

# Valor



## WEALINS

**Seguros de vida que vão além-fronteiras**

Leticia Soares, Country Manager Portugal

### MEDIAÇÃO DE SEGUROS

Soluções que protegem  
os animais de estimação

### DIA MUNDIAL DOS OCEANOS

A importância da  
economia do mar

### ENSINO SUPERIOR - UBI

Qualidade, Inovação  
e Investimento

# HYLO DUAL® HYLO DUAL INTENSE®



A combinação única de **ácido hialurónico** e **ectoína** natural.  
Hidratação, proteção do olho seco e alívio dos sintomas inflamatórios.



**NOVO!**

**6**

Pode ser usado durante  
6 meses após a abertura

## MODO DE AÇÃO DUPLO



- Secura ocular moderada ou grave
- Sem conservantes e sem fosfatos



- Hidratação moderada do olho seco
- Alívio das reações inflamatórias e alérgicas

- Hidratação intensiva e duradoura do olho muito seco
- Alívio sustentado dos sintomas inflamatórios

Hylo Dual® e Hylo Dual Intense® (Dispositivos médicos). Soluções estéreis sem conservantes para uso ocular. Não conserve o frasco mais de 6 meses após a primeira abertura. Manter fora da vista e do alcance das crianças. Leia cuidadosamente a rotulagem e as instruções de utilização. Para mais informações contacte a Ursapharm: Av. Dom João II, 20 - 1º, 1990-091, Lisboa, [info@ursapharm.pt](mailto:info@ursapharm.pt) / [www.ursapharm.pt](http://www.ursapharm.pt)



A nova edição da Valor Magazine já está disponível nas bancas nacionais. Mais uma vez, trazemos até si temas-chave da economia nacional e assinalamos os dias que importa comemorar.

O Dia Mundial dos Oceanos é destaque, com a presença de várias instituições responsáveis por dinamizar e desenvolver as atividades da chamada “economia azul”. Não perca, também, o artigo de opinião do secretário de Estado do Mar, José Maria Costa, sobre as ações e políticas em curso atualmente para fazer evoluir este que é um dos principais recursos económicos nacionais.

A Contabilidade e o Investimento serão também um tema forte nesta edição, dado o momento de incerteza que atravessamos, mundialmente. A literacia financeira dos portugueses., bem como a importância de um contabilista que seja também parceiro das empresas nacionais voltam a estar em causa.

O seguro para animais de estimação é o enfoque do tema Seguros, considerando que, durante a pandemia, as famílias portuguesas adotaram muitos animais de estimação e têm, agora, uma grande necessidade de os proteger.

O Ensino Superior, nas suas vertentes de Inovação e Investimento, estará também em destaque, com a presença da Universidade da Beira Interior.

O Software e o Marketing Digital voltam a estar presentes numa edição da Valor Magazine, pela importância que têm, hoje, no mercado de trabalho e na atividade comercial das empresas.

Assinalamos também o aniversário do Centro Integrado do Olho Seco (CIOS).

Sara Freixo Editora  
sarafreixo@valormagazine.pt

maio  
'22

DESTAQUES

18



**Bluecoast**

Uma consultora imobiliária  
que ouve o cliente

28



**GreenTrust**

A solução  
para a construção do futuro

36



**Universidade da Beira Interior**

“A UBI contribuiu para alterar o perfil  
competitivo do interior do país”

**PREVENÇÃO DA DOENÇA E PROMOÇÃO DA SAÚDE**

Rastreios - Serviços Médicos - Gestão e Assessoria Clínica - Consultoria em Saúde

Lisboa - Porto - Coimbra - Leiria - Faro

geral@medsquare.pt | www.medsquare.pt



**MEDSQUARE**

# ÍNDICE

5

## Tema de Capa - Relações bilaterais Portugal-Suécia

5 - WEALINS - Soluções de seguro flexíveis e internacionais  
9 - Embaixada de Portugal na Suécia - Portugal e Suécia, unidos pela sustentabilidade, inovação e qualidade  
10 - Embaixada da Suécia em Portugal - "Portugal goza de popularidade na Suécia"

11

## Dia Mundial dos Oceanos

11 - Secretário de Estado do Mar - O mar enquanto recurso estratégico  
14 - WavEC - Energia eólica offshore

18

## Empreendedorismo e Inovação no Imobiliário

18 - Bluecoast - Uma consultora imobiliária que ouve o cliente  
20 - TB Construções - Há três anos a construir sonhos

21

## Portugal Criativo

22 - Wize - "A farmácia tem um papel incontornável junto do consumidor"  
23 - Finpartner - "O interesse em investir em Portugal não diminuiu, mas diversificou-se"  
26 - Capta Design: a estratégia é a inteligência e o design é a ferramenta

28

## Portugal Criativo Criativo - Empreendedorismo e Criatividade Feminina

28 - GreenTrust - A solução para a construção do futuro  
30 - Go Health Portugal - Projeto pioneiro junta Turismo e Saúde em férias únicas  
31 - APDL - "Saber gerir pessoas é essencial para liderar"

33

## Aniversário do CIOS

33 - Aniversário do CIOS - Primeiro Centro Integrado de Olho Seco (CIOS) em Portugal comemora 4 anos

36

## Ensino Superior: Inovação e Investimento

36 - Universidade da Beira Interior - "A UBI contribuiu para alterar o perfil competitivo do interior do país"  
38 - Faculdade de Ciências da Saúde da UBI - "A FCS tem um papel fulcral na região e quer consolidá-lo"  
40 - Andy Living Covilhã - um foco gravitacional na vida académica da Covilhã

41

## Software e Marketing Digital

41 - InWork Software - "O futuro passa por desenvolver modelos preditivos de gestão"  
42 - SAVAGE Agency - "Ser SAVAGE é um estado de alma"  
44 - Velcro Design - Especialistas em soluções customizadas de Broadcasting

46

## Direito: Lei da nacionalidade

46 - Hofstaetter Tramuja & Castelo Branco Advogados - Nova Lei da Nacionalidade: o que mudou?

48

## Engenharia e Formação

48 - Alves & Rasteiro - "Devemos trabalhar para a prevenção"

50

## Seguros: soluções para animais de estimação

50 - Grupo Gese - Seguro Cães e Gatos: para animais de estimação que fazem parte da família  
52 - Montiseg - "O Fidelidade Pets é um dos melhores seguros do mercado"  
54 - Seguramos - "O seguro para animais de estimação tem uma procura crescente"

56

## Contabilidade e Investimento

56 - RC Crédito - "O nosso trabalho realiza sonhos"  
58 - Gesconfer - "Somos parceiros de negócios dos clientes"  
60 - CRN-Contabilidade - "Novas instalações aumentam a qualidade do serviço"



A woman with blonde hair, wearing a white sleeveless top with a green collar and a long, pleated skirt with large, colorful floral patterns in shades of blue, red, and green, stands on a paved path. She is smiling and has her hands clasped in front of her. The background features a modern building with a glass facade and a large, open green space with trees.

# Soluções de seguro flexíveis e internacionais

A WEALINS dedica-se há 30 anos aos seguros de vida de gestão de património, apoiando clientes das mais variadas nacionalidades. Em Portugal, a WEALINS apoia vários cidadãos suecos, que escolheram este país para residir. Letícia Soares, Country Manager Portugal, destaca a importância deste tipo de solução: a sua flexibilidade e portabilidade, adaptando-se a qualquer país onde o cliente resida.

Letícia Soares  
Country Manager Portugal



**C**omo avalia a evolução da importância da contratação de um seguro de gestão de património, ao longo dos anos? As pessoas estão mais conscientes da sua importância?

Cada vez mais os clientes têm consciência deste tipo de solução. Não só pela sua estrutura, flexibilidade ou proteção do seu património, mas também pela importância de decidirem a sua sucessão. Ao longo dos anos os clientes, principalmente os clientes de países considerados latinos, como é o caso de Portugal, estão cada vez mais a exigir uma abordagem personalizada e apoio às suas expectativas de gestão de património.

**Quais as características que as vossas soluções de seguros de vida e capitalização possuem que lhes permitem, depois, assegurar ao mercado a segurança e proteção que são a imagem de marca da WEALINS nos mercados onde atua?**

São várias. Em primeiro lugar, o facto de todas as nossas soluções estarem sempre em conformidade com a legislação fiscal do país de residência do cliente. E por isso trabalhamos com uma rede independente de especialistas fiscais e jurídicos, que certificam todas as nossas soluções antes de as apresentarmos aos nossos parceiros e seus clientes.

Além disso, somos um puro player luxemburguês, principalmente porque pertencemos ao Grupo Foyer, o primeiro grupo privado no Luxemburgo, líder histórico do mercado segurador local desde 1922, independente de qualquer instituição financeira internacional. Isso significa que beneficiamos de um acionista familiar, estável e independente.

E por último, mas não menos importante, não podemos esquecer o regime de proteção do tomador do seguro mais forte da Europa (através do mecanismo Triângulo de Segurança), o acesso a uma ampla gama de ativos subjacentes e a neutralidade fiscal do Luxemburgo.

**Um seguro de gestão de património deve ser adaptado às necessidades e à realidade de cada cliente. A WEALINS tem, enquanto característica**



Tony Nordblad  
Head of Sales North Europe

**As soluções da WEALINS proporcionam acesso a um vasto leque de ativos financeiros inovadores e sofisticados, globalmente mais abrangente do que aquele à disposição das seguradoras do país de residência do cliente.**

**corporativa, a flexibilidade. Esta é uma mais-valia das vossas soluções?**

Sem dúvida O quadro regulamentar luxemburguês para o setor dos seguros permite o acesso a uma ampla gama de ativos subjacentes autorizados pela Autoridade de Supervisão de Seguros do Luxemburgo (Commissariat aux Assurances). Em particular, as soluções da WEALINS proporcionam acesso a um vasto leque de ativos financeiros inovadores e sofisticados, globalmente mais abrangente do que aquele à disposição das seguradoras do país de residência do cliente. Dependendo do valor investido e da dimensão do seu património, os clientes podem investir em fundos de títulos, fundos de ações, UCITs, fundos do mercado monetário, títulos listados ou não listados. Na WEALINS, temos internamente uma equipa dedicada à análise (regular) da elegibilidade de cada ativo, cotado ou não cotado, tendo em conta as necessidades de cada cliente.

**2021 foi um ano de crescimento para a WEALINS, todavia 2022 trouxe a guerra entre a Ucrânia e a Rússia. Que impacto sentiram?**

Uma maior procura das nossas soluções. A pandemia seguida por este conflito na Europa são fatores de instabilidade na vida de cada um de nós e, nestes momentos, a proteção do património garantida pela nossa oferta de produtos faz com que os nossos clientes procurem soluções que lhes permitam proteger e transmitir o seu património dentro de um ambiente seguro.

**A WEALINS tem também, entre os seus clientes, cidadãos suecos que vivem em Portugal há cerca de 10 anos. Quão importante é um seguro de gestão de património para alguém que, particularmente, não reside no seu país de origem?**

Mudar para um novo país inclui adaptar-se a muitas mudanças na vida cotidiana. Algumas das mais importantes são muitas vezes a economia privada e garantir que o planeamento sucessório está adaptado ao novo país. O seguro de vida de gestão de património é, na maioria dos países, entre eles Portugal, uma ferramenta muito útil que facilita isso.





**É possível realizar a portabilidade destes seguros, caso o cliente resolva voltar para a Suécia ou mudar a sua residência para qualquer outro país?**

De facto, o serviço que oferecemos aos nossos clientes inclui o apoio aos que, por motivos profissionais, pessoais ou familiares, têm que mudar de país de residência. Graças à portabilidade do nosso contrato de seguro de vida no Luxemburgo, podemos acompanhar o tomador do seguro na sua movimentação e adaptar o contrato, seja em termos de ativos subjacentes ou de estruturação patrimonial.

Na prática, sempre que um cliente já tenha um contrato WEALINS e decida alterar a sua residência fiscal, a nossa gama de serviços abrange a análise de eventuais alterações à nova jurisdição, para que o produto contratado mantenha a sua classificação como "seguro de vida", totalmente adaptado como tal à lei em vigor no novo país de residência.

**Na prática,  
sempre que um cliente  
já tenha um  
contrato WEALINS  
e decida alterar a sua residência  
fiscal, a nossa gama de serviços  
abrange a análise de  
eventuais alterações  
à nova jurisdição.**

Especificamente no caso de um cidadão sueco residente em Portugal que decida regressar ao seu país de origem, pode fazê-lo a qualquer momento, uma vez que o nosso contrato português celebrado por um cliente sueco já possui todas as características necessárias para ser classificado como seguro de vida sob a lei sueca.

**Considerando o cancelamento do Acordo para Evitar a Dupla Tributação - "ADT" existente entre Portugal e a Suécia, em 1 de janeiro de 2022, qual é o impacto na vida destes clientes?**

Do ponto de vista fiscal, na ausência de um ADT, Portugal e a Suécia são obrigados a cumprir a sua legislação interna em matéria de pagamentos de rendimentos a pessoas singulares residentes no outro país.

O ADT concedeu a Portugal o direito exclusivo de tributar as pensões privadas pagas aos pensionistas suecos residentes fiscais em território português, contudo, o regime do Residente Não Habitual - RNH - concedeu (até às alterações introduzidas pela Lei do Orçamento de Estado para 2020 - a tributação em sede de IRS, à taxa de 10%, das pensões de origem estrangeira pagas aos residentes registados como RNH) aos pensionistas suecos que se estabeleceram em Portugal e que preenchiam as condições exigidas pelo regime, a possibilidade de verem as suas pensões completamente isentas de tributação.



Com o cancelamento do ADT, este tipo de rendimentos pode agora estar sujeito a retenção na fonte na Suécia.

No entanto, os residentes portugueses podem recuperar o imposto pago na Suécia no seu Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares em Portugal, através de um mecanismo de crédito de imposto.

A WEALINS recomenda a todos os parceiros e seus clientes que procurem aconselhamento jurídico e fiscal, para uma análise criteriosa das transações efetuadas entre Portugal e a Suécia.

#### **Quais as vantagens de possuir um seguro, após o cancelamento deste tratado?**

Mesmo quando vigorava o ADT (Acordo para Evitar a Dupla Tributação) entre Portugal e a Suécia, não podemos esquecer que todos os residentes portugueses são obrigados a declarar e pagar impostos à taxa de 28% sobre as mais-valias, estando ou

não registados ao abrigo do regime RNH (Residente Não Habitual).

O seguro de vida continua a ser uma solução em Portugal que beneficia de tributação decrescente em função da duração do contrato, conforme previsto no Código do IRS (exclui-se de tributação um ou três quintos do rendimento, se o resgate, adiantamento, remição ou outra forma de antecipação de disponibilidade, bem como o vencimento, ocorram após os primeiros cinco ou oito anos do contrato). Além disso, o seguro de vida, exceto em caso de resgate, não necessita de ser declarado em sede de IRS pelos clientes, considerando que essa é uma obrigação da WEALINS, ao abrigo da diretiva de troca de informação automática em matéria fiscal.

#### **Caso o cliente pretenda regressar à Suécia, quais as alterações necessárias ao seguro e o que deve ser levado em consideração nesse momento?**

Conforme mencionado acima, não há

alterações necessárias a serem feitas no seguro.

A única coisa que o cliente terá que fazer é começar a declarar o contrato de seguro na Suécia e pagar o imposto anual de rendimento (sv.avkastningsskatt).

O imposto de rendimento de um seguro estrangeiro é devido apenas para o ano fiscal após o ano em que o cliente se mudou para a Suécia.

Por exemplo, se o cliente regressa em junho de 2022, o primeiro imposto de rendimento (avkastningsskatt) será devido para o ano fiscal de 2023, a ser pago em 2024.

#### **A quando da nossa última entrevista, disse-nos que a WEALINS aposta na digitalização e na possibilidade de contratar seguros online. Todavia, além disso, quais são os próximos objetivos a atingir, que possa divulgar?**

A digitalização tem desempenhado um papel importante nos últimos

anos. Temos estado atentos às expectativas dos nossos clientes, que procuram cada vez mais uma abordagem totalmente personalizada. Para atender a essas necessidades específicas, nós, na WEALINS, estamos constantemente a inovar para desenvolver soluções, serviços únicos e personalizados para proporcionar uma experiência única ao cliente. Na WEALINS, lançámos a subscrição digital dos nossos contratos de seguro (e algumas operações) no ano passado com base numa abordagem centrada no cliente e, atualmente, estamos a finalizar a implementação em todos os nossos mercados. O feedback dos nossos parceiros é bastante positivo sobre a nossa nova oferta digital e tentamos adaptar-nos às expectativas dos nossos parceiros e clientes. No entanto, temos que reconhecer que a digitalização para este tipo de solução ainda não terminou e a nossa equipa continua totalmente atenta às novas tendências, por forma a satisfazer sempre e continuamente as necessidades dos nossos parceiros e seus clientes.



# Portugal e Suécia

## Unidos pela sustentabilidade, inovação e qualidade

Portugal e Suécia têm aproximadamente a mesma população e são parceiros económicos desde o século XVII, altura em que as trocas comerciais fizeram com que estes países de pontos distintos da Europa mantivessem contacto estreito. De então para cá, as relações políticas, económicas e culturais entre estes dois países foram sendo reforçadas, como salienta a Embaixadora de Portugal na Suécia, Sara Martins.

### Como caracteriza as relações existentes entre Portugal e a Suécia?

Portugal e a Suécia têm relações excelentes. É uma relação bilateral muito antiga, que se consolidou com a cooperação no âmbito da União Europeia e no multilateralismo ativo de ambos os países. A nível bilateral, há um grande entendimento ao nível político, um relacionamento económico dinâmico e um crescente interesse por conhecer e trocar experiências nas áreas da inovação e transição verde.

### Economicamente, como definiria a importância da Suécia para Portugal?

A Suécia é um mercado que está a crescer em importância para Portugal. Em comércio de bens, é atualmente o 11º mercado para as exportações nacionais. E na área dos serviços, o turismo surge também em recuperação de receitas, depois da baixa de atividade devido à pandemia.

### Quais os principais produtos exportados por Portugal para a Suécia?

As principais exportações de Portugal para a Suécia foram, no ano passado, máquinas e aparelhos (19%), veículos e outro material de transporte (13%), vestuário e matérias têxteis (11%), minerais e minérios (11%) e instrumentos de ótica e precisão (7%).

### É possível incrementar ainda mais estas relações económicas? Por que vias?

Há naturalmente espaço para incrementar as relações económicas. A experiência recente da pandemia e a tendência para implementar cada vez mais políticas de sustentabilidade torna o nosso país um destino atrativo

para empresas suecas que procuram alternativas geograficamente mais próximas para investir e produzir. Por outro lado, Portugal tem um ecossistema de startups muito interessante, com o Websummit como catalisador, e tem apostado em setores novos da economia, como a inteligência artificial, a “Internet of things”, Gaming, biociências e todas as áreas ligadas à inovação e criatividade. O consumidor sueco tem um elevado poder de compra e Portugal apresenta-se como um fornecedor de qualidade e que aposta na sustentabilidade, que é um conceito privilegiado pelo mercado sueco e internacional, pelo que as nossas exportações também poderão continuar a crescer. A melhor via para incrementar as relações económicas são os contactos entre os agentes económicos, apoiados na rede de informação que a Embaixada e a AICEP transmitem e nas atividades de promoção desenvolvidas no mercado sueco, como a recente campanha levada a cabo na Suécia pela AICEP “Made in Portugal... naturally”. O trabalho desenvolvido pela Câmara de Comércio Luso-Sueca é também um excelente instrumento.

### Culturalmente, Portugal e Suécia têm diferenças evidentes. No entanto, como classificaria as relações entre ambos? O que lhe parece importante destacar, neste âmbito?

Apesar da distância geográfica, Portugal e a Suécia são parte do continente europeu, o que os aproxima muito na partilha de um sistema democrático, assente nos valores europeus e direitos fundamentais. Na origem das relações entre os dois países, em 1641, esteve o comércio, e continuamos a partilhar, ainda hoje, uma postura de abertura ao mundo que se traduz



Sara Martins  
Embaixadora de Portugal na Suécia  
foto: Catherine Carvalho

numa agenda de promoção do comércio livre, tão essencial à nossa economia exportadora. Com a mesma dimensão populacional, Portugal e a Suécia partilham ainda a ambição ambiental e a defesa do modelo social europeu, conscientes que a sustentabilidade e as soluções assentes no conhecimento e na inovação são a única forma de garantir um desenvolvimento económico equitativo.

### Os tempos que atravessamos na Europa são complicados, geopoliticamente. Como lhe parece que a relação entre Portugal e a Suécia poderá evoluir?

A invasão da Ucrânia alterou fundamentalmente a ordem de segurança europeia e a Suécia está geograficamente muito próxima da guerra, pelo que o impacto faz-se sentir aqui de forma particularmente aguda. Apesar das circunstâncias difíceis, penso que a relação entre os dois países irá sair reforçada, em virtude da unidade e solidariedade que se tem registado entre todos os países europeus e da consciência que é indispensável unirmos esforços para defendermos a paz e a democracia na Europa.

# “Portugal goza de popularidade na Suécia”

Portugal e Suécia têm relações diplomáticas e comerciais que remontam ao século XVII. Hoje, Portugal está na lista dos 30 maiores mercados de exportação, para a Suécia, e ambos os países partilham preocupações ligadas às alterações digitais e climáticas, bem como à importância de um mercado interno europeu livre e com bom funcionamento. Culturalmente, a Embaixadora da Suécia em Portugal, Helena Pilsas, diz que os dois países se podem ainda conhecer melhor.



Helena Pilsas  
Embaixadora da Suécia em Portugal

## Como caracteriza a relação política e diplomática existente entre estes dois países?

A Suécia e Portugal têm excelentes e antigas relações, celebrando 380 anos. Hoje a cooperação é tanto bilateral como multilateral, abrangendo um espectro amplo de várias áreas. Uma parte importante da nossa cooperação é a nossa parceria como membros da União Europeia, onde partilhamos valores fundamentais e opinião sobre várias questões. Um exemplo é a Cimeira Social que decorreu no Porto durante

a Presidência portuguesa da União Europeia, na Primavera de 2021. A primeira Cimeira Social, focada em questões relacionadas com o mercado de trabalho e crescimento sustentável, teve lugar em Gotemburgo, na Suécia, em 2017. Portugal e a Suécia também enfatizam a importância da cooperação multilateral, do comércio livre e de um mercado interno que funcione bem. Outras áreas de interesse partilhado são as questões relacionadas com o clima e com a transição digital e verde.

## Qual a importância da comunidade sueca para Portugal e da comunidade portuguesa na Suécia?

A cooperação entre países torna-se ainda mais forte quando inclui diferentes atores e ângulos, também a nível local, companhias, organizações e pessoas. Tem sido muito interessante encontrar-me com membros da comunidade sueca aqui. Alguns já cá estão há muitas décadas, outros chegaram recentemente. Muitos falaram sobre como se sentiram calorosamente bem-vindos aqui. A Embaixada mantém um diálogo ativo com outras entidades suecas aqui: a Câmara de Comércio Luso-Sueca (CLS), a Escola Sueca, a SWEA, uma organização internacional para mulheres suecas no estrangeiro, bem como o Clube Sueco. Os nossos quatro cônsules honorários em Portugal também são pontes importantes na cooperação entre Portugal e Suécia.

