípio de intervenção mínima do Direito Penal mediante a criminalização da omissão do dever de declarar património e rendimentos à administração tributária.

Neste quadro normativo indubitavelmente estamos diante de um tipo de ilícito em que a absolvição ocorrerá se o Ministério Público acusar por uma discrepância inexistente, com a ressalva de que a prova da sua ilicitude implicará a acusação pelo crime que o originou em detrimento do enriquecimento ilícito, com o acréscimo de que o arguido terá o dilema entre justificar o património, que poderá ser lícito, sujeitando-se a ser acusado de fraude fiscal, ou poderá ser ilícito e ele terá contribuído para a sua incriminação pelo crime que o originou ou, se não se pronunciar

recorrendo ao direito ao silêncio, será prejudicado porque o silêncio consubstancia a verificação do tipo quando deveria incumbir ao Ministério Público o ónus da prova da verificação do enriquecimento, mediante a análise da evolução da situação patrimonial do arguido, antecedente e subsequente ao exercício das suas funções, além da prova de que esse enriquecimento foi desconforme com a declaração exigida.

Contudo, é o Arguido quem terá de provar a origem dos bens, e não o Ministério Público a ter de recolher as provas para demonstrar a ilicitude consagrada com uma inevitável mitigação ou ausência da prova refletida numa maior probabilidade de condenação com a impossível exclusão da proveniência ilícita, a inversão do ónus da prova com a consequência de gerar insegurança jurídica pela impossibilidade de recolha de prova, por a prova de que não haja uma causa lícita não poder ser garantida, por impossível garantia de que estarão esgotadas e não provadas todas as causas lícitas de aquisição, num cenário em que o arguido, terá de alegar a sua defesa mediante um ónus probatório de factos extintivos ou impeditivos com vista à absolvição numa sentença condenatória e não significando que, aquando a apresentação pelo Ministério Público das provas de autoria e materialidade e o arguido não consiga afastar a sua imputação, inverta-se o ónus da prova. Contexto que seria uma esfera material da competência do Ministério Público, por imposição da legislação penal da salvaguarda dos princípios da presunção da inocência e da proibição da inversão do ónus da prova, de prova dos elementos do tipo do acréscimo patrimonial, dos rendimentos e bens declarados ou a declarar pelo suspeito e a sua incompatibilidade, sendo que o acréscimo patrimonial não constitui, *per si*, qualquer presunção de ilicitude, sendo sancionado como ilícito a ausência de declaração ou da indicação da origem do património e rendimentos (o que a ser corrigido deverá implicar a dispensa da pena).

RECUPERAÇÃO ECONÓMICA: DESÍGNIOS PARA O FUTURO



João Torres
Secretário de Estado do Comércio, Serviços e Defesa do Consumidor
Foto: João Bica

O ano de 2021 será recordado como parte de um período repleto de desafios e de provações para Portugal, para os portugueses e para a nossa economia. Após os impactos mais nefastos que, em consequência do contexto de pandemia, se abateram sobre o nosso tecido económico, registou-se ao longo de 2021 uma recuperação sustentada dos múltiplos setores de atividade.

As análises a setores específicos da economia permitem uma leitura positiva. Note-se, a título de exemplo, que o setor do comércio se tem demonstrado resistente e dinâmico, com a confiança dos agentes económicos a atingir o máximo desde o início da pandemia, em outubro, segundo o INE. Contudo, mais determinante do que os índices de confiança dos agentes económicos, é sabermos que estes correspondem a um contexto de real progresso e crescimento, sendo que o volume de negócios do comércio a retalho, mês após mês, está a aproximar-se dos níveis de 2019.

Neste ponto, cumpre notar um outro dado, relativo à transversalidade do crescimento nacional. Aquilo que os indicadores demonstram é que toda a economia, de forma global, se encontra em recuperação. É certo que há setores que apresentam ainda um enorme potencial de recuperação, mas também é verdade que estes são, justamente, os setores que foram mais

duramente afetados pelas restrições à circulação e que, por isso, têm merecido uma especial atenção do Governo.

A recuperação e a sua transversalidade não são frutos do acaso. Na verdade, são consequência da enorme capacidade dos trabalhadores e dos empresários, que nunca baixaram os braços ao longo destes dois anos difíceis, mas também representam o resultado das políticas públicas adotadas. Portugal destacou-se pela implementação de medidas fortes de proteção do emprego e das empresas, tais como o lay-off simplificado, que permitiu às empresas a manutenção dos seus postos de trabalho, reduzindo massivamente os encargos financeiros com os mesmos. É por isso que, ao contrário do ocorrido noutros países ou até, entre nós, em crises passadas, o desemprego somente teve uma ligeira subida como resultado da crise pandémica, encontrando-se já, nos dias de hoje, abaixo dos níveis do período pré-pandemia, com cerca de 6,1% da população ativa desempregada, de acordo com o INE.

Notavelmente, muitas das nossas empresas resistiram e regeneraram-se e, em alguns casos, cresceram. Parte deste fenómeno é resultado das políticas públicas desenvolvidas. Todavia, e certamente, uma outra parte só pode ser explicada pelo engenho e capacidade dos operadores económicos. Reconhecemos isso mesmo no comércio, serviços e restauração, setores em que

muitas empresas inseriram a componente digital nos seus modelos de negócio e alargaram os seus canais de oferta. Esta mudança de paradigma foi e é essencial no combate aos efeitos da pandemia, permitindo às empresas continuar a escoar os seus produtos e permitindo aos consumidores continuar a adquiri-los.

É preciso, noutra prisma, reconhecer que, a par de todas estas transformações, também os cuidados de saúde e, principalmente, o processo de vacinação, permitiram a Portugal enfrentar com prudência, mas com confiança, novas vagas da pandemia. Acredito que ultrapassaremos esta pandemia podendo encarar o futuro com otimismo. O que nos convoca a todos é, não só a recuperação, mas, também, a constante reinvenção de processos, técnicas e dinâmicas.

Contamos hoje com um dos mais ambiciosos planos de investimento público da sua história, o Plano de Recuperação e Resiliência (PRR), que totaliza mais de 16 mil milhões de euros e que dará um novo impulso à economia. O objetivo deste plano não é, nem poderia ser, apenas o de recuperar o que a pandemia danificou. Em boa verdade, os desafios que tínhamos antes do surgimento da doença da Covid-19 mantêm-se e são até mais prementes. Mesmo com tantas novas empresas a fornecer serviços digitais, é mais urgente do que nunca prosseguir e aprofundar o impulso à transição digital na economia.

De igual forma, a emergência climática que atravessamos, assim como o desígnio da descarbonização, tornaram essencial a geração de modelos de negócios mais sustentáveis, o investimento em novas fontes de energia e a garantia de que toda a economia está apta a fazer a sua parte pela circularidade dos recursos, sem exceções.

Os desafios das transições gémeas – verde e digital – não se esgotam no PRR. As respostas dadas aos desafios do nosso presente e do nosso futuro necessitam de uma resposta coletiva e concertada. O Governo está disponível e motivado para ser um elo entre as forças vivas da nossa sociedade e, assim, impulsionar as transformações que todos ambicionamos.

CARS & CARS: SINÓNIMO

A Cars & Cars nasceu há 18 anos, afirmando-se enquanto um projeto diferente dos demais. Com uma equipa coesa e profissional, este concessionário multimarcas de automóveis assume que tem todo o cuidado com os veículos que recebe e comercializa. De olhos postos no futuro, o CEO, André Pimpão, realça o crescimento da empresa e o novo projeto, que está para breve.



André Pimpão (ao centro)
CEO

Como caracteriza o posicionamento da empresa no mercado e o que considera que lhe dá esse ar diferente dos restantes players do setor?

A Cars & Cars sempre foi uma referência do setor. Talvez porque sempre tivemos especial atenção à forma como nos apresentamos, comunicamos e, o mais importante, o facto de sermos rigorosos na qualidade do serviço que prestamos e nos carros que vendemos.

Fazem uma referência evidente à equipa, que consideram “família”. Esta forma de estar também se aplica com os clientes? Acredita que esta proximidade pode ser uma mais-valia?

Sem dúvida. Felizmente, temos sorte de trabalhar num ambiente de confraternização, cumplicidade e respeito, o que faz cultivar a amizade que temos entre nós. Esta forma de estar acaba por transmitir uma energia positiva a quem nos rodeia,

clientes e parceiros. Naturalmente, surgem clientes que se tornam amigos e melhores vendedores. É muito comum termos clientes recomendados por outros clientes.

No que respeita ao mercado, qual o processo para que um carro seja admitido pela Cars & Cars?

Nós somos aquilo que vendemos. Como tal, temos extremo cuidado no processo de aquisição dos nossos

carros. Desde logo, não recebemos carros importados, salvo raras exceções. Também evitamos ao máximo carros com mais de seis anos. Valorizamos muito o histórico, os extras, a origem e o estado geral. Todos os nossos carros são inspecionados pelos colegas do pré-venda, mediante um exigente relatório interno e consequente check-up geral.

"É muito comum termos clientes recomendados por outros clientes."

DE QUALIDADE E PROFISSIONALISMO

Considerando o período de pandemia que acabamos de atravessar, e tendo em mente que as vendas de automóveis diminuíram consideravelmente, como foi a experiência da Cars & Cars neste período?

Sinceramente pensámos que iria ser pior. Adaptámo-nos bem à circunstância e, em 2020, apenas baixámos 5% a faturação face a 2019. Tendo em conta que, em 2020, estivemos encerrados sete semanas, acabou por ser positivo. Em 2021, mesmo com o encerramento de oito semanas, já superámos a faturação de 2019 há algum tempo, o que nos faz sentir bastante realizados.

Quando foi possível reabrir a atividade, como se reinventou a Cars & Cars, para fazer face às dificuldades criadas pela proibição de circulação e pelo distanciamento social?

Acho que caímos um pouco no

exagero. Além de termos iniciado o confinamento antes do devido, quando reabrimos não permitimos a entrada de mais do que uma pessoa nos escritórios, não fizemos test-drive e o contacto com clientes era o mais distante e seguro possível, o que dificultou a concretização de alguns negócios. No entanto, não estamos arrependidos, pois a saúde e bem-estar da nossa equipa é mais importante do que qualquer negócio. Esta postura acabou por nos favorecer.

A Cars & Cars foi distinguida, em 2020, pela Scoring, enquanto Top PME 5%. Quão importante é esta distinção para a empresa, os colaboradores e os clientes?

É uma boa pergunta. Como representante da empresa, é sempre bom sentir que estamos no caminho certo. Inclusive, acabámos de saber que a distinção nos foi novamente atribuída, este ano, 2021. No que respeita aos colaboradores, acredito que seja motivante, pois transmite segurança, estabilidade e acaba por ser um estímulo para continuarmos no

seu melhor. Os clientes, creio que a maioria não estará a par da distinção, mas quem estiver talvez se sinta mais confortável no momento de decisão.

Como foi possível à Cars & Cars alcançar esta distinção?

A Scoring analisou as melhores PME de Portugal, em termos de desempenho e solidez financeira, tendo nós ficado nas melhores 5% destas empresas. Como foi possível fazermos parte deste restrito grupo? Em 2003, começámos numa pequena loja, com meia dúzia de carros e financeiramente dependentes de crédito cedido pela Banca. Isso motivou que, desde sempre, tivéssemos que trabalhar arduamente e com o maior profissionalismo possível. O nosso empenho fez com que, ao longo dos anos, fossemos crescendo na diversidade do stock e na solidez financeira da empresa. Passados 18 anos é este o resultado.

"Nós somos aquilo que vendemos."

**cars&
cars**

www.carsandcars.pt



“O SETOR IMOBILIÁRIO É UM REFÚGIO PARA OS INVESTIDORES”

A LMDS é uma marca imobiliária nascida para apoiar os mercados da retoma bancária e também de fundos de investimento. Luís Silva, o diretor da empresa, salienta a dificuldade em encontrar imóveis para comercializar e lembra que este é um setor onde a crise não chegou.



Equipa do Porto



Equipa da Maia



Equipa de Gaia

Agora que o país volta a atravessar uma crise, existe a possibilidade de os imóveis serem novamente bens em risco, para as famílias?

Penso sinceramente que a curto/médio prazo não vai acontecer o que se passou anteriormente! Nós fomos todos apanhados no meio desta pandemia, quando estávamos a viver uma época de forte crescimento; como é obvio, veio estagnar esse crescimento, mas não “quebrou”. A economia vai crescer, vai criar emprego...as famílias vão poder pagar, as casas não vão ser crédito malparado para os Bancos (a curto e médio prazo); há 10/15 anos passámos longos anos estagnados e com os índices económicos negativos, o que para as famílias foi dramático. Agora há é falta de mão de obra.

O ano 2021 está a chegar ao fim e, aquando da nossa primeira entrevista, salientou que os preços das casas se

tinham mantido, em plena pandemia. No futuro, qual será o comportamento do mercado?

De uma coisa tenho quase a certeza: os preços não vão baixar nos próximos dois a três anos. A procura é tanta que a oferta que se vislumbra não dará para satisfazer a procura real existente. O mercado está com muita liquidez. Os preços vão continuar a subir, embora de uma forma mais lenta.

Neste momento, como avalia a necessidade de mais oferta, no mercado habitacional? Existem tipologias específicas que têm mais procura?

De uma forma geral, e falando geograficamente, a falta de habitação é generalizada em qualquer ponto do país, mas nos principais centros urbanos isso é mais notório. Dando um exemplo, se hoje me pedem um T3 em Ramalde, eu se calhar não tenho nada para mostrar. Arriscaria a dizer que metade das transações hoje

feitas são através de partilha entre mediadores (o que quer dizer da falta de produto para oferecer). As tipologias com mais procura são T2 e T3.

A LMDS não procura crescer em número de agências, mas em faturação, de acordo com a sua última entrevista à Valor Magazine. Este ano já é exemplo desse crescimento em faturação?

Sim, é verdade, não é nosso objetivo abrir mais lojas. Estamos com um crescimento de 10 por cento relativamente ao período homólogo de 2020.

Quais os principais problemas que o setor tem de resolver, de forma a tornar ainda mais apetecível a área imobiliária ao investimento?

A área imobiliária sempre foi apetecível. Sempre foi um refúgio para os investidores. É necessário aliviar a

carga fiscal, que ainda é elevadíssima (num arrendamento, cerca de 30 por cento da renda é para impostos – o que poderia fazer com que as rendas fossem mais acessíveis, se os impostos fossem mais leves).

Parece-lhe que a retoma está a ter lugar? 2022 será um ano de efetiva recuperação?

Falando da nossa área, Imobiliária e Mediação Imobiliária, para haver retoma teria de ter havido uma quebra, uma crise, e isso nunca aconteceu! A nossa crise é pela falta de oferta, de produto, de imóveis para venda.

A mediação imobiliária mudou, não sei por quanto tempo, mas mudou! O nosso foco, por força da falta de imóveis, é o imóvel e não o cliente comprador. No passado, tínhamos “um cliente” para comprar, hoje temos “este imóvel” para vender...



“ESTAR PERTO DO CLIENTE COM COMPETÊNCIA E HONESTIDADE É O NOSSO PRINCIPAL OBJETIVO”

A RICÓPIA® é uma empresa criada em setembro de 1986. O seu principal foco é a venda ou o aluguer de sistemas de impressão com uma garantia de prestação de serviços simultânea. António Craveiro, diretor da Ricópia, faz um balanço positivo destas mais de três décadas de atividade.

Qual o balanço que faz destes 35 anos de mercado e da evolução da sua empresa?

Estes 35 anos foram anos de luta, de transmitir transparência, honestidade e de estar ao lado dos nossos clientes e perceber quais os seus interesses. Foram também anos em que tivemos de encontrar muita capacidade para evoluir e para nos adaptarmos às várias situações que foram surgindo. Muito poucas empresas do nosso ramo chegaram até aqui e, efetivamente, foi uma luta constante para conseguirmos ultrapassar todas as dificuldades até termos uma empresa madura e que não teme o mercado futuro.

Que características descrevem a Ricópia?

Competência e honestidade. Estar perto do cliente é o nosso principal objetivo.

Atualmente, quais os serviços que prestam e de que forma podem ajudar os clientes que vos procuram?

A Ricópia resulta de um conjunto de serviços na área de TI. Fidelizada às Marcas RICOH e Brother, entre outras, conjuga os seus conhecimentos e aplica-os em soluções de outsourcing de impressão com impressoras, multifunções, digitalizadoras profissionais, informática e mobilidade empresarial. Acreditamos que “equipamento + serviço” é a nossa mais-valia, por essa razão dispomos de uma equipa técnica altamente especializada, com três décadas de formação contínua. Tendo em conta a necessidade de cada cliente, dispomos de soluções integradas, sem investimento inicial e com preços por cópia muito atrativos. Pretendemos baixar os custos nas empresas dos nossos clientes e ser um bom parceiro de negócio.

O teletrabalho teve algum impacto na utilização destes equipamentos?

Os nossos equipamentos já suportavam determinados tipos de digitalização e, portanto, hoje em dia, já é possível levar para casa o escritório. O que notámos na



António Craveiro
Diretor

época de pandemia foi uma ligeira procura de equipamentos mais pequenos para poderem apoiar o trabalho em casa. A este nível, a Ricópia também dispõe de um conjunto de equipamentos que se enquadram nesta nova realidade. Inevitavelmente, devido à situação pandémica que vivemos, a diminuição da receita nos serviços de assistência técnica foi superior à diminuição dos custos relacionados com os mesmos, criando um desequilíbrio na nossa estrutura. É nestes momentos que, apesar de não sermos devidamente compensados, colocamos à prova a solidez de uma empresa com 35 anos de experiência.

Como antecipa os próximos cinco anos da Ricópia e as impressões em papel?

Tenho a certeza que o negócio da impressão continuará a ter uma presença fundamental no escritório moderno. O aluguer dos equipamentos continuará a crescer, com muitas soluções de software interligadas. Muitas pessoas interrogam-se sobre se vamos continuar a alugar ou vender equipamentos ou se o papel vai terminar! Há uma série de indícios, em torno deste negócio, que ameaçam o seu fim. Posso

dizer que já ouço isso há três décadas. O que é facto é que, em 35 anos, nunca vimos o negócio perto de terminar. Temos muita confiança na marca japonesa que representamos, a Ricoh, é muito competente, está sempre a evoluir e a adaptar-se ao mundo da impressão moderna. Dizemos que a impressão vai acabar é o mesmo que dizemos que os livros vão acabar. Se não temos dúvidas relativamente aos livros, não podemos ter dúvidas relativamente à impressão, pelo contrário, esta está a evoluir e pode-nos trazer um mundo completamente novo no futuro. Quanto à política da Ricópia, para os próximos anos, será estar aberta a estabelecer parcerias estratégicas, com o principal objetivo de atingirmos uma maior integração no mercado, que nos conduz a um maior conhecimento sobre as suas tendências. Este conhecimento é o que nos permite apresentar propostas que sejam uma mais-valia para os nossos clientes. Ambicionamos uma empresa de referência no nosso mercado, que as pessoas procurem para ter uma solução que resolva as suas necessidades, mantendo íntegros os seus pilares de honestidade e transparência.

RICÓPIA 35 ANOS

Ricópia Soluções de Impressão Lda
Rua Cesaltina Fialho Gouveia, nº 703 2645-038 Cascais, Alcabideche, Portugal Tel: (351) 214648234
Rua Padre António Vieira, 26 B 3000-315 Coimbra - Tel: (351) 239824172(351) 239832132 Fax:(351) 239822126



“A PREPARAÇÃO PRÉVIA DOS PROJETOS É FUNDAMENTAL”

A Critical Path Managers (CPM) conta com seis anos de existência, mas os sócios fundadores têm muitos anos de know-how no que respeita à engenharia e construção. Os engenheiros José Paulo e José Miranda Rodrigues são os responsáveis por esta empresa cujo trabalho visa garantir a donos de obra públicos e privados uma adequada gestão de projetos e obras.



José Miranda Rodrigues
Engenheiro e sócio-gerente

especializada; subida de preços de matérias-primas, combustíveis, eletricidade e consequentemente aumento nos materiais e equipamentos a incorporar na construção. As subidas de preço continuadas de mão de obra e materiais/equipamentos levam a um aumento dos custos de construção para valores acima dos preços que seriam razoáveis e expectáveis.

Considerando o período pandémico, como vê o comportamento das empresas do setor da Construção, Engenharia e Projetos?

A grande maioria das empresas do setor da Construção, Engenharia e Projetos não foi atingida pela crise que assolou outros setores da economia nacional. Mesmo no auge do período pandémico, as obras em Portugal não pararam e os projetos e prestações de serviços continuaram a ser desenvolvidos com o recurso a trabalho presencial e teletrabalho. Em muitos casos ficou criada a ideia, errada, que vai ser sempre assim e em nossa opinião, para além do que já referimos como resultante dos aumentos dos valores de matérias-primas e materiais/equipamentos, tem havido algum aproveitamento da situação por parte de muitas empresas.

Em Portugal, uma das grandes questões colocadas prende-se com as demoras no tempo de execução de obra. Quanto importante é uma preparação prévia de todo o projeto, para prevenir qualquer atraso?

Em Portugal, continua a investir-se

pouco na fase pré-construção. Os projetos são na generalidade mal pagos e com períodos de execução muito curtos. Isto leva a que haja pouco tempo para pensar, encontrar as melhores soluções, rever o trabalho feito (peças escritas e desenhadas), medir com a maior atenção e cuidado, procurar eliminar erros e omissões, rever a documentação contratual para concurso. O objetivo deve ser sempre procurar eliminar na fase pré-contratual as situações que possam, numa fase de obra, gerar conflitos devido a imprevistos, que geram quase sempre acréscimo de custos e de prazo, pelo que o trabalho de preparação prévia dos projetos é fundamental.

Como lhe parece que o próximo ano será, se considerarmos que existem ainda muitas empresas que têm moratórias ativas, que terminarão em dezembro?

Na generalidade dos setores económicos, a situação das moratórias constituiu uma ajuda às empresas, que foi imprescindível na “travessia” do ano de 2020. Reconhecemos que é difícil para muitas empresas pagar as suas obrigações normais, acrescidas do valor das moratórias. Não nos parece haver outra solução que não seja prolongar as moratórias existentes para além de dezembro, ou converter essas moratórias em novas moratórias, que permitam às empresas fazer o pagamento das mesmas e aos Bancos recuperar os valores investidos nas empresas. As empresas que recorreram

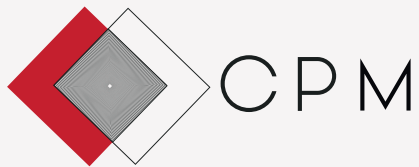


José Paulo
Engenheiro e sócio-gerente

às moratórias necessitam de tempo.

Como está a CPM a preparar o próximo ano? Já existem trabalhos em carteira?

O objetivo da CPM para 2022 é manter a faturação média dos últimos três anos e para isso temos vindo a trabalhar nos últimos meses. Para 2022, para além da conclusão de um conjunto de obras em curso, temos em carteira, com continuidade para 2023, a fiscalização de empreendimentos novos destinados a habitação, tais como Quinta da Trindade, Lote 1, Seixal - 100 apartamentos e Parque dos Cisnes, lote 3 - 168 apartamentos - Miraflores, fiscalização do Nasoni Oporto Hotel, em Gondomar e também fiscalização de alguns empreendimentos de reabilitação urbana, como o Quarteirão Inglês, na Estrela e Palacete Pessanha, na Junqueira, ambos em Lisboa.



Critical Path Managers

Consultoria na área da Engenharia.

Gestão de empreendimentos;

Supervisão e fiscalização de obras;

Gestão e coordenação de projetos e obra;

Procurement e assessoria à contratação;

Coordenação instalações especiais;

Consultoria técnica especializada e peritagens;

Consultoria de qualidade, segurança e ambiente;

Due diligences.

 cpmcritical.pt 

“OLHAMOS 2022 COM ESPERANÇA”

A MeioTermo tem oito anos de mercado e já desenvolveu trabalhos nas áreas do marketing, comunicação e audiovisual com muitos parceiros de renome, particularmente na área do stand-up comedy. Ana Cunha, uma das responsáveis pela empresa, explica como a MeioTermo se adaptou ao momento de pandemia e relembra as dificuldades que todos aqueles que trabalham no meio artístico e cultural atravessam.



Ana Cunha
Responsável de Produção e Gestão



Como avalia a evolução do mercado, sobretudo no que diz respeito ao mercado de comunicação digital, ao longo destes anos?

A MeioTermo está presente no mercado desde 2013, e o seu crescimento e afirmação têm sido graduais. Começámos por ser uma agência de stand-up comedy, mas hoje assumimo-nos também como uma produtora, que tem como missão assegurar as melhores soluções de humor e entretenimento para o seu público, clientes e parceiros, em todos os formatos e plataformas de distribuição de conteúdos, e ao longo de todas as fases do processo criativo. O mercado do humor cresceu muitos nos últimos seis anos, e acreditamos que temos a nossa quota parte de responsabilidade nesse crescimento.

Como se posicionou a MeioTermo nestes dois anos de mercado, onde os eventos físicos foram escassos?

Percebemos que o digital poderia ser a resposta e, apesar de os espetáculos ao vivo terem estado parados, a necessidade das empresas em continuarem a comunicar com o seu

público não. Percebemos que o Live Streaming seria a resposta para as necessidades de parte a parte e foi isso que fizemos. Durante o ano de 2020 e 2021, realizámos dezenas de eventos em Live Streaming, aprimorando cada vez mais a técnica e as plataformas de emissão; criámos, em conjunto com alguns dos nossos artistas, canais digitais para a partilha de conteúdos de humor e entretenimento; e demos ao vídeo um papel de destaque dentro da nossa produção.

A Meio Termo foi distinguida com o selo Top 5% Scoring 2021 para PME's. Quão importante é esse reconhecimento?

A distinção que nos foi atribuída é forte motivo de orgulho para toda a equipa. Mas receber esta distinção num ano em que a nossa indústria foi tão abalada e onde assistimos ao desaparecimento de muitos operadores torna-nos ainda mais vaidosos, pois temos a consciência de como foi difícil. Nada do que digo teria sido possível sem o enorme espírito colaborativo dos que trabalham connosco. Ao longo destes últimos dois anos, a dedicação, espírito de sacrifício e de iniciativa foram

fundamentais para que mantivéssemos a nossa estrutura intacta.

Que análise faz sobre esta mudança que ocorreu no mundo digital e como pode esta alteração afetar a própria forma de fazer negócios?

A presença de uma marca no digital é importantíssima para o crescimento da mesma e é aí que nós entramos. Mais do que textos bonitos, o digital vive de imagens, e aqui falamos de vídeo, de fotos, de design. Mais do que nunca, a forma de comunicar é através das imagens. Paralelamente, julgo que muitas áreas de negócio perceberam o impacto direto que o digital tem (e teve) na sua operação. Não só pela comunicação com os clientes, mas também ao nível operacional, com o crescimento exponencial do e-commerce. Foi a pensar nisso que no início de 2021 lançámos a MTDigital. Aproveitando o know-how adquirido ao longo dos últimos anos e os recursos que já dispúnhamos internamente percebemos que a criação de um segmento dentro da MeioTermo totalmente dedicado ao digital nos

permitiria reter novos clientes e alavancar novos negócios.

Considerando as dificuldades que o nosso país enfrentou, qual a sua opinião sobre a possível retoma anunciada pelos órgãos governamentais?

Houve muitas empresas que tiveram de fechar portas e temo que, se voltarmos a ter restrições apertadas que não nos permitam atuar em pleno, muitas mais sigam pelo mesmo caminho. Ora isso não é vantajoso para ninguém. Na MeioTermo costumamos dizer que quem trabalha e vive desta área sofre de uma pequena dose de loucura, pois só assim se explica as horas intermináveis de trabalho que todos passamos, traduzidas depois numa sala cheia de pessoas a apreciar um espetáculo durante pouco mais de duas horas, ou um vídeo traduzido em escassos minutos. Com ou sem restrições, o importante é não pararmos, e é por isso que nos debatemos.

SCHAUBTEC: QUALIDADE, RIGOR E KNOW-HOW AO SERVIÇO DOS CLIENTES

A Schaubtec tem mais de 20 anos de mercado, nas áreas da indústria ótica, decoração em inox e peças em borracha e em aço inox. Empresa familiar, focada em valores como a qualidade e o rigor, a Schaubtec investe na qualidade e formação para continuar a corresponder às expectativas dos clientes.



Pia Schaub
COO



Ema Schaub
Fundadora

Como caracteriza a empresa, na sua forma de trabalhar, para que se destaque no mercado?

A Schaubtec é uma empresa familiar na sua origem, que com o seu conhecimento técnico permite desenvolver, em proximidade com os nossos clientes, as melhores soluções a nível mundial. Destacamo-nos no mercado com três fatores poderosos: a qualidade/rigor alemão, o sigilo profissional e a fidelização aos nossos clientes. Transmitimos assim transparência, honrando a confiança em nós depositada.

Os componentes que produzem são todos muito específicos. Essa produção é direcionada para os requisitos dos clientes ou é possível produzir de forma standardizada?

Os componentes que produzimos são todos muito específicos, sim, tal como o nosso trabalho. Uma das mais-valias da Schaubtec é o desenvolvimento à

medida dos artigos que produz e a capacidade de fazer pequenas ou grandes quantidades, mas sempre direcionada para os interesses dos nossos clientes.

A tecnologia é, obviamente, fundamental para levar a cabo o vosso trabalho. Como se posiciona a Schaubtec no que respeita ao avanço tecnológico e ao know-how dos colaboradores?

A Schaubtec destaca-se, com muito trabalho, com vontade de inovar e de se transformar no sentido de acompanhar as variações globais. A formação contínua dos nossos funcionários traduz-se no cumprimento de um requisito/exigência da nossa empresa, a qual queremos que se mantenha. Investimos fortemente, também, na investigação e criação de ferramentas e produtos que nos permitam o desenvolvimento de peças com melhor qualidade e a preços sempre cada vez mais competitivos.

A Schaubtec recebeu recentemente a distinção de Top 5% para as PME's, atribuída pela Scoring. Qual a importância desta distinção?

Naturalmente, é um gosto ser distinguido, é sempre uma validação do nosso trabalho e nos dias de hoje, em que a falsificação/cópia dos produtos são uma realidade, esta distinção é o reconhecimento público do trabalho que temos vindo a fazer, prova a excelência do nosso trabalho. Partilhamos, respeitosamente, com todos os nossos clientes e parceiros.

Como considera que a economia nacional irá recuperar? 2022 será um ano de crescimento?

Considero que a questão da pandemia da Covid-19, que abalou a economia mundial e por arrastamento a economia nacional, trouxe um grau de incerteza muito grande, quanto à previsão da recuperação da nossa economia. O surgimento da quinta vaga

veio, agora, baralhar ainda mais essas previsões. Contudo, à medida que todos vamos aprendendo a viver com o vírus e com a população a estar praticamente toda vacinada, a que se juntam os incentivos que o programa de recuperação e resiliência trará para a nossa economia, julgo estarem reunidas condições para que 2022 seja um ano de crescimento, embora ténue.

Como será o ano de 2022 para a Schaubtec? Existirão novidades?

A nossa tendência é continuar a evoluir, estamos em constante formação para que possamos realmente ser um valor acrescentado para o cliente que nos procura. Acreditamos que as pessoas são o ativo principal de uma empresa e por isso temos uma equipa experiente, a qual estamos a reforçar, permitindo assim aos nossos clientes encontrar pessoas exclusivas para esta área de negócio, que é tão específica.



ITAMACUS: SINÓNIMO DE CONFIANÇA E PRUDÊNCIA

A Itamacus tem 14 anos de mercado, sempre feitos de alargamento de património imobiliário, mas também de fortalecimento da sua posição no mercado. Octávio Custódio, o diretor da empresa, salienta a confiança e a prudência como características que definem a forma como a empresa se comporta no mercado e realça a influência que a pandemia tem no mercado imobiliário.

Como descreve este período pandémico e o que isso influenciou a vossa forma de estar no mercado?

A Itamacus conta efetivamente com uma experiência de mais de uma década. Na verdade, o facto de ter dado os primeiros passos em plena crise de 2008-2010 ajudou a criar uma estrutura suficientemente sólida e resiliente para encarar os novos desafios com alguma confiança. Em todo o caso, a situação de incerteza e instabilidade criada pela Covid-19 constitui uma novidade absoluta para qualquer agente no mercado e que aconselhará sempre a uma maior prudência e reflexão em relação ao património e aos futuros investimentos a realizar. Em síntese, a nossa forma de estar no atual mercado poderá traduzir-se em duas palavras: confiança e prudência.

Em que tipo de imóveis concentram, particularmente, o vosso interesse? Qual a vossa principal zona de atuação?

Antes da pandemia, existia uma enorme procura por imóveis urbanos e de localização central com vista à criação de espaços de AL (alojamento local). Entretanto, a quebra do turismo e o advento do teletrabalho parecem estar a dinamizar outro tipo de imóveis - rústicos e de localização mais isolada. Assim sendo, temos procurado diversificar a nossa carteira de investimentos. No fundo, temos procurado não ter apenas uma zona principal de atuação, mas antes várias.

Como analisa o mercado, atualmente, e a predisposição para o investimento?

O mercado atual é ainda feito de muitas incertezas. Uma nova estirpe do coronavírus pode ter um potencial disruptivo enorme. Assim sendo, a predisposição para o investimento tem sido substancialmente menor e sempre com uma maior atenção ao risco que cada negócio poderá representar. No entanto, existe uma vontade crescente de virar a página e regressar a um tempo com menos restrições.



Octávio Custódio
Diretor

A Itamacus divide a sua atuação entre a gestão de património imobiliário, a compra, venda e arrendamento de imóveis e os investimentos Golden Visa. Como classifica a importância de cada uma destas atividades para a empresa?

Sendo fiéis a uma matriz de diversificação de investimentos, cada uma dessas áreas de atuação tem a mesma importância que as demais. Num mercado cada vez mais competitivo, incerto e dinâmico, seria imprudente até privilegiar um segmento de mercado em função de outro.

A Itamacus foi distinguida com o selo Top 5% PME da Scoring. O que considera que levou a esta distinção? Considerando que esta distinção surge numa época de pandemia, que importância tem, particularmente?

Essa distinção – que muito nos honra – surge de um

esforço permanente de tentar interpretar os próximos passos do mercado, de uma prudência de não esforçar demasiado as capacidades e a logística da empresa e da seriedade com que todo e cada negócio é encarado – independentemente da sua localização, parceiro ou contexto.

A retoma económica está efetivamente a concretizar-se, em Portugal? Como vê esta questão, particularmente aplicada à área do imobiliário?

Talvez ainda seja muito prematuro para aferir se a retoma económica está ou não a concretizar-se. No entanto, Portugal não deverá perder quaisquer das suas principais mais-valias com a pandemia. Para o investidor estrangeiro na área do imobiliário, seremos sempre um dos países mais procurados enquanto mantivermos dos melhores índices de segurança a nível global, preservarmos a nossa cultura e história de bem receber, de inclusão e de integração, tivermos uma sociedade o menos polarizada possível, soubermos explorar novas tecnologias, ideias e conceitos e, claro, continuemos a beneficiar de um clima tão simpático. Acrescendo a essas um maior esforço na desburocratização e na celeridade da Justiça, poderemos estar em condições de voos muito mais altos.

Como antecipa a Itamacus o próximo ano?

O ano de 2022 deverá iniciar ainda muito incerto, devido ao arrastar da pandemia e, sobretudo, pela circunstância de o país ter de ir a eleições e tentar formar um novo Governo. No entanto, a aplicação dos fundos de recuperação e resiliência deverão conferir uma maior estabilidade e dinâmica ao longo do ano. Nesse contexto, a Itamacus irá procurar manter o seu ADN de diversificação, tentando entrar também no mercado das residências universitárias e estando também atenta e receptiva a qualquer novo desafio ou proposta de negócio.



Imóveis com Rentabilidade Assegurada

A IMPORTÂNCIA DA HABITAÇÃO NA RETOMA SOCIOECONÓMICA



Marina Gonçalves
Secretária de Estado da Habitação

A construção de uma sociedade justa e coesa passa por garantirmos a todos a possibilidade de acesso àqueles que são os direitos basilares de qualquer cidadão.

E numa sociedade particularmente desigual no cumprimento desses direitos, como a nossa, cabe ao Estado garantir a resposta necessária para quem não consegue, por si próprio, esse acesso, procurando assim mitigar as desigualdades.

Se este esforço já está a ser feito há muito no acesso à saúde e à educação, importa concretizá-lo de forma igualmente substantiva no acesso à habitação!

A construção de uma resposta universal não é, por isso, uma decisão política de um determinado ciclo político. Como não é, nem deve ser, uma resposta concreta a determinados momentos de crise. A construção desta resposta universal é um desígnio e uma responsabilidade contínua de um Estado que se quer de todos e para todos.

E este desígnio é ainda mais importante quando, num momento como o que estamos a atravessar – marcado pela saída progressiva de um período de confinamento e pelo início da retoma – a ideia de urgência de uma resposta pública de habitação é absolutamente essencial, mesmo que muitos a

encarem como secundária no conjunto das prioridades da sociedade. O que é um erro!

Num período de retoma, de facto, em que o combate à pandemia é já acompanhado de uma necessária e progressiva normalização das nossas vidas e da nossa vida em comunidade, a conceção de uma nova visão das políticas de habitação deve continuar a ser uma das grandes prioridades da ação política.

A falta de respostas imediatas de habitação para situações como a que vivemos (e que ainda estamos a viver), a identificação de situações inqualificáveis de indignidade habitacional como as que foram publicamente evidenciadas, a dificuldade em garantir o pagamento de rendas completamente desajustadas dos rendimentos das famílias, são alguns dos exemplos que nos devem alertar para a importância de não fazer parar, independentemente do ciclo político, uma reforma estrutural como a que está em curso.

É por isso que o Plano de Recuperação e Resiliência, enquanto instrumento que visa contribuir para um crescimento económico sustentado, dá um enfoque tão grande à habitação, com um investimento público sem paralelo para a construção de novas respostas de habitação digna sem paralelo!

É fundamental reforçar o parque habitacional público e com ele criar as respostas temporárias e permanentes para as famílias que delas precisam, em complemento com um conjunto de medidas de estabilização e equilíbrio do mercado de arrendamento privado, seja ao nível legislativo, seja com a criação de incentivos para que o mercado privado acompanhe estas políticas de habitação, centradas nos rendimentos e na capacidade de acesso das famílias.

A Habitação é efetivamente o primeiro direito, o garante da concretização de outros direitos fundamentais. A casa, que foi o lar, mas também a escola e o trabalho, nos últimos meses, é, e deve continuar a ser, uma das bases primordiais do investimento público no país.

Importando também assinalar, neste âmbito, o seu contributo para a redinamização do setor da construção e da fileira económica que se lhe associa, desde logo na criação de emprego.

O ano de 2022 deve, assim, ser um ano de continuidade e reforço da aposta na Habitação, equilibrando uma resposta robusta de reforço do parque habitacional público a médio prazo, com a necessária e urgente resposta a curto prazo.

VILA COVA IMOBILIÁRIA: “A SUA SATISFAÇÃO É O NOSSO TRIUNFO!”

Fundada em 2020, e localizada em Vila do Conde, a Vila Cova Imobiliária nasce com a ambição de oferecer as melhores oportunidades aos seus clientes. Com a missão de “desenhar soluções à medida dos seus sonhos”, a empresa atua nas áreas de compra, venda, arrendamento e permuta de imóveis. A pouco tempo de completar dois anos de atividade, Filipe Vila Cova, diretor da imobiliária, prevê um futuro risonho para a empresa.



Filipe Vila Cova
Diretor

A Vila Cova Imobiliária nasceu em 2020, num ano ainda assolado pela pandemia e pela consequente crise que daí adveio. O que vos levou a iniciar um projeto empresarial nesse momento?

Na realidade, este projeto tem início em 2019, quando eu ainda trabalhava numa outra entidade. Em janeiro de 2020, fizemos a abertura da loja. Contudo, nessa altura, já se falava da Covid-19, mas não numa perspetiva tão séria. A verdade é que, dois meses depois, tivemos de fechar portas. Claro que isso nos assustou um pouco, dada a incerteza característica da altura.

Tendo em conta que, nos últimos anos, houve um boom de agências imobiliárias, o que é que distingue a Vila Cova Imobiliária das restantes?

Na minha perspetiva, o cliente não é um número. Isto é, acabamos por construir uma relação de amizade com o cliente ao longo do tempo. Nesse sentido, tratamo-lo como se fosse um amigo. Gostamos que tudo flua com uma certa naturalidade. Preferimos, por isso, ser poucos e bons no que estamos a fazer. Ao sermos uma empresa familiar, essa parte da gestão é mais facilitada.

A formação que fazem aos vossos profissionais é interna?

Sim, começa por ser interna. Passa por dar a entender o que é este ramo e o que é ser comercial. No nosso ramo, perder tempo é perder dinheiro. Portanto, começamos sempre por dar uma formação inicial e, se vimos que a pessoa tem aptidão para ser comercial, passamos para algumas formações

mais profissionais.

O setor imobiliário foi dos que mais se manteve estável, mesmo durante o período pandémico. Como avalia esse comportamento?

Na nossa zona, temos a felicidade de estar junto ao mar. Temos, por isso, o mercado de habitação própria permanente, como também temos o mercado de segunda habitação. Há muita gente com algum capital que pensou em investir. Nesse sentido, nós também tentamos ajudar o nosso cliente a rentabilizar o que tem. No nosso mercado, começamos a ver mais movimento em termos de construção nova. Temos sempre muito produto, principalmente de pessoas que não são de cá e que querem vender o seu imóvel. Além disso, a propósito dos Golden Visa, já começamos a sentir algum movimento na zona do Grande Porto.

Com a pandemia, muitas famílias quiseram mudar de vida e procuraram imóveis com determinadas características, nomeadamente espaço exterior. Isso verificou-se com a equipa da Vila Cova Imobiliária?

Sim, muito. Havia muita gente que não valorizava um apartamento ter varandas e que, depois da pandemia, começou a valorizar muito o espaço exterior. Também notámos essa diferença em relação a pessoas com

dois filhos, por exemplo, que dividiriam facilmente um quarto. Depois da pandemia, já queriam ter o seu próprio espaço e, por isso, já procuravam um T3 e não um T2. Hoje em dia, o requisito principal do cliente é a varanda ou o terraço. Cada vez é mais complicado o cliente comprar um imóvel sem espaço exterior.

Enquanto empresário do ramo imobiliário, qual é a sua opinião em relação a um possível período de retoma?

Acredito que, aos poucos, vamos conseguir regressar à normalidade. Penso que o pior já ficou para trás. Vamos ter de nos adaptar a novas realidades, mas vejo o futuro com bons olhos. Na minha opinião, enquanto empresário, o pior momento já passou. O mercado vai, certamente, melhorar.

Até ao momento, que balanço é possível fazer destes quase dois anos da Vila Cova Imobiliária?

Apesar da pandemia, o ano 2020 superou as nossas expectativas. Abraçar este projeto familiar foi a melhor decisão que tomámos e o nosso primeiro ano não podia ter corrido melhor. Em relação ao futuro, é claro que queremos sempre mais. Não queremos estagnar. Ambicionamos o crescimento e investir em pessoas com potencial e que entendam o nosso mercado.

**SE PRETENDE
COMPRAR OU VENDER CASA
NÃO HESITE EM CONTACTAR
WWW.VILACOVAIMOBILIARIA.PT**

VC
VILA COVA
IMOBILIÁRIA



Siga-nos
Vila Cova Imobiliária



"QUEREMOS APROXIMAR OS SETORES SOCIAL E DO DO PATRIMÓNIO"

A Galbilec é uma empresa dedicada às áreas de Engenharia e Arquitetura, com um foco particular nas áreas social e da saúde. Com o mote "Somos 360. Somos Galbilec", a empresa promove um acompanhamento de proximidade junto dos clientes num princípio de prestação global de serviços 360. José Figueiras, diretor executivo da Galbilec, sublinha a ambição de, no futuro, conseguir aproximar os setores social e do património.

A área social, em Portugal, ainda está carente de soluções?

Sim, sem dúvida. Eu vejo as dificuldades do setor social por duas perspetivas. A primeira prende-se com o facto de ser um setor que funciona como extensão daquilo que são as obrigações do Estado, sendo que neste âmbito quem delega o apoio no setor social, acaba por não dar abertura a financiamentos de forma séria para fazer face às necessidades de investimento. A segunda, tem que ver com o facto de ser um setor com uma gestão constituída por voluntários. Isto é, quem está à frente destas instituições, em muitos dos casos, são voluntários. Portanto, se adicionarmos à falta de acesso a financiamento, as dificuldades no âmbito da gestão, temos um grande problema, que somente com alterações jurídicas, políticas, mas acima de tudo culturais, é que isto se muda.