## Culturalmente, estes dois povos são distintos. Que ações e projetos são desenvolvidos para dar a conhecer mutuamente ambas as culturas?

Creio que existem diferenças mas também muitas semelhanças. Portugal goza de popularidade na Suécia e tenho a impressão de que a Suécia tem uma boa imagem de marca em Portugal. No entanto, acho que nos poderíamos conhecer melhor. A cultura pode ter um papel importante nisto. “Cenas da vida conjugal” de Ingmar Bergman foi encenado em Lisboa no Verão passado e uma versão mais moderna da “Menina Júlia” de August Strindberg foi apresentada no Porto. Nesse âmbito, houve partilhas muito interessantes sobre o papel da família, a igualdade de género, transformações na sociedade e muito mais.

## Qual a importância de Portugal para a Suécia, no que respeita ao desenvolvimento de novos negócios e parcerias, à instalação de empresas suecas em Portugal e às importações suecas vindas de Portugal?

Portugal está na lista dos 30 maiores mercados de exportação para a Suécia. Em 2021 as exportações suecas para Portugal ascenderam a 8 biliões de coroas suecas e as importações de Portugal para a Suécia a 6,1 biliões de coroas suecas. A Câmara de Comércio Luso-Sueca tem cerca de 100 membros, grandes empresas globais, mas também pequenas empresas recém-chegadas. Portugal é atraente para as empresas suecas, enquanto membro da União Europeia, visando a inovação, transição digital e verde.

## Quais os projetos futuros planeados, onde a Embaixada da Suécia em Portugal tome parte, que gostaria de salientar?

O primeiro é a preparação para a Presidência Sueca da União Europeia na Primavera de 2023, na qual antevemos com expectativa trabalhar com Portugal e com os outros países-membros da União Europeia. Outro é a Web Summit, em novembro de 2022, na qual esperamos uma forte presença de companhias e participantes suecos. Também decorrerão as eleições na Suécia, em 11 de setembro, para as quais é importante a Embaixada preparar-se. No entanto, o meu mandato em Portugal vai terminar no Verão, depois de cinco anos. Eu partirei com gratidão e com saudades!



# O mar enquanto recurso estratégico

Portugal é um país verdadeiramente oceânico, com uma costa de cerca de 2.500 km e uma das maiores zonas económicas exclusivas do mundo. A nossa realidade e visão oceânica está consubstanciada na Estratégia Nacional para o Mar para o período 2021-2030 que está alinhada com vários instrumentos internacionais (globais e regionais), nomeadamente com a Agenda 2030 das Nações Unidas, com o Pacto Ecológico Europeu, com a Política Marítima Integrada da União Europeia e com as recentes Estratégia de Biodiversidade da UE 2030 e Estratégia do Prado ao Prado, apresentadas pela Comissão Europeia.

A Estratégia Nacional para o Mar está ancorada em dois objetivos principais: inverter a tendência de degradação do oceano, combatendo as alterações climáticas, a perda de biodiversidade e a manutenção da integridade dos ecossistemas marinhos; e melhorar a nossa capacidade de transformar conhecimento científico em economia azul sustentável, fomentando o bem-estar das populações e o emprego, concomitantemente com a proteção e restauração dos ecossistemas marinhos.

Nas últimas décadas assistimos a grandes progressos no desenvolvimento de programas científicos de larga escala, aplicados aos níveis local, nacional, regional e internacional, permitindo aumentar o conhecimento do oceano e o desenvolvimento da tecnologia que resultaram, por exemplo, na melhoria das tendências populacionais de algumas espécies marinhas, na redução das ocorrências de derrames de crude no mar e na melhoria da qualidade das águas costeiras.

Apesar disso, a procura de soluções transformadoras para travar e inverter as tendências atuais de perda de biodiversidade a nível global permanece necessária e decisiva para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 das Nações Unidas. Torna-se crucial que durante esta década sejamos capazes de implementar estratégias para preservar o património natural marinho e salvaguardar a estrutura, o funcionamento e a resiliência dos ecossistemas marinhos e costeiros.



José Maria Costa  
Secretário de Estado do Mar

**O governo de Portugal tem apostado no desenvolvimento e aproveitamento de vários mecanismos, nacionais e internacionais, de apoio ao investimento na economia azul.**

Este é o tempo de os governos passarem da discussão à ação e começarem a adotar medidas corajosas para assegurar a proteção dos seus recursos naturais, valorizando o património natural, descarbonizando a economia, ordenando e gerindo melhor as atividades económicas no seu território, desenvolvendo processos de produção mais limpos, combatendo a poluição e tornando a economia mais circular. Só assim, será possível aumentar a eficiência no uso de recursos e de energia e assegurar um aproveitamento sustentável dos recursos naturais, dentro dos limites regenerativos dos ecossistemas. Este novo paradigma é, por um lado, uma obrigação moral no contexto mundial e, por outro, constitui uma oportunidade para Portugal liderar pelo exemplo e desenvolver com a comunidade científica novas tecnologias oceânicas que podem vir a ser exportadas.

O governo de Portugal tem apostado no desenvolvimento e aproveitamento de vários mecanismos, nacionais e internacionais, de apoio ao investimento na economia azul. Para além dos apoios à economia em geral dos fundos da União Europeia, destacam-se o Fundo Azul e o Programa de Crescimento Azul dos EEA Grants, enquanto instrumentos essenciais para estimular o desenvolvimento da economia azul e uma relação mais sustentável com o mar, estando disponíveis tanto para o setor público como para o privado.

Portugal, conjuntamente com a República do Quênia, vai acolher a Segunda Conferência dos Oceanos das Nações Unidas (UNOC), a realizar em Lisboa, de 27 de junho a 1 de julho, que irá contar com um evento de alto nível especialmente dedicado ao financiamento da economia azul sustentável, com o objetivo de aproximar os financiadores, investigadores e empreendedores na área do mar. A UNOC posicionará Portugal no epicentro decisório das políticas globais do oceano e constituirá uma oportunidade ímpar de as traduzir em ações concretas e ambiciosas, capazes de responder aos desafios globais que o oceano enfrenta, em benefício das gerações atuais e futuras. Conto, por isso, com o entusiasmo e envolvimento de toda a sociedade civil como "tripulantes nesta viagem".

# Dinamizar o mar para

Portugal dispõe da terceira maior Zona Económica Exclusiva da União Europeia, a 11ª do mundo e tem, na sua identidade e cultura, o mar impregnado no ADN nacional. Todavia, este é um recurso que tem sido deixado de lado economicamente e o seu subaproveitamento começa agora a ser tido em conta. O projeto Inovsea, dinamizado pela AEVC e pela ACIFF, é um exemplo disso mesmo.



**Manuel Cunha Júnior** (presidente da Associação Empresarial de Viana do Castelo (AEVC)) e **Nuno Lopes** (presidente da Associação Comercial e Industrial da Figueira da Foz (ACIFF))

A Associação Empresarial de Viana do Castelo (AEVC) é, em conjunto com a Associação Comercial e Industrial da Figueira da Foz (ACIFF), fundadora e dinamizadora do projeto Inovsea, criado para potenciar a inovação nas PME que integram a economia do mar, tendo sempre em consideração, simultaneamente, a valorização e sustentabilidade dos recursos marítimos.

A nível nacional, existem cerca de 200 mil empregos diretamente relacionados com a economia do mar, segundo os dados de Nuno Lopes, presidente da ACIFF: "Só no Baixo Mondego, mais de 1100 pessoas trabalham em empresas diretamente relacionadas com esta área". Este número significa mais de 200 empresas, que geram anualmente uma faturação anual que ronda os 125 milhões de euros: "As exportações representam 40 milhões de euros e o VAB é de 27 milhões de euros". Os números aumentam quando olhamos para o Alto Minho, cujo presidente é Manuel Cunha Júnior, da AEVC: "No Alto Minho, a economia do mar é composta por mais de 300 entidades, as quais representam um volume de negócios de 204 milhões de

euros, exportações de 91 milhões de euros e um VAB de 62 milhões de euros". Isto significa, em número de empregos, que duas mil pessoas trabalham em atividades ligadas à economia do mar.

Foi tendo em consideração estes números, e aquilo que refletem da importância do setor, não só para estas duas regiões, mas para o país, que a AEVC e a ACIFF criaram o Inovsea: "Este visa potenciar a inovação na economia do mar, tendo como base o incremento da cooperação e a incorporação de novas capacidades e competências, procurando perspetivar o seu potencial de valorização por via da integração de conhecimento e valor acrescentado", explica Nuno Lopes. Manuel Cunha Júnior acrescenta: "Os objetivos do Inovsea passam por dinamizar e estimular todas as fileiras do setor da economia do mar, considerando o potencial global disponível. Importa recordar que a Zona Económica Exclusiva portuguesa é uma das maiores do mundo, com um extraordinário potencial ao nível dos recursos marinhos e das atividades de turismo, lazer e recreio. Considerando as principais vantagens de Portugal neste setor económico, existem ainda inúmeras possibilidades em atividades específicas como a aquacultura, os portos marítimos, a construção naval e a energia".

É precisamente na energia que o Alto Minho se destaca, segundo o presidente da AEVC: "A este nível, o Alto Minho destaca-se pelo seu papel pioneiro e peso da atividade de produção de energias renováveis no VAB e volume de negócios da economia do mar. Não obstante o potencial destas atividades ser também relevante no Baixo Mondego, nesta região as empresas existentes são ainda muito jovens". Os setores do





# fazer crescer a economia

Turismo, da Pesca e da Aquicultura são os que mais se destacam no Baixo Mondego e Nuno Lopes relembra a importância de apostar na dinâmica e desenvolvimento de atividades, mas sempre sem esquecer as especificidades de cada região: "Com o Inovsea interessou-nos promover uma estratégia que não revogue o atual perfil de especialização e o potencial dos recursos marítimos das regiões, mas que promovesse uma orientação sensata das competências e recursos para as necessidades do mercado, num contexto concorrencial cada vez mais dinâmico".

As empresas nacionais, sobretudo as PME, precisam, todavia, de orientação e cuidados particulares, pois deparam-se muitas vezes com dificuldades inerentes ao seu tamanho e capacidade económica. Por isso, a criação de sinergias e de processos de cooperação entre estes agentes económicos é fundamental para o crescimento e capacitação dos mesmos, como detalha Manuel Cunha Júnior: "Promovemos o desenvolvimento das atividades emergentes, inovadoras e qualificadas, ajudando as empresas a ganhar maturidade e escala e prepará-las para alcançarem uma maior penetração em mercados

internacionais e atrair um investimento para o setor. Ao longo do projeto foram desenvolvidas as seguintes atividades: Definição da estratégia para as regiões costeiras, onde fizemos um levantamento da capacidade de oferta instalada das atividades da economia do mar, definimos um plano de ação para estas regiões e realizámos um seminário de apresentação do estudo e plano de ação; Dinamização de ecossistemas de inovação/redes de cooperação, onde foram realizadas jornadas de inovação e transferência de conhecimento e desenvolvida uma plataforma de disseminação de conhecimento; Qualificação e capacitação, conseguidas através da realização de um ciclo de workshops temáticos".

O objetivo é conseguir dinamizar a economia do mar e fazê-la crescer, além da sua relevância atual para o país: "De uma forma global, as empresas da economia do mar representam 4,5 mil milhões de euros em exportações. As atividades mais características da economia do mar, a pesca e aquicultura, a salicultura, a construção naval, a atividade portuária, os transportes marítimos, as obras costeiras, a náutica, etc. representam 45,8% do total do Valor Acrescentado Bruto e mais de metade do emprego (51,2%)", salienta Nuno Lopes.

Precisamente sob o mote "Exportar", irão ter lugar em Viana do Castelo, no próximo dia 9 de junho, as últimas jornadas temáticas do Inovsea. A sessão terá como objetivo explorar e potenciar as redes de inovação e cooperação empresarial e interorganizacional na promoção da competitividade: "Iremos juntar empresas das várias fileiras do setor da economia do mar em jornadas de inovação, animadas por especialistas, entidades do sistema científico e tecnológico, casos de estudo e responsáveis nacionais pela promoção da inovação". À semelhança das anteriores, destina-se a empresas e entidades da economia do mar e realiza-se presencialmente e por via digital, mediante registo prévio.



Pesca, aquicultura,  
transformação e  
comercialização dos seus  
produtos



Construção, Manutenção  
e Reparação Naval



Portos, Transporte  
e Logística



Recreio, Desporto  
e Turismo



Novos usos e recursos  
do mar

# Energia eólica offshore

O WavEC é um centro dedicado às energias renováveis marinhas – energia das ondas e eólica offshore. No entanto, a conjugação dos seus conhecimentos nas áreas do Ambiente, Engenharia, Economia e Regulação com a sua capacidade de se dirigir às empresas, aos organismos públicos e ao meio académico tornam-no uma instituição de relevo para o desenvolvimento da economia do mar, como revela o professor António Sarmento, fundador e presidente deste centro.



António Sarmento  
Fundador e presidente

**engenharia dos oceanos? Quais os projetos a destacar?**

Das três áreas referidas, a da energia eólica offshore é a que está mais perto do mercado e tem maior potencial de impactar a economia portuguesa na presente década, quer em termos do volume de investimento e de criação de emprego, quer da sua capacidade de arrasto da economia do mar. Esta é talvez a minha mensagem mais forte: o desenvolvimento da energia eólica vai potenciar infraestruturas de apoio e uma cadeia de valor sem as quais as outras áreas mencionadas vão ter grande dificuldade de desenvolvimento. Quanto aos projetos a destacar, é inevitável referir o parque WindFloat Atlântico em Viana do Castelo, liderado pela EDP, pelo que representa de pioneirismo e de sucesso. Na área da energia das ondas, o teste e demonstração da tecnologia CorPower na Aguçadoura/Póvoa do Varzim, que se vai iniciar este ano e perdurar nos próximos sete anos. Na aquacultura offshore, há a referir o projeto da empresa Nørde, que envolveu o teste duma primeira jaula em mar aberto na costa ocidental portuguesa em 2018. Na área das soluções de engenharia dos oceanos, posso referir o projeto ASTRIIS.

**“Das três áreas referidas, a da energia eólica offshore é a que está mais perto do mercado e tem maior potencial de impactar a economia portuguesa na presente década, quer em termos do volume de investimento e de criação de emprego, quer da sua capacidade de arrasto da economia do mar.”**

**C**omo caracterizaria o WavEC e a sua importância para o desenvolvimento da “economia do mar”?

O WavEC é um centro de excelência dedicado às energias renováveis marinhas, nomeadamente a energia das ondas e a energia eólica offshore, sobretudo a flutuante. No entanto, as competências desenvolvidas ao longo dos 19 anos do WavEC nas áreas da engenharia e logística offshore, monitorização e avaliação ambiental, licenciamento, economia, desenvolvimento de negócio e comunicação têm sido aplicadas a outras áreas necessárias ao desenvolvimento sustentável do oceano, nomeadamente em projetos de aquacultura offshore, reflorestação do oceano, observação oceânica ou limpeza dos oceanos, que representam já uma fatia importante da nossa atividade.

Como caracteriza o desenvolvimento das três principais áreas com que trabalham – energias renováveis, aquacultura e soluções de

**Já há vários anos que se fala de uma aposta maior que Portugal deveria fazer no mar. Tendo em consideração os objetivos recentemente traçados pela União Europeia, é o momento de fazer essa aposta?**

Sim, é o momento. A guerra da Ucrânia veio demonstrar a necessidade de explorar o nosso recurso eólico offshore e há uma grande apetência da indústria em fazê-lo. Como referi acima, a energia eólica offshore terá um efeito arrastador das outras componentes da economia do mar.

**Como lhe parece possível que o mar seja alvo de um aproveitamento ainda maior, para que se torne numa das principais fontes económicas nacionais?**

Muito mais do que desenvolver estratégias muito ambiciosas, creio que devemos perceber quais são os projetos com impacte que nos estão a bater à porta e criar condições para que esses projetos se concretizem e tragam valor à sociedade portuguesa.

**O Dia Mundial dos Oceanos celebra-se a 8 de junho. Quão importante ainda é assinalá-lo?**

É uma oportunidade para chamar a atenção para a relevância e fragilidade do oceano e da premência em assegurar a sua saúde e a sua exploração sustentável para uma população mundial que continua a aumentar e que tem crescentes aspirações de bem-estar e de energia limpa.

**Quais os objetivos previamente definidos pelo WavEC para o futuro?**

Os objetivos do WavEC mantêm-se desde a sua fundação em 2003: promover uma nova atividade económica centrada na exploração dos recursos energéticos renováveis do oceano, assegurando que Portugal participa na linha da frente desse desenvolvimento, criando empregos qualificados e valor para a sociedade portuguesa. Pretende continuar a fazê-lo através de apoio técnico e estratégico às empresas e a organismos da administração do Estado.

**TWIND**  
OFFSHORE WIND ENERGY

Promovemos a troca de conhecimento para apoiar o crescimento da energia eólica offshore em Portugal



WavEC  
OFFSHORE WIND ENERGY

tecnalia Inspiring Business

CATAPULT  
OFFSHORE WIND ENERGY

TU Delft

www.twindproject.eu

PARTNERS



This project has received funding from the European Union's Horizon H2020 Condition and support action programme under grant agreement No. 95231



# “Não faltam oportunidades na economia azul”

A Fórum Oceano é uma associação criada para promover o desenvolvimento da economia do mar. Reconhecida como Cluster de Competitividade do Mar Português, esta instituição leva a cabo várias ações para impulsionar o crescimento e dinamização deste recurso económico e fortalecer a economia de Portugal, através das mais variadas atividades, que têm o mar como elemento principal, como explica o secretário-geral, Rúben Eiras.

**Qual o principal papel desta associação, juntos dos diferentes players ligados ao mar?**

O nosso principal papel é fomentar o desenvolvimento do negócio da economia azul sustentável, através da nossa função como catalisadores de um ecossistema de inovação assente na dinamização do empreendedorismo e de novos atores no financiamento, com foco na criação de novos produtos e serviços, sendo reconhecidos oficialmente como Cluster de Competitividade do Mar Português pelo Ministério da Economia e do Mar. Somos uma associação empresarial com mais de 10 anos, multissetorial na economia azul, com 136 associados e representando 50% do PIB do Mar Português.

**Quais as ações desenvolvidas pela Fórum Oceano para coordenar e colocar em contacto os diferentes organismos que podem beneficiar de um desenvolvimento da economia do mar?**

Uma dessas iniciativas é o Atlantic Smart Ports Blue Acceleration Network (ASPBAN), em que colidamos um consórcio europeu de 15 entidades em conjunto com um dos nossos associados, a Beta-i. O objetivo deste projeto é criar um ecossistema de inovação para a economia azul que usa os portos como hubs de novos negócios, em todos os setores da economia do mar. Vamos concretizar este objetivo através de um programa de aceleração de startups, baseado num «pool» de 450 empresas, vamos selecionar 30 soluções tecnológicas para implementar 30 pilotos em 30 portos do Atlântico. Outra iniciativa é o Programa Nautical Portugal, que se centra na criação de uma rede de Estações Náuticas, costeiras e fluviais. As Estações Náuticas ajudam a estruturar o produto turístico baseado em atividades aquáticas, a nível local e regional.

**Quais os projetos que tem neste momento em desenvolvimento e que gostaria de destacar?**

Primeiro, a entrada do Fórum Oceano no consórcio da Blue Invest Platform, a principal ferramenta contratualizada pela Comissão Europeia para dinamizar o ecossistema de investimento da economia azul e que terá funções de advisory do EU Invest Blue Economy Fund, que contempla um montante global de 500 milhões de euros. Segundo, vamos arrancar com o Mediterranean Blue Accelerator Network (MedBAN), liderado por nós e que replica o modelo do ASPBAN no Mediterrâneo. Terceiro, estamos a liderar a organização do espaço «Ocean Science & Business2Sea» do side-event «One Sustainable Ocean» da UN Ocean Conference, onde iremos ter a presença de duas mil pessoas e perto de cem investidores na economia azul. Quarto, fomos desafiados pelo Governo português a liderar a estrutura de gestão do Hub Azul, uma rede de infraestruturas de inovação para a economia do mar financiada pelo PRR. Quinto, lideramos o consórcio do polo de inovação digital para a economia azul, o Portugal Blue Digital Hub.

**Qual lhe parece ser o papel a desempenhar pelos diversos envolvidos nesta economia do mar, de forma a avançar rapidamente com políticas de desenvolvimento e aproveitamento sustentável deste recurso?**

O mar é um mega setor, pois tem potencial produtivo para ser muito mais na segurança alimentar, energética e de outros recursos. A eólica offshore flutuante será muito provavelmente a principal fonte de hidrogénio verde e Viana do Castelo tem um potencial eólico marinho gigantesco. A tecnologia de jaulas 100% submersíveis vai permitir ter aquacultura offshore a



Rúben Eiras  
Secretário-geral

custo competitivo em quase todo o espaço marítimo. A biotecnologia aplicada à aquacultura está a permitir que se tenha produções «onshore» antes inimagináveis. E o digital, as novas energias e novos materiais estão a revolucionar o conceito de fabrico das embarcações, abrindo novas oportunidades na construção naval não só baseadas no custo. A situação geopolítica da guerra na Ucrânia e do corte energético com a Rússia abriu a oportunidade de Sines se tornar num hub de transshipment de gás. Portanto, não existem falta de oportunidades para monetizar o nosso mar.

# “O mar é fulcral para o desenvolvimento da economia”

A blueOASIS desenvolve o seu trabalho em áreas que envolvem o mar, sobretudo no que concerne à criação de soluções para as áreas da energia renovável e da aquacultura, descarbonização da atividade marítima, a acústica submarina e igualmente em projetos de limpeza oceânica e impacte ambiental.



Guilherme Beleza Vaz  
CEO e R&D Manager

**C**omo caracteriza o trabalho desempenhado pela blueOASIS e o espaço que ocupa neste mercado?

Eu formei-me em Engenharia Aeroespacial, no Instituto Superior Técnico e doutorei-me em Engenharia Naval, na Holanda. Enquanto lá estava, trabalhei no maior instituto mundial de investigação marítima e pude perceber que a investigação não é algo apenas feito nas universidades. No fundo, o que lá existe é uma forte ligação entre a indústria e as instituições de I&D, públicas ou privadas, o que faz com que a investigação pura seja levada a cabo nas universidades, mas que problemas críticos industriais sejam solucionados por institutos ou empresas de investigação aplicada. Quando voltei para Portugal, em 2019, notei essa lacuna – há um grande hiato entre as indústrias e as universidades e há poucas empresas privadas na área da I&D aplicada para a Indústria Naval, Marítima e de Energia Offshore. Ora, é neste nicho de ação, na

ligação entre as instituições públicas e a indústria, que nós nos posicionamos. Só trabalhamos com assuntos relacionados com o mar, mas fazemos investigação aplicada, de forma a resolver problemas que surjam nas indústrias ligadas a esta área, através da consultadoria e da investigação.