Como pode a Galbilec ajudar, através dos seus conhecimentos técnicos específicos, neste setor?

A nossa forma de atuação no mercado vai muito para além daquilo que é o desenvolver um projeto com base naquilo que é um regulamento legal. Nós conseguimos sempre dar contributos que, por um lado, visam preparar estes edifícios para aquilo que são as necessidades dos seus utilizadores a longo prazo e por outro garantir que a distribuição dos espaços permita que a utilização destes edifícios seja muito mais eficiente do ponto de vista da gestão operacional.

Quais os exemplos paradigmáticos que pode realçar nesta área?

Neste momento, estamos a iniciar um projeto que já está em fase de licenciamento urbanístico, para a construção de uma "Estrutura para Idosos do Futuro" em que a visão da direção da instituição está

perfeitamente alinhada com a nossa. Conseguimos casar estas duas ideias e estamos, agora, a desenvolver um projeto que, na sua implementação, é pioneiro, em Portugal. Este será um edifício com capacidade para cem pessoas e contará com três fases de acompanhamento durante o processo de envelhecimento dessas pessoas. No entanto, como já referido, o projeto ainda está numa fase muito preparatória de licenciamento. Importa referir que vamos candidatá-lo ao Plano de Recuperação e Resiliência e estamos com uma forte expectativa de conseguir financiamento.

Portugal atravessou, nestes últimos dois anos, um período complicado, considerando as dificuldades que a pandemia causou em algumas atividades económicas. Como lhe parece que o país vai reagir no que diz respeito à possibilidade de retoma económica?

A meu ver temos dois problemas. O primeiro problema são os incentivos que o Estado tem a obrigação de promover e que estão a ser aplicados em setores que não alavancam o desenvolvimento económico a curto prazo. Por exemplo, o Plano de Recuperação e Resiliência que serviria para fazer face à crise provocada pela pandemia, como um incentivo imediato, na verdade muito pouco contribuirá para os setores de atividade mais prejudicados nos últimos dois anos. Julgo que se queremos desenvolver a economia, temos de pensar na retoma imediata destes setores. O segundo problema tem que ver com a dotação muito grande de investimento para os próximos sete anos, acima de sessenta mil milhões de euros, mas temos muitas dificuldades ao nível da capacidade produtiva para gastar todo este dinheiro. Não basta ter o dinheiro disponível, é preciso ter capacidade para o gastar. Isto faz com que, a muito breve prazo, possamos estar com um colapso nervoso porque não estamos a conseguir cumprir com os objetivos. Sinceramente, vejo tudo isto mal encaminhado.



José Figueiras
Diretor Executivo

Quais os desafios que se podem colocar à Galbilec para 2022?

Enquanto empresa, pretendemos consolidar os serviços 360 que já vêm sendo desenvolvidos ao longo destes 11 anos. Estamos a acrescentar outros posicionamentos em termos de setor de atividade, e criámos recentemente a nossa marca Galbilec Património, que visa especializar a nossa atividade dentro daquilo que deve ser a salvaguarda e valorização do património em Portugal. A nossa intenção para os próximos anos é contribuirmos para um percurso de aproximação entre os setores social e o do património por forma a que funcionem em complemento.

 **GALBILEC**
SERVIÇOS GLOBAIS DE PROJETO
www.galbilec.pt | galbilec@galbilec.pt



•inovadora'21



FORMAÇÃO E CONSULTORIA

APOSTAMOS NA SUA QUALIFICAÇÃO

profissional e individual

Qualificação e
Formação Profissional

Melhoria Contínua

Ferramentas e Metodologia
da Qualidade e Produtividade

Organização e Sistemas
de Gestão

“

O **sucesso** dos nossos clientes
é o nosso **sucesso!**

*Pedro Silva, Diretor da
OPCO Creating Solutions*

A OPCO é uma entidade formativa certificada pela DGERT, com um Sistema de Gestão da Qualidade certificado pela BVC, de acordo com a Norma ISO9001.



Informamos, Formamos e Qualificamos!

Presentes no mercado Português desde 2006 e tendo iniciado atividade como grupo ligado à consultoria e formação, a OPCO torna-se independente em 2015 para dar continuidade à sua política de crescimento e focalização no cliente.

Aliando a experiência e conhecimento dos seus colaboradores às parcerias internacionais, a OPCO é atualmente a referência nos mercados onde atua, marcando a diferença na Indústria Automóvel, robustecendo a sua presença na Indústria Aeronáutica e apoiando empresas de referência a nível da Indústria e Serviços, de forma transversal.



Auditorias
à medida



Projetos
à medida



Formação
à medida



Diagnóstico
à medida



Consultoria
à medida

Do nosso portfólio fazem parte ações em áreas como Lean/Produtividade, Engenharia da Qualidade, Gestão de Operações, Soft Skills, Recursos Humanos, Ambiente, Segurança e Saúde, formações oficiais **VDA QMC, FIEV, ODETTE, PSA, SMMT, AIAG e InterAction Plexus**.

Realizamos, ainda, **diagnóstico** às **competências necessárias para a Indústria Automóvel**.

Criamos soluções!



www.opco.pt

+351 210 152 492

academia@opco.pt | opco@opco.pt

“2022 TRARÁ



Pedro Silva
CEO

A OPCO, uma academia de formação e consultoria particularmente especializada nos setores da aeronáutica e automóvel, apostou fortemente no e-learning em 2021. Com base na sua plataforma de aprendizagem online OPCOnline, alargou as suas formações a outras áreas geográficas e antecipa, para o futuro, que o modelo híbrido será o adotado para as sessões de formação. Pedro Silva, CEO da empresa, salienta, no entanto, a necessidade de adaptação da OPCO à nova realidade do mercado, que coloca o setor automóvel, em particular, como fonte de muita incerteza, devido à escassez de matérias-primas e à dificuldade de transporte dos materiais.

CRESCIMENTO E DIVERSIFICAÇÃO”

A OPCO aproveitou o ano de 2020 para reforçar a sua aposta no e-learning, bem como no desenvolvimento da OPCOnline, uma plataforma digital de aprendizagem. Que balanço faz desta nova área de serviços, após um ano de criação e desenvolvimento?

O balanço é extremamente positivo. A adesão, fosse primeiramente condicionada pela pandemia, seja agora já por decisão do cliente, foi bastante elevada, tendo-se tomado claramente num modelo a seguir, com as devidas lições aprendidas e com as respetivas melhorias. Tal como abordado em devido tempo, por altura do Automotive Summit 2020, com outros parceiros europeus, cremos que o modelo futuro será um modelo híbrido, que combine a atividade presencial com a atividade remota. Tal modelo trará claramente várias vantagens, a vários níveis.

2021 acabou por se concretizar, efetivamente, como um “ano de consolidação”, como pretendia?

Sim e não. Sim, neste aspeto de novos modelos de formação, ou mesmo de realização de auditorias ou seguimento de projetos. Como antes tinha referido, vamos ainda incluir várias alterações e melhorias, mas essa consolidação definitivamente concretizou-se. Já a nível de equipa, por exemplo, funções, estrutura, está ainda a decorrer essa consolidação, fruto de algumas alterações introduzidas, fosse pela pandemia, seja agora pela instabilidade que afeta, principalmente, a indústria automóvel.

O ano que agora termina trouxe desafios estratégicos grandes às empresas nacionais. A indústria automóvel e a da aeronáutica viveram dificuldades e mesmo a produção – no caso dos automóveis – viu-se afetada. Como lidou a OPCO com estas questões?

Sem dúvida. Primeiro a pandemia, com todas as consequências sobejamente conhecidas. Depois, com a retoma, inclusive em 2020 com vários

meses de produção muito acima do planeado, veio a situação que agora atravessamos, da falta de semicondutores e, agora, mais recentemente, da falta generalizada de matérias-primas e dificuldades de transporte. Atravessamos, sem dúvida, um momento único, em que uma indústria tida como exemplo em termos de planeamento e sincronização da cadeia de fornecimento, se vê agora perante uma instabilidade e incerteza enormes. Sem querer fazer futurologia, mas baseado em tudo o que ouvimos nos vários fóruns, 2022 continuará a mesma tendência, pelo que claramente temos em cima da mesa um conjunto de atividades que visam diminuir a nossa vulnerabilidade a tais fatores.

A mão de obra é cada vez mais fundamental – ainda que, atualmente, muitos dos processos sejam automáticos e robotizados. Quais os desafios para a geração de trabalhadores que precisa de reconverter os seus conhecimentos e adaptar-se a trabalhos que combinam, cada vez mais, a capacidade humana com a tecnologia?

Essa é já hoje uma realidade. Sendo a nossa atividade principalmente orientada para funções técnicas de suporte e de liderança, verificamos claramente essa evolução. Podemos referir, por exemplo, a importância cada vez maior da componente de software, em termos de desenvolvimento e em termos dos processos normativos e de referência associados. Podemos falar também do aumento da preocupação com as vulnerabilidades relativas a cibersegurança e segurança da informação. Temas como a segurança funcional de sistemas e de sistemas conectados em rede, com atualizações over the air, entre outras.

Existem formações recentes ou particularmente relevantes que gostasse de salientar?

Sim, toda a componente de cibersegurança e segurança da informação, em que temos já

alguns projetos concluídos com sucesso e área na qual iremos também apostar internamente. Ou então, nas áreas de supply chain, área na qual também a preocupação em termos de cumprimento de referenciais internacionais e integração com os sistemas de gestão já implementados tem vindo a aumentar consideravelmente.

O país está a entrar na fase de retoma económica, de acordo com autoridades governamentais. Enquanto entidade formadora certificada, que lida tão de perto com a realidade das empresas nacionais de setores de ponta, como analisa esta possibilidade de retoma?

Os números assim o dizem, de forma geral, contudo se nos focarmos em particular na indústria automóvel, a palavra de ordem é preocupação, devido a toda a instabilidade em relação aos semicondutores e matérias-primas. A cadeia de fornecimento, seja em termos de materiais, seja em termos de transportes, seja em termos do aumento do preço das energias, está seriamente afetada e esse cenário toma-se bem mais visível à medida que descemos na cadeia de fornecimento. Chegando aos níveis mais abaixo, onde encontramos já não multinacionais, mas PME's, a situação agrava-se com os efeitos de todas essas alterações: stocks aumentados, consequentemente dificuldades de cash flow, impossibilidade de planear... Temos todos que estar atentos ao início de 2022.

Perspetivando o próximo ano, quais os objetivos a atingir para a OPCO?

Duas palavras: crescimento e diversificação. Diversificação, seja a nível de oferta de serviços, seja a nível de mercados-alvo. Em 2021 contamos igualar o ano de 2019, o nosso melhor, pelo que a confiança, com as devidas prevenções, é elevada para 2022.

“A EDUCAÇÃO É O CAMINHO PARA A SAÍDA DA CRISE”

A Universidade Europeia tem, na sua génese, uma forma de atuar que pretende preparar os alunos para o futuro laboral. Com um modelo de ensino que leva a aula para lá do espaço físico da sala onde é lecionada e uma aposta muito forte no desenvolvimento do pensamento crítico dos alunos, bem como no lado prático do ensino, a mais recente aposta é a Universidade Europeia Online, uma faculdade privada totalmente online, como explica a Prof. Doutora Hélia Gonçalves Pereira, reitora desta instituição.



Hélia Gonçalves Pereira
Reitora

Recentemente, anunciaram a chegada da vossa “faculdade online”. Como é que esta é uma aposta diferenciadora, no panorama educativo nacional?

Criámos a primeira faculdade privada 100% online. Apostámos numa proposta de valor diferenciadora através de um modelo personalizado e adaptado ao novo estudante, com um programa à sua medida, com conteúdos e timings customizados e com a presença de um tutor, que o acompanha ao longo de todo o ciclo de aprendizagem. Para além da internacionalização, este modelo de ensino favorece a aprendizagem ao longo da vida (lifelong learning com reskilling e upskilling) indo ao encontro de estudantes profissionais, adultos, com necessidades de formação específicas e permitindo conjugar, de forma mais flexível, vidas familiares com carreiras profissionais desafiantes. Contamos já com uma oferta formativa ampla, em termos de programas executivos, e mais de mil participantes, sendo o nosso objetivo continuar a crescer.

geral, garantindo a ligação entre a universidade e o meio empresarial.

O que é importante ser feito, com vista à melhoria do sistema de Ensino Superior em Portugal?

Apostar cada vez mais na qualidade e excelência como máximas irrenunciáveis, mas também na inovação, preparando os estudantes para responder às necessidades de uma sociedade em constante transformação; manter uma relação estreita com as empresas e o mundo profissional, ajudando a desenvolver as soft skills necessárias para o mundo digital e que tornam os estudantes profissionais globais, com competências para alcançarem o sucesso em qualquer parte do mundo. É preciso colocar o foco na investigação, ter produção científica relevante, que se consubstancie como a evidência de que estamos num local de produção de conhecimento e apostar numa educação que favoreça o pensamento crítico.

Com a mudança que ocorre, presentemente, no mercado de trabalho, que análise faz da capacidade do Ensino de corresponder às novas necessidades de mercado?

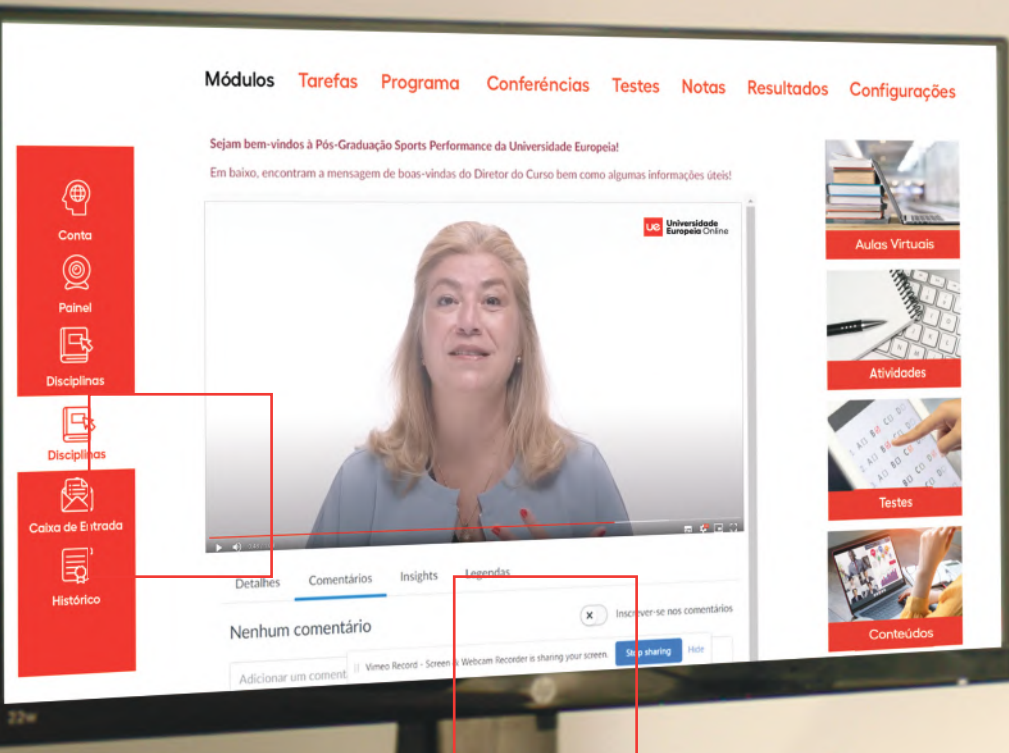
As novas gerações de alunos no Ensino Superior pretendem dinâmica, diversidade, novas experiências e desafios. Por isso, as universidades mais capacitadas serão aquelas que consigam dotar os seus alunos de instrumentos e ferramentas de trabalho inovadoras, assentes em modelos teoricamente robustos, mas também próximos das empresas e das melhores práticas; modelos que permitam ajudar o estudante a ter pensamento crítico e um perfil hands on, orientado para soluções. Além de tudo isto, temos ainda o desafio da digitalização, que corta o modelo de ensino aprendizagem tradicional e que obriga as universidades a reconfigurarem-se.

A Universidade Europeia é também muito ativa online, nomeadamente através da realização de webinars. Qual a importância destas ações para uma instituição como é uma universidade, que lida com a formação dos cidadãos?

Uma das missões fundamentais de qualquer instituição de Ensino Superior é a geração e transmissão de conhecimento. Todavia, esse conhecimento não deve ficar fechado na instituição. É nosso dever, enquanto produtores desse conhecimento, disseminá-lo, interagindo com o mercado nas suas mais diferentes vertentes. Temos um corpo docente diversificado, com diferentes níveis de especialização, o que tem permitido à instituição organizar conferências, seminários, workshops e webinars sobre as mais diferentes temáticas, de valor acrescentado para a academia e para a sociedade em

geral, respeitando o contexto pandémico em Portugal, e às suas consequências futuras, como lhe parece que o país possa vir a reagir?

Através do nosso modelo de ensino inovador – Experiencial Learning Hyflex – maximizamos a tecnologia presente nas aulas, proporcionando uma experiência de aprendizagem eminentemente prática, ativa e próxima da realidade profissional, com simulações, ligações em direto a oradores nos seus locais de trabalho, casos reais de empresas, entre outros. O que fizemos reflete o que o país tem que fazer: adaptar-se, ganhando competências e sendo mais competitivo. A educação é, não tenho qualquer dúvida, a ferramenta que levará Portugal a sair desta crise, melhor e mais forte.



Bem-vindo à
Universidade onde
tu escolhes onde
queres chegar!

Vai mais à frente



“A DIGITALIZAÇÃO É INCONTORNÁVEL NO TURISMO”

A Les Roches e o Glion Institute of Higher Education são instituições de ensino suíças, especializadas nas áreas de Hotelaria, Turismo, Marketing de Luxo e atividades intrinsecamente relacionadas com estas. Sempre voltadas para o futuro e com um ensino que combina a parte teórica e prática, estas escolas de renome mundial estão cientes da importância da digitalização e da tecnologia para estes setores e já preparam os líderes do futuro com base nestas premissas, como explica Pedro Martins, educational counselor para Portugal.



Pedro Martins
Educational Counselor para Portugal

A Les Roches e a Glion são ambas escolas de hotelaria com um ensino inovador, virado para o empreendedorismo dos jovens estudantes. Como distingue o modelo educativo de cada uma?

A Les Roches e o Glion Institute of Higher Education são ambas instituições de ensino suíças e que aplicam o modelo suíço de educação, através de uma sinergia perfeita entre conteúdos teóricos e formação prática. Ambas são especializadas no campo da hotelaria e do turismo de luxo. Oferecem cursos de licenciatura, mestrados e pós-graduações, bem como formação executiva em gestão hoteleira internacional, turismo, marketing de luxo e setores relacionados. Todos os programas académicos são lecionados inteiramente em inglês e combinam disciplinas de gestão e administração de empresas com estágios profissionais nas melhores cadeias hoteleiras e empresas do mundo.

Quer a Les Roches, quer a Glion organizam grandes eventos agregadores, que debatem os setores da Hotelaria e do Turismo, nas suas vertentes mais atuais, como a digitalização ou a sustentabilidade, como é o caso de SUTUS, com foco no turismo espacial e subaquático (Marbella) ou o ShiftIn, dedicado à sustentabilidade.

Penso que é mais a geografia em que estão inseridas que torna a vida dos alunos nos campus mais diferenciada, pelas características climáticas, sociais

e mesmo turísticas. A Les Roches tem campus universitários em destinos turísticos por excelência, onde os alunos podem experienciar no dia a dia o rigor e a prática da indústria. A Glion tem campus na Suíça e em Londres, dois hubs perfeitos para a inserção dos alunos no mundo empresarial e do luxo.

Relativamente à oferta formativa, o que lhe parece importante salientar, para a Les Roches e para a Glion?

No caso da Les Roches é de salientar o BBA em Gestão Hoteleira Global, é sem dúvida o ex-líbris da instituição. É um curso que combina na perfeição o rigor académico suíço, berço da hospitality, com uma forte componente prática. O curso tem a duração de três anos e meio e é completado por dois estágios internacionais nas melhores cadeias hoteleiras internacionais ou empresas em que o core business é o turismo. Por outro lado, há um investimento total por parte do corpo docente no desenvolvimento das capacidades pessoais dos alunos, dotando-os de capacidades de liderança e gestão de crises, por exemplo. Um dos grandes objetivos dos campus Les Roches é formar os líderes da indústria do futuro e estes líderes têm de combinar conhecimento teórico-prático com capacidades únicas, que farão toda a diferença face aos desafios que o setor irá enfrentar nos tempos próximos. A Glion tem uma vertente mais virada para o Luxury Management e neste momento temos um programa que combina o BBA com o Master nesta



área (cinco anos de formação). Destaque ainda para os Masters em International Hospitality Business; em Hospitality, Entrepreneurship and Innovation ou ainda em Luxury Management and Guest Experience. São formações onde os alunos, depois de uma licenciatura, podem dar continuidade à sua formação orientando-a para uma determinada área de hospitality.

Considerando que estes dois últimos anos foram passados sob a ameaça da Covid-19, como lidaram ambas as escolas com esta questão? Como foi possível continuar a ensinar e a preparar os alunos com o mesmo grau de exigência antes utilizado?

A Les Roches e a Glion já ofereciam alguns programas online ao nível da pós-graduação como o nosso Master Executive (Les Roches), mas as circunstâncias obrigaram a criar um programa com base no remote learning que se veio a mostrar revolucionário nesta área. Criámos o programa Les Roches e Glion Connect, que consiste em fazer uma parte do curso em ensino à distância (os alunos recebem um package para aulas práticas, em suas casas, e seguem as aulas em streaming com os alunos que estão em regime presencial). As plataformas são super 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, trabalhos em grupo,

dando oportunidade a que os alunos Connect pudessem estar em permanente interação com todos os departamentos das escolas.

A Les Roches criou, recentemente, o Spark Innovation Sphere by Les Roches. Qual a importância estratégica da criação deste tipo de oportunidades, para alunos e empresas? Que projetos já resultaram daqui (se existentes), que gostaria de salientar?

Lançado em finais de 2020, o Spark é um ecossistema global concebido para fomentar a inovação (especialmente entre os atores da hotelaria, turismo, luxo e restauração), fazer parte da estratégia de desenvolvimento económico, e atrair um número crescente de start-ups.

O Spark oferece serviços de consultoria, investigação e apoio a projetos, com recursos tecnológicos e digitais avançados. Também fornece serviços de pré-incubação e incubação para jovens empresas com ideias inovadoras. Atualmente, o Spark reúne uma importante rede de peritos, tanto a nível local, como internacional. Mais de 35 empresas parceiras já trabalham juntas no centro de Marbella, em projetos de grande escala, incluindo o Airlander 10 (OceanSky Cruises), o novo dirigível de luxo que voará para o Polo Norte em 2024, que é o mais recente projeto com selo Spark.

A Les Roches criou, também

recentemente, um Digital Board, ressaltando a importância que a digitalização assume para esta escola. Como definiria a importância estratégica que conceitos como digitalização, inteligência artificial e robótica assumirão num futuro próximo?

O mundo da hotelaria tem mudado muito ao longo das décadas e os últimos anos apresentaram verdadeiros desafios, no que toca à perceção e desejo dos clientes de várias gerações. Neste momento, a pandemia veio também alterar formas de estar e a própria gestão hoteleira. A digitalização é incontornável no mundo global e fundamental para qualquer negócio atualmente, mesmo os negócios que são pensados com base na relação humana, como é o caso dos setores da Hotelaria e Turismo. A constituição do Digital Board teve como objetivo apoiar a Sommet Education no aumento de competências digitais dos alunos e propor novas ideias, serviços, produtos e soluções alavancando a estratégia de digitalização a implementar nos campus e cursos e integrar com mais força a digitalização nas experiências de aprendizagem dos alunos, preparando-os para pensarem e implementarem soluções, a vários níveis, com base em tecnologia de ponta, nomeadamente a robótica e a inteligência artificial.

2020 e 2021 foram anos muito complicados para o setor hoteleiro mundial. Como lhe parece que o próximo ano se desenrolará, para esta

área?

Penso que o setor terá de se continuar a adaptar aos desafios endógenos e exógenos. Os decorrentes da atividade são mais fáceis de prever e também de ultrapassar. A pandemia trouxe também uma reflexão profunda no que toca a posicionamento e procedimentos do setor e agora o setor está mais bem preparado para lidar com outros desafios futuros.

Para 2022, o que está reservado para a Les Roches e a Glion?

A Les Roches e a Glion estão no Top 3 mundial no que toca à formação hoteleira e turismo e também ao nível da reputação junto dos empregadores, em termos globais. Os nossos alunos são os líderes do setor. Para o próximo ano, e para os seguintes, queremos continuar a crescer, mas, sobretudo, continuar a proporcionar a melhor experiência de ensino, com base na tecnologia, nas tendências do setor e preparar os futuros líderes para cenários de crise. Em 2021 tivemos um record de alunos oriundos de Portugal, o que significa que, apesar da pandemia e das suas limitações, estamos confiantes que em 2022 iremos superar estes números. No nosso país já iniciámos o Roadshow 21/22, com visitas e apresentações a colégios internacionais em Lisboa, Porto e Algarve, a par com as personal meetings a potenciais alunos para os cursos e masters de março e setembro do próximo ano.

Industry leading education
in hotel business management
Bachelor's and Master's degrees in
hotel business, luxury tourism
and executive education.



Les Roches

Top 3 Worldwide for
Employer Reputation
(QS Ranking 2021)



lesroches.edu

RETOMA DO PAÍS PASSA PELO ENSINO SUPERIOR



António de Sousa Pereira
Reitor da Universidade do Porto e Presidente do CRUP
- Conselho De Reitores Das Universidades Portuguesas

A retoma do país conheceu um contratempo imprevisto: a crise política decorrente do chumbo da proposta de Orçamento do Estado (OE), que provocou a dissolução da Assembleia da República e a convocação de eleições antecipadas. O impasse político em que nos encontramos gera necessariamente instabilidade e pode, por isso, perturbar a recuperação económica e social em curso. A incerteza sobre o futuro próximo do país tende a refrear o consumo, a retardar os investimentos e a dificultar a execução do PRR. Tudo isto numa altura em que Portugal ainda está a enfrentar a crise sanitária e a debelar os seus efeitos socioeconómicos. Na frente internacional, as notícias também causam alguma apreensão. A desaceleração das economias chinesa e norte-americana, a disrupção nas cadeias de abastecimento globais, a escalada dos preços dos produtos energéticos, a escassez de matérias-primas, os custos da transição energética, o regresso da inflação... Enfim, há um conjunto de circunstâncias económicas e geopolíticas que fazem antever um 2022 muito desafiante, com a agravante de, apesar das boas perspectivas, a evolução da pandemia ainda ser uma incógnita.

Perante este cenário, resta-nos esperar que das eleições antecipadas resulte uma solução governativa estável, que permita a rápida aprovação de um novo OE e a efetiva execução do PRR. Num contexto particularmente melindroso e com a perspetiva de receber o maior envelope financeiro de sempre vindo de Bruxelas, Portugal tem de ter estabilidade política para proceder às reformas estruturais necessárias e adotar um modelo de desenvolvimento mais competitivo, sustentável e inclusivo.

As sociedades mais qualificadas e com economias mais especializadas, digitais e inovadoras foram as que responderam melhor à pandemia e são as que estão em melhores condições de triunfar no mundo pós-Covid. Por isso, a retoma económica do nosso país deve ser promovida sobretudo pelo investimento em projetos e infraestruturas de ensino, investigação e tecnologia, em ecossistemas de inovação e em interfaces academia/empresas.

Desta forma, Portugal terá um contexto mais favorável ao salto de competitividade que ambiciona.

Impõe-se, pois, um reforço do investimento público (que tem estado em mínimos históricos), em particular no ensino superior. Recordo que, nos últimos 20 anos, as universidades viram as suas dotações orçamentais ser continuamente cortadas, ao mesmo tempo que cresceram os encargos com a Caixa Geral de Aposentações e os sistemas de segurança social. A proposta chumbada de OE previa 2989,5 milhões de euros para a Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, um crescimento de 17% (mais €435 milhões) face a 2020. O aumento do financiamento era bem-vindo, mas afigurava-se claramente insuficiente para os desafios que as universidades enfrentam hoje.

Fenómenos como a 4.^a revolução industrial, a transformação digital, a descarbonização energética, a automatização laboral ou os avanços biomédicos têm um forte impacto no ensino superior e abrem novas oportunidades científicas e tecnológicas para as suas instituições.

Acresce que as universidades estão a sentir a pressão da globalização e precisam, por isso, de adaptar as suas estratégias a um contexto radicalmente novo, caracterizado por uma forte competição global por talento, conhecimento e recursos. O investimento no ensino superior produz, comprovadamente, externalidades positivas no tecido económico e social. Logo, parece-me decisivo para o desenvolvimento do país, não só um aumento do financiamento para o ensino superior, como um acesso mais favorável das suas instituições aos novos fundos europeus, designadamente no quadro dos futuros programas operacionais regionais do Portugal 2030.

A retoma passa inevitavelmente pela capacidade de Portugal adotar uma especialização inteligente, desenvolver produtos e serviços de valor acrescentado e apostar nos fatores competitivos da economia do conhecimento (talento, know-how, I&D, inovação, tecnologia...). Ora, esta capacitação só se faz com universidades financeiramente sólidas e com disponibilidade para investir.

“TEMOS A OFERTA MAIS INOVADORA E COMPETITIVA DO MERCADO”



João Bernardo
CEO

Fundada em 1997 por professores universitários, investigadores e especialistas em negócios, a MIND desenvolve e comercializa soluções tecnológicas integradas para as indústrias do calçado, automóvel, têxtil, vestuário e mobiliário. O objetivo é oferecer melhores soluções aos mercados-alvo, antecipando as necessidades dos clientes. João Bernardo, CEO da MIND, sublinha a importância desta empresa para o setor.

Quais são as principais mais-valias da utilização dos softwares que a MIND apresenta?

A MIND é uma software house e, como tal, o seu negócio fulcral é o desenvolvimento de software na perspetiva da conceção, do

desenvolvimento e do lançamento comercial de produtos próprios. A oferta que foi consolidando está na sua génese. Os fundadores da MIND eram professores do Instituto Superior Técnico, em áreas de Engenharia Informática, e investigadores no INESC - Instituto de Engenharia de Sistemas

e Computadores. No âmbito dessa atividade, fomos desenvolvendo projetos de investigação e chegou uma altura em que achámos que alguns dos resultados desses projetos teriam mercado. O que fizemos foi alavancarmo-nos naquilo que eram as nossas áreas tecnológicas fortes e, com

esse conhecimento de base e realizações que já vinham sendo feitas até então, criámos a oferta mais inovadora e mais competitiva possível. Dessa forma, acabámos por selecionar os nossos mercados-alvo. Atualmente, na área de gestão da informação, o nosso mercado é nacional. Do lado da



indústria começamos, há muito tempo, um esforço de internacionalização que, felizmente, deu frutos. Temos um volume de vendas anuais, a nível internacional, que já tem alguma expressão no volume total de vendas da MIND. Estamos a falar em qualquer coisa na casa dos 20%.

A MIND sempre foi uma empresa muito à frente no seu tempo. Quando começaram, tudo aquilo que faziam estava na vanguarda daquilo que se podia apresentar em termos de software?

Eu diria que, do ponto de vista tecnológico, fomos sempre muito fortes. Aquilo em que a MIND teve de amadurecer ao longo do tempo foi na capacidade de gestão. Os fundadores passaram, de uma forma abrupta, do mundo da engenharia, da investigação e da atividade docente, para o mundo dos negócios. Hoje em dia, conseguimos crescer como crescemos sem estarmos associados a nenhum grupo empresarial. Somos uma empresa independente exatamente porque colocamos acima de tudo esse fator de inovação. Só assim conseguimos competir nalgumas áreas de negócio em que estamos envolvidos. Isso só se consegue garantindo que há vantagens competitivas marcadas em termos da qualidade dos produtos. É aí que podemos ser diferenciadores.

Todos os vossos produtos se adaptam à realidade de cada empresa?

Obviamente que, em muitas vendas, a nossa oferta é uma mistura de produto standard e serviços de customização e de integração que são necessários para construir a solução que o cliente requer.

Portugal já tem as suas empresas suficientemente ligadas à tecnologia?

Se falarmos da indústria do calçado, por um lado, e da indústria de confeção de vestuário, por outro, vemos que temos algumas empresas que estão apetrechadas com aquilo que de melhor existe do ponto de vista tecnológico para os seus processos organizacionais e produtivos. Estamos a competir com mais umas quatro empresas a nível mundial que têm uma oferta que, do ponto de vista da inovação tecnológica e da sua abrangência, se pode comparar à oferta da MIND. Os clientes que usufruem das nossas soluções ficam claramente ao nível tecnológico do que de melhor há por esse mundo fora. Temos, por exemplo, experiência de contacto e de fornecimento de soluções para empresas de mobiliário e de calçado desportivo nos Estados Unidos. À escala da MIND, temos conseguido entrar nalguns clientes que, até ao nível internacional, são clientes de topo. Temos, portanto, conseguido abordar novos mercados e entrar no topo da pirâmide em termos de exigência. Isto é a prova viva da

qualidade dos nossos produtos em termos de fiabilidade e de grau de inovação.

Qual é a importância das parcerias para a vossa atividade?

Há parcerias mais tecnológicas e parcerias mais comerciais. Dentro das parcerias tecnológicas, eu diria que são importantes pela necessidade de estarmos sempre muito ligados e próximos do tecido de inovação e de investigação. Do ponto de vista do negócio propriamente dito, temos parcerias que são feitas para complementar a nossa oferta. Além disso, há empresas que usamos como parceiras comerciais. São empresas que estão bem posicionadas nos mercados que queremos atingir e têm um conhecimento profundo dos setores industriais em que a nossa oferta se aplica.

Na sua opinião, a retoma está a acontecer?

Felizmente, o processo da pandemia não nos afetou o negócio. O ano de 2020 foi dos melhores anos da empresa. Em parte, foi circunstancial. Nós fornecemos soluções de corte automático e, de repente, em pleno processo pandémico, surgiram uma série de empresas que começaram a cortar materiais para fazer produtos de segurança médica. Houve financiamentos para aquisição desses equipamentos e isso beneficiou-nos. Também é verdade que percebemos

que estas indústrias em que estamos envolvidos estão, cada vez mais, a ter de travar desafios que têm a ver com uma maior autonomização da produção. As empresas que querem sobreviver a esta guerra, cada vez mais, só têm uma saída que é apetrecharem-se tecnologicamente para o conseguir. Por outro lado, vai acontecer um processo de filtragem e de seleção natural. Vão pelo caminho, provavelmente, fechar empresas que não se inovaram a tempo. Em contrapartida, vão nascer novas empresas que têm uma perspetiva de inovação certa e que vão contribuir para o fortalecimento do setor. Continuamos a acreditar que, no futuro, a esmagadora maioria do nosso volume de negócios vai ser conseguida em Portugal.

O que é que está planeado para o futuro da MIND?

Há várias possibilidades de crescimento e de consolidação. Do ponto de vista tecnológico do desenvolvimento dos nossos produtos não temos de ter uma aproximação ao mercado nacional diferente da aproximação ao mercado internacional. As exigências e os desafios são os mesmos. O que temos de conseguir é mantermo-nos ao nível a que estamos em relação à nossa competitividade. Além disso, temos de ser inteligentes na forma como selecionamos as nossas apostas. Todos os anos vamos evoluir.

“A AUTOMAÇÃO TEM DE SER

A KUKA aposta na automação para simplificar as tarefas industriais e a cada vez maior interação entre o homem e o robô moldará o futuro das empresas. Facilitar o acesso à robótica e assegurar que todos – desde as pequenas empresas até às grandes multinacionais – usufruem das suas vantagens é o objetivo cimeiro desta empresa, pioneira na automação industrial, como salienta Sérgio Chora, country manager em Portugal.



Como se propõe a KUKA ajudar a que a automação seja, verdadeiramente, “para todos”, tendo em consideração empresas multinacionais, nacionais e PME’s?

A automação está a generalizar-se e a abrir caminho para cada vez mais áreas e setores. Facilitar o acesso à robótica: esse é o objetivo ambicioso da KUKA e é aí que está a chave: o manuseio simples e intuitivo de soluções de automação, que até agora estavam reservadas para especialistas. Para isso, a KUKA, dentro da estratégia 2030, apresenta os primeiros elementos de um sistema operacional do futuro: iiQKA. Este não se centra no robô em si mesmo, mas na sua aplicabilidade e utilização. Este desenvolvimento já é evidente nos projetos atuais do Grupo KUKA, que incluem grandes encomendas dos setores

relacionados com a mobilidade elétrica, bem como o aumento do portfolio, com novos robôs, como o KR SCARA, para montagem de pequenas peças, manuseio de materiais e tarefas de teste.

Como caracteriza o iiQKA e quais as suas aplicações?

O iiQKA é uma combinação do novo sistema operativo do robô e o ecossistema criado pela KUKA, projetado para tornar a experiência do utilizador o mais intuitiva, poderosa, rápida e escalável possível, permitindo que mais pessoas, empresas e mercados acedam aos enormes benefícios de automação robótica. Começará com o novo LBR iisy cobot da KUKA, no pacote de pré-lançamento do iiQKA, com o suporte dos principais parceiros do ecossistema, e aumentará, com o tempo, para incluir mais

funcionalidades, aplicativos e um ecossistema diversificado, capaz de utilizar todos os robôs do portfolio KUKA. Esta é uma mudança de paradigma geracional na qual a KUKA embarcou, tornando possível, a quem recentemente chegou ao mundo da robótica, alcançar os seus objetivos de automatização, enquanto, simultaneamente, torna o processo mais rápido e eficiente para aqueles que já são especialistas. Os desafios impostos por mudanças drásticas no cenário de produção exigem novos conceitos. Como um player global em soluções de automação, a KUKA tem a resposta: o novo sistema operacional iiQKA.OS, combinado com o ecossistema iiQKA. O iiQKA.OS permite um desenvolvimento e expansão rápidos e intuitivos, para responder aos requisitos do mercado, bem como uma operação intuitiva e confiável - fundamental para fornecedores e utilizadores. Com o ecossistema iiQKA, a KUKA pretende impulsionar a democratização da robótica. O iiQKA.OS e o seu ecossistema de suporte iiQKA são projetados para tornar toda a jornada do cliente o mais simples, eficiente e intuitiva possível - desde a compra e instalação, passando pela programação e operação, e ainda uma reutilização rápida, em novas aplicações. Construído na plataforma iiQKA.OS, o ecossistema iiQKA é a chave para facilitar a automação e abri-la a muitos outros utilizadores. Todavia, o verdadeiro poder do ecossistema iiQKA vem do seu conteúdo - componentes fáceis de usar e implementar, como garras, sensores de segurança e sistemas de visão, até software para soluções de automação. Assim, o ecossistema iiQKA permite a automação industrial inteligente num ambiente confiável.

A KUKA tem robôs capazes de classificar cerca de três mil amostras de sangue por dia. Qual a influência destes equipamentos durante esta fase pandémica?

O hospital universitário da cidade dinamarquesa de Aalborg usa um sistema que consiste em robôs de

SIMPLES E INTUITIVA”

laboratório e uma caixa de transporte inteligente para controlar e classificar automaticamente as amostras de sangue. Os aplicativos Pick & Place desse tipo reduzem a carga de trabalho da equipa hospitalar, permitindo-lhe ter tempo para realizar tarefas mais importantes.

O robô KUKA da família AGILUS garante a robustez e a flexibilidade que o processo exige, adaptando-se ao ambiente, através de IP e níveis mínimos de manutenção para as operações diárias. O robô de automação de laboratório ejeta automaticamente as amostras de sangue que foram transportadas indevidamente.

A pandemia de coronavírus mudou as cadeias de abastecimento, os fluxos de trabalho e os processos de produção. São as novas tecnologias que estão a ajudar a indústria a adaptar-se a esta mudança, de forma sustentável.

Recentemente, a KUKA desenvolveu novos robôs capazes de soldar de forma eficiente e que podem ser utilizados numa indústria tão exigente como a automóvel. Quais as mais-valias destes equipamentos para a indústria onde são aplicados?

Oferecemos soluções de automação flexíveis e eficientes para quase todas as tarefas de soldadura na indústria automóvel. Temos conhecimento especializado em todas as áreas de soldadura: Soldadura ponto, a laser, de revestimento, por fricção, por fricção rotativa, híbrida, magnetarc, de costura de rolo, com gás de proteção... No nosso caso, podemos oferecer o robô para

soldadura e também o software, soluções compactas prontas para uso.

A KUKA venceu recentemente o Red Dot Design Concept Award. Quão importante é este tipo de reconhecimento para a empresa e os seus colaboradores?

Digitalizar trabalhos de forma sustentável: este é o objetivo do estudo conceptual "KUKA NOX", que a KUKA Corporate Research desenvolveu em conjunto com um estudante suíço de design. O robô de construção móvel ajuda a medir e desenhar em obra, tornando todas as informações importantes acessíveis exatamente onde são necessárias. O estudo conceptual foi premiado com o Red Dot Design Concept Award 2021, na categoria "Best-of-the-Best". Desde 2005, o Red Dot: Prémio de Conceito de Design reconheceu a necessidade de descobrir e premiar novos conceitos e inovações de design, abrindo caminho para os desafios de design de hoje e para os produtos diferenciadores, no futuro.

Que análise faz do ano 2021? Foi um ano positivo para a KUKA?

A KUKA apresentou resultados muito positivos nos primeiros nove meses de 2021, de acordo com uma nota de imprensa publicada em outubro. Os pedidos aumentaram 35,3% e as vendas subiram 26,8%. A KUKA beneficiou do grande crescimento dos veículos elétricos na América do Norte e conquistou novos mercados, nomeadamente no que respeita ao comércio eletrónico e bens de consumo. De acordo com o CEO da KUKA, Peter



Mohnen, a robótica, a digitalização e a automação tornaram-se indispensáveis na indústria, seja nas grandes, pequenas ou médias empresas.

Considerando as perspetivas de retoma económica para o país, como antecipa o próximo ano?

As megatendências, como a digitalização, a individualização de produtos, mudanças demográficas e a crescente regionalização, devido às incertezas globais: tudo isso exige soluções cada vez mais flexíveis e, ao

mesmo tempo, mais eficientes para o ambiente de produção. O CEO da KUKA, Peter Mohnen, diz que "o mundo está a mudar e a pandemia acelerou essa transformação. Os nossos clientes são o centro de todas as nossas atividades e exigem uma automação flexível e tecnologias fáceis de usar, sobretudo quando falamos de mercados pouco tecnológicos, até ao momento. E é para encontrar estas soluções específicas que a KUKA trabalha. Portanto, temos uma perspetiva positiva para o futuro".

“HÁ UMA MAIOR CONSCIÊNCIA

A Palo Alto Networks é líder mundial em cibersegurança. Com a pandemia e a dispersão dos locais de trabalho – que passaram a poder ser a própria casa – este é um tópico cada vez importante e esta empresa está na vanguarda da oferta de soluções para a proteção das empresas e dos particulares, como explica Rui Silva, channel business manager para Portugal.



Rui Silva
Channel Business Manager
Foto: It Channel Rui Jorge

Em 2020, ano em que quase todas as transações passaram pelo digital, como se comportaram as empresas e os particulares, no que respeita à sua segurança?

As empresas viram-se forçadas a adotar o trabalho remoto e esta situação, de repente, passou a representar um cenário em que as empresas viram multiplicar o número de escritórios e/ou filiais, pois a residência de cada colaborador passou a ser uma extensão do escritório.

A necessidade de migração para a Cloud expôs os serviços, aplicações e informação como nunca. E tudo isto traduziu-se num aumento da superfície

de ataque e num mercado muito atrativo para todos os cibercriminosos. O que pudemos observar é que há uma maior consciencialização das empresas para o tema da cibersegurança e este facto é demonstrado pelo aumento significativo do volume de vendas nesta área. As empresas ganharam noção que era importante dar condições aos seus colaboradores para continuarem a realizar as suas atividades, mas que este cenário não seria possível sem garantirem que os locais remotos gozem das mesmas políticas de segurança dos escritórios da empresa, da mesma forma que, com a transição para a Cloud, é importante garantir uma visibilidade total sobre os dados. No entanto, é um facto que o número de ataques cibernéticos aumentou

consideravelmente, não só explorando as deficientes condições de segurança dos particulares, mas também das empresas.

A Palo Alto desenvolveu uma nova plataforma de segurança para empresas, que a coloca ainda mais na vanguarda das soluções para cibersegurança. Quais as características que definem esta nova plataforma?