**Quais os projetos que gostaria de salientar, por serem mais marcantes?**

Nós trabalhamos com a SustainableMarine - ligada às turbinas de maré, que criam energia com a força das correntes dos rios/mares. Estudamos o impacte que as turbinas têm no meio ambiente e se as turbinas estão a ter o comportamento que se

pretende. Também trabalhamos com uma empresa que faz recolha de plásticos no Oceano – a TheOceanCleanUp – e temos uma forte parceria com a SeaWindTechnology, em termos de turbinas eólicas flutuantes, que quer instalar um grande número dessas estruturas em Portugal. Igualmente, uma das áreas em que estamos a apostar é a acústica submarina: medição, modelação, propagação e mitigação, para aplicações ambientais e de segurança.

**Fala-se bastante do aproveitamento do mar, economicamente, mas raramente se fala de impactes ambientais. Estes existem, quando falamos de dinamizar a economia do mar, correto?**

Qualquer efeito de uma solução tecnológica no ambiente deve ser estudado, para perceber se há efeitos nefastos e, se os houver, como podem ser mitigados. Qualquer projeto de energias renováveis tem um impacto ambiental, no entanto, não nos devemos esquecer que eles também podem ser positivos – há estruturas no mar que, depois de criadas, passaram a servir como um sistema de recifes e a partir dali forma-se um novo ecossistema...

**O mar tem de ser fundamental, independentemente das políticas adotadas. Não pode ser relegado para segundo plano. É um recurso estratégico, principalmente para um país como Portugal.**

**Como pode ajudar a Indústria 4.0 a economia do mar?**

**Aliar princípios da Indústria 4.0 à economia do mar ainda vai impulsionar mais este recurso. A computação de alta performance, BigData e a inteligência artificial vão ajudar em muito a conseguir otimizar, desenhar e analisar todas as estruturas no mar de uma forma holística. Só assim é que conseguiremos reduzir custos e aperfeiçoar estas tecnologias ao máximo. E o know-how para tal já existe em Portugal.**

**É agora a altura de apostar no mar, sobretudo tendo em conta a conjuntura internacional e a própria preocupação governativa de dar destaque ao Mar?**

Sim, agora é o momento. Já se veem aspetos positivos, todavia este setor tem que ser considerado e tratado como um desígnio nacional. Se falharmos esta oportunidade no setor das renováveis (energia), quer como aquaculturas (alimentação), descarbonização (ambiente) e na acústica marinha (ambiente e segurança), perderemos terreno para outros Estados. Aliar a nossa vocação de investigação e inovação, a nossa vontade e experiência a um ativo estratégico que é o mar é potenciar a economia nacional; como disse Camões, será passar além da Taprobana.



# ad | aires dreams living

T2 | T3  
T4 | PENTHOUSE



EXCLUSIVO

 BLUECOAST



ad | aires  
dreams  
living

Aires é uma localidade pertencente ao Município de Palmela e inserido no Distrito de Setúbal, região de Lisboa e sub-região da Península de Setúbal. Actualmente, a malha urbana de Aires, é maior que a sua capital de freguesia, Palmela.



Rede de acesso com excelentes estradas, diversas disponibilidade de deslocamento – rodoviário e ferroviário – e está a apenas 30 minutos de distância do aeroporto de Lisboa

Excelente localização, fáceis acessos à Autoestrada A2 (Lisboa-Setúbal-Algarve).

A Estação Ferroviária de Palmela (Palmela A) está localizada em Aires, e é uma interface da Linha do Sul.

Apenas a 10 m de Setúbal, trata-se de uma das regiões mais diversificadas de Portugal. Dela fazem parte tesouros naturais como o Parque Natural da Serra da Arrábida ou a Reserva do Estuário do Sado.



VENDA EXCLUSIVA



# BLUECOAST<sup>®</sup>

L I V E   O R   I N V E S T

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

+351 211 502 148

[geral@bluecoast.pt](mailto:geral@bluecoast.pt)

ad | aires  
dreams  
living

PROMOTOR

 DIAGRAMAMOTRIZ

## Uma consultora imobiliária que ouve o cliente

Ricardo Vicente é o CEO da BlueCoast, uma agência de consultoria imobiliária que se distingue, sobretudo, pela forma de lidar com o cliente. Para esta empresa, é fundamental ouvir o cliente e encontrar o imóvel que melhor se ajusta à sua realidade. Além disso, o acompanhamento do cliente – seja ele um investidor ou um cliente que quer comprar uma casa para residir – é também fundamental e é garantido até ao final do processo.



Ricardo Vicente  
CEO

### Como descreve e caracteriza a BLUECOAST?

A BlueCoast Live or Invest distingue-se por ser não uma agência imobiliária, mas sim uma agência de consultoria no setor imobiliário. Começamos com um escritório num primeiro andar e não com uma loja de rua aberta ao público. Obviamente que temos a porta aberta e recebemos com prazer qualquer pessoa, mas o serviço que prestamos foca-se sobretudo em ouvir o cliente, perceber o que procura, para que fim (to live or to invest?) e a partir daí ir em busca daquilo que o nosso cliente pretende. Fazemos o mesmo quando os nossos clientes nos procuram para os ajudar a vender imóveis.

### Como definiria o mercado nacional, quer para o cliente “to live”, quer para o cliente “to invest”?

Observamos que, no mercado nacional, existe uma procura maior por parte de clientes nacionais pelo



mercado “to live”, e pelos clientes internacionais, pelo mercado “to invest” – isto não invalida, no entanto, que muitos dos clientes nacionais procurem, cada vez mais, o mercado “to invest”; existe, sem dúvida, a percepção de que o setor imobiliário continua a ser um bom investimento.

### Esta caracterização de cliente – “to invest” e “to live” – reflete uma forma de atendimento diferenciada para cada caso? Como personalizam este atendimento?

Sem dúvidas que a abordagem ao cliente e o trabalho que é desenvolvido pelos colaboradores da Bluecoast tem como base a caracterização do cliente. O nosso trabalho foca-se em encontrar soluções. Em primeiro lugar, ouvimos o cliente, para conhecê-lo e compreender o que procura, a sua motivação e objetivos, para construirmos uma solução adequada para cada caso.



**Considerando a vossa filosofia centrada no cliente, qual a importância que as tecnologias poderão ter na relação com o cliente? Esta inovação é importante?**

O digital foi sempre a base da nossa comunicação - na atualidade, a presença de um negócio nos meios de comunicação digitais é determinante para alcançar o público. Não descuramos outros meios de comunicação mais tradicionais, mas o nosso foco foi sempre o digital, desde o início da nossa atividade. Estatisticamente, os contactos que recebemos provêm sobretudo da divulgação online dos nossos produtos e serviços. Isto é válido para os clientes nacionais, e sobretudo para os clientes estrangeiros, seja na vertente "to live", seja na vertente "to invest". Importa referir que o digital é um meio para chegar ao público e facilitar o contacto e a comunicação entre o negócio e o cliente, mas depois, aquilo em que mais nos focamos é em ouvir quem nos procura e construir uma relação de confiança com os nossos clientes, trabalhando para eles e com eles em busca da solução mais adequada - a componente relacional e a proximidade com os nossos clientes são fatores-chave do sucesso.



**Portugal tem boas condições para o investimento estrangeiro, mas há quem considere fundamental uma desburocratização dos procedimentos legais e administrativos. Qual a sua opinião sobre esta questão?**

É verdade que, tradicionalmente, o nosso país apresenta uma carga burocrática grande, seja qual for a área de negócio, o imobiliário não é exceção. Já foram dados passos no sentido de atrair o investimento estrangeiro, mas cremos que haverá mais trabalho a fazer para contornar a questão

burocrática e aumentar a atratividade do país para os investidores estrangeiros. Procuramos, na Bluecoast, também apoiar os nossos clientes estrangeiros nesse sentido.

**No que toca a quem quer comprar um imóvel para fazer dele a sua casa, quais as dificuldades que se avizinham, sobretudo tendo em consideração a conjuntura internacional, que pode afetar o mercado imobiliário?**

Estar atento ao contexto económico é fundamental quando se toma a decisão de adquirir um imóvel. Uma vez mais, atuando como uma consultora, dispomos de recursos que apoiam os nossos clientes também nesse sentido, procurando identificar as opções mais vantajosas para os clientes que precisam de alavancagem financeira para aquisição de imóveis, e aconselhamento ao

**Já foram dados passos no sentido de atrair o investimento estrangeiro, mas cremos que haverá mais trabalho a fazer para contornar a questão burocrática e aumentar a atratividade do país para os investidores estrangeiros.**

nível das melhores opções para a aquisição, por forma a que os clientes tomem as decisões que melhor servem os seus interesses - não estamos interessados apenas em "escoar" os produtos do nosso catálogo, mas sim acompanhar os clientes também neste sentido, ajudando-os a navegar num clima de incerteza, por exemplo.

**Como se posiciona a Bluecoast no que concerne à formação dos seus consultores e, simultaneamente, relativamente à necessidade ou não de profissionalizar a área?**

Acreditamos que o capital humano é o melhor investimento de qualquer empresa. O investimento

em formação é algo que na Bluecoast fazemos de forma contínua e a valorização dos nossos recursos, por via de ações de formação, tem-se revelado um fator-chave do nosso crescimento. Dito isto, observámos nos últimos anos também que muitas empresas neste mercado acabaram por não se manter em atividade, que a falta de profissionalização poderá ter contribuído para tal e que os clientes confiam em quem tem profundo conhecimento da área e não apenas em alguém que procura desempenhar uma função sem formação adequada e sem "amor à camisola". A profissionalização do setor poderá, sim, contribuir para uma mudança, no sentido positivo, por parte da sociedade.



**Que avaliação faz do caminho percorrido e quais os objetivos que estão delineados para o futuro?**

Temos o privilégio de termos visto a Bluecoast com um trajeto sempre ascendente, desde que começámos a operar neste mercado. A abordagem pela via da consultoria e não apenas da mediação contribuiu para esse crescimento, bem como o apetite do público pela área "to invest". A curto prazo o nosso foco continua a ser o crescimento e um maior alcance da nossa presença física, com a abertura de mais espaços onde se possam construir relações com os nossos clientes, pois é esse o fator diferenciador que marca a posição da Bluecoast neste setor. Este maior alcance da presença da Bluecoast está pensado para a área nacional, bem como para o estrangeiro, com relações de parceria.

# Há três anos a construir sonhos

“Sonhar grande ou sonhar pequeno dá o mesmo trabalho”. A frase atribuída a Jorge Paulo Lemann, considerado em 2019 o homem mais rico do Brasil, explica bem a filosofia da TB Construções e do seu diretor, Darcy Junior. Para esta empresa de construção civil – que recentemente se posicionou também na área da promoção imobiliária – os sonhos de cada pessoa não são medidos pelo tamanho do projeto que solicitam. Focada nas pessoas – clientes, parceiros e colaboradores – participa no desenvolvimento da comunidade através do projeto TB Social.



Darcy Junior  
Diretor

**A** TB Construções é uma empresa de construção civil que preza pela ideia de realizar sonhos dos seus clientes. Considerando o vosso tempo de mercado, que balanço faz deste projeto?

Eu já ando nas obras desde pequeno e, ao longo dos anos, já estive em todos os lados da construção, executando, gerindo, comercializando e investindo, portanto, conheço bem todos os lados que contemplam o mercado imobiliário. Acredito que esse conhecimento, unido a boas contratações para gestão interna e boas parcerias externas, foi o que gerou o resultado positivo da empresa. Isso permitiu-nos posicionar no mercado enquanto promotores imobiliários, de forma a podermos projetar, construir e vender os nossos próprios imóveis. Temos quatro imóveis em carteira para este ano, todos já vendidos, e esperamos dobrar este número no próximo ano.

A TB Construções conta com 40 colaboradores e é ainda responsável pelo projeto TB Social, que

procura ajudar pessoas em situação financeira difícil. Parece-lhe que são essas funções sociais que também tornam as empresas membros ativos de uma comunidade? Quão importantes são as pessoas, para vós?

O nosso intuito é contribuir e investir em pessoas, através do projeto TB Social. A TB Construções tem formado trabalhadores dentro da própria empresa. Apesar de ser dispendioso, o resultado final costuma ser muito positivo. Queremos ser a TB Construções que faz diferença na vida da comunidade e das pessoas, desde o cliente que nos contrata para projetar e construir a sua moradia até ao funcionário que conta com o seu ordenado para sustentar a família. Construir sonhos não quer dizer só construir casas, prédios, mas também construir um ambiente melhor para se viver e queremos fazer parte disso.

A construção civil é uma área que atravessa grande evolução. Como se posiciona a TB Construções relativamente à contínua necessidade de evoluir,

conhecer e utilizar as mais avançadas tecnologias e materiais?

O mercado vai evoluir naturalmente, principalmente com tanta tecnologia disponível. Entretanto, temos tirado o máximo proveito para evoluir em simultâneo e melhorar, criando boas parcerias, conhecendo de perto a evolução dos materiais, formações específicas e formação interna para garantir o que mais importa: “resultado final”.

Quais as dificuldades com que se debatem as empresas da construção civil atualmente e que lhe parece importante mencionar?

Como dizia Martin Luther King: “Se não puder voar, corra! Se não puder correr, ande! Se não puder andar, rasteje! Mas mantenha-se em movimento”. As dificuldades vão existir sempre. Eu poderia reclamar de algumas empresas que trabalham muito barato, ou do custo elevado para manter um funcionário... seria grande a lista de reclamações, mas acho desnecessário, pois há espaço para todos. As dificuldades vão sempre existir, independentemente do tamanho da empresa. Cabe a cada um aprender a lidar com isso. Momentos difíceis criam pessoas fortes.

Que projetos gostaria de salientar, como aqueles que, de alguma forma, se destacam?

Um projeto começa com um sonho, portanto, para mim todos se destacam. Uns são maiores, outros menores, uns mais caros, outros mais baratos, mas eu seria injusto se destacasse algum projeto, já que no fundo cada um tem uma importância individual para cada pessoa.

Como antecipa o futuro deste setor, tendo em conta as dificuldades que o mundo atualmente atravessa? Especificamente para a TB Construções, como se desenha o futuro?

Esses dois últimos anos foram recheados de surpresas, que dificultam um planeamento a longo prazo, devido à incerteza. Vamos apostar na promoção imobiliária e nas boas parcerias, mas estamos otimistas que o mercado imobiliário se vai manter estável e a crescer. Portugal está em primeiro lugar em questões como Segurança e Clima e isso são bons indicadores para a construção civil e para o imobiliário.





# PORTUGAL CRIATIVO

DESENVOLVIMENTO

## CRIATIVIDADE

O Portugal Criativo é um tema residente da Valor Magazine, que procura explorar aquilo que se faz de bom em Portugal.

A qualidade, a inovação, a investigação e o desenvolvimento de novas ideias são apoiadas, neste tema, que procura trazer exemplos de empresas e empreendedores que se dedicam a surpreender o mercado com a sua evolução, de produto e serviço.

Nesta edição, apresentamos-lhe os exemplos da Wize, Finpartner, Awareness, EAP Formação e Capta Design. Todas elas empresas diferentes, são também distintas na opinião dos seus responsáveis no que respeita aos setores em que se inserem, às dificuldades que enfrentam e à forma como o mercado e a economia se comportam. Não deixe de ler!

No subtema Empreendedorismo e Criatividade Feminina, o ponto de vista é da mulher. Da mulher líder, da mulher empreendedora, da mulher que aposta numa carreira de sucesso e consegue alcançar o seu intento.

Desta vez, trazemos-lhe as histórias da GreenTrust, da Go Health Portugal e da APDL.

História de superação, capacidade crítica e liderança, de mulheres que têm algo em comum: nunca desistem de acreditar que é possível!

## Liderança

TECNOLOGIA



A CONSTRUIR CONFIANÇA

- > **Construção, Projeto e Engenharia**
- > **Reabilitação e manutenção integral de edifícios**
- > **Instalações Elétricas, Rede Estruturada e Especiais**
- > **Mobiliário Técnico e equipamentos para laboratórios**
- > **Engenharia e projeto "Chave-na-mão"**

📍 Estrada de Alfragide, Edifícios Mirante,  
Lote 107, Fracção D, bloco A2  
2610-008 Amadora

☎ Tel.: 926 622 723

✉ Email: geral@buildemant.pt

# “A farmácia tem um papel incontornável junto do consumidor”

A Wize nasceu este ano, com um objetivo bem definido: maximizar o valor de cada marca que é comercializada na farmácia. Pedro Paiva, managing partner da empresa, explica que este é um ponto de viragem, no que respeita aos objetivos comerciais das empresas, pelo que uma maior otimização da visibilidade e recomendação das marcas em cada ponto de venda é fulcral para a sustentabilidade do negócio e do setor.



Pedro Paiva  
Managing Partner

**O que vos levou a fundar a Wize, e porquê a especialidade no mercado farmacêutico?**

Durante a última década foi no mercado farmacêutico que desenvolvemos o nosso percurso profissional e, depois de identificarmos algumas lacunas nas atuais ofertas comerciais, com base na nossa expertise, em 2022 decidimos avançar com este projeto em Portugal. É um projeto único, que pretende maximizar o valor de cada marca, fazendo com que toda a estratégia comercial ocorra da forma mais eficiente possível, através dos nossos recursos (gestores comerciais e gestores de sell-out), dos dados e conhecimento gerados em cada momento e das plataformas em que investimos de raiz, para nos diferenciarmos neste mercado tão competitivo.

**No que respeita ao desenvolvimento da marca Wize, o que consideraram como crítico para um bom posicionamento juntos dos vossos clientes target?**

O nosso canal de comercialização é B2B, ou seja, o nosso potencial cliente não é o consumidor final. Assim sendo, o networking e track record de que dispomos são alguns dos nossos elementos diferenciadores e, além do canal direto, fizemos uma aposta clara no digital (rede social B2B), e tem sido muito interessante verificar a quantidade e qualidade de leads geradas em plataformas deste género.

**Como se posiciona a Wize tendo em conta a conjuntura de migração para o online?**

A tendência do online é incontornável, tal como também é incontornável o papel que a farmácia tem e sempre terá junto do consumidor. Estes são dois canais que, do nosso ponto de vista, são complementares. O foco da Wize está na farmácia e é por acreditarmos na farmácia que fizemos nascer este projeto. Cabe-nos, assim, apoiar o desenvolvimento da farmácia no ponto de venda físico, mas também preparar e suportar a farmácia para o seu sucesso e crescimento no omnicanal. É este o desafio que se segue.

**A criatividade e o empreendedorismo são fundamentais, no país, para o desenvolvimento da economia e a evolução nacional. Todavia, o período socioeconómico que atravessamos é desafiante, em especial para quem é empreendedor/empresário. Como analisa este período que vivenciamos e como se posiciona a Wize para o enfrentar?**

A Wize nasce da consciência que temos de que, além de ser necessário trazer novas soluções a um mercado em que durante muito tempo se fez “mais do mesmo”, estamos na presença de um momento de viragem, de um contexto desafiante por ser pós-pandémico, de incremento de custos que antes seriam desprezíveis e de redefinição de presença de empresas em território nacional. É nesse sentido que nos propomos desenhar e desenvolver estratégias e abordagens comerciais diferenciadoras, que permitam aos laboratórios farmacêuticos (multinacionais e nacionais), grupos de farmácias, distribuidores farmacêuticos e farmácias uma maior eficiência dos seus recursos, sejam eles RH ou financeiros, num momento em que a partilha de conhecimento (data) e os serviços partilhados (outsourcing) estão na ordem do dia.

**Quais as perspetivas de evolução futuras da Wize?**

2022 foi o ano do lançamento da Wize e pretendemos que este próximo biénio seja de consolidação no mercado farmacêutico. Para garantir que estamos constantemente preparados e, com base no nosso conhecimento, gerar soluções (knowledge into solutions), vamos continuar a investir e a reforçar a nossa estrutura através de recrutamento, da aposta em plataformas diferenciadoras ou parcerias estratégicas. Será este investimento e consolidação que nos trarão sustentabilidade futura.

**“A Wize propõe-se a desenhar e desenvolver soluções comerciais diferenciadoras, num momento em que o conhecimento (Data) e os serviços partilhados (Outsourcing) estão na ordem do dia”.**



# “O interesse em investir em Portugal não diminuiu, mas diversificou-se”

Os Vistos Gold sofreram uma alteração na sua legislação, que impediu o investimento em património imobiliário para habitação própria nas regiões de Lisboa e Porto e aumentou os montantes de investimento nas outras áreas possíveis. Daniela Esteves, administradora da Finpartner, uma empresa de Contabilidade, Consultoria Fiscal e Gestão, realça as mudanças operadas e o impacto – positivo – que as mesmas tiveram no investimento em Portugal.

**O**s Vistos Gold sofreram uma alteração, no que respeita às regras legislativas e fiscais aplicadas aos mesmos. Que impacto terão estas mudanças no investimento estrangeiro em Portugal?

As mudanças aos investimentos dos Golden Visa têm como objetivo atrair investimento estrangeiro para o interior do país, travando assim os investimentos imobiliários nas zonas metropolitanas com grande pressão. Para além disso pretende-se diversificar estes investimentos e canalizá-los para a criação de emprego, requalificação urbana e património cultural. Em 2021, estes investimentos totalizaram cerca de 461 milhões de euros em que 89% foi feito através de aquisição imobiliária. Apesar de se ter pensado que estas novas alterações iriam afugentar os investidores, tal não se verificou, tendo-se já registado no primeiro quadrimestre de 2022 um valor de investimento total de cerca de 184 milhões de euros, mais 6% do que no período homólogo. Em 2021, o investimento imobiliário no primeiro quadrimestre representava 92%, em 2022 representa 79%. Nota-se, igualmente, um aumento significativo nos investimentos realizados através das transferências de capitais que de janeiro a abril de 2022 já registavam um peso de 21% no total de investimentos feitos, em comparação com o período homólogo, que representava apenas 8%.

**O não acesso à aquisição de imóveis em cidades como Lisboa e Porto refere-se a casos em que os mesmos seriam utilizados como habitação própria. Quais as outras funções de imóveis que continuam a poder ser negociadas nestas regiões?**

Estas mudanças vieram implementar restrições geográficas para a aquisição de imóveis destinados à habitação, contudo existem exceções, como o caso dos imóveis que têm utilização turística, permitindo ao investidor usufruir da casa durante um determinado período, ficando o restante tempo afeto à exploração turística. O investimento

imobiliário não habitacional, como por exemplo apostar em imóveis com fins comerciais e de serviços. Existe também a possibilidade de investimento através de fundos de capital de risco, em que os investidores adquirem unidades de participações dos referidos fundos que podem dar direito a usufruir de uma habitação.