O que a Palo Alto Networks desenvolveu foi uma plataforma que integra várias soluções de segurança, geridas a partir de um único ponto, dando visibilidade total sobre a rede e todas as suas ligações. Desde a análise comportamental da rede, análise comportamental dos utilizadores,

proteção de endpoint, Firewall de última geração, Cloud e produtos de terceiros, todos estes produtos de segurança comunicam entre si de forma totalmente integrada, dando uma visibilidade total sobre as redes corporativas, ajudando a evitar a existência de pontos cegos na rede, o que nos dá a capacidade de conhecer toda a nossa superfície de ataque e sabermos o que temos de proteger. Outro dado muito relevante é o facto de todos os produtos / subscrições que são utilizados nas nossas Firewall de última geração (NGFW) serem propriedade da Palo Alto Networks e isto dá-nos a capacidade de conhecermos melhor o comportamento dos nossos equipamentos em termos de performance e a previsibilidade da

DA IMPORTÂNCIA DA CIBERSEGURANÇA”

mesma. Da mesma forma relevante é a cadência com a qual nós geramos assinaturas contra novas ameaças, garantindo um tempo máximo de exposição para os nossos clientes até um máximo de apenas 59 segundos.

Além desta nova plataforma, que outras soluções encontrou a Palo Alto para se adaptar e responder à maior exigência do mundo digital?

Hoje, a Palo Alto Networks é líder no mercado da cibersegurança graças a uma oferta de soluções que vão desde a segurança de perímetro, passando por soluções para deteção e resposta a incidentes (XDR), uma plataforma de segurança para orquestração, automação e resposta (XSOAR) até um serviço de segurança e conformidade que descobre dinamicamente as alterações dos recursos da Cloud e correlaciona continuamente fontes de dados, incluindo atividades de utilizadores, configurações de recursos, tráfego de rede, inteligência artificial (análise e descoberta de ameaças e vulnerabilidades), para fornecer uma visão completa do risco ao qual as organizações estão expostas na Cloud.

Atualmente, outra das grandes áreas que necessita de proteção e controlo é a área dedicada à moeda digital. Como contribui a Palo Alto para a proteção destas áreas?

Com o valor crescente das criptomoedas, como a Bitcoin, o retorno financeiro é muito maior do que com ataques de malware. No caso das criptomoedas, os cibercriminosos começam por comprometer um site. Depois irão utilizar uma ferramenta legítima

dentro desse site para obter acesso aos recursos de computação dos sistemas dos visitantes do site. Usando esse acesso, os invasores irão essencialmente roubar recursos de computação e trocá-los por crédito em criptomoeda. O Coinhive é um dos serviços de mineração mais populares que existe, oferecendo aos proprietários dos sites de mineração uma instância de JavaScript para facilitar a integração. O uso de serviços de mineração como o Coinhive não é em si uma atividade maliciosa. É a forma como eles são usados que torna os sites maliciosos. O que fazemos, explicando de forma mais simplista, é bloquear todos os URLs que hospedem ficheiros JavaScript de serviços de mineração como a Coinhive, classificando como parte das categorias de malware tendo em conta que estes scripts estão a consumir recursos do sistema sem consentimento dos utilizadores. Ao mesmo tempo, os Plug-ins nos browsers são habilitados para bloquear este tipo de scripts para mineração.

Quão importante é para vós a vossa capacidade de alcançar soluções novas, rápidas e cada vez mais simples para ajudar as empresas a manterem-se protegidas?

Hoje em dia, as equipas de segurança têm de lidar com demasiados alertas, demasiados falsos positivos, visibilidade limitada e conseqüente falta de visibilidade para poder detetar e responder a ataques, troca constante entre consolas dos vários produtos para poder realizar uma investigação e por último terem de lidar com vários produtos de segurança, várias fontes de informação, que tornam as operações mais lentas e as investigações mais complexas. Ao mesmo tempo, temos de olhar as principais

preocupações das organizações ao dia de hoje: aumento dos custos operacionais com a área de segurança, receio com brechas de segurança e perda de informação e falta de recursos especializados nesta área. O que temos vindo a fazer é procurar soluções que permitam dar resposta a estes desafios. Primeiro reduzindo custos operacionais com pessoal especializado: estamos a integrar todas as fontes de informação e a correlacionar os dados, utilizando técnicas de Machine Learning, reduzindo a necessidade de intervenção humana. Depois reduzimos o número de produtos de segurança que são necessários gerir e conseqüentemente o número de equipamentos físicos na rede. Ao mesmo tempo eliminamos a necessidade de terem dispositivos para armazenar logs e tudo isto reduz custos operacionais. Outro ponto importante é o facto de não deixarmos escapar nenhuma ameaça do nosso controlo através de uma visibilidade total sobre várias fontes de informação, todos os dispositivos e serviços na cloud.

Quais os objetivos e projetos futuros da Palo Alto Networks, para os próximos tempos?

A resposta a esta questão faz parte dos nossos valores enquanto empresa e passa por sermos capazes de continuar a desenvolver a nossa estratégia, assente numa plataforma integrada e apostando fortemente na capacitação do nosso ecossistema crescente de parceiros, que são fundamentais para o desenvolvimento do nosso negócio. Queremos olhar para um mundo onde cada dia seja mais seguro do que o anterior.



TURISMO: UMA FORÇA PARA O BEM

Fundado em fevereiro de 2019, o NEST é um centro de inovação do Turismo de Portugal que visa apoiar o desenvolvimento de novas ideias de negócio, a experimentação de projetos e a capacitação de pequenas e médias empresas no que diz respeito à inovação e à economia digital, cujos sócios fundadores são o Turismo de Portugal, NOS, Brisa Via Verde, Google, Microsoft, AnA Aeroportos Vinci, Millenium BCP e BPI. Roberto Antunes, diretor executivo do NEST, destaca a competitividade do turismo português a nível mundial.

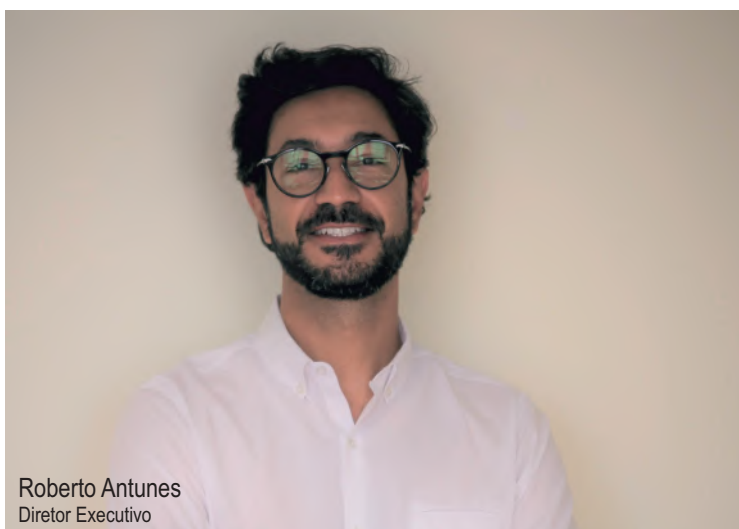
De que forma é que o NEST potencia o nosso país no que diz respeito ao turismo?

Consideramo-nos um pivot, dentro do ecossistema do turismo, que cataliza a inovação. Somos um agente que consegue entrar dentro deste sistema e recriar condições para que haja uma experimentação do que será mais importante para a competitividade no futuro. Em adição a experimentar, que fazemos de modo geral com suporte de espaços concretos como um hotel de aplicação onde selecionamos projetos transformadores, procuramos também manter o setor informado e cativado para a inovação através da discussão e disseminação de novas ideias e serviços que estão a entrar no setor.

Ajudamos na vertente de capacitação, apoiando as PME's (pequenas e médias empresas), desenvolvendo ferramentas de apoio e informação acessível, por exemplo, a título da sustentabilidade. E por fim, conectamos internacionalmente com outros com quem trocamos conhecimento e oportunidades. O turismo é um setor que, por natureza, já nasce de fronteiras abertas. Portanto, a conexão internacional é natural e é algo que queremos ter cada vez mais.

De que forma é que o turismo tem mudado ao longo dos últimos anos e como é que a tecnologia tem influenciado essa mudança?

Do ponto de vista do turismo, somos uma das nações mais competitivas do



Roberto Antunes
Diretor Executivo

mundo. Temos, inclusivamente, o primeiro lugar em matéria de infraestruturas. Temos um setor que se destaca exatamente porque tem vivido de uma boa estratégia e execução. Valorização do produto, oferta de qualidade superior, desenvolvimento das pessoas, coesão territorial, são áreas bem executadas pelo turismo e que retratam a transição de um destino de sol e mar de há umas décadas atrás para um destino de emoções e cultura portuguesa que é hoje em dia. Houve um entendimento, desde cedo, de que o turismo precisa de trabalhar muito em coordenação. Se um dos elos não funciona, a apreciação do produto turístico é colocada em causa. Por isso é que esta noção de estratégia tem sido a fórmula de sucesso do turismo, em Portugal. Não obstante, este setor tem das coisas mais tecnológicas e

desenvolvidas, no entanto, tem também áreas absolutamente desprovidas de tecnologia, por exemplo, uma boa base da oferta de animação turística não tem website, sem venda online. Temos, portanto, esta realidade muito díspar. Durante o período da pandemia, houve um grande despoletar de conhecimentos a nível tecnológico, uma grande evolução no uso da tecnologia digital. No entanto, é um pouco avassalador para muitas pessoas imaginar a quantidade de coisas que tem para escolha e a dificuldade passa por lidar com esta panóplia de possibilidades. A resolução passa por desenhar estratégias de crescimento que bem orientam para quais áreas são críticas e passíveis ao digital, sempre pensado como uma alavanca e não como uma área espartilhada e desligada das restantes.

Este é o grande pensamento para que possamos desconstruir e dar o salto na matéria.

Que turismo podemos esperar no futuro?

Este pensamento do caminho do futuro está muito bem pensado. O futuro do turismo é mobilizador de impactos económicos, ambientais, de oportunidade social. A visão futura passa pela sustentabilidade e pelo desenvolvimento das pessoas e dos territórios. Tornar o turismo "Smart" é uma grande aposta, pois dados e insights em uso para manter uma oferta adequada à procura é fórmula de sucesso. Melhorando ainda mais a qualidade da nossa oferta, poderemos galgar muito mais na competitividade e desenvolver inteligência e conhecimento da tecnologia aplicada ao setor que podemos também exportar. Estas alavancas estão muito bem descritas no Programa Reativar Turismo, que orienta o setor para o futuro. No final das contas, o que se pretende do turismo é que seja uma força para o bem. Foi muito importante para a nossa identidade, na última década, porque o mundo descobriu Portugal e nos deixou orgulhosos de quem somos e do que aqui construímos.

Axiz

As melhores soluções para o seu negócio de TIC



Somos um distribuidor líder em tecnologias e serviços digitais, fornecendo tecnologia de ponta aos nossos parceiros de negócios. Fazemos isso através do fornecimento de produtos de classe mundial e uma série de serviços internos de excelência. O nosso abrangente portfólio de produtos e serviços, em conjunto com nossa dispersão e valor acrescentado em todo o continente Africano, permite-nos entregar novas e avançadas tecnologias no mercado.



“A PROCURA DE TECNOLOGIA EM ÁFRICA ESTÁ A AUMENTAR”

Luís Rego é o diretor regional para os países africanos de Língua Portuguesa da Axiz, uma empresa que concebe e comercializa soluções digitais e tem como principal mercado o continente africano. O impacto pandémico e as consequentes mudanças no mercado de trabalho levaram à valorização da tecnologia, por parte de muitas empresas, mas Luís Rego explica que os desafios tecnológicos em África são diferentes, na sua conceção, daqueles existentes noutras geografias.



A quando da nossa última entrevista, a Axiz posicionava-se como uma empresa de soluções tecnológicas, essencialmente focada no mercado africano. Após um ano de pandemia e um 2021 em que as empresas puderam voltar ao trabalho de forma mais regular, que análise faz do impacto da tecnologia no contínuo funcionamento das empresas?

É preciso notar que em Moçambique os impactos decorrentes da pandemia Covid-19 e das medidas de mitigação associadas foram sentidos de forma diferente – e com timings diferentes – do que ocorreu em muitos países. E, por isso, também nos mercados africanos os desafios a resolver foram diferentes. As grandes empresas com filiais em mercados africanos implementaram o teletrabalho e os mesmos modelos de trabalho, reunião e tomada de decisão que as filiais europeias, asiáticas e americanas. Em muitos casos persistem até hoje estes mesmos modelos, reflexo da mudança verificada em muitas grandes empresas, onde os espaços de trabalho mudaram do escritório para casa ou para outros ambientes, aproveitando de forma plena a tecnologia e a disponibilidade de comunicações de banda larga.

Mas, em muitos mercados africanos, as PME não tinham e ainda hoje não têm acesso a essas facilidades com a mesma qualidade. A Covid-19 impactou estas empresas de forma mais “tradicional”, na redução das oportunidades de negócio, das vendas e dos cash-flows. Mas, graças às tecnologias de comunicação – muitas empresas conseguiram manter os seus quadros mais qualificados – e mais caros – a produzir, e por isso conseguiram evitar despedimentos em massa da mão de

obra mais qualificada.

Quais as soluções tecnológicas às quais as empresas mais recorreram, para assegurar esse mesmo funcionamento?

As nações africanas usaram as tecnologias de informação e comunicação para apoio em áreas desde o teletrabalho, à educação e saúde, para fins tão diversos desde o trabalho à distância até a técnicas inovadoras para gerir pacientes, monitorizar casos e divulgar informações para combater a propagação da Covid-19. Mas muitas outras aplicações de tecnologia floresceram durante a pandemia. Os pagamentos eletrónicos via POS e via internet, a utilização de dispositivos automatizados de disponibilização de bens (desde alimentos a sabonete), as tecnologias de diagnóstico médico (desde sensores térmicos até à telemedicina e geolocalização GPS de pacientes), as plataformas de software destinadas à educação (e-learning) ou ao comércio eletrónico (e-commerce), todas estas áreas tiveram um forte impulso durante a pandemia e, esperadamente, continuarão a aproveitar o momentum criado para alavancar o seu crescimento futuro.

África é um continente ainda com uma grande diferença entre a oferta e a procura de tecnologia. Essa diferença está, atualmente, mais esbatida ou ainda existe trabalho a fazer nessa questão?

Em África a procura de tecnologia está em forte crescimento porque, em todo o continente, as novas gerações têm necessidades tecnológicas muito semelhantes aos seus pares em outras geografias, especialmente ao nível das TICs. O mundo das comunicações, redes sociais, comércio eletrónico, e-learning mostra poucas assimetrias na procura. As taxas de

utilização da internet ou de propriedade de um telemóvel já não diferem muito de geografias mais avançadas. Mas o trabalho a fazer neste domínio é hercúleo. Em África, as comunicações móveis dominam, nunca existiram redes fixas baseadas em longas autoestradas de cabos a ligarem cidades, bairros e casas. A eletrificação rural chegará depois das redes móveis e não antes. As empresas já utilizarão as redes sociais como base da comunicação com o mercado, muito antes de terem uma página web ou um blog. Em África, o trabalho a fazer é o de satisfazer, com uma oferta barata e de qualidade, uma procura moderna de conteúdos locais baseados em hábitos globais.

Como avalia o conhecimento e importância que os líderes empresariais já atribuem às tecnologias, de forma a potenciar o investimento nas mesmas?

A pandemia Covid-19 e as medidas de mitigação implementadas por todo o mundo contribuíram de forma muito importante para a mudança de mentalidades ao nível da gestão de topo: foi a primeira vez que a maioria dos líderes de empresas com uma estrutura de decisão e relações de trabalho tradicionais tiveram de gerir trabalho à distância, reuniões não presenciais, equipas descentralizadas, sistemas de incentivos e recompensas baseados em performance e não apenas volume de trabalho, etc. A maioria dos gestores, neste momento, mostra maior propensão à manutenção destas novas relações de trabalho e, por isso, mostra-se disposto a investir nas tecnologias que as permitem.

Como pode a Axiz contribuir para uma maior formação e conhecimento das tecnologias existentes, para que os empresários possam reconhecer

nelas uma mais-valia para as suas empresas?

A Axiz tem um papel de facilitador. É simultaneamente parceiro logístico e de distribuição das grandes marcas de tecnologia – garantindo acesso e suporte local aos utilizadores empresariais em várias geografias – e parceiro de tecnologia e conhecimento das empresas e cidadãos nos mercados onde opera – cabendo-nos um papel essencial na oferta de soluções adequadas às necessidades de cada mercado e de cada projeto.

A retoma económica, que tem vindo a ser falada durante este ano, poderá efetivamente concretizar-se?

Os mercados africanos sofreram impactos de forma diferenciada, se compararmos com, por exemplo, os mercados europeus. A maioria das economias africanas teve períodos de recessão mais como consequência da redução de procura de outras geografias do que por via da redução da sua procura interna. E por isso têm sido os primeiros a recuperar.

Como lhe parece que evoluirá o setor tecnológico? Quais as próximas áreas da tecnologia a serem aposta para um melhor desenvolvimento empresarial?

Se a procura de tecnologia está a aumentar, estará sempre nos planos da Axiz evoluir e crescer nos mercados africanos onde opera, adaptando a sua oferta em contexto. E mantemos o nosso otimismo no crescimento do e-government, do e-commerce, do e-learning, da utilização de internet em geral, da utilização das comunicações móveis, da utilização do computador pessoal e da utilização de tecnologia no dia a dia em geral em todo o continente africano.

SOLUÇÕES CUSTOMIZADAS DE SOFTWARE PARA A GESTÃO EMPRESARIAL

A Winsig foi criada em 2008, tendo por isso 13 anos de experiência, e desde 2013 que é o maior parceiro PHC. Nuno Archer, CEO, realça as características da Winsig que a tornam um parceiro de confiança no que respeita a softwares de gestão para o dia a dia empresarial.

Como é que esta parceria pode ajudar os empresários que recorrem à Winsig para tomarem as tarefas diárias do seu negócio mais simples? A que setores conseguem dar resposta?

Procurámos, desde o início, assegurar que criamos as melhores soluções de gestão para os nossos clientes, customizadas para assegurar que estes conseguem rapidamente melhorar a rentabilidade e produtividade dos seus respetivos negócios, com claros benefícios para todo o seu ecossistema. Acreditamos que é esta abordagem, focada no cliente, que nos permitiu alcançar-nos à posição de maior parceiro PHC. Desenvolvemos soluções setoriais e transversais que complementam as funcionalidades base do PHC, com especial incidência no comércio por grosso, retalho, indústria e serviços, que são as nossas principais áreas de aposta e onde temos vindo a concretizar projetos de grande relevância.

O software ERP PHC permite às empresas uma gestão detalhada, rápida e simples dos processos de gestão diária da sua empresa. Como é feita a aplicação deste software às empresas que vos contactam?

São as nossas soluções que se adaptam a cada cliente, pelo que é necessário um trabalho prévio para identificar as principais preocupações e objetivos aos quais é necessário dar resposta. É desta forma que nós próprios nos distinguimos no mercado, uma vez que a elevada capacidade que a Winsig tem em criar soluções customizadas é uma das suas imagens de marca e mais-valias. A diferença primordial reside no nosso acompanhamento e proximidade dos clientes ao longo de todo o processo, para além do profundo conhecimento dos seus respetivos setores e das suas especificidades.

A rapidez e o aumento da rentabilidade são cruciais para levar a cabo as atividades empresariais hoje em dia. Como pode este software ajudar e simplificar esse mesmo “dia a dia”?

As soluções desenvolvidas pela Winsig permitem uma

otimização de processos, sendo que a implementação de uma solução completa e integrada torna possível gerir com sucesso as várias áreas de uma empresa: comercial, produção, técnica, financeira, gestão de recursos humanos, entre outras. Na prática, isto torna possível que os gestores e colaboradores de uma organização reúnam num só software todas as informações sobre um colaborador, cliente, faturação, ou vendas, ao invés de ser necessário utilizar diversos sistemas, interligar cada uma das áreas ou depender de folhas de excel.

Cada vez mais, é fundamental uma adaptação dos negócios ao digital e às aplicações. Como se posiciona a Winsig neste âmbito?

A Winsig oferece soluções de ponta que vão ao encontro das particularidades do mercado, e a digitalização é um processo que vem de longa data, mas que ganhou particular relevância e acuidade no contexto pandémico em que vivemos. Nesse sentido, temos reforçado a nossa aposta na digitalização dos processos dos clientes, que podem ir da implementação da fatura eletrónica ao desenvolvimento de novas aplicações.

Como antevê a recuperação económica, em Portugal, considerando todas as adaptações que o mercado laboral sofreu, em tão curto espaço de tempo?

Estamos a viver um clima de forte crescimento e que, acredito, permita que sejamos cautelosamente otimistas quanto às perspetivas de evolução económica. Existem riscos, do sobre-endividamento da economia às taxas de juro excepcionalmente baixas, que são riscos, assim como alguma instabilidade nas cadeias de fornecimento. Acreditamos, na nossa área específica de atuação, que a otimização e digitalização dos processos nas PME's portuguesas é crucial para a recuperação da economia nacional e a melhoria da produtividade do tecido empresarial, uma vez que esse é um processo inevitável que, caso rejeitado, poderá ditar a extinção de uma organização.



Nuno Archer
CEO

Como se adaptou a própria Winsig às novas solicitações do mercado? Quais as tendências, no que respeita aos softwares de gestão, que se adivinham no futuro?

A Winsig adaptou-se às imposições do mercado através do desenvolvimento de soluções que dessem resposta às novas necessidades dos clientes, sendo exemplo disso a nossa aposta em novos setores e parcerias, como a relação estabelecida com a Talient para a utilização da tecnologia RPA (Robotic Process Automation), que irá permitir a criação de novos produtos e impactar a eficácia dos nossos clientes. A par disso, acredito que a maior aposta irá ocorrer no reforço na desmaterialização e digitalização de processos, uma vez que cada setor tem o seu ritmo e alguns continuam a ter um longo caminho a percorrer.



(RE)CONSTRUIR O TURISMO



Luís Araújo
Presidente

O turismo continua a ser um setor fundamental na geração de valor e competitividade da Marca Portugal. Apesar dos desafios dos últimos tempos, mantemos o propósito de afirmar o turismo como hub para o desenvolvimento de todo o território, de modo a posicionar Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo.