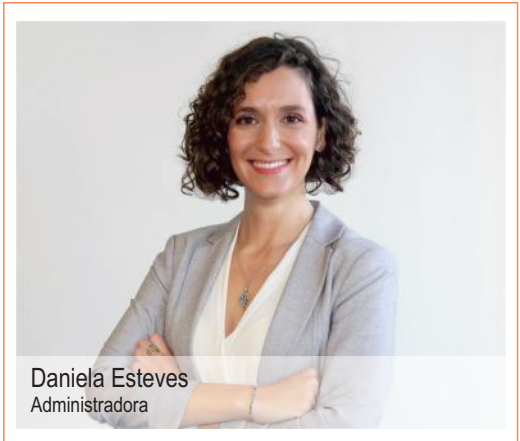
**Em que situações de investimento é que o capital inicial de investimento aumentou? Tal pode ser um entrave ao desenvolvimento de algumas áreas?**

Os capitais iniciais dos investimentos foram atualizados em alta. As transferências de capitais aumentaram de um milhão para 1.5 milhões, para o investimento em atividades de investigação ou científicas desenvolvidas por instituições públicas ou privadas integradas no sistema científico e tecnológico nacional é agora exigido um investimento mínimo de 500 mil euros, antes era de 350 mil euros.

Os fundos de investimento têm agora como valor mínimo 500 mil euros, na lei anterior o montante previsto era de igual ou superior a 350 mil euros. A criação de postos de trabalho também foi atualizada, sendo agora solicitado montante de investimento igual ou superior a 500 mil euros, sendo que no ano passado o montante previsto era de 350 mil euros. Apesar de todas as mudanças que entraram em vigor a de janeiro de 2022, continuamos a atrair investimento estrangeiro.

**A Finpartner, enquanto empresa de contabilidade e consultoria como se posiciona relativamente a estas novas regras? Foi possível notar alguma diferença no comportamento dos clientes investidores?**

Na Finpartner, damos suporte a nível fiscal a estes investidores. Receámos que estas alterações fossem provocar uma quebra nos investimentos, mas tal não ocorreu. Notámos, contudo, um aumento dos investimentos, via Fundos de Investimento e uma



Daniela Esteves  
Administradora

diversificação das nacionalidades que recorrem ao Golden Visa. Uma das nacionalidades que mais se tem vindo a destacar é a americana. Só no primeiro quadrimestre deste ano, 78 americanos já adquiriram o Golden Visa, o que representa mais de 20% do total de atribuições. A segurança, educação de qualidade, o reduzido custo de vida, hospitalidade e o facto de os portugueses serem muito proficientes em línguas estrangeiras, nomeadamente na língua inglesa, pesam aquando da escolha de Portugal como um país para investirem e se estabelecerem.

**Apesar das alterações, ainda continua a ser vantajoso solicitar o Golden Visa?**

Apesar destas alterações, requerer o Golden Visa em Portugal continua a ser muito vantajoso. Pois para além de permitir que seja solicitada nacionalidade após cinco anos, permite também que se possa viver e trabalhar em Portugal. Esta modalidade não obriga à permanência em território português por longos períodos, sendo apenas necessário, no primeiro ano, assegurar sete dias de permanência e nos anos seguintes 14 dias. Pode ainda beneficiar do reagrupamento familiar. Os requerentes podem circular livremente pelo Espaço Schengen, sem necessidade de outros vistos adicionais.

**Finpartner**  
YOUR BUSINESS PARTNER

visit [finpartner.pt](https://finpartner.pt) and talk with us

[finpartner@finpartner.pt](mailto:finpartner@finpartner.pt) | LISBOA | PORTO | FARO



ACCOUNTING  
CONSULTING  
MANAGEMENT  
PAYROLL



# Reduza o IRC de 2022 (e talvez o de 2021)

Orçamento de Estado proporciona descontos até 25% dos valores investidos pelas empresas entre 1 de julho e 31 de dezembro de 2022.

A proposta de Orçamento de Estado para 2022 (OE2022), agora em discussão e aprovação no Parlamento, contempla uma “reciclagem” de um apoio existente em orçamentos anteriores, agora batizado de Incentivo Fiscal à Recuperação (IFR).

Tudo aponta para que este incentivo seja aprovado nos moldes que se encontra definido na Proposta de Orçamento de Estado para 2022, não tivesse o atual governo maioria absoluta.

O Incentivo Fiscal à Recuperação (IFR) proporciona às empresas que façam investimentos em equipamentos e ativos novos (exceto viaturas ligeiras de passageiros) afetos à exploração uma redução de 10% ou 25% do valor investido até 70% do seu IRC. Os investimentos feitos até à média de investimentos dos últimos três anos proporcionam 10% de redução; os investimentos que ultrapassem a média dos últimos três anos proporcionam 25% de redução.

Para beneficiarem deste incentivo, os investimentos deverão ser efetuados (data da fatura) entre 1 de julho e 31 de dezembro de 2022.

De uma forma simples, 10 mil euros investidos entre 1 de julho e 31 de dezembro de 2022 reduzem o IRC em pelo menos mil euros, podendo a redução chegar a 2.500€. Caso no ano de 2022 a empresa não tenha IRC que lhe permita beneficiar da totalidade da redução, que resulta dos investimentos feitos, o valor do benefício sobranterá poderá ser usado para reduzir o IRC a pagar nos cinco anos seguintes.



André Miguel Pinto (CEO) e equipa

A empresa, para poder beneficiar do IFR, durante três anos, não pode distribuir lucros (dividendos) aos sócios nem cessar contratos de trabalho por extinção de posto de trabalho ou despedimento coletivo.

Quem nos ajudou a perceber a importância destes apoios e a forma como se pode ter acesso aos mesmos foi André Miguel Pinto, fundador da Awareness Accounting, Lda, empresa especializada em consultoria e contabilidade, sediada em Faro.

Em conversa, André Miguel Pinto realçou que este tipo de apoio, em particular a versão anterior, de nome Crédito Fiscal Extraordinário de Investimento II (CFEI II), não teve o destaque e a divulgação merecida junto dos empresários.

“Um empresário que tenha investido entre 1 de janeiro de 2021 e 30 de junho de 2021 ainda está a tempo de reduzir o seu IRC relativo a 2021 (ou os futuros) em 20% dos valores que investiu. Que confirme junto do seu contabilista se foi usado o CFEI II relativo aos investimentos feitos, caso não tenha sido, que substitua a declaração de IRC (Modelo 22), mesmo pagando a coima, caso seja fora de prazo, pois um investimento superior a mil euros já compensará”.

Contou-nos que a AWARENESS surgiu para colmatar uma lacuna na oferta aos empresários de pequena e média dimensão que necessitam de um acompanhamento nas áreas da otimização fiscal e do apoio à estruturação estratégica dos seus negócios.

“Os nossos clientes são pessoas interessadas, que precisam de ter confiança total no seu contabilista e nas recomendações dadas pelos profissionais que os acompanham. Connosco é isso que acontece. Aplicamos a otimização fiscal a todos os nossos clientes. Eles têm de ser bem assessorados e bem informados, para que possam focar-se no seu negócio. Um bom profissional acompanhado por uma boa empresa de contabilidade tem tudo para ter sucesso”.



# “O desenvolvimento pessoal e as tecnologias são as áreas com maior procura”

A EAP Formação desenvolve a sua atividade de formação com a disponibilização de diferentes cursos, nas mais variadas áreas, quase todas elas ligadas ao desempenho diário de uma atividade profissional ou à necessária atualização de regras de proteção e manuseio de equipamento profissional. Renato Pacheco, o diretor desta empresa de formação profissional, fala sobre os desafios do setor e as formações mais procuradas.

## Como se caracterizam, no panorama das entidades formadoras nacionais?

A EAP Formação é uma empresa de formação profissional que tem como principal objetivo compreender as necessidades dos clientes, fornecendo-lhes serviços de formação que vão ao encontro das suas necessidades e permitem dotar os seus colaboradores de competências profissionais que valorizem as empresas e aumentem a sua produtividade. Distinguimo-nos pelo desenho personalizado dos cursos, indo ao encontro das reais competências a desenvolver pelos quadros das empresas. A nossa grande aposta é a qualidade da equipa de formadores, que são grandes profissionais nas suas áreas de ação. Paralelamente à formação em grupos, disponibilizamos uma formação individualizada para os altos cargos ou diretores de empresas ou de departamento, focalizando o plano de formação nas lacunas principais, sendo bastante claros na planificação dos objetivos e competências práticas a desenvolver.

## Quais são os cursos e formações atualmente disponíveis que gostaria de salientar, pela sua importância ou procura elevada?

As formações mais procuradas são nas áreas do desenvolvimento pessoal, na gestão e marketing, nas línguas estrangeiras e na área tecnológica. A primeira, porque as empresas valorizam cada vez mais as “soft skills”, a comunicação eficaz, a liderança, a organização, a capacidade de resolver problemas, entre outras. Há um grande número de pessoas interessadas em aprender ou melhorar o seu inglês. Assim sendo, a língua inglesa é uma das “skills” com mais procura, pois permite uma evolução na carreira, principalmente nas empresas de carácter internacional e ligadas à exportação, mas não só. Sendo o nosso país bastante dependente do turismo, é, também, na área de restauração e hotelaria que esta área exerce mais influência.

## O capital humano é, hoje, um desafio cada vez maior para as empresas. Como vê a atual

## relação das empresas com os seus recursos humanos e a importância atribuída à formação não obrigatória?

Infelizmente, em Portugal há uma grande disparidade no investimento da formação profissional que não se distingue pelo facto de a empresa ser grande ou pequena, mas pelo perfil do gestor que a lidera. Existem, ainda, bastantes empresas em Portugal que não possuem departamento de recursos humanos. Por outro lado, as empresas com visão de crescimento e qualidade valorizam bastante a formação do seu “staff”. Esta pode ser uma competência distintiva. Por exemplo, trabalhamos com empresas onde a probabilidade de crescimento de um engenheiro que domine a língua inglesa é bastante superior a um outro que não tenha qualquer competência nesta língua. Existem várias empresas em Portugal que são responsáveis por grandes projetos internacionais na área da construção ou nas energias renováveis, e são esses colaboradores que liderarão esses projetos, contribuindo para um enorme crescimento das próprias empresas.

## Quais os desafios que uma empresa como a EAP enfrenta, sobretudo desde o aparecimento de inúmeras empresas com formação disponível online?

A pandemia obrigou ao desenvolvimento tecnológico em todas as áreas de negócio e a área da formação profissional não foi exceção. Penso que levou ao aparecimento de mais oferta de empresas com formação online, muita dela pré-definida e repetitiva e que não é sinónimo de qualidade, muito menos com os conteúdos pré-definidos. Na EAP Formação, tivemos a capacidade de transitar da formação presencial para a formação online no espaço de um fim de semana, com melhoramentos ao longo do percurso. As nossas formações online continuam com a presença do formador em momentos síncronos. Apesar de tudo, sentimos que as pessoas continuam a preferir a formação presencial.



Renato Pacheco  
Diretor executivo

## Como antecipa as próximas necessidades, a nível formativo? A tecnologia e a sua utilização estão no topo das necessidades formativas?

O impacto digital nas empresas foi muito forte e é ainda preciso formar os colaboradores nesse sentido. Esse será um grande desafio para as empresas. Contudo, a área de desenvolvimento pessoal está em grande crescimento. O salário deixou de ser o maior fator de escolha de um emprego. As pessoas querem sentir-se felizes e desafiadas, mas valorizam também o seu tempo livre e a sua saúde física e mental.

## Relativamente à EAP Formação, quais os objetivos delineados a curto e médio prazo, de que nos possa dar conhecimento?

O objetivo principal é mantermo-nos como uma entidade formadora de referência na formação à medida do que as empresas procuram realmente desenvolver, alargando o nosso raio de ação a outras zonas do país.

**FORMAÇÃO EM:**  
Liderança e Motivação de Equipas,  
Comunicação Interpessoal  
Inglês para Negócios,  
Inglês Técnico: Calçado, Têxtil, Vendas e Marketing



www.eapformacao.pt geral@eapformacao.pt 919457645

Desenho e impressão 3D,  
Programação Avançada Python,  
Higiene e Segurança no Trabalho

# Capta Design

## A estratégia é a inteligência e o design é a ferramenta

Há 13 anos no mercado, a Capta Design tem como filosofia “we are here”. Apesar do estúdio estar localizado no Porto, as soluções de design chegam a qualquer parte do globo. Atrair, Captar e Conquistar são as palavras-chave para esta empresa que oferece serviços que vão desde o design gráfico ao web design. O diretor da Capta Design, Hermínio Sampaio, realça a importância de “dar conforto ao cliente”.

### Como é que avalia o comportamento da Capta Design no mercado?

Até hoje, temos sido resilientes e conseguidos, com mais ou menos dificuldade, levar o projeto em frente. Houve uma adaptação ao mercado. Começámos o projeto com cinco sócios e, passado alguns meses, éramos três sócios de áreas distintas que se complementavam. Com as oportunidades do mercado, a parte de design de interiores começou a ser mais um hobby, ou seja, desenvolvemo-la mais por gosto. O core business da empresa é sempre o desenvolvimento Brand Design, comunicação e multimédia, web design e marketing.

### Quando vos chega um cliente, quais são as preocupações que a Capta Design tem para identificar as necessidades dos projetos?

Mais do que vendermos design, nós vendemos soluções. Só conseguimos vender soluções quando o cliente se sente confortável e confiante. Nós vemos os clientes como pessoas e, portanto, a nossa primeira abordagem é tentar perceber a visão deles, quais as emoções.

Mesmo que achemos que essa visão não é a mais correta, tentamos compreender o porquê.

Gostamos que as pessoas fiquem orgulhosas e que os seus traços de personalidade estejam sempre presentes, que se revejam no projeto. A segunda fase passa por analisar a estratégia e perceber o que é que resulta ou não. Tudo isto se consegue dando conforto ao cliente.

### Que projetos já realizados traduzem esse modo de atuação?

Há um projeto que começou de uma forma muito simples e ganhou uma dimensão enorme a nível nacional e europeu, na área da cosmética: a Purple Professional. Todos os projetos que temos feito, por exemplo, para a “Tendinha dos Clérigos”, desde a decoração do bar à criação de toda a comunicação e merchandising. Além disso, posso referir uma casa de turismo, a “Casa do Avô”, em Cinfães, que representa bem a visão que nós temos, é um dos projetos que olhamos com muito orgulho. Temos

estado ainda a trabalhar com a Ordem dos Revisores Oficiais de Contas. Fizemos o branding comemorativo dos 50 anos, as medalhas de carreira e agora estamos a desenvolver toda a comunicação para os eventos que vão decorrer durante o ano.

### As empresas chegam às pessoas através da sua marca. Nesse sentido, qual é a sua opinião sobre a importância das marcas na sua ligação com o público?

Nem todas as marcas conseguem criar uma ligação afetiva com os seus públicos. Acima de tudo, uma marca tem de ser representativa da pessoa, ou seja, tem de espelhar a sua visão. O próprio empreendedor tem de perceber que, ali, tem de estar a essência dele para, posteriormente, conseguir criar ligações com o público-alvo. A marca também tem de ser verdadeira nos valores que transmite, porque as pessoas começam a ter cada vez mais o seu próprio critério e a ser mais opinativas.

### O mercado nacional ainda é tradicionalista?

Existe uma tradição, por uma questão de conforto. Ouvimos muitas vezes “se resultou até agora, porque hei-de mudar?”. São tudo entraves que as empresas vão criando, porque pensam que têm de fazer tudo ao mesmo tempo. Quando feitas de forma faseada, os gastos são mais controlados. Sendo mais controlados, conseguimos perceber se a estratégia está a funcionar ou não. Há ainda um erro que é cometido muitas vezes: dá-se mais importância à quantidade do que à qualidade. Uma publicação tem de ser feita como se fosse um outdoor. Nas redes sociais, também só temos uma fração de segundo para captar a atenção. Se temos muita coisa a comunicar ao mesmo tempo de uma forma não assertiva, só estamos a pôr lixo na internet.

### Quais os principais objetivos a atingir por parte da Capta Design no futuro?

A Capta Design tem um projeto em mente, que não sabemos quando vai acontecer, mas que sabemos que vai acontecer. Gostávamos muito de desenvolver um projeto mais direcionado para o desenvolvimento pessoal de consciencialização de bem-estar físico e emocional, aliando tudo isso à experiência e à proteção animal e ambiental.

Finalizo agradecendo a quatro pessoas em especial que abraçaram esta viagem: Pedro Ribeiro, Sérgio Martins, Beatriz Barge e Marcus Sepúlveda.

Hermínio Sampaio  
Diretor



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

[geral@greentrust.pt](mailto:geral@greentrust.pt)

# GREEN TRUST

Construção  
LSF



## SERVIÇOS

Terrenos e viabilidades

Financiamento

Projetos de Arquitetura e Especialidades

Licenciamentos e burocracias

Acompanhamento

Acabamentos

## VANTAGENS

Comportamento acústico

Comportamento térmico

Resistência sísmica

Resistência ao fogo

Eficiência energética

Personalizável

Materiais reutilizáveis

Inexistência de humidades

Prazos de construção

Sustentabilidade

Durabilidade

Conforto

«A Sua Casa, à Sua Medida»  
Soluções chave na mão

928 090 320

# A solução para a construção do futuro

Sandra Silva é a diretora-geral da GreenTrust Construção LSF, uma empresa que esta mulher empreendedora fundou há cerca de dois anos, após grande parte do seu percurso profissional se ter desenhado sempre em cargos de gestão, ligados à área comercial e, a partir de 2016, no ramo imobiliário. Sandra Silva admite que prefere arriscar a ficar parada e assume que o erro é importante para o crescimento e a aprendizagem. Com a construção em dificuldades, dado os preços da matéria-prima e os desafios de encontrar mão de obra, a empresária não esconde o dia a dia complicado, mas continuará a lutar para seguir em frente.



*«A Sua Casa, à Sua Medida»*



Sandra Silva  
Diretora-Geral



**O seu percurso profissional nos últimos anos foi feito, essencialmente, na área do imobiliário. O que a levou a apostar, há cerca de dois anos, num negócio próprio?**

Ingressei no mercado imobiliário por mero acaso, apenas como um complemento financeiro, mas apaixonei-me por essa área. É um sentimento de realização enorme quando conseguimos ajudar a concretizar o sonho dos clientes. Criei a empresa há quatro anos, inicialmente também na área do imobiliário, mas rapidamente chegou a vontade de ir um pouco mais além e surgiu a GreenTrust, há cerca de dois anos. Gosto de aprender e prefiro arriscar a ficar parada. Praticamente desde que terminei a minha licenciatura, com 23 anos, sempre trabalhei como freelancer em paralelo com os meus empregos, portanto sempre trabalhei horas a mais do que o normal, com pouco descanso e sempre com a vontade de querer fazer mais.

**Enquanto diretora-geral, como vê o cada vez maior número de mulheres que ocupam cargos de liderança empresarial? Quais as principais características que lhe parece destacarem-se nessas lideranças?**

Felizmente está a mudar, temos tanta capacidade como os homens, pois somos todos seres humanos. As principais características que

consigo observar nas lideranças femininas são a organização, planeamento e integridade.

**Portugal ainda é, todavia, um país com uma maior influência de homens no mercado de trabalho. A própria paridade salarial ainda não foi atingida. Como analisa estas questões, e a evolução futura das mesmas, considerando o seu posicionamento enquanto empresária?**

A tendência será para a igualdade, no entanto é um processo gradual, uma vez que a nossa sociedade é um pouco resistente às mudanças. Esta evolução terá mesmo de partir dos empresários, quebrar os preconceitos e fomentar a igualdade.

**Qual a mensagem que gostaria de deixar às mulheres que, estando a iniciar as suas carreiras, pretendem crescer e evoluir profissionalmente?**

Serem positivas! Tirar o melhor de cada situação, os erros servem para aprendermos e fazemos parte do nosso crescimento. Estudar diariamente para evoluirmos. Os receios fazem parte e são bons para nos obrigar a pensar em todos os passos que damos, mas não deixem que sejam impeditivos de avançarem. Não existem impossíveis! Foco, persistência, fé, dedicação e trabalho!





### A GreenTrust

**Quando um cliente opta por uma construção em LSF, quais os pontos principais a ter em consideração ao longo do processo? Quais as vantagens da utilização deste tipo de construção?**

A utilização do LSF por si só não significa que seja mais eficiente. O cliente deve sempre verificar os materiais que são aplicados nos isolamentos, bem como a inexistência de pontes térmicas. A principal vantagem é em termos térmicos e acústicos, sendo que uma construção em LSF bem executada é sinónimo de conforto e maior qualidade de vida.

**Como está a GreenTrust a lidar com as dificuldades eventuais de aquisição de matéria-prima e o preço da mesma?**

Não tem sido fácil, mas o importante é que conseguimos sempre resolver. Há muita falta de stock e, por vezes, para não atrasar a obra, acabo por comprar um pouco mais caro só para garantir que tenho o material a tempo. Os preços não param de aumentar...tenho orçamentos de fornecedores apenas com um dia de validade. É muito complicado assinar contratos com os clientes a um preço e, passados uns meses, haver materiais com o dobro ou triplo do preço. Mas, desde que a economia não pare, nós estamos

cá para ultrapassar todas estas dificuldades, em conjunto com os clientes, a quem agradeço a compreensão de cada um deles.

**A mão de obra tem-se vindo a revelar um problema, dada a sua escassez, particularmente da mão de obra qualificada e para as especialidades. A construção em LSF pode ser uma solução para essa escassez?**

A mão de obra é, de facto, outra das dificuldades existentes, que atinge todo o tipo de construção, incluindo o LSF. Temos um pouco menos de dificuldade, pois a maior procura neste momento é de pedreiros. Também nós precisamos de pedreiros, mas em menor escala. A construção LSF é uma solução viável, sim, mas temos igualmente falta de pessoal. No meu caso, só tenho a agradecer à minha equipa, que é fantástica! Também eles têm gosto no que fazem, são perfeccionistas e todos os dias batalham em conjunto comigo para servirmos os nossos clientes da melhor forma possível. Se não é fácil encontrar pessoas para trabalhar, mais difícil é conseguir ter uma equipa coesa, profissional e dedicada, que, felizmente, é o que eu tenho nos dias de hoje, e sou grata por estarem comigo.

**No que diz respeito aos materiais utilizados e às técnicas – e mesmo ao próprio impacto ambiental que a edificação da casa causa no ambiente – como se posiciona a GreenTrust? Esta questão é alvo da vossa atenção?**

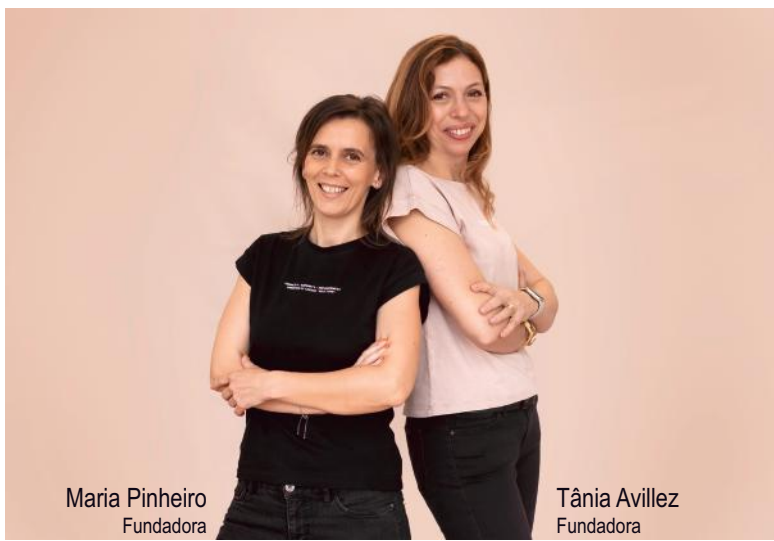
É uma preocupação nossa, sim. Uma boa parte dos materiais que utilizamos na execução são reutilizáveis e recicláveis. Mesmo em obra, a minha equipa tem a preocupação de dar a máxima utilização a cada material, para haver o mínimo desperdício possível. Também o facto de utilizarmos muito menos água do que a construção tradicional nos permite, igualmente, contribuir para um menor impacto ambiental em obra.

**Como avalia o futuro desta construção em território nacional?**

Acredito que esta construção é o futuro pois, quando bem executada, o cliente fica com uma casa confortável e construída com qualidade. Sinto que as mentalidades estão a mudar e a aceitar cada vez mais este método construtivo, pois existe cada vez mais feedback por quem já nelas habita.



# Projeto pioneiro junta Turismo e Saúde em férias únicas



Maria Pinheiro  
Fundadora

Tânia Avillez  
Fundadora

Já imaginou fazer um implante capilar e recuperar num luxuoso hotel de 5\* enquanto saboreia algumas das mais requintadas experiências gastronómicas do nosso país? Ou simplesmente recuperar energia num fim de semana com alguns dos mais exclusivos tratamentos de wellness que existem em Portugal? Bem... a Tânia e a Maria proporcionam exatamente isso... e muito mais, porque Portugal é muito mais que pastéis de nata.

## Porque avançaram com este projeto?

Este projeto surgiu da constatação de que Portugal tinha condições privilegiadas para se distinguir como um destino de eleição do Turismo Médico a nível internacional. Não existia nenhuma empresa em Portugal que oferecesse, de modo estruturado e profissional, programas turísticos combinados com uma oferta robusta a nível médico e de bem-estar. Após termos estudado o mercado procurámos parceiros de confiança, surgindo a nossa parceria estruturante com o Grupo EmViagem.

## Quais as dificuldades que sentiram durante a criação da empresa? Foi particularmente duro por serem mulheres?

As dificuldades que sentimos prenderam-se sobretudo com a execução do nosso modelo de negócio, no que respeita à agilidade dos diversos players no mercado. Por vezes, sentimos que os processos demoram muito tempo e que falta rapidez de resposta. Estamos a construir um puzzle contrarrelógio, porque temos eventos internacionais e prazos tão curtos que arriscamos a não o ter pronto.

## Como veem o papel da mulher, à frente das empresas? Já há espaço para uma maior afirmação da mulher no mercado de trabalho?

Um bom líder é alguém que alia excelentes

capacidades técnicas a um conjunto inato de traços de personalidade que o tornam uma força motriz para os outros. Desta fusão nascem líderes – pessoas que têm visão, pensamento estratégico, foco, ambição, alguma propensão ao risco, resiliência, resistência à frustração e capacidade de gestão de pessoas. As mulheres tendem a ter uma grande capacidade de interpretar realidades complexas com múltiplas variáveis, para além de uma capacidade de trabalho e uma determinação enormes. Estas características são igualmente fundamentais para um bom líder e nas mulheres são naturais.

## Qual a importância da inteligência emocional e da funcional, no dia a dia de um líder?

A velocidade avassaladora com que as informações circulam hoje em dia faz com que seja fundamental perceber onde está o cerne da questão e conseguir descomplicar. Na liderança que colocamos em prática todos os dias, conseguimos ter a capacidade de lidar com as emoções usando a razão. Usamos a capacidade de raciocínio para modificar as emoções e reagir num contexto incerto, com o discernimento para encontrar soluções para os problemas, encará-los como desafios ao sair da nossa zona de conforto e evoluir.

## Como avaliam o resultado da vossa liderança? Quais as características que mais se evidenciam e que são uma mais-valia para a sua gestão?

A liderança que aplicamos na condução dos

diversos ciclos de vida da nossa empresa consubstancia-se na nossa capacidade de idealização e construção, ao rodearmos-nos de pessoas muito válidas, que trabalham connosco em verdadeiro espírito de equipa. Não acreditamos em liderança sem equipa, numa liderança enquanto aptidão individual sem interação com outrem. Cremos que temos obtido resultados muito positivos do nosso modelo de gestão. Afinal somos a empresa pioneira em Turismo Médico, Saúde e Bem-estar em Portugal e concretizamos uma epifania do próprio Turismo de Portugal! Estamos aqui, somos a Go Health Portugal, uma empresa especializada em oferecer programas personalizáveis totalmente chave na mão e vamos posicionarmos naturalmente como líderes no mercado. A nossa resiliência, determinação, autodisciplina e capacidade de trabalho são talvez os traços mais salientes da nossa gestão.

## Como avaliam o futuro do mercado de trabalho para as mulheres?

O mercado de trabalho terá que se ir abrindo, cada vez mais, para as mulheres, no futuro. Cada vez existirão menos barreiras para as mulheres entrarem em profissões tradicionalmente masculinas. Contudo, homens e mulheres são diferentes e essa singularidade existe. Acreditamos na meritocracia, independente do sexo e gostaríamos que as mulheres ascendessem a determinados patamares de carreira que atualmente ainda são muito difíceis de atingir.





# “Saber gerir pessoas é essencial para liderar”

Cláudia Soutinho é licenciada em Direito, pela Universidade de Coimbra e administra os portos do Douro, Leixões e Viana do Castelo. Descrevendo-se como uma líder focada nas pessoas, são os recursos humanos que são um ponto crucial no funcionamento das empresas para esta líder, que reconhece não compreender a desigualdade salarial entre homens e mulheres que desempenham as mesmas funções.

## Como se descreve, profissionalmente, enquanto administradora dos portos do Douro, Leixões e Viana do Castelo?

Diria que tenho um estilo de liderança inclusivo, no sentido em que promovo quase sempre a participação dos colaboradores da empresa no processo de decisão. Gosto de ouvir, de me aconselhar e depois, ponderados os vários contributos, decidir. Tenho especiais cuidados com as pessoas, nunca perdendo de vista que o sucesso de uma organização depende muito do contributo de quem nela trabalha e, nessa medida, os resultados que pretendemos atingir começam na equipa que os há-de concretizar. O meu foco são os objetivos estratégicos que definimos para a empresa, mas procuro estimular e motivar os nossos colaboradores, fazendo-os sentir que o sucesso da empresa é o seu próprio sucesso.



Cláudia Soutinho  
Administradora

## Apesar de as mulheres conseguirem alcançar cargos de liderança, é facto que ainda há muito da vida familiar que depende da mulher, socialmente. Como é possível fazer a conjugação entre a vida privada/familiar e a profissional?

A minha realidade pode não refletir a realidade dominante, querendo com isto dizer que não sinto grandes constrangimentos na conjugação da minha vida pessoal e familiar com a minha vida profissional. Tenho três filhos adultos e já nenhum vive comigo pelo que, não obstante o apoio incondicional que lhes dou em tudo o que necessitam e o facto de recorrerem a mim com muita frequência, a maternidade só residualmente interfere na minha vida profissional hoje em dia.

## Para se ser um bom líder é fundamental ser-se um bom gestor de pessoas?

É essencial. Acabei de me descrever sobretudo como uma gestora de pessoas no contexto global da organização em que trabalho. Acho, aliás, que uma das minhas melhores qualidades de liderança é a capacidade de coordenar equipas e de reconhecer os defeitos e os méritos de cada um.

## Quais lhe parecem ser as qualidades essenciais

### (soft skills) que um líder deve possuir?

Destacaria a coragem emocional, a sensibilidade social, a capacidade de motivar e de ser inspirador, a integridade, a justiça e, sobretudo – está muito em voga – a resiliência.

**“O sucesso de uma organização depende muito do contributo de quem nela trabalha.”**

Parece-lhe que Portugal está no bom caminho, no que concerne ao empoderamento feminino e à cada vez maior igualdade no mercado de trabalho?

Parece-me que há, ainda, algum trabalho para fazer, sobretudo em alguns setores da economia e no trabalho mais indiferenciado, mas também nos lugares de topo. Quando foi introduzida a questão das cotas em Portugal, tive muitas dúvidas sobre a bondade da solução por me parecer que a ascensão profissional por imposição em detrimento do mérito era uma solução muito injusta. Hoje já não penso assim. Vejo a legislação em vigor sobre esta matéria como aceleradora de um processo que jamais ocorreria naturalmente. Mesmo com a imposição legal de uma percentagem de mulheres em cargos de administração executiva, esta ainda não é cumprida nas empresas cotadas em bolsa, sendo que a percentagem de mulheres na presidência de conselhos de administração está ainda mais longe de atingir alguma paridade.

## Quão importante é a evolução no conceito de igualdade, no que respeita, por exemplo, à questão salarial?

O princípio da igualdade é um princípio fundamental da Constituição da República Portuguesa. É muito difícil para mim conceber que, volvidos quase 50 anos sobre a sua aprovação, subsista ainda o incumprimento de uma matéria tão básica como igualdade salarial para trabalho igual. É imperioso que, através das instâncias competentes, haja uma fiscalização exaustiva e consequências para os empregadores que pagam salários desiguais a homens e mulheres que desempenham as mesmas tarefas. Trata-se, na verdade, de uma prática tão injusta quanto reveladora da mesquinhez dos empresários que a praticam.

## Qual a mensagem que lhe parece importante deixar às mulheres que vão iniciar as suas carreiras em breve?

Que tenham confiança em si próprias, que sejam empenhadas e comprometidas com os seus objetivos sem esquecer que há mais vida para além do trabalho, que sejam resilientes e que saibam rir-se de si próprias e tenham toneladas de sentido de humor.

## NA LIDERANÇA DO FUTURO ECONÓMICO DA REGIÃO



#2035APDL

Unidos pelo progresso, comprometidos com o planeta.



APDL

ADMINISTRAÇÃO DOS PORTOS  
DOURO • LEIXÕES • VIANA

www.apdl.pt





# Valor<sup>MAGAZINE</sup>

damos Valor às histórias



# Primeiro Centro Integrado de Olho Seco (CIOS) em Portugal comemora 4 anos



J. Salgado-Borges  
MD, PhD, FEBO, Diretor Clínico da Clinsborges e Embaixador em Portugal do TFOS (Tear Film & Ocular Surface Society)

**D**e acordo com um estudo recentemente divulgado, a Síndrome do Olho Seco atinge entre 10% a 20% da população mundial e em Portugal são quase dois milhões de portugueses que apresentam queixas de dor ou desconforto ocular na sequência do Olho Seco, um problema global que pode reduzir significativamente a qualidade de vida.

**“Foi em janeiro de 2018 que organizámos um evento de comemoração do primeiro Centro Integrado de Olho Seco (CIOS) em Portugal com a parceria da Área Oftalmológica Avanzada de Barcelona.**

**Este evento contou com a presença de aproximadamente 40 médicos oftalmologistas e outros profissionais da visão”.**

Desde então, procuramos estar na vanguarda recorrendo às últimas inovações tecnológicas e tratamentos emergentes. Além disso, sendo o Olho Seco uma doença multifatorial, trabalhamos também diretamente com especialistas de cada uma das áreas identificadas e relacionadas com os fatores que causam esta doença, tais como: dermatologia, psicologia e nutricionismo.

## O que é o Olho Seco?

O Olho Seco é um distúrbio ocular que vai originar desconforto, instabilidade do filme lacrimal e consequentemente danifica a superfície ocular. Os nossos olhos precisam de lágrimas para se manterem saudáveis e confortáveis. Com cada piscar das pálpebras, as lágrimas espalham-se pela superfície anterior do olho, conhecida como córnea, ou seja, as lágrimas fornecem lubrificação e reduzem o risco de inflamação ou infeção ocular. Se os seus olhos não produzem lágrimas suficientes ou de qualidade adequada, a esta Síndrome chamamos de Olho Seco.

Portanto, quando há um desequilíbrio ou deficiência no sistema lacrimal, ou quando as lágrimas evaporam mais rápido do que o normal, o paciente vai manifestar alguns dos sinais ou sintomas do Olho Seco, tais como ardência, prurido, sensação de areia, vermelhidão, hipersensibilidade à luz, visão esborratada, dificuldade em usar lentes de contacto, lacrimejo excessivo ou mesmo fadiga ocular.

Por consequência, esta patologia está cada vez mais presente na sociedade, devido à utilização de ar condicionado, aquecedores, exposição excessiva aos aparelhos digitais ou outras situações à nossa volta que podem promover a secura do filme lacrimal. Contudo, existem ainda outros fatores de risco, tais como:

- O envelhecimento (idade), nomeadamente a menopausa na mulher;



## POSIFORLID® Spray Ocular

Produto cosmético para o cuidado de **pálpebras inflamadas (blefarite)** e para a **higiene palpebral diária**.

Pode ser usado durante **6 meses** depois de aberto



# LUZ SOB CONTROLO

# Transitions™

Light Intelligent Lenses

Armação Caroline Abram - Lentes Transitions Gen 8 Amethyst.  
\*Lentes inteligentes que se adaptam automaticamente às variações de luminosidade.

## DESCUBRA AS 7 CORES DISPONÍVEIS



- Doenças que afetam a capacidade de produzir lágrimas, como a artrite reumatóide, Síndrome de Sjogren e doenças do colagénio;

- Problemas que não permitem às suas pálpebras fecharem devidamente;

- Uso prolongado de máscaras de proteção facial descartáveis.

Como é possível constatar, os sintomas e as causas são claras, bastando haver a má lubrificação dos olhos para se manifestar o Olho Seco. De todo o modo, é importante estar alerta, e ficar atento aos sinais, procurando sempre que possível obter um diagnóstico e tratamento rápido, evitando um agravamento da doença.

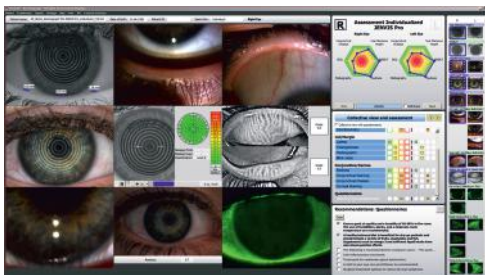
### Que métodos de diagnóstico existem no CIOS?

Primeiramente, no início do procedimento avaliamos os sintomas e a sua gravidade com o objetivo de determinar quais os testes a realizar no auxílio ao diagnóstico e, assim, descartar outras doenças oculares ou problemas de saúde que possam estar a causar o Olho Seco.

Além dos métodos tradicionais de diagnóstico destacamos o Keratograph 5M e o TearLab:

### 1. Keratograph 5M

Este aparelho permite obter um diagnóstico abrangente e fiável da doença ocular. O Keratograph 5M fornece informações claras, qualitativas e quantitativas, sobre a condição da superfície do global ocular, filme lacrimal e Glândulas de Meibómio.



### 2. TearLab

Este aparelho é utilizado para avaliar a osmolaridade ou salinidade das lágrimas. Ou seja, em apenas alguns segundos, conseguimos identificar um dos mecanismos principais da Síndrome do Olho Seco - a hiperosmolaridade.



### Quais os tratamentos existentes no CIOS?

Bom, na maioria dos pacientes com sintomas ligeiros de Olho Seco, é suficiente usar lágrimas artificiais como, por exemplo, o ácido hialurónico, sem conservantes ou fosfatos. Quando os sintomas são persistentes e graves, há outras opções como o uso de anti-inflamatórios não esteróides, corticóides ou a ciclosporina.

Alguns tratamentos concentram-se em inverter ou gerir uma condição ou fator que está na origem do Olho Seco. Outras alternativas podem melhorar a qualidade das lágrimas ou impedir que estas se escoem rapidamente.

Os tratamentos emergentes que destacamos no Centro Integrado do Olho Seco são o TheraEye Plus e Endoret-PRGF:





J. Salgado Borges e Carlos Vergés (Barcelona)



Inauguração do CIOS em 2018

### 1. ThermaEye Plus - Luz Pulsada (IPL)



O tratamento com luz pulsada de alta frequência (IPL) foi desenvolvido para aliviar o Olho Seco pelo excesso de evaporação, quando as Glândulas de Meibómio das pálpebras não produzem a gordura natural suficiente para diminuir a evaporação das lágrimas.

Este tratamento consiste em aplicar flashes de luz, com certa frequência e intensidade, nas pálpebras inferiores e na parte superior das bochechas, a fim de estimular a circulação sanguínea desta área e a ativação das terminações nervosas em torno das Glândulas de Meibómio, com o objetivo de estimular a produção de gordura que a lágrima precisa. Contribui ainda para a diminuição

da dor, da inflamação e infeção por parasitas frequentes nesta patologia.

Deste modo é possível melhorar a qualidade da lágrima, a lubrificação da superfície ocular, evitando a rápida evaporação do filme lacrimal e melhorar o suprimento de nutrientes necessários para se manter uma córnea saudável.

### 2. Endoret-PRGF (Plasma Rico em Plaquetas)

Esta técnica inovadora destina-se fundamentalmente ao tratamento das formas mais graves de Olho Seco. É uma tecnologia regenerativa, utilizada no Olho Seco moderado/grave. Utiliza o plasma do paciente de forma a obter-se um produto rico em plaquetas e fatores de crescimento.

O Endoret-PRGF para além do seu potencial antimicrobiano, promove a proliferação celular e acelera a remodelação tecidual, reduzindo a fibrose e a inflamação.

**“A causa do Olho Seco é um fator determinante para o diagnóstico e tratamento adequado do paciente”.**

No entanto, é também fundamental alertar os grupos de risco para este malefício, nomeadamente os idosos, evitar o uso prolongado dos aparelhos digitais e a permanência em ambientes adversos.



CLINSBORGES

**Centro Integrado de Olho Seco (CIOS)**

**Dê aos seus olhos o conforto e saúde que merecem!**

**Marque já a sua consulta 22 202 6669**

Av. Rodrigues de Freitas 407-409 PORTO . [www.clinsborges.pt](http://www.clinsborges.pt)



**“A UBI contribuiu  
para alterar o perfil  
competitivo do interior  
do país”**

Mário Raposo  
Reitor

Localizada na Covilhã, a Universidade da Beira Interior (UBI) é considerada uma das melhores instituições de ensino superior da Europa e uma das 150 melhores universidades jovens do mundo. Com 36 anos de atividade, a UBI engloba uma vasta variedade de áreas de conhecimento, colocando o interior do país numa posição de destaque no que diz respeito ao conhecimento científico. Prestes a completar um ano de mandato, o Reitor da UBI, Mário Raposo, sublinha algumas das mais-valias desta instituição.

## Como é que descreveria o impacto que a criação desta universidade teve a nível nacional?

Ao longo dos 36 anos de atividade a UBI contribuiu para uma alteração do perfil competitivo da cidade da Covilhã e do ecossistema do interior do país. A partir da década de 80 do século passado, houve uma alteração profunda dos fatores de competitividade do setor têxtil, face ao avanço da tecnologia, agravada a partir do início do século XXI, com o desaparecimento das barreiras alfandegárias aos produtos têxteis provenientes dos países da Ásia. A UBI contribuiu para amortecer o desaparecimento das empresas têxteis através da criação de conhecimento e de recursos humanos altamente qualificados, que possibilitou a melhoria da competitividade das empresas sobreviventes e a atração de empresas de outros setores de atividade. Contribuiu ainda para a formação de professores dos Politécnicos da região. A nível nacional a UBI trouxe uma visão diferente ao ensino superior, com uma aposta clara num ensino mais laboratorial, de caráter humanista e de proximidade aos estudantes. A sua contribuição para a criação de conhecimento científico está patente na sua posição em vários rankings internacionais, com desempenho muito acima dos recursos que lhe são atribuídos. A UBI foi pioneira em Portugal na introdução do ensino de competências empreendedoras na maior parte dos seus currículos, atuando como um spill-over da criação de novas empresas.

## A UBI está muito ligada à inovação, tecnologia e desenvolvimento. Esta vocação está inscrita no ADN da universidade?

O início do ensino superior na Covilhã tinha uma forte vocação tecnológica e inovadora, com vista ao desenvolvimento de soluções para a indústria. A UBI herdou esta vocação, apostando numa forte componente laboratorial. Ainda antes da entrada de Portugal na UE, a instituição apostou na formação avançada dos seus recursos humanos, através de um protocolo com a Universidade de Clemson, da Carolina do Sul, que trouxe professores americanos à UBI e levou vários docentes nossos a fazerem lá a sua formação. Após a entrada na UE em 1986, contratámos vários cientistas dos países de Leste que trouxeram importantes conhecimentos em várias áreas científicas, alavancando o desenvolvimento das áreas de Ciências e das Engenharias. Já nessa altura se lecionavam as aulas em língua inglesa. Isto foi fundamental para atrair bons investigadores, bons alunos e para o reconhecimento das nossas formações pelas empresas.

## Quais são os principais problemas que o ensino superior enfrenta atualmente?

O Ensino Superior em Portugal enfrenta vários problemas. Desde logo, a quebra demográfica da população que irá ter reflexos no número de alunos a curto prazo. Por outro lado, uma legislação de enquadramento que necessita de ser completamente revista, o ECDU e o RJIES, entre outros diplomas. Depois, a mentalidade centralista e retrógrada que existe na população, nos políticos e nos decisores, que consideram que as coisas são sempre melhores nos grandes centros urbanos do litoral. A realidade mostra que a UBI apresenta idêntica capacidade de formação nas várias áreas científicas com conteúdos curriculares atualizados e acompanhando cientificamente o “state of the art”, como se constata pelas avaliações da A3ES.

**“Muitas vezes, a qualidade de alguns cursos é maior no interior. Há, de facto, este problema de termos o país com uma visão muito retrógrada do que é o interior. Por outro lado, somos altamente prejudicados no nosso financiamento. A UBI não pode ser, a nível nacional, a universidade menos financiada por aluno”.**

Além disso, é necessária uma alteração no modo como o financiamento é distribuído pelas universidades. Se o valor global do orçamento do Ensino Superior é, em termos de percentagem do PIB, inferior a 2005, a UBI é claramente prejudicada, recebendo um financiamento por aluno muito inferior ao custo médio do aluno nacional, sendo umas das universidades com menor valor financiado por aluno. Globalmente falamos em cerca de sete milhões de euros/ano. Em cinco anos isto corresponde a 35 milhões de euros. Esta verba teria permitido alavancar muitas áreas da Universidade. A proposta do OE para 2022 atribuiu-nos pouco mais de 28 milhões de euros, mas se a fórmula fosse aplicada ao número de alunos que a UBI tem, deveriam ser cerca de 36 milhões de euros.

## Nesse caso, como é que a UBI sobrevive?

A nível da gestão, somos eficientes e eficazes. Temos menos recursos humanos do que as outras instituições têm, o que nos dá uma carga muito grande de trabalho. Além disso, temos 1800 alunos internacionais, que pagam o custo real, em Portugal. Isso ajuda-nos a colmatar a verba que nos falta dos alunos nacionais. Temos ainda uma grande capacidade de captar projetos europeus e fazemos parte de uma aliança de universidades europeias – a UNITA, que tem sido muito importante.