É precisamente o tema da sustentabilidade que monopoliza atenções hoje em dia. Mas a verdade é que, já em 2017, inscrevemos esta questão no nosso plano estratégico a dez anos, na Estratégia Turismo 2027 (ET27), com metas específicas de sustentabilidade que impõem uma atuação nas suas várias dimensões: económica, social e ambiental.

Apresentámos também no início do ano o Plano Turismo + Sustentável 20-23, que revela bem a ambição que temos nesta área. É um plano

largamente consensualizado entre parceiros públicos e privados e vai ser o motor da sustentabilidade do turismo nacional. Mais recentemente, lançámos o Programa Empresas Turismo 360 que visa mobilizar todo o setor para os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas e destaca a importância de evoluir na visão da responsabilidade das empresas turísticas enquanto agentes de criação de valor para trabalhadores, fornecedores, clientes, comunidade, território e ambiente.

É assim que construímos o turismo do futuro, inovador e sustentável. Um turismo com uma oferta variada e original, que aposta nas especificidades de cada região para que o país cresça no seu todo.

Ao longo desta crise pandémica, o Turismo de Portugal manteve uma comunicação permanente e transparente sobre os esforços sanitários das empresas turísticas, plasmados no selo Clean & Safe. O nosso país é hoje visto, a nível internacional, como um

bom exemplo em termos de resposta da oferta turística, ao qual se alia a capacidade de resposta do Serviço Nacional de Saúde e o sucesso na operação de vacinação da população portuguesa.

Sem dúvida que ambas as vertentes contribuíram para que a imagem internacional de Portugal, já bastante forte na pré-pandemia, tenha saído reforçada enquanto destino seguro. Os indicadores que temos dos nossos principais mercados são extremamente animadores e revelam uma confiança, um apreço e valor muito relevantes.

Os resultados do Brand Asset Valuator (BAV), recolhidos em 2019 sobre a marca Portugal, mostram uma evolução muito positiva nos últimos anos nos mercados externos que foram analisados, mas também a nível interno. Portugal é hoje uma marca líder, capaz de atrair atenção e de converter em experimentação e estima, com capacidade de gerar um nível

superior de consideração e de valor. No conjunto dos mercados externos, Portugal é uma marca fortemente relacional, associada a soft skills, em processo de afirmação e valorização, uma consequência direta do nosso trabalho enquanto setor turístico.

Com esta base forte, é agora necessário retomar o nível da experiência positiva que tantos turistas conquistou no passado, progredindo no sentido de termos um setor mais resiliente e focado no caminho da sustentabilidade e da digitalização, colocando a qualificação e a formação como pontos fundamentais de sucesso.

Precisamos de evidenciar que o turismo é uma área profissional com futuro, com perspetivas de carreira e potencial de desenvolvimento pessoal e profissional únicos. Neste sentido, e concretizando uma das nossas missões mais relevantes - a de criar sinergias colaborativas entre todos os operadores de formação em turismo - estamos a desenvolver um conjunto de projetos colaborativos com outras entidades públicas que trabalham a formação em turismo para que, de forma mais articulada, todos possamos disponibilizar mais cursos e mais formação especializada incrementando, de forma significativa, o número de pessoas a estudar e a fazer formação em turismo.

Estamos, ainda, a trabalhar em projetos de valorização das profissões do turismo, em cooperação com as entidades de formação, com as associações do setor, e com as empresas, evidenciando o valor social e económico das profissões do turismo. A qualidade reconhecida da oferta turística nacional deve-se, em muito, a esta formação e ao projeto educativo das Escolas do Turismo de Portugal que tem vindo a ser construído de forma sólida e continuada.

“O PAPEL DO CONTABILISTA TEM VINDO A REFORÇAR-SE”

Paula Duarte é contabilista certificada e sócia da JCB Contabilidade, uma empresa totalmente adaptada ao desenvolvimento tecnológico e com clientes nos vários setores de atividade. Relativamente a 2022, a expectativa é otimista, mas Paula Duarte relembra que podem surgir dificuldades.

Como definiria a forma de trabalhar da JCB Contabilidade?

A JCB começou em 1997, ainda sob a forma de ENI. Em 12/2001 foi criada a sociedade por quotas. Em termos geográficos, a carteira de clientes situa-se maioritariamente nos concelhos de Barcelos, Braga, Esposende e Famalicão. Neste momento, temos cerca de 200 clientes entre médias, pequenas e microempresas (100) e empresários em nome individual (100). Além disso temos 10 IPSS (setor social) e seis Juntas de Freguesia.

O papel do contabilista tem vindo a reforçar-se e a ser mais valorizado pelos empresários/decisores. Passou a ser um consultor. A JCB Contabilidade 3.0, tem vindo a acompanhar essa mudança de paradigma e desde há alguns anos tem alargado os seus campos de atuação – nomeadamente, a fazer as simulações de resultados previsionais periodicamente, planeamento fiscal (não abusivo), a introduzir a digitalização e acesso a informação do cliente online, formação ao empresário/gestor ao nível da gestão e contabilidade, etc. Ao nível das IPSS, estamos a apostar na elaboração de um diagnóstico transversal (contabilidade, apoio técnico, legal) a toda a instituição, para aferir as áreas de atuação principais para a nossa intervenção. Neste momento temos vários

projetos/marcas, sendo a principal a Contabilidade 3.0, a smartIPSS e a smartFreguesia, duas marcas/projetos que estão na fase de arranque e um novo projeto que surgiu para responder a uma necessidade emergente da pandemia - a oitava – agência criativa para o marketing digital.

Enquanto contabilista, quais diria serem os principais problemas existentes neste setor, que necessitam de alteração rápida?

O setor da Contabilidade debate-se com vários problemas: honorários baixos; elevado número de obrigações declarativas ao longo de todo o ano; redundância de várias obrigações declarativas a vários organismos estatais contendo a mesma informação; sistema fiscal português complexo.

Fiscalmente, como se caracterizam as IPSS e qual o papel do contabilista junto das mesmas?

As IPSS são entidades do setor não lucrativo com características específicas, quer a nível técnico, quer a nível de funcionamento. Um dos grandes problemas que, na minha opinião, transcende estas entidades são as Direções pouco profissionais/especializadas, uma vez que, na generalidade, não são remuneradas e assim pouco apelativas a pessoas mais qualificadas. Assim, o contabilista



Paula Duarte
Contabilista certificada e sócia

assume também os papéis de consultor, formador e de apoio à Direção e Direção Técnica para a tomada de decisões. Ao nível da fiscalidade, estas entidades detêm benefícios fiscais, sendo importante o papel do contabilista para que as apoie de forma a maximizar estes benefícios.

Quais são os desafios que as IPSS enfrentam, em época de crise financeira?

A disponibilidade dos mecenas é menor em situação de crise financeira e as necessidades de apoio social aumentam, de forma mais acentuada. Outra questão que está diretamente associada a estas instituições são as suas receitas próprias (as mensalidades cobradas aos utentes),

dado que as mesmas são cobradas conforme regras da Segurança Social, mediante os rendimentos do agregado familiar, logo menos rendimentos, menos receitas.

Como antecipa, enquanto contabilista, a forma como a economia nacional se comportará no próximo ano?

Estamos otimistas. O PRR trará grandes oportunidades para as empresas, IPSS's e autarquias. Existem fatores de incerteza: a crise dos transportes, a falha das matérias-primas, a falta de mão de obra e a incerteza de um Governo estável, além da demora no controlo da pandemia e as novas variáveis do coronavírus. O setor exportador irá definir como se vai comportar a economia portuguesa.



“OS CONTABILISTAS SÃO INDISPENSÁVEIS NO MERCADO EMPRESARIAL”

A Contar Mais – Contabilidade é uma empresa que presta serviços de Contabilidade, Assessoria Fiscal e Apoio à Gestão, cujo principal objetivo é destacar-se junto dos seus clientes, enquanto parceiro. Com a pandemia, os contabilistas certificados foram essenciais na ajuda aos empresários e Nuno Freitas, diretor da empresa, assegura que esta classe profissional está muito bem habilitada a acompanhar as empresas portuguesas.



Nuno Freitas
Contabilista Certificado

novos objetivos face aos novos desafios económicos que a pandemia nos trouxera. Sem esquecer que as medidas criadas pelo Governo, ainda que úteis, nem sempre foram bem compreendidas pelos empresários e estivemos presentes desde a primeira hora para lhes facilitar a vida e ajudar a manter os negócios e postos de trabalho.

Quais os serviços mais solicitados?

Quando um cliente nos procura, numa primeira fase, pretende uma consultoria prévia, onde são abordados alguns temas, principalmente incentivos de negócio, a fiscalidade inerente a essa atividade, em que medida podemos ajudar a que a empresa progrida. Hoje em dia, o cliente é mais exigente e, portanto, quando agenda connosco uma reunião é para perceber se realmente somos o parceiro ideal para o seu negócio/projeto.

As moratórias ainda em curso terminam no final de dezembro. Como antecipa que o mercado se comporte nesse momento?

Sem dúvida que as moratórias foram um balão de oxigénio para as empresas, pois permitiu a sobrevivência financeira a quem foi mais afetado pela Covid-19, permitindo ter cash-flow suficiente para liquidar ordenados e outros custos fixos inerentes à atividade empresarial. Até à divulgação desta nova variante, os níveis de procura encontravam-se situados ao pré-pandemia, o que se alinhava com as previsões de crescimento para este ano. Com esta nova variante e devido, naturalmente, ao medo, dispararam fortemente os cancelamentos em restaurantes, hotéis e outras atividades que vivem sobretudo do lazer. O setor bancário e o próprio Estado devem ter um papel mais ativo. Nós aqui estaremos para continuar a esclarecer e a fazer o possível para que cada negócio sofra o menor impacto possível.

A área da Contabilidade e Consultoria está a atravessar um período de digitalização. Como se posiciona a Contar Mais sobre esta questão?

Tendo em conta que surgimos em 2018, a nossa visão, como empresa, já se encontra integrada na era da digitalização, ou seja, temos clientes de norte a sul do país, além de outros países, como Brasil, Angola, Estados Unidos, etc. Como tal, era impensável não estarmos integrados nesta tecnologia. Para nós não houve qualquer perturbação no nosso trabalho, nomeadamente nos confinamentos, sobretudo no teletrabalho, pois todo o nosso sistema centra-se, numa grande parte, nos sistemas cloud.

Como vê o papel do contabilista, considerando o pré-pandemia e o pós-pandemia? Os desafios mudaram?

Os contabilistas certificados têm um papel indispensável no mercado empresarial, nomeadamente, no apoio e acompanhamento junto dos empresários, alertando sempre para a importância de cumprir com as suas obrigações fiscais. Esta fase de incerteza mostrou que a nossa classe se encontra perfeitamente preparada para os desafios mais variados e com um grau de exigência enorme, pois diariamente lidamos com todo o tipo de informação, desde fiscal, contributiva, jurídica, entre outros.

Para 2022, quais os objetivos a atingir para a Contar Mais?

Um dos objetivos para 2022 passa por disponibilizar aos nossos clientes, em tempo real, a informação económica-financeira, contabilística e de recursos humanos através da nossa plataforma cloud, em que os mesmos podem acompanhar o desempenho da sua empresa.



www.contarmais.pt

E: geral@contarmais.pt | T: 222 468 303

AZZUR PORTUGAL: UM CAMINHO DE CRESCIMENTO

Fundada em 2019, a Azzur Portugal dedica a sua atividade a serviços de Contabilidade, Consultoria de Negócios, Assessoria Fiscal e Recuperação de Empresas. João Rita, diretor da Azzur Portugal, sublinha que o objetivo primordial da empresa é ir ao encontro das necessidades financeiras dos seus clientes.

Considerando que este ano e o de 2020 foram fortemente influenciados pela pandemia, como vê a situação das empresas nacionais, no que diz respeito à sua solidez financeira e à capacidade de resiliência futura?

Resiliência e capacidade de resistência têm existido sempre por parte das empresas portuguesas. A ideia que temos é que as empresas do nosso país não são devidamente sólidas em termos financeiros. Não nos podemos esquecer que mais de 90 por cento do tecido empresarial em Portugal é formado por microempresas. Em grande parte, são empresas familiares, em que o negócio está dependente de financiamentos bancários. Com o fecho de estabelecimentos por decreto, as empresas tiveram um corte obrigatório nas suas receitas. Deixaram de poder laborar e, por conseguinte, foram agravando as suas fragilidades. A verdade é que, com esta resistência do tecido empresarial, as coisas se foram compondo.

A questão das moratórias colocar-se-á de novo no final do ano. Que impacto poderão vir a ter no tecido empresarial nacional e na “retoma económica” anunciada?

Infelizmente, prevejo que um dia vamos ter de pagar estas moratórias. É dinheiro que está em dívida nos Bancos e, portanto, vão ter de ser elaboradas medidas para amenizar a situação, acima de tudo, para o lado das famílias e, posteriormente, para o lado das empresas. O impacto final, certamente, vai ter de ser pago através de impostos. Como todos nós, eu desejo que não haja mais confinamentos. Se assim for, penso que a Economia continuará a crescer mais rapidamente. No entanto, eu questiono: hoje em dia, estão a ser tomadas medidas para o crescimento das empresas e da Economia? Nada é feito. Tudo aquilo que vai existindo é graças à resiliência dos empresários e do tecido empresarial em Portugal. Tudo isto é feito



João Rita
Diretor

singularmente e eu lamento que assim seja.

Quais as alterações efetuadas à forma de trabalhar da Azzur que poderão ser instituídas para o futuro laboral da empresa?

Notamos que, cada vez mais, fazemos Consultoria em detrimento de Contabilidade. Neste último ano, sentimos a procura por um apoio de Consultoria na tomada de decisão. É precisamente isso que nós transmitimos aos nossos clientes: foquem-se na vossa atividade, que nós estamos cá para tratar do resto. Ultimamente, temos tido a procura de muitos clientes estrangeiros. São esses investidores que colocam o dinheiro em Portugal, porque existem boas oportunidades de investimento. Temos regimes que são vantajosos para essas pessoas, o que vai promover

o crescimento da nossa Economia e criar empregos no nosso país. Portanto, existe uma nova abordagem por parte das pessoas e uma nova mentalidade. Obviamente que a Contabilidade vai estar sempre presente, mas, cada vez mais, o contabilista assume também o papel de consultor.

Seria importante que os empresários portugueses tivessem alguma formação antes de, efetivamente, criarem um negócio?

Completamente. Seria interessante haver um curso básico que lhes transmitisse o know-how necessário para dar os primeiros passos. Muitas vezes, as pessoas querem abrir o seu negócio e não têm noção do problema que está por detrás disso. Há impostos para pagar, responsabilidades, deveres e obrigações enquanto empresário. Portanto, eu acredito que era bom existir um curso, onde fossem abordadas temáticas em termos de fiscalidade, legislação laboral e responsabilidade ética.

Que futuro está reservado para a Azzur?

Aquilo que nós sentimos é que, cada vez mais, temos uma maior interação com os clientes antigos. Eles começam a perceber que nós estamos cá para os ajudar na tomada de decisão. Da parte dos clientes novos, sentimos que precisam realmente de apoio para montar um negócio. Cada vez temos mais solicitações sobre dúvidas que, antigamente, não se colocavam. Portanto, isto indica a tendência da consultoria em termos futuros. As perspetivas para a Azzur Portugal em 2022 são, por isso, as melhores: é continuar a crescer em termos de número de clientes, de faturação e sermos uma empresa cada vez maior e mais reconhecida no mercado.

AZZUR | PORTUGAL
Advisory & Accounting

Finpartner

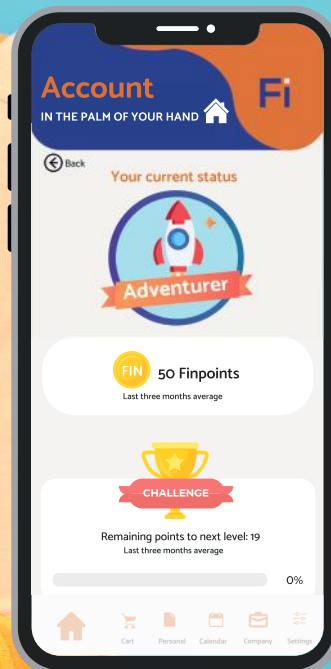
YOUR BUSINESS PARTNER

YOUR
BUSINESS
PARTNER

ACCOUNTING CONSULTING MANAGEMENT PAYROLL

visit finpartner.pt

and talk with us



(+351) 21 099 5932



“PORTUGAL TEM DE SIMPLIFICAR O INVESTIMENTO ESTRANGEIRO”

A Finpartner é uma empresa posicionada a nível nacional e internacional, nas áreas da Contabilidade e Consultoria. Com a maioria da sua carteira de clientes concentrada em empresas de capital estrangeiro, a Finpartner considera que será possível às empresas ultrapassarem a crise causada pela pandemia, no entanto a administradora, Daniela Esteves, aponta questões burocráticas como um dos principais problemas que Portugal precisa de resolver se quiser aumentar o investimento internacional.



Daniela Esteves
Administradora

No ano em que celebram 15 anos, e sendo este um ano em que estamos a sair da pandemia, que lições tira da forma como se podem posicionar no mercado?

Foi sem dúvida um ano muito desafiante, devido à pandemia Covid-19. Apesar disso, conseguimos manter a nossa trajetória crescente no que toca à consolidação da nossa atividade e à expansão para alguns serviços secundários. Tivemos de fazer várias adaptações extremamente rápidas, como foi o caso do teletrabalho e a criação de meios de comunicação adicionais com os nossos clientes, pois, para nós, era importantíssimo que o trabalho de equipa, que é um dos nossos principais eixos, se mantivesse e se reforçasse e que a proximidade que incentivamos junto dos nossos clientes não fosse afetada. O teletrabalho foi uma viragem de paradigma para nós, e sem dúvida uma das lições que retirámos deste ano.

A Contabilidade é uma área que, tradicionalmente, envolve muita documentação física, mas com a passagem para a modalidade de trabalho à distância foi necessário aderirmos à desmaterialização documental. A proximidade com o cliente diria que foi outra das lições mais importantes que retirámos. Antes da pandemia não havia o hábito de fazer reuniões digitais, e com esta nova realidade acabou por ser algo interessante, pois assim que começámos a adotar estas novas ferramentas de comunicação de forma frequente, sentimos que tínhamos mais contacto com os nossos clientes do que antes da pandemia.

A Consultoria é, cada vez mais, uma parte fundamental do desenvolvimento das empresas. Quais as dificuldades mais comuns que encontram quando iniciam um trabalho deste género?

A dificuldade mais comum com que nos deparamos é o excesso de burocracia, o que às vezes acaba por ser determinante quando o cliente quer decidir se investe ou não em Portugal. Para além disso, também notamos que, por vezes, certos organismos do Estado têm uma comunicação deficitária entre eles e mesmo entre os organismos e os potenciais investidores. Estes problemas constituem entraves ao nosso trabalho, pois torna-se difícil fazer um planeamento exato de quais os procedimentos a seguir, quanto tempo será consumido e custos inerentes a determinados investimentos e projetos. Em 2020, Portugal colocava-se no 10º lugar das economias mais atrativas para o investimento direto estrangeiro, todavia considero que é premente a necessidade de melhorar e simplificar procedimentos, para que não seja um entrave na hora de decidir investir ou não em Portugal.

Como veem os empresários nacionais este serviço? Ele já é encarado com a importância devida?

A nível nacional, creio que começa a haver mais consciência por parte dos empresários de que o serviço de Consultoria, como complemento ao serviço de Contabilidade, é uma peça fundamental no desenvolvimento e manutenção do negócio. Ainda assim, sentimos alguma resistência e a catalogação fácil de que o trabalho de um contabilista se resume a contabilizar documentos e/ou entregar declarações fiscais. Mas creio que essa mentalidade começa a ser alterada, acredito igualmente que essa mudança tenha que ser impulsionada pelos profissionais da nossa área.

Como pode a Finpartner ajudar as empresas suas clientes a desenvolverem o seu negócio e a crescerem?

Acreditamos que podemos ajudar ativamente, através dos nossos serviços de qualidade que, aliados às nossas equipas de profissionais, proporcionam um serviço “costume made” aos nossos clientes. Nós trabalhamos divididos por equipas, havendo equipas responsáveis pelos serviços de Contabilidade & Consultoria, Representação Fiscal, IRS e Processamento Salarial. Os elementos de cada equipa tendem a estar focados nos temas pelos quais estão responsáveis, procurando uma atualização constante, de forma a poderem proporcionar soluções adequadas à realidade de cada cliente.

É desta forma que acreditamos que podemos fazer a diferença junto dos nossos clientes, contribuindo de forma ativa para o crescimento e desenvolvimento dos seus negócios.

paulatinamente a sua atividade, principalmente desde o levantamento das restrições de circulação. Claro está que o sucesso deles também estará muito condicionado por fatores externos, nomeadamente, caso a

política com que nos deparamos atualmente e que terá repercussões na vida das empresas e dos particulares e que terá necessariamente impacto na atração de investimento estrangeiro. Por outro lado, se a pandemia se mantiver controlada e não forem decretados mais confinamentos internos e/ou externos acredito que a trajetória possa começar a ser ascendente, aliando a isto medidas de atração e manutenção do investimento e de algum alívio fiscal.

No que respeita à Finpartner, quais são os objetivos, a médio prazo, que possa partilhar?

Relativamente aos nossos objetivos, passam por continuar a consolidação das nossas áreas-chave, continuando a certificação de qualidade das mesmas. Isto aliado à continuação do investimento que temos realizado na área tecnológica, de forma a nos permitir agilizar tarefas e tornar-nos mais eficientes. Uma das áreas tecnológicas que gostaríamos de estudar e explorar a sua aplicação à nossa atividade é a tecnologia blockchain, que apesar de estar muitas vezes ligada às criptomoedas, tem outras utilidades que poderão aportar mais-valias ao nosso trabalho. Gostávamos igualmente de apostar na transição verde, melhorando o nosso arquivo digital e eliminar ao máximo o uso de papel. Para além de tudo isto, a internacionalização da marca continua a ser um dos nossos maiores objetivos, pelo que continuaremos a trilhar esse caminho.

Em 2020, Portugal colocava-se no 10º lugar das economias mais atrativas para o investimento direto estrangeiro, todavia considero que é premente a necessidade de melhorar e simplificar procedimentos, para que não seja um entrave na hora de decidir investir ou não em Portugal.

Enquanto empresa ligada à Contabilidade e Consultoria, que análise faz da capacidade das empresas se “reerguerem” e a retoma económica ter lugar?