## Que balanço faz deste primeiro ano de mandato e que planos estão a ser traçados para o futuro da UBI?

Posso assinalar algumas fases importantes. Em primeiro lugar, a questão da pandemia e do regresso à normalidade, na sequência do teletrabalho e da desabituação das pessoas das atividades presenciais. Por outro lado, as nossas residências universitárias não estavam em condições, pelo que tivemos de encerrar duas. Vamos recuperá-las, porque esta parte social é muito importante para os alunos. Outra situação é a questão dos orçamentos, que já tinha sido conversada com o Governo anterior e que, com as novas eleições, deu um passo atrás. Também estamos a trabalhar para permitir progressões na carreira, de forma que as pessoas se sintam mais motivadas. Queremos ainda continuar a investir em projetos europeus e analisar aquilo que está bem e menos bem na nossa universidade.



# “A FCS tem um papel fulcral na região e quer consolidá-lo”



Miguel Castelo-Branco  
Presidente

## Como definiria o papel desta academia no desenvolvimento da região?

A dinamização do ensino superior como suporte à coesão territorial e desenvolvimento equilibrado do país foi uma das apostas mais importantes das últimas décadas em Portugal. A Faculdade de Ciências da Saúde veio consolidar toda essa linha de ação, com novas oportunidades, no campo da Medicina, Optometria, Ciências Biomédicas e Ciências Farmacêuticas que têm sido muito importantes e que ainda estão numa fase de crescimento e com um potencial muito amplo. No que respeita à rede de cuidados de saúde, hospitalar e primário, as regiões da Guarda, Covilhã e Castelo Branco beneficiaram bastante da criação da faculdade, já que a academia permitiu a vinda de pessoas que eram clínicos e, simultaneamente, docentes. A criação do CICS - Centro de Investigação em Ciências da Saúde, promoveu novas oportunidades na área da investigação em Ciências da Saúde e tem tido uma dinâmica muito positiva. Mais recentemente, a transferência para as empresas, através da criação de start-ups e spin-off's, que nos parques empresariais da região (onde também se encontra a incubadora da própria

universidade, o UBIMedical) têm vindo a contribuir para um desenvolvimento bastante positivo, criação de emprego diferenciado e de riqueza. O Centro Académico Clínico das Beiras (CACB), que é uma realidade mais recente e abrangente (Castelo Branco, Covilhã, Guarda e Viseu) pretende consolidar estas relações, tentando focar-se, adicionalmente, nas necessidades de saúde dos cidadãos e contribuir para uma melhoria neste campo. Desenvolve também um papel importante na articulação entre o ensino superior, a investigação e a aplicação, posterior, em termos de instituições de saúde, afinando as estratégias regionais, nacionais e internacionais às necessidades locais.

## Como se concretizou a ideia do Centro Académico Clínico e quais os objetivos primordiais a atingir?

Foram criados, governamentalmente, 12 centros académicos clínicos, cobrindo a geografia de Portugal continental. O objetivo principal destes centros é melhorar a articulação entre as instituições de ensino superior, os centros de investigação nas áreas da saúde e as instituições do setor da saúde – público e privado, associadas às escolas de saúde (das Universidades e

A Faculdade de Ciências da Saúde da UBI é uma instituição enraizada na Covilhã, região onde tem tido um papel relevante. Desde 1998, altura em que foi criada, constitui um polo de atração de profissionais qualificados, sobretudo na área da saúde, contribuindo para o Serviço Nacional de Saúde e Farmácias, no âmbito do seu ensino e investigação. Tem inúmeros projetos de investigação em curso, através do Centro de Investigação em Ciências da Saúde (CICS), do Centro Académico Clínico (CACB) e das parcerias existentes com os hospitais e centros de saúde da região. A Faculdade é presidida pelo médico, investigador e professor catedrático Miguel Castelo-Branco, reeleito para novo mandato e prossegue a sua aposta na inovação e no aprofundamento da integração entre a academia, a população e a região.

dos Institutos Politécnicos). O Centro Académico Clínico das Beiras pretende consolidar as estratégias em curso e adicionar novas que se entendam ser necessárias para dinamizar a nossa região, para melhorar os cuidados de saúde e as perspetivas futuras. Pretende, também, desenvolver a investigação clínica, direcionada, especificamente, aos problemas predominantes na população da região e alinhar a formação pré e pós-graduada no sentido de conseguir valorizar os profissionais de saúde.

## E já é possível perceber o que faz falta às populações?

Focámos aquelas que são as patologias dominantes na nossa região, nomeadamente o AVC e os fatores de risco vasculares, diabetes, demências e alcoolismo e sua prevenção, e as doenças respiratórias obstrutivas agudas e crónicas – asma e bronquite. Estas são as linhas de investigação que temos em aberto, além das que se encontram em desenvolvimento no CICS. Neste momento, na área do AVC, o que temos estado a fazer é empoderar os próprios cidadãos afetados por esta doença, através de grupos de autoajuda (associações de doentes); no que respeita ao alcoolismo, trabalhamos

essencialmente para a sua prevenção; na demência, trabalhamos no envelhecimento ativo e há projetos em curso no sentido de perceber como monitorizar melhor estes doentes.

## Relativamente ao Centro de Investigação em Ciências da Saúde, que trabalho vem sendo feito? É verdade que alguns dos estudos e investigações acabaram por se concretizar depois em start-ups e aplicações que já estão neste momento no mercado nacional?

Nós temos um conjunto de linhas de investigação em funcionamento. Algumas destas linhas acabam mesmo por resultar na criação de empresas – uma delas está relacionada com plantas da região e as suas propriedades farmacológicas e cosméticas, estando outra relacionada com a produção de novas moléculas para a doença de Parkinson. O Centro de Investigação disponibilizou um laboratório e meios humanos, em plena pandemia, para ajudar na logística de realização de testes. Temos também desenvolvido projetos na área da imunidade, para perceber como é que esta se comporta em relação ao agente da Sars-Cov-2.





que mantemos sempre atualizado: todos os anos vemos quais são as novas tendências do ensino e analisamos a sua implementação (ou não) com vista à melhoria do nosso modelo de ensino. A colocação no ranking significa que internacionalmente há um reconhecimento desse esforço para sermos “top of the class”.

**Enquanto presidente da Instituição, que balanço é que faz do que foi feito e quais os objetivos delineados para próximo?**

O balanço é claramente positivo, mas há sempre oportunidades para melhoria. É importante continuar a criar condições para afirmar a faculdade e para estarmos cada vez melhor. É necessário responder de forma eficaz e adequada ao que são as necessidades da população – a criação dos centros académicos clínicos foi muito relevante nessa matéria e como ainda é muito recente os impactos serão sentidos a médio e longo prazo. É este alinhamento: investigação – academia – sociedade que é fundamental manter. Há um caminho muito longo para fazer, mas com a resiliência que nos caracteriza vamos com toda a certeza continuar a aprofundar as nossas dinâmicas.

**O Mestrado Integrado em Medicina da FCS ficou entre os 25 melhores do mundo no ranking da U-Multirank, em 2021. Qual a importância desta colocação para a faculdade e para os alunos que queiram cursar Medicina na FCS?**

Tudo o que venha reconhecer o mérito é

importante, particularmente nas escolas mais recentes, com menos tradição e contra as quais existem ainda alguns preconceitos, dada a sua falta de história. Esse reconhecimento significa que o esforço que fazemos para ter uma metodologia de aprendizagem ativa compensa. Este é um trabalho



**OFERTA FORMATIVA:**

**CURSOS DE LICENCIATURA, MESTRADOS INTEGRADOS E MESTRADO**

- Medicina (Mestrado Integrado)
- Ciências Farmacêuticas (Mestrado Integrado)
- Ciências Biomédicas (Licenciatura e Mestrado)
- Optometria e Ciências da Visão (Licenciatura e Mestrado)

**DOCTORAMENTOS**

- Medicina
- Ciências Farmacêuticas
- Biomedicina

**PÓS GRADUAÇÕES E CURSOS DE CURTA DURAÇÃO NÃO CONFERENTES DE GRAU**

- Hidrologia e Climatologia
- Tele-saúde
- Ventilação Não Invasiva

**RECURSOS**

- Centro Académico Clínico das Beiras (CACB)
- Centro de Coordenação da Investigação Clínica das Beiras (C2ICB)
- Centro de Investigação em Ciências da Saúde (CICS)
- Centro Clínico e Experimental de Ciências de Visão (CCECV)
- Biobanco
- Unidade Farmacovigilância
- Museu Memórias da Saúde

**Mais informações:**

[www.fcsaude.ubi.pt](http://www.fcsaude.ubi.pt)

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

# Andy Living

## Um foco gravitacional na vida académica da Covilhã

“Viver o agora” e “criar o futuro”. É esse o lema da Andy Living, uma residência universitária pensada por Roey Shoef e Pedro Antunes para satisfazer todas as necessidades dos estudantes. Situado na Covilhã, este espaço prima por “descomplicar a vida” dos jovens, ao incluir todas as despesas no preço final de cada quarto. O administrador da Andy Living, Pedro Antunes, explica que, desde o private ao private plus e a studios, há quartos para todos os gostos.



Roey Shoef (fundador), Pedro Antunes (fundador), Éva Fernandes (diretora)

### Andy Living pretende proporcionar uma experiência diferente aos estudantes universitários. De que forma é que é feito esse trabalho?

A nossa lógica é que seja “O” sítio para os alunos viverem, divertirem-se e estudar. Conseguimos isso ao colocar a nossa equipa a interagir com os próprios estudantes. No fundo, fazer com que seja um espaço onde até os não residentes queiram estar.

### Que tipos de quartos têm disponíveis?

Na residência da Covilhã temos três tipos de quartos. Temos dois quartos private, que partilham uma casa de banho. Temos os private plus, que são

quartos com casa de banho privativa. Por fim, temos os studios, que, além de uma casa de banho privativa, têm uma kitchenette. Todos os quartos têm acesso a uma copa equipada específica. Temos ainda o ginásio, aberto 24h por dia, assim como a lavandaria e as salas de estudo, serviços de limpeza e a nossa equipa que trabalha 24h por dia, 365 dias por ano. Há dois espaços exteriores disponíveis para os estudantes e onde vamos fazendo festas e eventos.

### Como é que é possível fazer um acompanhamento personalizado a tantos estudantes?

Vamos fazendo questionários sobre as atividades que eles querem fazer, por exemplo. Tem, principalmente, a

ver com o grau de confiança que temos com eles. Os próprios residentes sentem-se à vontade para propor coisas que gostavam de fazer connosco.

### Nesse sentido, de que forma foi preparada a equipa da Andy Living para proporcionar este bem-estar aos residentes?

Quando entramos no processo de contratação temos muito cuidado nas pessoas que selecionamos. Têm de ter capacidade de gerir situações complicadas, mas também um espírito próximo dos residentes. Na Covilhã a nossa aposta focou-se em pessoas locais, já com alguma experiência em lidar com jovens. Depois, tivemos um conjunto de sessões de formação de como é que a nossa equipa deve lidar com os nossos residentes. Já tivemos algumas situações, normais nestas idades, com residentes que trazem amigos que estão com um problema e nós ajudamos. Olhamos para nós como um foco gravitacional da vida académica.

### Também estão abertos a receber estudantes de outros países?

Curiosamente, o nosso primeiro residente foi um canadiano. Tivemos alguns ERASMUS, temos alguns brasileiros, espanhóis e lituanos. A nossa integração é de tal forma que um dos nossos teasers foi feito por uma das nossas estudantes de ERASMUS. Gostamos de integrar as pessoas independentemente da sua origem.

### Esta residência poderá vir a ser uma mais-valia para o território da Covilhã?

Há um impacto que temos diretamente ao nível do emprego. Neste momento, na Covilhã, empregamos 10 pessoas. Para além deste efeito, também criámos uma situação de reabilitação de um edifício que estava degradado há bastante tempo. Também nos achamos um excelente ativo para a própria UBI atrair mais estudantes internacionais.

### Tendo em conta a sua experiência no terreno, que desafios se colocam ao ensino universitário e ao próprio alojamento?

Há cidades onde é, claramente, complicado encontrar sítios para os estudantes ficarem. Contudo, isso tem muito a ver com a falta de visão sobre este tópico. A realidade é que os operadores privados têm vindo a desenvolver imensos quartos, aliás, mais do que duplicaram nos últimos anos. Isto significa que, em algumas zonas, os preços se vão adequar. Olhamos para a nossa residência na Covilhã e sabemos que está um pouco acima da média do mercado, mas aquilo que oferecemos também não é comparável.

### Em termos futuros, quais são os objetivos da Andy Living?

Queremos ter dois mil quartos a operar em 2026. Estamos a caminhar a largos passos para esse número.

LIVE NOW. CREATE THE FUTURE.

Andy.

 Andyliving.com

 @andylivingcom



# “O futuro passa por desenvolver modelos preditivos de gestão”

A inWork Software é uma marca que nasceu, essencialmente, para dar respostas rápidas à Gestão das empresas, bem como assegurar que existia uma ferramenta que evoluísse consoante as necessidades e o desenvolvimento das empresas. Até ao momento, e de acordo com Abel Pina, o gerente deste software, o inWork continua a responder a estes desafios. Todavia, o futuro apresenta já outro desafio: a capacidade de prever comportamentos e antecipar acontecimentos, para que as empresas se preparem atempadamente para eles.



Abel Pina  
Gerente

## Quando surgiu a marca inWork Software, quais os desafios que se propunha simplificar/resolver?

Em 2008, quando apresentámos o inWork ao mercado, identificámos dois grandes desafios que ainda se mantêm atuais: por um lado, disponibilizar informação atempada aos diferentes níveis da gestão empresarial, permitindo-lhes tomar as decisões mais informadas e, por outro, facultar uma ferramenta que evoluísse com as necessidades das empresas. Desde então, temos vindo a trabalhar para garantir que o inWork evolui ao longo do tempo, de acordo com as novas tecnologias disponíveis e que responde às tendências e necessidades de gestão durante a sua utilização nas organizações.

## O que é a solução inWork ERP e como pode ela ajudar na gestão do dia a dia empresarial?

O inWork ERP é um software de gestão que, através da sua grande diversidade de módulos e funcionalidades, permite que cada empresa utilize as ferramentas mais adequadas ao seu negócio e modelo de gestão. Através do tratamento dos dados das transações executadas na empresa, disponibiliza a informação através de mapas e indicadores de fácil leitura, de forma atempada, para a tomada de decisão. As ferramentas preditivas incorporadas permitem que os diferentes níveis de decisão possam preparar-se e antecipar-se aos acontecimentos, ganhando vantagens competitivas. Outro conjunto de ferramentas também muito apreciadas e de grande mais-valia

para as empresas são as ferramentas de Automação Robótica de Processos, que permitem automatizar diferentes tarefas ao longo dos processos.

## A que tipo de empresas se aplica, particularmente, este software? Existem áreas de atividade onde este software se adapta melhor?

O inWork ERP possui uma grande diversidade de módulos e funcionalidades, que permitem responder às necessidades da grande maioria das pequenas e médias empresas dos diferentes setores. Contudo, existem setores como o comércio por grosso, comércio de peças auto, produção de tintas, metalomecânicas, serralharias e oficinas auto em que temos mais experiência de implementação.

## Num momento pós-Covid-19, em que as empresas e as indústrias estão mais acostumadas à realidade digital, que análise faz da efetiva digitalização de algumas empresas nacionais?

A Covid funcionou como acelerador da digitalização. As pessoas passaram a encarar a digitalização de outra forma, mais amigável. As empresas devem aproveitar este momento para aprofundar a digitalização dos processos e torná-los mais eficientes. Se as grandes empresas têm recursos para procurar ferramentas que as ajudam nesse processo, as pequenas organizações terão mais dificuldade e por isso é tão importante poder disponibilizar software que não necessita de mão de obra altamente especializada para fazer os ajustes contínuos necessários ao crescimento e dinamismo das empresas.

## Como foi possível à inWork Software dar resposta às necessidades dos clientes, considerando que cada empresa vive uma realidade única e, por isso, a necessidade de adaptação dos programas a cada caso é absoluta?

Através de um leque alargado de ferramentas low e no-code, o inWork tem a capacidade de criar soluções adaptadas a cada empresa. Igualmente importante é garantir que essa solução informática acompanha o crescimento e evolução da empresa e isso é o que conseguimos fazer através das variadas funcionalidades incorporadas no inWork ERP e com as ferramentas que permitem alterar e ajustar o comportamento de cada funcionalidade.

## Quais os desafios futuros que a inWork Software detetou como sendo os principais aos quais deverá dar resposta?

Ter a informação necessária para as tomadas de decisão exatamente no momento em que esta é necessária é uma grande vantagem competitiva, mas atualmente já não é suficiente. Por isso, o desafio de gerar listagens e indicadores preditivos cada vez mais fiáveis, nomeadamente com recurso à Inteligência Artificial, será um desafio que nos vai acompanhar nos próximos tempos. Igualmente relevante será o aprofundamento das técnicas de automação e integração com outras ferramentas e sistemas do mercado.

**INWORK ERP | SOLUÇÃO  
COMPLETA DE GESTÃO**

[www.inwork.software](http://www.inwork.software)



# “Ser SAVAGE é um estado de alma”

A SAVAGE Agency demarca-se da concorrência pela forma como faz comunicação. Essencialmente, nas palavras da CEO e diretora criativa Cláudia Moura, é uma comunicação verdadeira, baseada em histórias honestas e consistentes, o que permite criar uma ligação emocional com o público, assente na confiança e integridade.

**A SAVAGE Agency define-se como uma agência que cria “um legado de comunicação”. Como me caracterizaria, particularmente, esta ideia?**

É a capacidade de criar uma comunicação integrada impactante e diferenciadora para as nossas marcas, com a capacidade de visão 360, o que nos faz destacar da nossa concorrência. Criamos histórias consistentes, honestas e capazes de envolver o consumidor emocionalmente com as marcas. Temos como propósito criar uma relação assente na confiança e na integridade. Os interesses e objetivos dos clientes são a nossa prioridade.

**O que vos diferencia dos vossos concorrentes diretos?**

Sermos SAVAGE. Ser SAVAGE é um estado de alma. É saber que trabalhamos todos na mesma filosofia e propósito. É sermos uma extensão das equipas internas das marcas. É ter sentido crítico e criativo perante os desafios e solicitações dos nossos clientes, e, sobretudo, sermos nós quem desafia as marcas a comunicar melhor e assertivamente.

**Como lhe parece que a pandemia impactou as empresas nacionais? A evolução, no que respeita à transição digital, revelou-se mais rápida e efetiva?**

Nestes 48 meses assistimos a uma aceleração da comunicação digital que demoraria mais de cinco anos para alcançar. Perante o desconhecimento e a imprevisibilidade desta pandemia, o resistente e tradicional empresário português viu-se obrigado a arranjar novas respostas e a capacidade de resposta das agências de comunicação foi incrivelmente eficaz. O e-commerce ganhou expressão e foi o protagonista para todos os que desejavam alavancar as vendas. Este período levou as equipas a reestruturarem-se, adaptarem e evoluírem no seu modus operandi. Foi também notório como muitas das empresas ainda não estavam em processo de transformação digital. O que era, até então, uma opção, passou a ser uma obrigação. As marcas, na sua maioria, foram reativas no processo de adaptação.

**O e-commerce foi uma área que cresceu exponencialmente. Os hábitos de consumo**

**foram alterados com esta nova forma de fazer compras?**

A sociedade viu-se obrigada a ajustar-se ao contexto vivido, isso fez com que o número de compradores, o volume e a frequência de compra aumentassem. No entanto, ainda estamos aquém da média europeia, que é 72% (volume de compras). Em Portugal, o e-commerce atinge os 60%, sobretudo a área de desporto, refeições entregues em casa, produtos alimentares e bebidas. O e-buyer português faz uma média de três a cinco compras mensais, sendo o ticket médio por compra 54 euros, encontra-se nas faixas etárias entre os 25 e 54 anos (80,5%) e habita nas principais áreas metropolitanas, sendo equilibrado no que diz respeito ao género.

**Cada vez mais, as empresas necessitam que a sua marca e influência digital cheguem o mais longe possível. Como pode a SAVAGE Agency ajudar neste processo?**

Na SAVAGE Agency temos três palavras mestras: propósito, planeamento e estratégia. As marcas perceberam que têm que estar ao lado do consumidor, ouvir as suas preocupações e sugestões. Comunicar para o nosso target está cada vez mais desafiante. A criação de elos de confiança com o nosso público é constante. Neste sentido, um planeamento estratégico a curto/médio prazo em paralelo com a construção de um storytelling consistente conquistarão atenção, confiança e levarão à ação o e-buyer.

**Quais os desafios, em particular, que o mundo digital reserva para as empresas, atualmente?**

Numa era digital de aceleração frenética, quem é mais perspicaz e com capacidade de adaptação à mudança, sobrevive. Além da capacidade de adaptação, é imprescindível a curiosidade, a vontade de aprender e evoluir. Para isso, é necessário as empresas terem ao seu lado profissionais perspicazes, audazes, curiosos e ambiciosos. As marcas são feitas por pessoas. Este lado humano e sensitivo tem de estar presente em todas as fases do processo digital. Quem está no digital tem que acrescentar valor a quem consome. Se a marca acrescenta valor, cria elos emocionais com o consumidor e passa a ser vista, considerada e recomendada.

Cláudia Moura  
CEO e diretora criativa  
foto: herstudio.pt

**SAVAGE**  
CREATIVE & DIGITAL AGENCY



# “A presença online deve ser apelativa e confiável”

A Fidelizarte nasceu há 26 anos. Sendo uma agência de marketing e comunicação que preza pela fidelização dos seus clientes, estas décadas de trabalho permitiram-lhe crescer e desenvolver-se, especializar-se e encontrar parceiros para poder garantir aos seus clientes um trabalho de qualidade. Carlos Porfírio, o diretor da empresa, reforça a importância de uma boa equipa de comunicação, para que uma empresa obtenha bons resultados no digital.

## Como se descreve a Fidelizarte enquanto agência de marketing e comunicação?

O nosso ADN é a web. A Fidelizarte foi criada em 1996, com um claro objetivo: o de procurar superar as expectativas dos clientes e o de fidelizá-los por muitos e muitos anos. O nome da empresa expressa a nossa cultura de serviço, procuramos fazer do sucesso dos nossos clientes o nosso próprio sucesso. É muito gratificante participar em projetos e vê-los crescer com sucesso. Um detalhe interessante: uma boa parte dos nossos novos clientes chega até nós por recomendação de outros clientes. Por isso digo: é mais fácil angariar projetos do que fazer a diferença. Na Fidelizarte, procuramos fazer a diferença.

## Qual a importância de ter um website bem estruturado, a nível de pesquisa e alcance a nível digital?

Colocam-nos uma questão interessante, porque de pouco vale estar na web se a estrutura – um site, uma loja, uma aplicação, uma plataforma ou outro suporte qualquer – não for bem concebida. Ao chegar a um site, o utilizador investe alguns segundos na análise. É fundamental fazer com que esses segundos se transformem em minutos. Para isso, o suporte tem de ser apelativo, fácil de navegar, explícito e confiável. E depois vêm as outras variáveis: o preço, o prazo de entrega... Costumo dizer a potenciais clientes: entreguem o projeto a profissionais competentes, porque o que é barato sai quase sempre caro!