As empresas com que trabalhamos, na sua maioria, têm capital estrangeiro privado, com um baixo grau de endividamento, pelo que nos parece possível a retoma das mesmas, já que a dependência de capital alheio é reduzida ou mesmo nula. Os clientes coletivos nacionais com quem trabalhamos, apesar da redução da atividade derivada da pandemia, estão agora a conseguir recuperar

pandemia volte a agravar-se e se o confinamento voltar a ser novamente uma realidade. Acredito que o papel do Estado também será decisivo para que a Economia, como um todo, possa prosperar.

Relativamente ao próximo ano, que análise faz da possibilidade de ser um ano de retoma?

Relativamente ao próximo ano, tenho sentimentos contraditórios. Por um lado, encaro com algum ceticismo que tenhamos um bom arranque no próximo ano, com a instabilidade

INTERNACIONALIZAR PARA MOÇAMBIQUE

Convida-se o leitor a “googlar” e recolher informação genérica sobre a história de Moçambique, do seu afável povo, do seu abençoado clima, dos seus imensos recursos hídricos e naturais. Este país banhado pelo Oceano Índico faz fronteira com a Tanzânia (norte), Malawi e Zâmbia (noroeste), Zimbabwe (oeste) e África do Sul e Eswatini (ex-Suazilândia) (sudeste). Habitualmente chamado de “Pérola do Índico”, Moçambique apresenta uma imensidão de oportunidades de investimento e negócio.



Fernanda Lopes
Managing partner

Moçambique é membro da União Africana, da Commonwealth Britânica, da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), da União Latina, da Organização da Conferência Islâmica, da Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral (SADC) e da Organização Internacional da Francofonia.

O crescimento económico deste país tem assentado nos chamados megaprojectos (carvão, gás natural, energia e inerentes infraestruturas), sectores de investimento de tecnologia de ponta e consequentemente de valor bastante elevado. Estes grandes projectos abrem portas a toda uma logística a montante e a jusante susceptível de gerar muitas oportunidades associadas.

Moçambique tem criado expectativas elevadas sobre o impacto dos megaprojectos. Mas na verdade, o que

permite gerar níveis significativos de oportunidades, directas e indirectas, de emprego são os investimentos de pequena escala e sobretudo de mão de obra intensiva. Vem-nos à memória um estudo das Nações Unidas sobre a Política de Investimento em Moçambique, segundo o qual “... O investimento estrangeiro de dimensão relativamente modesta oferece uma excelente combinação com a estrutura económica de Moçambique...” e permite alcançar a “... necessidade crucial para a criação de emprego e redução da pobreza...”. Devem, pois, ser acarinhad os investimentos mais modestos.

Sendo certo que a economia do país tem maioritariamente por base a agricultura (cerca de 23% do PIB), a industrialização (processamento, armazenamento, conservação, distribuição e comercialização) da crescente produção agrícola representa um desafio e oportunidade de negócio. Mas e para além do tecido industrial, há espaço noutras áreas, de que o sector de turismo é exemplo, já que o país tem uma costa de quase 3.000 km, o que representa também oportunidade de investimento a desenvolver.

Moçambique é um país aberto ao investimento directo estrangeiro. O investidor português fica seguro face ao Tratado Bilateral de Investimento Moçambique-Portugal. O investidor português fica confortável, face ao Tratado de Dupla Tributação Moçambique-Portugal, sendo tributados a 15% os dividendos, e a 10% os juros e royalties.

A Lei de Investimento (Lei nº 3/93, de 24 de Junho) não torna obrigatória a prévia aprovação/autorização de projecto de investimento que envolva estrangeiro (não moçambicano).

Contudo, a obtenção de incentivos ao investimento depende da emissão de licença de investimento pelo

AIPEX (Autoridade de Investimento Estrangeiro). Essa licença de investimento pressupõe um investimento mínimo de 7, 5 milhões de Meticais (cerca de € 95.000,00), nos termos do Regulamento da Lei de Investimento (Decreto nº 43/2009, de 21 de Agosto e suas alterações Decreto nº 48/2013, de 13. De Dezembro e Decreto nº 20/2021, de 13. Abril). Na definição de investimento estão englobados todos os fundos que sejam aplicados no país, não só capital social, mas ainda outros, seja qual for o respectivo título (capital social, suprimentos, prestações suplementares de capital).

Os incentivos que podem legalmente ser concedidos, em geral, respeitam a:

a) Livre repatriamento de capitais para o exterior e reexportação de capital investido, observada que seja a Regulamentação Cambial em vigor (Lei nº 11/2009, de 11 de Março, conhecida como Lei Cambial e sua regulamentação); e,

(b) Incentivos fiscais e aduaneiros gerais, concedidos ao abrigo do Código dos Benefícios Fiscais e respectivo Regulamento (Lei nº 4/2009, de 12 de Janeiro e Decreto nº 56/2009, de 7 de Outubro) (a título de exemplo, isenção do pagamento dos direitos aduaneiros e do IVA na importação de certas mercadorias e máquinas; crédito fiscal para investimento em novos activos corpóreos adquiridos e utilizados no âmbito do projecto de investimento; deduções ao rendimento tributável de IRPC do investimento em formação profissional).

A contratação de mão de obra estrangeira está sujeita a autorização prévia do Ministério do Trabalho (Decreto nº 37/2016, de 31 de Agosto).

A abordagem geral acima feita não dispensa a consulta detalhada das leis e regulamentos aplicáveis.

POR UM MUNDO MAIS VERDE

Em Dezembro do ano passado escrevia aqui que a crise pandémica veio, de forma positiva, revelar uma contra-crise. Imediatamente começámos a ouvir falar de cidades mais verdes, de edifícios mais sustentáveis. Assistimos à aceleração de novas políticas e ferramentas que visam a Transição Digital e a Transição Verde, em conformidade com o Pacto Ecológico Europeu.

Em julho de 2020, o Governo português apresentara a Visão Estratégica para o Plano de Recuperação Económica e Social de Portugal 2020 – 2030, um documento que omitia quase por completo a Arquitetura, Urbanismo e Paisagem, no combate à emergência climática e no alcançar a neutralidade carbónica, na recuperação económica e social da Europa pós-Pandemia.

Mas fomos um dos primeiros países a submeter e a ver aprovado o seu PRR pela Comissão Europeia: Recuperar Portugal, Construindo o futuro. E, neste instrumento, verificamos que a ênfase – e o investimento – recaí, precisamente, sobre a Arquitetura, o Urbanismo e a Paisagem, seja nas componentes Habitação, Cultura – através da Requalificação do Património –, Respostas Sociais, Serviço Nacional de Saúde, Infraestruturas, Eficiência Energética dos Edifícios ou Mobilidade Sustentável.

Sabíamos que não poderia ser diferente. Afinal, a construção é responsável por 40% da emissão de CO2. Isso responsabiliza-nos a todos – políticos, projetistas e cidadãos – naquilo que construímos.

O PRR é, assim, um colossal pacote de obras públicas que procura a construção de “uma Europa mais verde, mais digital e mais resiliente”. E como colossal pacote de obras públicas que é, é também um problema de contratação pública e de capacidade de resposta a esta contratação. Mas, a meu ver, é sobretudo um problema de gestão pública da contratação pública.



Gonçalo Byrne
Arquiteto e Presidente

Portugal tem mais de 27 000 arquitetos, essenciais e indispensáveis no planeamento, projeto e construção, essenciais na resposta à habitação, à cultura, aos problemas sociais, à eficiência energética, à mobilidade sustentável, entre outros. Projetistas fundamentais para a concretização de uma percentagem muito significativa da execução do PRR. Apenas na componente habitação, o PRR concentra um investimento de 2733 milhões de euros. Hoje, passados os confinamentos impostos pela Covid-19, todos olhamos para a habitação como bem fundamental [que já o era], mas valorizamos características e qualidades que a crise pandémica veio revelar como fundamentais.

Quando ouvimos falar de PRR, inevitavelmente ouvimos falar de urgência. E, não há como recusar a urgência: trata-se de um plano de emergência com execução até 2026. Mas temos de dar a resposta que permita suprir carências estruturais ao nível do parque edificado, sem descuidar a relação com o espaço público, que importa valorizar, e assegurando a

eficiência energética. Falar de sustentabilidade e de resiliência é falar de durabilidade e de qualidade, e a urgência que enfrentamos agora é inimiga da durabilidade.

Precisamos de uma atuação mais consequente da administração pública que se conforme com a urgência que o País enfrenta. Precisamos de nos reinventar, dar resposta à urgência que o PRR impõe, encontrando as regras de uma contratação pública que nunca perca de vista a qualidade do que vamos construir, assegurando o bem comum e o interesse público.

Portugal é um dos países que será mais afetado pelos efeitos das alterações climáticas. A qualidade das intervenções é essencial para melhorar a qualidade de vida e para a mitigação das alterações climáticas, seja por via da eficiência energética e redução/eliminação da pegada carbónica, seja pelo fator tempo e a durabilidade da intervenção, tanto em reabilitação como em construção nova.

Assistimos com preocupação ao aumento dos custos logísticos e das matérias-primas, em parte resultado da redução da atividade económica, imposta pelo combate à pandemia e preocupa-nos a possível falta de mão de obra e escalada dos preços dos materiais de construção.

Devemos procurar novas possibilidades de materiais e processos construtivos, sempre garantindo qualidade do que construímos e a sua sustentabilidade na procura da neutralidade carbónica.

Como em dezembro de 2020, este continua a ser um processo em desenvolvimento. Continua a ser preciso estabelecer objetivos e estratégias para, como arquitetos num projeto, ir fazendo escolhas, abrindo janelas, espreitando o futuro, “caminhando e medindo”.



damos Valor às histórias

Todos os meses.

A CENTRALIDADE DA SAÚDE MENTAL EM TODAS AS POLÍTICAS



Prof. Doutora Maria João Heitor
Médica Psiquiatra e Presidente da Sociedade Portuguesa de Psiquiatria e Saúde Mental (SPPSM)

Em maio de 2020 o secretário-geral das Nações Unidas emitiu um conjunto de recomendações para promover a saúde mental no contexto da pandemia, porque, no entender de António Guterres, “o vírus da COVID-19 não está apenas a atacar a nossa saúde física, também está a aumentar o sofrimento psicológico”, e acrescentava “a saúde mental está no centro da nossa humanidade”.

Cerca de metade das doenças mentais emerge antes dos 14 anos e 75% até aos 25 anos de idade (Kessler et al., 2005 e 2007). Um quarto dos DALYs (Disability-Adjusted Life Years) para perturbações mentais e uso de substâncias ocorre na juventude (Global burden of disease study, 2016). Na idade adulta, Portugal tem cerca de 23% de prevalência anual de perturbações psiquiátricas, uma das mais elevadas da Europa (Almeida et al., 2013).

Ao longo da pandemia, os sintomas reportados (<https://sm-covid19.pt/>, 2020-2021) são amplamente superiores ao habitual para a ansiedade, depressão e perturbação de stress pós-traumático. Igualmente, os consumos (álcool, tabaco, cannabis) e a utilização abusiva de videojogos terão aumentado. Estudos nacionais durante a pandemia revelaram que ser mulher ou ter dificuldades na conciliação entre trabalho e família são preditores de sofrimento psicológico, comuns à população geral e a profissionais de saúde.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) publicou o Atlas da Saúde Mental 2021 onde são patentes profundas desigualdades, entre 171 estados-membros. Olhando para os países com elevado rendimento, onde Portugal se inclui, sabemos que há enormes diferenças e muitas pessoas poderão estar ao nível sanitário de países com menor rendimento.

Há três aspetos que a nível global a

OMS refere continuarem em défice e que podemos transpor para a realidade portuguesa: o baixo investimento financeiro que tem sido alocado à saúde mental; a limitação de acesso a intervenções farmacológicas, psicossociais e comunitárias, dirigidas a pessoas com doença mental; a capacidade reduzida nos sistemas de informação.

Apesar da qualidade dos recursos humanos, há carências no Sistema Nacional de Saúde, no Serviço Nacional de Saúde (SNS) em particular. As respostas são insuficientes para cobrir as necessidades resultantes do aumento da procura por pessoas com morbilidade psiquiátrica, incluindo situações de demência com o envelhecimento populacional. No ambulatório espera-se, por vezes, um ano entre consultas da especialidade.

Parte das respostas estão a ser colmatadas por IPSS do setor social da saúde, sobretudo nos internamentos de média e longa duração. Para a doença mental grave, é urgente o alargamento da rede nacional de cuidados continuados integrados de saúde mental que continua muito deficitária. Embora em 2 de dezembro tenha sido aprovado em Conselho de Ministros um novo decreto-lei que estabelece os princípios gerais e as regras da organização e funcionamento dos serviços de saúde mental, condição importante na operacionalização do Plano de Recuperação e Resiliência (PRR), quem nos garante a sustentabilidade deste plano no que toca à alocação de recursos humanos?

Mas temos de começar muito antes, em autocuidados básicos e mobilização de medidas que promovam o bem-estar e a resiliência desde a infância.

Uma saúde mental positiva tem um papel preventivo e reparador. Para uma boa saúde mental há que envolver outros setores para lá da saúde (segurança social, educação, emprego, ambiente e tantos outros), numa perspetiva de saúde mental em todas as políticas e de desenvolvimento de políticas públicas saudáveis. Precisamos de novos modelos de intervenção, adaptados aos desafios atuais. Contudo, não podemos gastar recursos em vão. Há instrumentos que identificam, antes de um programa ou legislação serem implementados, quais os potenciais efeitos, positivos e negativos, na saúde. Uma destas ferramentas é a avaliação de impacte na saúde, o health impact assessment (HIA), de informação aos decisores (Gothenburg, 1999; Heitor & Pereira Miguel, 2009) e que tem faltado em Portugal.

Não podemos funcionar em silos estanques. Há que criar sistemas mais integrados que reduzam as desigualdades em saúde, sociais e económicas, que façam frente à emergência climática, e que proporcionem promoção da saúde mental, prevenção da doença mental e os cuidados certos, no local certo e na altura certa, fazendo uso de fatores humanos e ambientais para construirmos culturas de segurança mais robustas.

PREPARAR A MENTE PARA UMA VIDA Sã E EQUILIBRADA

A Vomap desenvolve a sua atividade desde 2007, na área da Psicologia, especificamente em Psicologia Clínica, do Tráfego, Educacional, Vocacional e Organizacional. Além disso, a psicóloga e diretora clínica do espaço, Vitória Ortega, desenvolveu um método de Autorregulação emocional e cognitiva que, aplicado a crianças, ajuda a regular as emoções e os comportamentos.

Que análise faz destes anos de trabalho e das mudanças sociais subjacentes?

São 14 anos a construir pontes inclusivas com os nossos parceiros. As transformações sociais acontecem a um ritmo veloz, as mudanças que decorrem diariamente potenciam as desigualdades sociais. Devemos urgentemente reescrever o percurso na prevenção, com linhas basilares orientadas para a tolerância e equidade. Trabalhamos na prevenção, com objetivo na transformação de consciências para uma sociedade empática.

Desenvolvem um método chamado Autorregulação emocional, cognitiva e, mais recentemente, em ambiente desportivo. Como descreveria este método?

O método nasceu no meu consultório, inspirado no tratamento psicológico de professores portadores de doença mental, que os impedia de sentirem empatia pelos alunos. Utilizei técnicas de relaxamento psicológico, imagética guiada e princípios do condicionamento. Com o decorrer dos anos e considerando a evolução constante da Neurociência, acerca da atividade cerebral e efeitos do stress no sistema humano, o método foi melhorado. Investigações neurocientíficas revelam como o stress diminui o tamanho dos neurónios e leva à sua perda, evidenciando as alterações neurofisiológicas positivas alcançadas por meio da meditação, uma forma de regulação do stress, reforçando assim a constante preocupação em manter atividades que

reduzam e ensinem a autorregular a emoção e o comportamento. A atividade é executada na sala de aula, com as crianças sentadas nos seus lugares habituais, durante um período temporal que pode variar de quatro a 15 minutos, consoante a idade e ciclo de estudos. Os guiões são adaptados em forma e discurso às diversas faixas etárias e construídos segundo uma metodologia definida. Desta forma, a intervenção é feita diretamente no subconsciente, neste estado mental potenciador das aprendizagens, criando assim recursos internos permanentes, através da interiorização de um sistema de valores e crenças, desenvolvendo a consciência moral e educação pró-social. Relativamente ao meio desportivo, assinámos protocolo com o Grupo Desportivo Águias de Camarate, onde desenvolvemos um projeto comunitário.

Quais as mais-valias da sua aplicação em contexto escolar e desportivo?

As crianças passam grande parte da sua vida na escola, sendo a porta de entrada para a sociedade. As desigualdades individuais revelam-se aqui com forte intensidade, sendo urgente criar um ambiente escolar propício para o nivelamento das circunstâncias que fazem da diferença pessoal uma razão para o impedimento de inter-relações saudáveis. No desporto infantil, é também o momento perfeito para colocar em prática transformações de consciência.

O bullying é um problema muito evidente nas relações entre jovens.



Vitória Ortega, psicóloga clínica, psicoterapeuta e diretora clínica e

António Venâncio, psicólogo clínico, psicoterapeuta, formador e supervisor

Como podem os pais identificar nos seus filhos sinais de que algo se passa e que está a ser vítima de abusos?

O período escolar tem grande importância no processo de desenvolvimento e socialização das crianças. Grande parte das suas necessidades cognitivas, emocionais e relacionais encontram na escola o meio para as satisfazer. Os pais devem estar atentos a todas as mudanças de comportamento e humor, priorizando conhecer todas as interações sociais.

O trabalho de acompanhamento psicológico não deve ser interrompido. Assim, como se adaptaram ao contexto pandémico que se viveu no último ano?

Toda a equipa esteve presente, para que a adaptação ao contexto pandémico fosse sentida de uma forma mais tranquila. Tornou-se evidente a necessidade de uma aproximação diferenciada aos nossos pacientes, decidindo pela continuação do acompanhamento e partilha, tendo por base as orientações governamentais e da OPP.

A saúde mental é vista por muitos como o problema central da saúde nos próximos anos. Compartilha desta opinião?

Sim, claro. Novos desafios se colocam; é necessário desenvolver dinâmicas e conceitos, com foco na prevenção, que contribuam para formar pessoas capazes de participar ativamente na sociedade e enfrentar, com possibilidades reais de êxito, as inevitáveis dificuldades da vida.

Como antecipa o futuro da Vomap, no que respeita ao alargamento dos serviços prestados?

A Vomap cresce continuamente. Tendo como prioridade a Responsabilidade Social, criámos a Vértices-Associação para o Desenvolvimento Humano, inteiramente financiada nos seus primeiros três anos de vida por mim e pela Vomap. Neste momento, ajudamos a associação na candidatura a IPSS, com os mesmos valores e filosofia, atuando no âmbito da Psicologia, alargando este ano à Psicologia Comunitária.

Despertamos possibilidades para a transformação da tua história!

“O IMPACTO DA PANDEMIA NA SAÚDE MENTAL É EVIDENTE”

O médico pedopsiquiatra João Pedro Machado sempre quis compreender a mente humana. Licenciou-se em Medicina e, apesar de a sua formação base remeter para a Pedopsiquiatria, o seu objetivo final era a formação em Psicoterapia Psicanalítica, na vertente Relacional e é nesta área que, atualmente, desenvolve a sua atividade. Enquanto profissional ligado à Saúde Mental, este clínico assume que a pandemia pode representar uma boa razão para o aumento de casos clínicos ligados à Saúde Mental.

Porquê a opção pela Psicoterapia Psicanalítica Relacional, aplicada a adultos?

Desde sempre, o meu objetivo foi ajudar adultos através da Psicoterapia Psicanalítica. Optei por especializar-me em Pedopsiquiatria porque a Psiquiatria (de adultos) baseava-se mais nas intervenções farmacológicas. Apesar de considerar que, em certas doenças mentais, a utilização de medicamentos é fundamental, a Psicoterapia também o é e era nesta abordagem que eu queria trabalhar. Na Pedopsiquiatria, privilegiavam-se intervenções mais próximas da Psicoterapia. O meu projeto foi concluir a Especialização em Pedopsiquiatria e posteriormente fazer a formação de Psicoterapia Psicanalítica e aplicá-la a adultos. E assim foi. A opção pela vertente Relacional da Psicoterapia Psicanalítica deve-se à minha convicção de que não basta ajudarmos o paciente a dar um sentido ao que se passa consigo (apesar de isso ser também fundamental); só o conseguiremos ajudar plenamente se estabelecermos com ele uma relação empática e de confiança, que lhe permita, de certa forma, “renascer”, passando a gerir a sua vida com mais segurança e autonomia e menos sofrimento.

Para quem é indicado este tipo de abordagem?

Uma das vantagens deste tipo de abordagem é que está indicado para qualquer pessoa que esteja em sofrimento emocional.

Como pode a pessoa identificar que necessita de ajuda?

A pessoa que sinta, persistentemente, tristeza, medo (ansiedade) e/ou raiva e/ou que mantém, ao longo do tempo, uma insatisfação nos seus relacionamentos afetivos é alguém que necessita de ajuda.

Com a pandemia, muitas consultas ficaram adiadas



João Pedro Machado
Médico, Especialista em Pedopsiquiatria e Psicoterapeuta Psicanalítico Relacional de adultos (em formação)

ou passaram para o online. Que vantagens e desvantagens encontra neste novo método de consulta através de videoconferência?

As vantagens das consultas por videoconferência são: permitir que paciente e psicoterapeuta estejam longe, até em países diferentes, e isso não ser um impedimento para a realização das consultas; a comodidade de não ter que se deslocar; e a maior segurança que esta modalidade proporciona, por reduzir o risco de transmissão do vírus. As desvantagens são: a possível dificuldade do paciente em ter privacidade em casa para falar à vontade com o psicoterapeuta e a dificuldade que algumas pessoas têm com as tecnologias. Receava-se também que, através de videoconferência, as consultas fossem menos eficazes, por faltar a presença física, a proximidade... Contudo, constatou-se que, através de

videoconferência, se consegue uma proximidade maior do que se previa e os resultados não parecem ser inferiores aos alcançados em consultas presenciais.

Para alguns especialistas, a utilização da máscara diminui a interação durante as sessões, porque há expressões que não são visíveis através dessa proteção. Concorda com esta questão?

Concordo. É mais uma vantagem das consultas por videoconferência: não ser necessário utilizarmos máscaras, o que permite ver as expressões faciais, o que é muito importante em consultas de Psicoterapia Psicanalítica Relacional, pela mais rica interação que permite.