## Hoje, já não basta “estar na Internet”, é necessário otimizar essa presença. Como se propõe a Fidelizarte ajudar os seus clientes, garantindo-lhes maior visibilidade e destaque online?

Para além de estarmos sempre atentos ao SEO dos sites dos nossos clientes, investimos muito em Marketing de Conteúdo, Google Ads, Redes Sociais e em campanhas que promovam o negócio dos nossos clientes. Imagens, GIF's, vídeos, tutoriais, jogos, infográficos, o mundo digital é enorme, é fundamental estar atento a todas as vertentes. O Google Analytics permite-nos avaliar o



Carlos Porfírio  
Diretor

**De pouco vale estar na web se a estrutura – um site, uma loja, uma aplicação, uma plataforma ou outro suporte qualquer – não for bem concebida.**

desempenho dos sites, conhecer os seus visitantes, que conteúdos visitam, entre outras métricas. E temos também um estúdio em Lisboa (Puro Conceito) para a fotografia e vídeo. Numa palavra,

estamos em todas as frentes para acompanhar e ajudar a promover o negócio dos nossos clientes.

## Como pode uma empresa perceber que o seu desempenho digital não está otimizado? Existem sinais e valores aos quais é importante estar atento?

Fazer auditorias, medir o progresso de SEO com os KPI's e Métricas corretos, medir a retenção de clientes são alguns dos passos. Trabalhamos com uma empresa internacional na otimização de todos os sites, do código aos ficheiros.

## Tendo em consideração a evolução das empresas nacionais, parece-lhe que a importância da evolução digital é verdadeiramente reconhecida?

Nem sempre, assusta-me verificar que ainda há empresas que pouco ou nada investem no digital. Essas empresas estarão condenadas se não mudarem rapidamente de postura. Não é possível trabalhar no século XXI com métodos do século XX. Para mudarem precisam de sangue novo, gente formada e com experiência na web.

O futuro é dos bons consultores porque ajudam a construir uma visão de longo prazo. Na casa do ferreiro, o espeto não pode ser de pau. Continuo a acreditar no papel da fidelização, foi a fidelização que nos permitiu crescer e consolidar. Temos muito para dar nesta matéria.

## Em Portugal, há muitas empresas que já estão no modelo da indústria 4.0, mas cujos colaboradores resistem fortemente à tecnologia. Como é que a Fidelizarte lida com esses casos?

A Fidelizarte tenta envolver-se com os clientes, tentando diagnosticar as situações. Perceber o cliente é, por vezes, uma tarefa difícil, mas que vale a pena fazer. Com humildade, mas também com segurança. Com humildade porque estamos sempre a aprender; com segurança, para não sermos tentados a fazer algo apenas para agradar. Não era o Mandela que dizia que “o líder é como um pastor, permanece atrás do rebanho, mas é a ele que os outros seguem”?

# Especialistas em soluções customizadas de Broadcasting



Bruno Rego  
Diretor

## Como se mantém este espírito irreverente, criativo e “fora da caixa”, ao longo de mais de uma década de trabalho?

Sempre acreditamos que o caminho passaria pelas soluções custom e exclusivas, mas o mercado trazia-nos o tradicional. Hoje somos o backend de agências nacionais e internacionais no desenvolvimento de soluções Web e Apps, somos reconhecidos no mercado das Apps de Broadcasting e concretizamos a identidade digital de marcas muito conhecidas. A interpretação das necessidades, a participação ativa na discussão do resultado, a proximidade que exigimos às marcas ao longo do projeto, a eficácia e o cumprimento de prazos são qualidades apontadas que se somam ao que dizem ser uma das nossas maiores forças: não complicamos. As expectativas e o espírito são os mesmos. Nenhum dia é igual ao outro. Vantagens do mercado em que nos posicionamos.

## Quais os principais pontos a ter em conta, quando um cliente vos pede um trabalho?

As soluções digitais são um misto de estratégia, tecnologia e criatividade. Existem objetivos de comunicação a

alcançar e necessidades / hábitos impostos pelos utilizadores que precisam de guiar o processo criativo, tudo para reduzir os tempos de aprendizagem e aumentar a familiarização e a afinidade. Há ainda que garantir a capacidade de crescimento e a performance em todos os dispositivos. Não abdicamos de trabalhar com base num plano estratégico de comunicação, em que as nossas soluções são um dos players. O resto são toques para que se tornem personalizáveis, viciantes e úteis aos propósitos de cada utilizador.

## As aplicações da RTP – Estudo em Casa, Zig Zag e RTP Play – foram desafios grandes. Quando se entregam produtos com este impacto junto da população, que preparação e cuidados são necessários? Que balanço faz dos resultados alcançados?

Apesar de terem em comum a chancela RTP, são projetos distintos. O mais desafiante foi garantir a compatibilidade das aplicações com um largo número de dispositivos. A sintonia com a equipa da RTP foi fundamental para a qualidade

Ao longo de 18 anos, a Velcro Design já desenvolveu inúmeros projetos – mais de seis centenas – e sempre com a marca da irreverência que caracteriza a empresa. Cada vez mais especializada e capacitada para responder a solicitações na área do Broadcasting, a equipa da Velcro Design foi responsável por soluções Play para a RTP e agora está no caminho da internacionalização.

das soluções finais. Além das aplicações Play, ainda desenvolvemos a Notícias, Euro 2016 e Mundial 2018. Os resultados finais são motivo de orgulho! Hoje, somos reconhecidos como uma das equipas mais bem preparadas para dar resposta às exigências do Universo do Broadcasting, o que acabou por abrir as portas do mercado internacional.

## Como avalia a evolução das empresas portuguesas, no que respeita à utilização do digital? Este é, agora, um caminho que as empresas querem continuar a trilhar?

O mercado nacional era pouco eficaz em presença digital. Ainda está longe de o ser, mas pelo menos aconteceu uma mudança de mentalidade. Em muitos casos, foram dados os primeiros passos. É uma aceitação que veio para ficar, tanto na perspetiva da gestão do negócio, como do marketing/comercial. O grande entrave é a incapacidade para investir, sobretudo das pequenas e médias empresas, predominantes no nosso setor empresarial.

## Quais os pedidos mais frequentes, no que respeita aos serviços que

## prestam? As empresas nacionais estão preparadas para enfrentar uma concorrência global?

Atualmente, são as soluções web e apps custom de e-commerce e de apoio à gestão (otimização de tarefas, tempos e custos). Depois, as soluções destinadas a campanhas de marketing digital. Uma avaliação justa obrigaria a olhar setor a setor, mas, no geral, diria que a presença no digital ainda não é forte e continuada o suficiente para nos dar vantagem nesta batalha global.

## Quais os próximos objetivos que a Velcro Design pretende alcançar, a breve trecho?

Passa pelo mercado internacional. As apostas são os EUA e o Médio Oriente, onde já contamos com clientes de renome e onde contaremos com espaço físico e equipa. Por outro lado, queremos ser a face Play das televisões internacionais. O Broadcasting é um dos nossos desafios. São processos e especificidades únicas que exigem o melhor de nós. Por fim, concluir um dos processos internos mais desafiantes e que, em breve, nos caracterizará! Fica o suspense!

TÃO  
SIMPLES  
COMO

1 + 1 =



velcro

www.velcrodesign.com





# “O e-commerce diminui custos e o seu mercado é global”

A Marketing Expertspt é uma agência de marketing digital completa, que consegue oferecer ao cliente um serviço que vai desde a gestão de redes sociais, até à criação e gestão de websites, lojas online, branding, logótipos e conteúdos digitais, incluindo realização de fotografia e vídeo. Miguel Marta, CEO e fundador da empresa, explica a importância de uma comunicação bem estruturada e direcionada, digitalmente, para as marcas.



Miguel Marta  
Ceo e Fundador

## Quais as vantagens em recorrer a uma agência como a Marketing Expertspt para garantir uma boa presença online?

A presença online é mais do que a existência da sua empresa nas redes sociais, site, blog e outras plataformas. Além de estar lá, é preciso planejar os conteúdos que criem diálogo com o seu “cliente ideal”, tendo uma frequência de publicações que corresponda a necessidades e dúvidas dos seus clientes.

## Muitas empresas não reconhecem quando podem necessitar de ajuda, no que respeita ao conteúdo digital que colocam online. Quão importante é uma comunicação estratégica e bem estruturada, para alcançar o objetivo pretendido?

Construir uma presença digital relevante pode ajudar a empresa a ser vista por mais pessoas e poderá ser uma opção na hora de o consumidor decidir a compra. Quem não está online poderá ser esquecido pelo cliente.

## Quais os principais desafios de ter de conseguir destacar online uma marca, considerando a quantidade de informação que já existe online?

Uma das formas de fortalecer a marca é ser ativo no ambiente online, através de sites, criação de conteúdo e redes sociais. Manter-se atualizado com os assuntos da atualidade e também com os formatos mais rentáveis potencializa ainda mais o seu negócio.

## Parece-lhe que a aposta em e-commerce poderá alargar definitivamente o mercado destas empresas e tornar-se uma solução apetecível de negócio?

A maior e mais importante vantagem do e-commerce é permitir que uma empresa ou indivíduo chegue ao mercado global. O comércio eletrónico diminui a carga das infraestruturas

necessárias para levar a cabo negócios, como a configuração de lojas físicas, aumentando assim os fundos disponíveis para um investimento rentável. Também permite um serviço mais eficiente no que diz respeito ao apoio ao cliente, através de uma compilação de informações sobre o perfil e comportamento do cliente, que por sua vez ajudará a desenvolver e adotar uma estratégia de marketing mais personalizada e eficiente.

## Quais serão, a seu ver, as principais tendências digitais que o futuro a curto e médio prazo trará?

Inteligência Artificial e Assistentes Virtuais. Enquanto Alexa, Siri, Google Assistant e Cortana passaram a fazer parte do quotidiano de muitas pessoas, o campo de assistentes virtuais continua a ser uma área de Inteligência Artificial com grandes previsões de crescimento no curto e médio prazo. É usar a tecnologia ao serviço das empresas e da sociedade, e no final, os problemas tradicionais podem ser resolvidos de forma mais prática, rápida e eficiente.

## Como se prepara a Marketing Expertspt para o futuro, no que respeita à evolução da própria empresa e às novidades tecnológicas que o futuro trará?

A nossa evolução será nas plataformas digitais, nos conteúdos para redes sociais e lojas online. Outra transformação digital que provavelmente acontecerá nos próximos anos tem a ver com a segurança dos nossos dados pessoais, principalmente em ambiente virtual, pois cada vez mais a segurança da informação do cliente será a preocupação das marcas.

## Esta aposta no digital, por parte das empresas nacionais, é para continuar?

Sim, é uma vantagem apostar no Marketing Digital, pois é uma ferramenta essencial para empresas crescerem e se aproximarem dos seus clientes e consumidores. Com a evolução da sociedade, tornou-se necessário rever a forma de comunicação unilateral. Na sociedade atual o cliente é atraído pela marca que lhe dá oportunidade para “falar”. Através do Marketing Digital, as empresas desenvolvem e consolidam a sua imagem de marca. A importância do branding para a empresa é grande, já que essa estratégia está envolvida na construção de valor de uma marca. É por meio dela que se desenvolve uma percepção única dos serviços/produtos e dos ideais de um negócio na mente dos seus clientes.



# Nova Lei da Nacionalidade: o que mudou?

A Hofstaetter Tramujas & Castelo Branco Advogados assessora, há 15 anos, a comunidade luso-brasileira na obtenção da nacionalidade portuguesa. Os advogados Rafael Mendes e Felipe Osório analisam, nesta entrevista, a nova legislação sobre a Lei da Nacionalidade, cuja entrada em vigor aconteceu a 15 de abril deste ano.



Rafael Mendes  
Advogado



Felipe Osório  
Advogado

## Que balanço é possível fazer destes 15 anos de especialização nesta área?

O balanço é extremamente positivo. Começámos a atuar nesta área cerca de um ano após as profundas mudanças ocorridas na matéria, nomeadamente com o advento da Lei Orgânica n. 2/2006 e do Decreto-Lei 237-A/2006 (Primeiro Regulamento da Nacionalidade), as quais modificaram substancialmente os regimes da atribuição e da aquisição da nacionalidade portuguesa. De lá para cá, a Lei da Nacionalidade sofreu seis alterações e o Regulamento 4. Tais mudanças demandaram constante empenho, estudo e capacidade de adaptação da nossa equipa.

**A nova legislação sobre a lei da nacionalidade entrou em vigor no dia 15 de abril e prevê o alargamento do direito à nacionalidade originária e a naturalização de pessoas nascidas em território português. Que análise já é possível fazer a estas mudanças, desde que a lei entrou em vigor?**

O novo regulamento da nacionalidade era aguardado desde 2018,

data em que entrou em vigor a décima alteração à Lei da Nacionalidade. Apesar da demora, algumas das aguardadas alterações já vinham sendo aplicadas pelas Conservatórias desde a entrada em vigor da LN, tais como a presunção de vínculos com Portugal para o neto biológico de português originário quando aquele for natural e nacional de país de língua oficial portuguesa (art. 10º-A, 2 do Novo Regulamento c/c art. 25º, 9), o que ocorre desde julho/2018.

Quanto às pessoas nascidas em território português, passaram a ter direito a requerer a nacionalidade todos aqueles que nasceram aqui após a entrada em vigor da Lei 37/81, de 03 de outubro, desde que, no momento do nascimento, um dos progenitores estivesse a residir legalmente no território português, ou aqui residia, independentemente do título, há pelo menos um ano antes do nascimento (art. 1º, 1, f' da citada Lei).

Outra alteração significativa ocorreu nos processos dos descendentes de judeus sefarditas. A partir de setembro deste ano os interessados passarão a ter que comprovar vínculos com Portugal (Art. 24º-A, 3, d' do mencionado Decreto-Lei), nomeadamente: titularidade sobre imóveis



em Portugal, participações sociais em sociedades comerciais ou cooperativas sediadas no território português e/ou deslocações regulares a Portugal.

Contudo, a alteração mais impactante dar-se-á com a entrada em vigor da tramitação e consulta eletrónica dos processos de nacionalidade, a qual, entretanto, ainda aguarda a publicação da Portaria do Governo. Tudo indica que abreviará de forma substancial a análise e conclusão dos processos.

**Para a comunidade brasileira, a opção de atribuição de nacionalidade com a condição de serem netos de um português/a que não tenha perdido essa nacionalidade originária pode simplificar o processo de atribuição da nacionalidade?**

A alteração mais importante iniciou-se em 2015 (Lei Orgânica 09/2015), a qual estendeu a nacionalidade originária aos netos de cidadãos portugueses, os quais, conseqüentemente, passaram a poder transmiti-la aos demais descendentes, independentemente da idade. Esta foi regulamentada através do DL. 71/2017 (regulamento da nacionalidade), momento a partir do qual multiplicou-se o número de brasileiros (e não só), aptos e interessados em adquirir a nacionalidade portuguesa. Contudo, a exigência de comprovação de vínculos com a comunidade portuguesa ainda era uma dificuldade. Esta simplificação consolidou-se com a previsão de que o conhecimento da língua portuguesa passou a ser suficiente para a comprovação dos vínculos e, ainda, de que este seria presumido para os interessados oriundos de países de língua portuguesa. Destaco que independente destas alterações, os requisitos relacionados ao estabelecimento da filiação não se alteraram.

**Quais as principais dificuldades com que quem quer obter a nacionalidade portuguesa se depara?**

A primeira dificuldade é a ausência de informação da família sobre a filiação do ascendente português, bem como a data e o local de nascimento do mesmo. Como o registo civil foi oficialmente instituído em Portugal em 1911, a busca do assento de nascimento do ascendente português nascido antes deste ano é realizada nos livros de batismo da Igreja da Freguesia onde este foi batizado, o que nem sempre é uma tarefa simples. Igual dificuldade se verifica na localização de documentos no Brasil, onde o Registo Civil não é integrado.

A fim de ultrapassar este obstáculo inicial, criámos departamentos internos especializados na busca destes documentos. A dificuldade de agendamento, desconhecimento ou má interpretação da legislação que embasa os pedidos e a falta de informações adequadas por parte dos órgãos portugueses são outros obstáculos.

**Que opinião tem sobre os prazos para atribuição dessa mesma nacionalidade a quem a solicita? Considera-os demasiado longos?**

Infelizmente os prazos de análise e conclusão dos processos vêm piorando substancialmente ao longo dos anos, o que não surpreende, em razão da crescente demanda, das inúmeras alterações legislativas, da falta de renovação dos funcionários e de investimento em tecnologia.

Destaco que em alguns casos, mesmo após o deferimento do processo, a criação do registo de cidadão português (ou assento de nascimento) pode demorar cerca de 12 meses, prazo este claramente irrazoável. Contudo, acreditamos numa inversão após a entrada em vigor do sistema de tramitação e consulta eletrónica.

**A alteração mais impactante dar-se-á com a entrada em vigor da tramitação e consulta eletrónica dos processos de nacionalidade (...). Tudo indica que abreviará de forma substancial a análise e conclusão dos processos.**



# “Devemos trabalhar para a prevenção”

A Alves e Rasteiro assenta a sua atividade em três áreas distintas, mas que se complementam: Engenharia, Consultoria e Formação. Fundada oficialmente em 2015, pela Engenheira Daniela Alves, a Alves e Rasteiro nasceu especializada em segurança contra incêndio em edifícios, mas é agora dotada de formações exclusivas e muito solicitada para Consultoria, na sua especialidade original, bem como para projetos de Engenharia em todas as especialidades.



## **C**omeçaram por ser um gabinete de engenharia especialista em segurança contra incêndio em edifícios. O que vos levou a aumentar o leque de serviços?

De acordo com a obrigatoriedade descrita na legislação de segurança contra incêndio em edifícios, iniciámos atividade nesta área. Após a entrega e aprovação de Medidas de Autoproteção e de projeto de segurança contra incêndio, por parte da autoridade (ANEPC), surgiu uma grande necessidade de formação por parte dos nossos clientes: a legislação de segurança contra incêndio diz que as medidas de autoproteção são obrigatórias em todos os edifícios, mesmo aqueles que já existiam à data da legislação, e que todas as pessoas que trabalham nesse mesmo edifício devem ter formação sobre segurança contra incêndio, bem como sobre primeiros socorros. Assim, começámos a ser questionados sobre porque é que, apesar de darmos formação, ela não era certificada pela DGERT, e acabámos por investir nessa mesma certificação. Foi assim que surgiu a área da Formação. Depois da certificação pela DGERT, seguiu-se a certificação pelo INEM, para formação da área da saúde – suporte básico de vida, suporte básico de vida pediátrico e suporte básico de vida com desfibrilhação automática. Pedimos também, e isso é uma grande conquista, a homologação pela Agência Portuguesa do Ambiente (APA) de uma formação destinada a profissionais de saúde que estejam sujeitos a radiações durante o seu dia a dia laboral.

**A legislação é algo que está sempre a mudar, pelo que é necessária uma constante atualização, por parte dos colaboradores. Como lidam com essa**

## **constante necessidade?**

Na Alves e Rasteiro, preocupamo-nos muito com a formação dos nossos colaboradores. Temos a empresa dividida em três áreas: Engenharia, Formação e Marketing, sendo que a Consultoria é dada pelo departamento de Formação ou de Engenharia, às vezes simultaneamente. Em todos os departamentos há uma grande preocupação com a formação dos colaboradores. Ministramos formações muito específicas aos colaboradores. Isso é importante, pois só o facto de os colaboradores terem acesso a estas formações torna-os mais atentos ao que o mercado disponibiliza e permite-lhes saber exatamente quais as necessidades e novidades do mercado.

## **Qual a importância do team building para a Alves e Rasteiro?**

Desde 2018, a Alves e Rasteiro decidiu oferecer três horas por semana aos colaboradores, em horário laboral, para frequentarem um ginásio à escolha. Tentámos garantir que os nossos colaboradores tivessem acesso ao ginásio, para que fossem mais felizes e produtivos. Desde novembro de 2021, começámos as atividades de team building semanais – uma hora por semana, fazíamos uma atividade que permitisse unir a equipa e fazer com que todos se conhecessem melhor, não só a nível profissional, mas pessoal. Entretanto, desde o mês de abril que optámos por contratar uma empresa especialista em team building, que faz agora uma sessão mensal, que dura quatro horas. Privilegiamos um bom ambiente laboral, e com o team Building isso é conseguido!



### Quais são os projetos de Engenharia nos quais mais apostam? Onde entra a Consultoria na Engenharia?

A parte da Consultoria que fazemos é essencialmente deslocarmo-nos aos edifícios para perceber se estão a cumprir com as condições de segurança e, caso não estejam, o que têm de fazer os seus proprietários para regularizar a situação. Nós fazemos muito o acompanhamento da implementação do projeto, no local. Acompanhamos também as vistorias da ANEPC, quando os clientes nos pedem. Relativamente à área da Engenharia, temos as especialidades todas aqui no gabinete. Fazemos desde acústica, águas, esgotos, térmica, estabilidade, AVAC, elétrico e focamo-nos muito na área da segurança contra incêndio, porque o nosso público vê-nos muito como especialistas em segurança contra incêndio, e é verdade, pelo que é esse projeto que nos solicitam mais vezes.

### Há projetos com entidades municipais?

Sim, bastantes. Os municípios contratam-nos para implementarmos medidas de autoproteção nos edifícios todos sob sua gestão. Além disso, quando há alterações à legislação ou à função do edifício, vamos presencialmente ao local e tentamos perceber quais as dúvidas para as adaptações de espaços e o que isso implica em termos de cumprimento de legislação. Os grandes desafios são os edifícios públicos muito antigos, que não são construídos de acordo com a legislação atual, o que nos obriga a apelar, muitas vezes, ao bom senso da ANEPC. Ainda assim, não temos uma única reprovação. Neste momento trabalhamos com cerca de 40 municípios.

### Como antecipa o futuro da Alves e Rasteiro, considerando a necessidade de estar sempre em cima do que é novidade?

A antecipação do futuro passará sempre, em primeiro lugar, pela paixão e o empenho que dedico ao meu trabalho.

Sem isso nunca seria possível chegar a este patamar.

Tudo o que é alcançado é comemorado como se se tratasse de uma primeira conquista, mas nessa mesma comemoração já estou a pensar no próximo patamar e como alcançá-lo. Após esta reflexão é apenas fazer acontecer.

Agora que conseguimos a certificação da APA, o próximo objetivo é conseguir adquirir os equipamentos necessários da área de proteção radiológica para ministrar a formação nas nossas instalações. Estamos sempre de olhos postos no futuro e queremos sempre mais. Não vamos parar.



### FORMAÇÕES EM DESTAQUE:

- Formação homologada pela APA, para profissionais que estejam sujeitos a radiações no seu dia a dia laboral;
- Formação na área da Segurança Contra Incêndio em Edifícios;
- Formação de projetistas, homologada pela ANEPC;
- Formação em SBVD-DAE, homologada pelo INEM.