Considerando que a pandemia alterou substancialmente os relacionamentos entre familiares e colegas de trabalho, como avalia o aumento de problemas do foro mental nos próximos tempos?

As medidas para nos protegermos da Covid-19 têm sido, ao mesmo tempo, medidas que têm prejudicado a saúde mental da população. O ser humano é um ser social: necessita da proximidade física com outros seres humanos, precisa de toque, de abraços... E viu-se obrigado a renunciar a isso: até a desconfiar dos outros seres humanos (“Será que ele tem Covid e me vai contagiar?”). Isto levou a um isolamento das pessoas. O seu impacto na saúde mental é evidente. No entanto, na minha opinião, enquanto o foco estiver na pandemia, as pessoas não irão estar tão atentas ao seu próprio estado mental. Prevejo que o principal boom de procura de ajuda no âmbito da saúde mental irá acontecer quando a pandemia deixar de ser o foco e as pessoas olharem para dentro de si próprias e constatarem que não estão bem: estão esgotadas, carentes e com um sentimento de vazio. Os profissionais de saúde mental cá estão para ajudar.



Psicoterapia
Psicanalítica
Relacional

www.joaopedromachado.pt

joaopedromachado@joaopedromachado.pt

963 715 380

PANDEMIA E PSICOLOGIA: SINERGIAS

O Grupo Psicoviana celebrou este ano os seus 25 anos de existência, ao longo dos quais cresceu e ampliou o seu leque de serviços. Com uma clínica de saúde e bem-estar e serviços de consultoria em Recursos Humanos e Formação Profissional, este grupo empresarial procura cumprir o seu lema de sempre, nas palavras da CEO, a psicóloga Florbela Vasconcelos: *promover valor.*



Florbela Vasconcelos
Psicóloga e CEO

Que análise faz destes anos de mercado e do comportamento da empresa e respetiva evolução?

A Psicoviana Consultores, Lda, surgiu da ideia de criar serviços de Psicologia suportados tecnicamente em duas áreas de intervenção: a da Psicologia do Trabalho, Social e das Organizações e a Psicologia Clínica e da Saúde. Orientada pela sua Missão e num contínuo respeito pelos seus Valores de Honestidade, Qualidade e Dedicção foi, ao longo dos anos, adaptando-se às transformações do mercado. Reinventou-se, desenvolveu novas áreas de negócio, alterou os seus espaços de trabalho, melhorou a sua Comunicação Institucional e procurou Consultoria especializada de suporte aos processos de tomada de decisão, mantendo sempre o princípio da sustentabilidade da empresa, o respeito pelas pessoas e uma intensa integração na comunidade.

O Grupo Psicoviana desenvolve serviços de Consultoria de Recursos Humanos e Formação Profissional.

Porquê a aposta nestas duas áreas em particular?

A Consultoria em RH é um apoio prestado às empresas, IPSS ou Entidades Públicas que promove uma melhoria organizacional, através do aumento da motivação dos colaboradores, da redução do absentismo, da melhoria dos processos de tomada de decisão, da implementação da mudança, da melhoria da produtividade e da solidez institucional. É sobretudo uma intervenção sobre as pessoas, com vista ao aumento da sua felicidade (FIB), mas em escala, seja através de trabalhos de Análise do Clima Organizacional, avaliação psicológica para Gestão de Carreiras, Seleção e Recrutamento ou Business Coaching, para melhorar o desempenho das equipas e da liderança. A Psicoviana está certificada em 15 áreas de formação e diferencia-se pela qualidade e experiência dos seus formadores, pela coesão e estabilidade da sua equipa de coordenação e pelo contínuo e profícuo trabalho em equipa, que permite fazer um trabalho de grande rigor e um acompanhamento individualizado dos formandos.

No que respeita à saúde mental, esta é uma área onde os problemas estão a crescer. Como o explica?

A pandemia veio trazer às nossas vidas níveis de imprevisibilidade com os quais os seres humanos lidam muito mal, a instabilidade associada a esta vivência cria dissonância cognitiva, altera a nossa perceção do mundo, das relações, do trabalho, da família, como tal é gerador de imensa ansiedade, depressão, dificuldades de autocontrolo, alterações dos padrões de sono e de alimentação, com impacto em funções cognitivas, sobretudo na memória. Serviu de evento deflagrador de inúmeras perturbações psicológicas e conflitos relacionais que até já podiam estar latentes, como o agravamento da violência doméstica, o bullying, os comportamentos aditivos, etc.

A Clínica esteve sempre no centro do problema, rapidamente percebemos que teríamos de dar

resposta online aos clientes. A procura dos serviços tem aumentado bastante, acredito que também pelo reconhecimento da qualidade e da especialização dos serviços da Psicoviana.

Além da Psicologia, que outras especialidades médicas disponibilizam no vosso centro clínico?

A clínica dispõe ainda de Consultas Médicas de Psiquiatria, Pedopsiquiatria, Clínica Geral e Familiar, Consultas de Nutrição, Terapia da Fala, Terapia Ocupacional e Terapias Não Convencionais.

Como avalia, enquanto empresária, a retoma de que se vem falando, pontualmente, relativamente à Economia?

Penso que 2022 será um ano em que o país irá manter uma trajetória de crescimento rumo à retoma, mas não me atrevera a dizer que será “a retoma de Portugal”, enquanto continuarmos a assistir às assimetrias de restabelecimento de outros países, quer seja nos processos de recuperação da doença ou das suas economias.

Quais as perspetivas para o ano de 2022, quer a nível de saúde da população portuguesa, nomeadamente a nível de doenças mentais, quer a nível da evolução do grupo Psicoviana?

“Nada será como dantes”, depois desta pandemia! Considero que, apesar de tudo, esta mudança trouxe à Psicologia o benefício de desmistificar um pouco a sua intervenção. Espero que, no futuro, vejamos a Psicologia também no âmbito da Psicologia positiva, não apenas como a solução que procuramos em momentos de crise, mas que procuramos para melhorar o autoconhecimento e crescimento pessoal. Nesse sentido, e quanto à Psicoviana, acredito que manteremos um crescimento moderado e sustentado, suportado numa enorme experiência do passado e numa grande esperança de futuro!

“NOVOS SORRISOS SIGNIFICAM UMA VIDA PLENA”

A clínica de Medicina Dentária PortOral pratica um conceito de Medicina Dentária diferenciador, onde o objetivo primordial é que quem a visita se sinta em casa, aliado a uma especialização técnica da equipa médica e aos melhores recursos tecnológicos disponíveis no mercado. A proprietária e vice-diretora da clínica, a médica dentista Arethusa Luna, destaca também outros projetos, de cariz social e de formação, que a clínica desenvolve.

A clínica PortOral pratica um novo conceito de Medicina Dentária. Como define esse conceito? Quais as características principais desse conceito, e que também vos definem, enquanto espaço?

A ideia é ter um novo conceito de Medicina Dentária, garantir confiança, saúde e satisfação ao sorrir, num ambiente acolhedor e contemporâneo. Pretendemos que o nosso paciente fique à vontade, sem medos e traumas, tirando a visão de um lugar amedrontador, para tentar apagar experiências anteriores negativas. Uma coisa muito importante é que as consultas preventivas são essenciais. É através delas que conseguimos orientar os pais e de forma atraumática trazer saúde e qualidade, não só à vida das nossas crianças, mas à vida dos pais também.



Quais as áreas de especialidade que disponibilizam na vossa clínica?

Na PortOral todas as especialidades da Medicina Dentária estão reunidas numa mesma morada: Implantologia, Ortodontia, Alinhadores Invisíveis, Ortopedia Dento-Facial, Odontopediatria, Estética Dentária, Branqueamento, Endodontia, Periodontologia, Reabilitação Oral, Harmonização Facial, Cirurgia Oral, Bichectomia, Ortopantomografia, Cefalometria e Tomografia 3D. Para disponibilizar aos clientes diagnósticos precisos, rápidos e um atendimento de excelência, contamos com o melhor que há em recursos tecnológicos avançados e conhecimento científico.

A formação e a constante atualização no que respeita a técnicas e tecnologia são fundamentais para a prestação de bons cuidados médicos. Como se posiciona a PortOral relativamente a esta questão?

Temos como visão proporcionar um atendimento profissional, ético e personalizado, valorizando a participação multiprofissional, por isso estaremos sempre aliados a uma equipa comprometida com a pesquisa, o ensino e a atualização contínua.

Os portugueses passaram a preocupar-se mais com

o equilíbrio entre o seu rosto e o sorriso?

Sentimos que a estética facial e oral estão, cada vez mais, a caminhar em conjunto e, com isso, os portugueses passaram a preocupar-se mais com este aspeto e deixaram de lado o tabu que existe em relação a procedimentos estéticos. A nova tendência em especialização nas clínicas, em especial na PortOral, é a Harmonização OroFacial, a qual complementa o nosso trabalho, um conjunto de procedimentos estéticos que tem por objetivo harmonizar os dentes estética e funcionalmente, harmonizando assim a boca com a face.

A Medicina Dentária enfrenta o problema de não estar incluída no Serviço Nacional de Saúde. Como vê esta questão?

Por mais que haja um grande esforço da Ordem dos Médicos Dentistas, e de alguns representantes políticos, para que isto aconteça, o caminho a seguir ainda é muito longo. As consultas de saúde oral não estão ainda disponíveis em todos os centros de saúde. Outra forma de ter apoio na saúde oral é recorrer aos cheques-dentista, os quais aceitamos na clínica. Uma outra opção seria recorrer às faculdades de Medicina Dentária, mas que lamentavelmente disponibilizam este serviço de forma paga. Apesar de os preços serem

mais baixos do que os habitualmente praticados, o ideal seria que não fosse cobrado nada. Os estudantes ganhariam muito mais experiência com isto, pois teriam mais pacientes, e ajudariam num problema de saúde pública.

Que avaliação faz deste projeto? Quais os projetos futuros a concretizar, na clínica?

O nosso intuito é fazer a diferença, contribuindo significativamente para a sociedade. Temos vários projetos de cariz social que já estão a decorrer e outros ainda por concretizar. Um projeto do Dr. Leonardo Saraiva (marido e sócio) e meu que está a ganhar forma é o Centro de Formação - a ideia é trazer os melhores profissionais de cada área e de vários países, para enaltecer e aprimorar a capacitação dos médicos dentistas em Portugal. Juntamente com este projeto, um sonho nosso será realizado - teremos uma expansão da PortOral, mais uma clínica com algumas modificações, inovações e facilidades para os nossos pacientes - mas por enquanto é surpresa. Nós adoramos o que fazemos e fazemo-lo com o foco nas pessoas e na certeza de que cada novo sorriso proporcionará uma nova e plena história de vida.

“É FULCRAL PENSAR

Focada no mercado de vestuário de malha e banho, a Fortiustex inspira-se no lema “CITIUS, ALTIUS, FORTIUS”, - “mais rápido, mais alto, mais forte”-, que traduz a ambição em elevar os seus clientes. A empresa direciona a sua atividade para os artigos têxteis de gama média-alta, promovendo a conceção de produtos diferenciados. José Guimarães Teixeira, administrador da Fortiustex, destaca o foco da empresa em satisfazer as necessidades dos clientes e em acrescentar-lhes valor.

Como é que a Fortiustex se posicionou em tempo de pandemia?

O ano 2020 foi particularmente perturbador em termos da nossa atividade empresarial. Em comparação a 2019, a nossa faturação desceu 35%. Tivemos um período longo em lay-off, com cerca de 50 pessoas em casa, de abril a junho. A procura que tínhamos não justificava a presença de todos os colaboradores. Terminámos, assim, o ano com uma perda, em termos do volume de negócios, que teve consequências nos resultados da empresa.

Este ano foi possível recuperar alguns desses resultados?

Sim, 2021 tem sido um ano muito positivo. Retomámos significativamente a nossa atividade e incrementámos o nosso departamento comercial, o que permitiu que o volume de negócio crescesse. Neste momento, estamos com valores 10% superiores, relativamente ao período de 2019. Vamos terminar o ano com valores 80% superiores ao ano passado. Em termos da experiência que tenho no setor, fico um pouco dececionado, porque algumas entidades da fileira têxtil não estão sensíveis a este acréscimo significativo da procura e não respondem adequadamente. Temos situações de muita dificuldade, em termos de

cumprimento de prazos e satisfação das nossas encomendas, nomeadamente nas tinturarias. As tinturarias estão com uma procura muito superior a 2019 e não conseguem dar resposta. O setor poderia crescer muito mais se todos entendessem a importância que é satisfazer o cliente. 90% do setor trabalha para exportação, portanto, poderíamos crescer muito mais.

“O setor poderia crescer muito mais se todos entendessem a importância que é satisfazer o cliente”



José Guimarães Teixeira
Administrador

O SETOR DE FORMA HOLÍSTICA”

A questão da mão de obra é um problema para o setor?

Sim. Acredito que as opções que têm sido tomadas em relação a melhorar o salário mínimo nacional são aliantes e que podem ajudar a mitigar esta situação. No entanto, penso que não será essa a via. Apesar dessa valorização do salário, ainda existem muitas pessoas sem motivação para trabalhar. Portanto, a solução passará por recrutar pessoas do exterior.

A Fortiustex é especializada em vestuário de malha e banho. Que vantagens traz esta aposta para a empresa?

Conseguimos entrar no mercado com um grande destaque nessa área. Demos formação intensa a várias pessoas, para melhorar as competências da equipa e, hoje em dia, essa área já representa cerca de 30% da nossa faturação. No mercado, não há muitas empresas com competência para esta área têxtil e, portanto, fomos felizes nesta opção.

A Fortiustex também se preocupa em investir em equipamentos tecnológicos, com vista a melhorar o seu desempenho?

Os nossos clientes são marcas de grande referência mundial e propõem-nos que os acompanhem nas opções que vão fazendo. Estamos muito focados em aceitar esses desafios. Na verdade, estamos capacitados para responder a todo o tipo de situações. Além disso, temos o nosso departamento de desenvolvimento,

que está no mercado, e que vai procurando os artigos que as empresas vão propondo. As marcas têm departamentos incríveis em termos de criatividade, portanto exigem muito de nós. Tem havido uma alteração muito relevante em termos de funcionamento do setor nessa área.

Há quem diga que a retoma vai chegar. Enquanto empresário, qual é a sua opinião relativamente a esta questão?

Eu penso que a retoma já chegou. Estamos num processo de crescimento significativo. Neste setor, temos algumas dificuldades às quais não estamos a conseguir responder. Muitos empresários não estão disponíveis para perceber o setor de forma holística. Portanto, pensam apenas neles e não adotam as medidas ajustadas para melhorar as condições do setor. Além disso, a falta de matérias-primas é também uma situação preocupante.

Já sentiram essa realidade?

Sim. De acordo com os fornecedores, a matéria-prima demora muito mais tempo a ser importada. Por efeito do crescimento da procura a nível mundial e da insensibilidade das empresas para aumentar a sua produção começamos a sentir dificuldades na aquisição de matérias-primas. Tudo isto está a impedir que a retoma tenha um crescimento superior ao que está a ocorrer. Portanto, penso que a própria recuperação já está a ter dificuldade em concretizar-se de forma estável, devido a esta falta de respostas a nível de oferta.

"a própria recuperação já está a ter dificuldade em concretizar-se de forma estável, devido a esta falta de respostas a nível de oferta"





"As pessoas são determinantes para conseguirmos cumprir os nossos objetivos"

No futuro, essa realidade poderá traduzir-se em problemas maiores?

Sim. Na verdade, pode impedir que as empresas utilizem racionalmente a capacidade industrial instalada. Para além disso, pode gerar instabilidade ao nível de preços. Estabelecer um preço pressupõe que haja confiança nos custos, no entanto, se há incerteza, é criada uma dificuldade comercial de relevo, que deve ser gerida com equilíbrio. A instabilidade é geral e temos de criar mecanismos de segurança. Portanto, o mercado retoma, mas com desafios que não eram previsíveis anteriormente.

Ainda relativamente ao futuro, o que está reservado para a Fortiustex?

Atendendo a que, em termos de procura, estamos a ganhar posição no mercado, apostamos em criar a maior autonomia possível, nomeadamente com uma estamperia que trabalha exclusivamente para nós e que nos dá independência nessa componente. Em termos de confeção, estamos a negociar outra unidade produtiva, para nos possibilitar maior autonomia. A ideia é que seja gerida por nós numa perspetiva de dotar a Fortiustex de vantagens competitivas. Queremos que a Fortiustex tenha uma posição cada vez mais autónoma no mercado. Além disso, vamos continuar a motivar as pessoas a aderirem ao projeto, de forma empenhada e disponível. Este é um fator decisivo para o nosso sucesso, porque as pessoas são determinantes para conseguirmos cumprir os nossos objetivos.

FORTIUSTEX

Comércio de Têxteis, S.A.

www.fortiustex.com | E: info@fortiustex.com | T: 226 084 060

ESTA É A OMARA

UMA BEBÉ DE 8 MESES
DO NÍGER QUE SOFRE DE
SUBNUTRIÇÃO AGUDA GRAVE

2 MILHÕES DE CRIANÇAS MORREM
TODO OS ANOS
DEVIDO À **SUBNUTRIÇÃO**

A subnutrição infantil é curável se diagnosticada a tempo e tratada convenientemente. Na UNICEF temos experiência neste tipo de tratamento e cuidados, mas precisamos de si para chegar a mais crianças.

FAÇA UM DONATIVO E AJUDE A SALVAR CRIANÇAS COMO A OMARA

REINVENTAR A ENGENHARIA

Com o mote “engenharia para além da técnica”, o Grupo FUTURE pretende reinventar o negócio da engenharia. Nesse sentido, a empresa encara o seu papel como o motor de desenvolvimento dos investimentos dos clientes, assegurando o domínio de todo o processo. João Andrade, engenheiro e Chairman do Grupo FUTURE, sublinha a importância da engenharia ir “muito para além dos aspetos técnicos”.

O conceito do Grupo FUTURE de “engenharia para além da técnica” é muito particular. Como se destaca nos vossos projetos?

Nós entendemos que a engenharia tem de ir muito para além dos aspetos técnicos. O papel das empresas de consultoria de engenharia tem de ser mais importante do que aquele que lhe tem sido atribuído nas últimas duas décadas. Temos de estar na raiz dos processos de investimento. O contributo das empresas de consultoria de engenharia para o desenvolvimento dos países é fundamental, mas para que possamos contribuir de forma ajustada àquilo que é a nossa função temos de desempenhar um papel mais abrangente. No Grupo FUTURE, grande parte do nosso volume de negócios vem deste posicionamento. Nós estamos no processo desde a ideia inicial até à solução final, integrando igualmente soluções financeiras para viabilizar a construção das infraestruturas. Neste aspeto, somos pioneiros e este é o principal conceito diferenciador do FUTURE.

A Agência de Investimento e Desenvolvimento concentra este conceito. Qual é a importância deste projeto?

Para idealizar o nosso conceito, tínhamos de agregar competências complementares às competências técnicas. A agência trata as oportunidades numa ótica de estruturação financeira, dialogando com investidores privados, entidades financiadoras, governos, etc., sempre com o objetivo de viabilizar os investimentos. É, assim, uma agência cada vez mais reconhecida pelos governos dos países onde estamos e, portanto, tem um papel extremamente importante na materialização do nosso conceito.

Cada vez mais existe uma união entre a tecnologia, infraestruturas e edifícios. Como se posiciona o Grupo FUTURE perante esta questão?



João Andrade
CEO

Um dos nossos três pilares estratégicos é a integração das tecnologias de informação na engenharia clássica. Para o efeito, adquirimos uma das maiores tecnológicas portuguesas, a Compta, justamente para criarmos aquilo que será a empresa de engenharia do futuro. No final desta década, as empresas de engenharia, conforme as conhecemos atualmente, não vão existir mais. Temos assistido muito à digitalização de processos. O FUTURE vai muito mais longe. O que estamos a fazer é a transmutação do setor. Todos os nossos edifícios e infraestruturas têm inteligência artificial incorporada para que a sua gestão seja mais eficaz e sustentável.

Que desafios tecnológicos prevê que possam surgir no futuro?

Os desafios passam por aproveitarmos todas as novas tecnologias em prol das pessoas, buscando conforto, saúde, maior felicidade e desenvolvimento humano, assegurando também uma relação maior,

mais equilibrada e saudável com a Mãe Natureza. Temos como slogan na nossa área das tecnologias de informação “Digital for People”, porque acreditamos que as tecnologias de informação, em complemento aos nossos hábitos, são fundamentais para um mundo mais sustentável.

Como olha esta engenharia virada para o futuro para a crise económica que temos vindo a enfrentar?

Portugal está numa crise contínua há séculos. Somos um país em crise porque somos um país mal pensado. No Projeto FUTURE, sabemos o que queremos ser e estamos a trabalhar para isso. Não existe um “Projeto Portugal” e nem os cidadãos sabem o que querem que Portugal seja daqui a 20 anos. Os momentos de crise são momentos de oportunidade, na medida em que se proporcionam a tomadas de consciência, pelo que esta pandemia acaba por ser uma oportunidade para evoluirmos. Uma evolução assente nas competências inatas da nossa gente, bem expressas no valor da nossa Engenharia e das Tecnologias de Informação.

Que novidades estão reservadas para o futuro do Grupo FUTURE?

Estamos muito próximos de concretizar algo que faz parte do projeto FUTURE: a capacidade de entregar chave na mão, com competências próprias. O FUTURE está a preparar-se para assegurar todo o processo, garantindo ainda ao cliente investidor o retorno financeiro pretendido. Ao juntarmos aos braços da Engenharia consultiva e TI, o braço da execução, o Grupo FUTURE afirma-se como único a nível mundial em tal oferta de valor. Uma outra novidade é o nosso reforço num dado setor estratégico para nós, com a integração de duas empresas de nicho, uma portuguesa e outra internacional.



**REABILITAÇÃO
DE EDIFÍCIOS**



**REABILITAÇÃO
PATRIMÓNIO**



**RENOVAÇÃO
DE ESPAÇOS**



**CONSTRUÇÃO
TRADICIONAL**



**ESPAÇOS
COMERCIAIS**



Planirest
Construções Lda



www.planirest.pt
EMAIL: geral@planirest.pt
TELF: 219 428 400
MORADA: Rua 1.º de Maio 14-A/B
2685-388 Prior Velho

As melhores soluções de corte automático



Líderes mundiais em **Print&Cut e Pattern Matching**

Corte diferentes tipos de materiais com padrões complexos

Torne a sua produção mais sustentável eliminando plástico e papel



Solicite-nos + informação