# Seguro Cães e Gatos

## Para animais de estimação que fazem parte da família



Luís Costa (Board Member e Administrador) com a sua equipa

**Q**uão importante é, no setor da mediação de seguros, a evolução constante e a preocupação com o cliente?

A evolução constante e o lançamento de novos produtos é algo que sempre nos distinguiu. O cliente é e sempre foi o nosso primeiro foco de atenção. Os clientes estão mais informados e atentos, fruto de uma maior disponibilização de informação online, o que nos leva a uma constante procura de novas soluções para poder apresentar soluções que realmente resolvam os problemas dos nossos clientes.

**Quais as áreas que, recentemente, mais se destacaram, no que respeita à contratação de seguros, para particulares e para empresas?**

Continuamos a ter uma grande procura em Saúde e Vida, os novos produtos que foram sendo lançados têm tido uma grande procura. Seguros de Saúde com maiores capitais, mais coberturas e verdadeiramente diferenciadores têm tido muita procura. Temos também uma crescente procura nos seguros empresa, área onde, cada vez mais, somos solicitados para apresentar cotações. O CyberRisks tem tido também uma enorme procura, pois os empresários têm noção da fragilidade dos sistemas informáticos e procuram soluções de proteção. E claro, todos os seguros obrigatórios. O

ramo da Responsabilidade tem tido também uma crescente procura, seja na vertente exploração, produtos ou profissional.

**A TRANQUILIDADE lançou um novo produto direcionado particularmente para os animais de estimação, a sua proteção, saúde e responsabilidade civil associada. De que se trata?**

O novo seguro Cães e Gatos da TRANQUILIDADE tem como finalidade garantir uma maior segurança a estes animais, assegurando cuidados de saúde, bem-estar e proteção jurídica, protegendo também quem está à sua volta dos danos que eles possam causar.

**Para quem é mais indicado este produto?**

O número de famílias com cães e/ou gatos em suas casas é cada vez maior e, para muitas delas, os animais de estimação são tratados como mais um membro da família. Neste sentido, o nosso seguro Cães e Gatos é para os donos destes animais, que se preocupam e procuram uma solução de saúde, segurança e bem-estar para a vida dos seus animais de estimação.

Ao longo dos 40 anos de existência, o Grupo Gese Seguros tem evoluído a par com as novas soluções de seguros, para apresentar aos seus clientes os melhores e mais recentes produtos para as mais variadas áreas a segurar. Luís Costa, administrador deste projeto, destaca o seguro Cães e Gatos, da TRANQUILIDADE, como um dos seguros que mais procura tem, por parte das famílias portuguesas, dada a cada vez maior importância que os animais de estimação assumem nos lares nacionais.

### O SEGURO CÃES E GATOS CONTEMPLA:

- Acesso imediato à maior rede de cuidados de saúde animal e serviços – AnimaDomus (com mais de 350 prestadores)

- Redução de despesas médicas, em artigos e serviços para animais

- Vacinação – seja a preços convencionados ou com a cobertura de Vacinação Anual, o cliente tem sempre apoio na vacinação

- Despesas médicas e de medicamentos na sequência de acidente ou cirurgia devido a doença, bem como despesas na sequência de internamento

- Acesso a uma consulta de psicologia, para o dono

- Apoio jurídico para situações que envolvam o seu animal

- Tratamento da guarda do seu animal, em caso de internamento do dono





A realidade de cada vez mais as famílias possuírem animais de estimação tornou estes produtos mais procurados? Quais as vantagens diretas em possuir um seguro para animais de estimação?

O seguro Cães e Gatos da Tranquilidade dá acesso à maior rede de cuidados de saúde animal em Portugal, a rede AnimaDomus, com mais de 350 prestadores. O acesso aos serviços e descontos é imediato, após a compra do seguro. Em Portugal não existe um sistema nacional de saúde animal que proteja e garanta os cuidados médicos necessários aos animais de estimação. Os custos com o bem-estar e a saúde dos animais de estimação pesam bastante no orçamento familiar. Com o seguro Cães e Gatos, o cliente pode contar com reduções diretas entre 30% e 50% em todos os atos médicos veterinários convencionados, e descontos até 20% nos serviços de bem-estar animal.

Aquando da nossa última entrevista, tínhamos acabado de ultrapassar

um período pandémico difícil, onde o Grupo Gese se manteve ao lado dos clientes. Atualmente, com as mudanças que sucederam na sociedade, como se adaptou a empresa à nova realidade pós-pandemia?

Gradualmente, estamos a voltar aos modelos de pré-pandemia. A afluência de público aos nossos escritórios tem aumentado muito, com muitos clientes um pouco cansados dos modelos digitais. Adaptámos muitos dos nossos processos para fazer face a estas novas necessidades, para todos os clientes que assim desejem, e passámos a ter disponível emissão online para muitos produtos, via website.

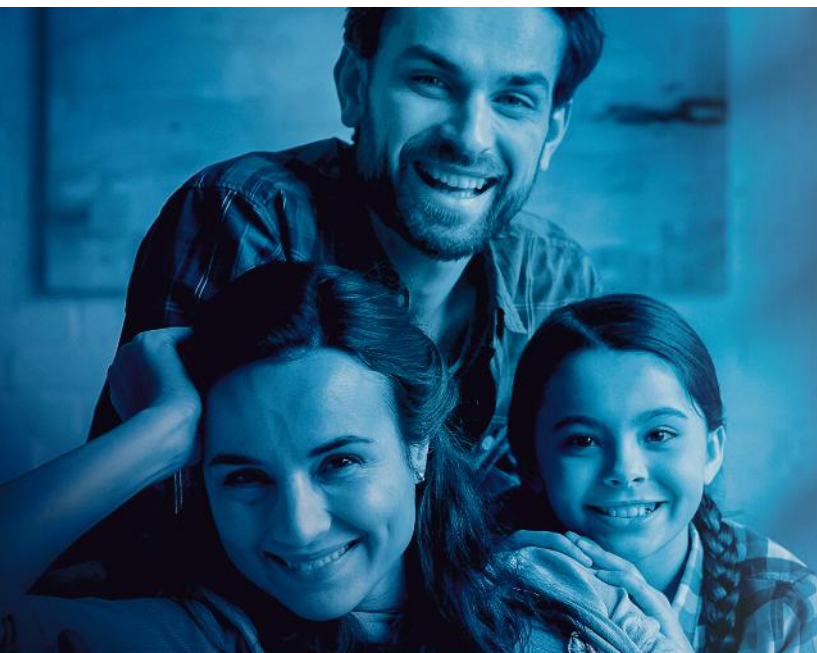
**Como caracteriza os tempos atuais, no que respeita à conjuntura económica que atravessamos? O setor segurador pode ser, mais uma vez, um amparo para as empresas nacionais?**

O setor segurador é sempre um grande apoio para as empresas



nacionais, porque seguramos o património e investimentos dos nossos clientes. Cada vez mais, as empresas têm noção de que, no caso de um sinistro, precisam deste apoio. Notamos os clientes cada vez mais preocupados com as coberturas e capitais dos seus contratos. O lançamento de apólices all risks têm tido muita aceitação do mercado, privilegiando cada vez mais a informação clara e direta ao nosso

cliente. Menos exclusões e condições cada vez mais transparentes. A mediação profissional tem-se destacado pelo excelente trabalho de aconselhamento e apoio ao tecido empresarial. Sermos sempre vistos como parceiros é o mais importante, sem nunca perder a componente de "olhos nos olhos".



**SEGUROS DE NÓS,  
SEGUROS DE SI.**

252 612 815 | 252 638 981 | 252 638 982  
917 543 915 | 935 168 230 | 937 543 916

GERAL@GESE.PT  
GESE.PT

## Seguro Cães e Gatos

### INCLUI:

- ✓ Consultas
- ✓ Vacinas
- ✓ Exames
- ✓ Internamentos
- ✓ Cirurgias
- ✓ Alimentação
- ✓ Banhos e Tosquias
- ✓ Pet sitting e treinos
- ✓ Hotéis



**TRANQUILIDADE**

# “O Fidelidade Pets é um dos melhores seguros do mercado”



Isabel Silva  
Diretora

Isabel Silva sempre quis trabalhar na área da mediação de seguros e, desde 2007, é isso que faz. Até 2018, trabalhou em nome individual na loja Fidelidade do Montijo, mas em 2018 surgiu a oportunidade de criar a Montiseg. Orgulhosa da seguradora com quem trabalha e dos produtos que disponibiliza, esta mediadora exclusiva explica que a população nacional está a apostar mais na prevenção e os animais de estimação não são esquecidos.

**“A confiança é o único compromisso dos negócios”. Este é o compromisso cimeiro que querem sempre alcançar com os vossos clientes?**

É, sim. A Montiseg faz parte da loja Fidelidade Montijo e é um mediador exclusivo desta seguradora. A confiança é o único compromisso dos negócios porque os negócios são feitos de confiança. Nós vendemos um papel ao cliente e o cliente tem de confiar em nós. Todavia, quando existe o sinistro, o papel tem de estar à altura daquilo que o cliente espera de nós. Por exemplo, nós tivemos uma perda total, em 2013, quando uma empresa ardeu. Em sete meses, o papel que tínhamos vendido ao cliente foi acionado e a unidade fabril estava a trabalhar. Essa confiança que o cliente deposita em nós faz com que nós tenhamos também muito orgulho nos clientes que temos.

**Como fazem a formação e adquirem o know-how para explicar detalhadamente os seguros aos clientes?**

A Fidelidade dá-nos formação regular relativamente a todos os produtos lançados no mercado e nós temos

acesso a todas as fichas de produto. Se nós não soubermos exatamente o produto que estamos a vender, não o vamos vender bem. E isso é muito importante: saber o que estamos a vender. O facto de sermos exclusivos Fidelidade faz com que sejamos especialistas no que estamos a fazer. Tenho muito orgulho de representar a maior companhia do mercado.

**Que vantagens e desvantagens existem em ser um mediador exclusivo?**

Até ao momento, não me arrependo de ser exclusiva. A Fidelidade tem produtos muito vantajosos para o cliente e, às vezes, mesmo que o preço seja superior a um apresentado por um mediador multimarcas, ele é compensado com as mais-valias que os nossos produtos têm. Além disso, a Fidelidade tem um bom serviço, e isso é muito importante, porque eu sei que, caso um cliente meu tenha um sinistro, eu tenho uma companhia de seguros que vai resolver o problema. Por exemplo, o sinistro da unidade fabril, em agosto de 2013, aconteceu a um sábado à noite, e eu contactei logo a direção da companhia de seguros. No domingo,

já havia uma equipa de sete peritos na empresa. E as coisas resolveram-se rápido. É por isso que me sinto orgulhosa da companhia com que trabalho.

**No que respeita aos animais de estimação, a Fidelidade apostou recentemente numa solução de seguro. Como a definiria?**

É muito completa. Neste momento, o número de agregados familiares portugueses que têm um animal de companhia aumentou, estimando-se que chegue a mais de dois milhões de agregados. A Fidelidade lançou um produto que tem uma oferta diferenciada para cães e gatos e garante-lhes o acompanhamento nas várias etapas da vida. As coberturas vão desde a responsabilidade civil, cirurgias e esterilizações, proteção jurídica e inclusive funeral, porque cada vez os animais são um membro da família. Estas coberturas funcionam em regime de reembolso. Também está disponível o serviço TelePet, para tirar dúvidas com enfermeiros veterinários, entre as 7 horas e as 22 horas. Além disso, tem ainda direito a um check-up anual ou bianual, conforme a idade do animal.

**De que outras soluções, mais inovadoras em termos de seguros, dispõe a Fidelidade?**

A nossa solução inovadora para Cibersegurança, indicada para PME's é muito solicitada, bem como também o seguro para drones, para empresas ou particulares – há muitos que têm este tipo de equipamento e o seguram.

**Faz 15 anos da sua entrada no mundo da mediação de seguros. Como avalia o futuro e a caminhada da Multiseg?**

O futuro passa por continuar a ser exclusiva e por fazer da loja do Montijo, juntamente com uma outra empresa, uma das maiores lojas do país. Apesar de, hoje, muita gente optar por fazer seguros online, quando existe algum sinistro é mais complicado e acabam por vir sempre ter ao mediador presencial. Temos tendência a crescer. O meu compromisso é sempre com o cliente. É nele que está o foco e ele é a nossa melhor publicidade!

**A CONFIANÇA É O ÚNICO COMPROMISSO DOS NEGÓCIOS.**



  
**Montiseg**  
MEDIÇÃO DE SEGUROS LDA

 913 264 474

ISABEL.SILVA@MONTISEG.PT

 @MONTISEG

 AVENIDA LUIS DE CAMOES, 28A - MONTIJO



# “Os seguros serão sempre sustentados em relações humanas”



Lúcia Casaca, Marco Cruz (Diretor) e Marta Gonçalves

**A** Madiel Seguros conta já com mais de 30 anos de existência. Que balanço é possível fazer de três décadas na área da mediação de seguros?

O balanço é extremamente positivo, pois comecei sozinho, em 1990, com um pequeno escritório, que era a antiga taberna dos meus avós, na vila de Ponte De Sôr, que foi crescendo de ano para ano até se tornar uma bonita e agradável cidade, sendo hoje uma das maiores localidades do Alentejo. Tal facto ajudou-me a crescer, de modo que, ao fim de 15 anos, já tinha empresa constituída e três

funcionárias, com uma carteira bastante relevante para a nossa zona de atuação.

**Quais os principais seguros atualmente procurados por particulares e empresas?**

No setor empresarial, os ramos mais procurados são os obrigatórios, Auto e Acidentes de Trabalho. Nos particulares, o que tem tido um crescimento muito significativo na última década é o Saúde, que continua a ser muito procurado. Também os seguros de Vida continuam num bom ritmo de venda,

A Madiel Seguros iniciou o seu percurso no mercado há 32 anos, pela mão do seu atual diretor, Marco Cruz. De então para cá, muitas mudanças tiveram lugar, social e economicamente, mas a Madiel Seguros sempre esteve disponível para os seus clientes, personalizando o seu contacto e adaptando-se às novidades, necessárias para continuar o seu caminho.

principalmente devido ao crédito habitação.

**No que respeita aos seguros para os animais de estimação, já é possível fazer um seguro que proteja o animal de estimação de problemas que possam ocorrer consigo e também em relação a terceiros? Quais os seguros mais completos com que trabalha?**

Sim, o setor segurador têm acompanhado essa crescente procura e preocupação com os animais de companhia, tendo já várias companhias produtos com amplas coberturas de acidentes, doença, responsabilidade civil e assistência. Nós, neste momento, estamos a trabalhar este produto em parceria com a Tranquilidade, que tem uma apólice muito completa e uma vasta rede de prestadores, que cobrem todo o país.

**Desde o momento pandémico, a adoção de animais de estimação disparou significativamente. Isso refletiu-se na procura de seguros para animais de estimação?**

Não só o crescimento de pessoas com animais de companhia, mas sobretudo a sua consciencialização de que eles fazem parte da família e

têm de ser bem tratados, levando os seus donos a procurarem um seguro que os ajuda no bem-estar diário dos animais e nas despesas com os mesmos.

**Como antecipa o futuro, no que respeita aos seguros e às novas áreas para as quais pode vir a ser necessário criar uma resposta de seguros? Como está a Madiel Seguros preparada para tal?**

O mundo está numa constante mudança e nós teremos de nos adaptar com a maior rapidez e flexibilidade possível, para dar resposta e estar sempre presentes na ajuda aos nossos clientes, no que diz respeito às suas necessidades. De qualquer modo, penso que os seguros vão ter sempre como base de sustentação as relações humanas. Os clientes querem uma cara e uma voz em quem possam confiar. Na nossa empresa dispomos de uma pessoa externa que nos ajuda com tudo o que é o digital. Estamos presentes nas redes sociais e temos um site que é uma referência e que está pronto para dar resposta imediata a todos os clientes, em todas as vertentes dos seguros. Como eu costumo dizer: 32 anos já passaram, venham mais 32.



## 32 ANOS A CUIDAR DE SÍ!

Faça já a sua simulação de seguro em  
<https://madielseguros.com>



933 526 591



madiel\_seguros@sapo.pt

# “O seguro para animais de estimação

Ezequiel Silva é o diretor geral da SEGURAMOS uma empresa com quase 25 anos de existência, mas cuja história de mediação de seguros começa em 1962. Atualmente, opera na categoria de Corretores, está no Top 15 do ranking da categoria e no Top 5 no que respeita à rede de parcerias de que dispõe em território nacional. Nesta entrevista, o destaque vai para os seguros para animais de estimação e aqueles relacionados com novas ameaças, com o de Cyber Risk.

**A** SEGURAMOS foi criada há cerca de 25 anos. Com toda a evolução social e do setor dos seguros que teve lugar, que análise faz ao posicionamento no mercado da SEGURAMOS?

A SEGURAMOS é uma empresa bem estruturada e organizada, com ambição, objetivos e estratégia claramente definidos, e tem crescido de forma sustentada ao longo dos seus quase 25 anos de existência como sociedade e muito acima do mercado nos últimos anos. Como marcos importantes na nossa evolução, assinalamos a entrada do GRUPO PROEF - um grupo empresarial de referência a nível nacional e internacional - no capital social da SEGURAMOS, em 2003, a alteração para a categoria de Corretores, em 2008, e a Certificação em Qualidade pela Norma NP EN ISO 9001:2008, desde 2010 e ininterruptamente até hoje. O crescimento alcançado ao longo dos últimos anos permitiu-nos escalar posições no Ranking de Corretores Portugueses, integrando, neste momento, o Top 15 desse mesmo ranking. Para esta performance tem contribuído de forma indelével o bom relacionamento que mantemos e cultivamos com as seguradoras, clientes e parceiros, o profissionalismo e empenho dos nossos colaboradores, a aposta no segmento de PME's e a nossa vasta rede de Parceiros de Negócio (Mediadores e Pdeads). É uma das apostas estratégicas da SEGURAMOS e



Ezequiel Silva  
Diretor

dispomos atualmente de uma das maiores redes de parcerias a operar no território nacional, no Top 5 em número de parceiros. Fruto deste crescimento expandimos também a presença física em oito estabelecimentos abertos ao público (Porto, Lisboa, Braga, Estarreja, Famalicão, Felgueiras, Guimarães, Lisboa e Trofa), e apostámos em lojas franchisadas com parceiros de negócio em vários concelhos do país.

**Quais as soluções de seguros que têm maior procura, por parte de empresários e clientes particulares?**

De uma forma geral são os obrigatórios, sendo os mais comuns os seguros automóvel e acidentes de trabalho, este último mais no contexto empresarial. Logo a seguir estão os seguros de vida e multiriscos habitação associados ao crédito habitação. A grande maioria dos empresários opta por contratar, juntamente com o Acidentes de Trabalho, apólices de multiriscos que salvaguardem os imóveis, equipamentos e existências, assim como apólices de responsabilidade civil. Comum a ambos os segmentos é o crescimento da procura por seguros de saúde, ramo que tem crescido nos últimos anos sempre acima das expectativas.

**Recentemente, os portugueses aumentaram o número de animais de estimação na família, para o que muito contribuiu a pandemia. A SEGURAMOS notou, igualmente, um impacto na procura do seguro**



# tem uma procura crescente”

## para animais de estimação? Quais as coberturas?

Sentimos um impacto grande na procura face ao existente na nossa carteira, predominantemente na contratação de apólices para cães de companhia e assistência. Em Portugal não existe um sistema público de saúde animal, pelo que os cuidados de saúde animal são caros e os clientes têm procurado soluções cada vez mais abrangentes que garantam não só a responsabilidade civil pelos danos que o animal possa causar a terceiros, mas também o reembolso de despesas relacionadas com acidentes e cirurgias, internamento, vacinas, etc, do próprio animal. As seguradoras estão atentas a esta realidade e a oferta no mercado é bastante satisfatória. Os clientes podem contratar apólices com diferentes escalões de proteção, uns mais básicos, apenas com acesso a cuidados de saúde a preços convencionados em consultas, vacinas, exames auxiliares de diagnóstico, internamentos e cirurgias; outros, mais abrangentes, que permitem o reembolso de despesas médicas e de medicamentos em caso de acidente e/ou cirurgia devido a doença, assim como o reembolso de despesas de internamento por cirurgia. O cliente pode ainda complementar a apólice com coberturas opcionais, como, p. ex., Eutanásia, Funeral e despesas com a vacinação anual. Continuará a ser um produto com grande procura por parte dos clientes.

**Os riscos de ataque cibernético e a necessidade de segurar outros equipamentos tecnológicos são questões que, há alguns anos, não se colocariam. Como estão as seguradoras a adaptar-se à velocidade de evolução da tecnologia e da sociedade e a responder em conformidade com os riscos inerentes?**

A ameaça do cibercrime aos negócios é cada vez maior e estudos recentes reforçam que os ataques

cibernéticos são um dos principais riscos e dos que geram maior preocupação para os negócios em todo o mundo nos próximos 10 anos. Uma apólice cyber risk é, portanto, uma necessidade. Esta pode cobrir o incidente informático e suas consequências,

“Em Portugal não existe um sistema público de saúde animal, pelo que os cuidados de saúde animal são caros e os clientes têm procurado soluções cada vez mais abrangentes que garantam não só a responsabilidade civil pelos danos que o animal possa causar a terceiros, mas também o reembolso de despesas relacionadas com acidentes e cirurgias, internamento, vacinas, etc...”

como a interrupção do negócio e as consequentes perdas de exploração, disponibiliza um serviço de primeira intervenção e de resposta a incidentes e pode incluir também extorsão cibernética, assim

como a responsabilidade por falha na segurança cibernética, incluindo os custos da defesa do segurado em que este incorra por reclamações contra ele efetuadas.

Há no mercado várias seguradoras, nacionais e internacionais, generalistas e de especialidade, na vertente de cibersegurança, com oferta de soluções para este risco, e que por um lado, veem uma oportunidade de fazer crescer a sua carteira nesta linha de negócio, por outro lado, tendo em conta a cada vez maior frequência, complexidade e severidade dos ataques informáticos, aliado à falta de maturidade das organizações no que a práticas de prevenção em cibersegurança diz respeito (ou ausência delas), têm tido um maior cuidado e rigor na análise e subscrição deste tipo de riscos.

## Como vê a evolução da Seguramos? O caminho passa pelo crescimento?

A SEGURAMOS vai continuar a crescer. Esse é o único caminho.

Vamos continuar a apostar fortemente no segmento de PME's e na oferta de soluções integradas, na Rede de Parcerias, protocolos com instituições e estamos também muito atentos e ativos relativamente a oportunidades que possam surgir de aquisição de sociedades de mediação e corretagem. Como já referi, integrámos o Top 15 do Ranking dos Corretores Portugueses, mas ambicionamos ser uma referência a nível nacional, com maior relevância, continuando a escalar posições no ranking e consolidar a nossa posição dentro do Top 10 nacional, onde esperamos estar no final do atual exercício.



**Seguramos**  
CORRETORES E CONSULTORES  
DE SEGUROS

Há 60 anos a garantir a sua proteção

45 COLABORADORES  
8 ESCRITÓRIOS  
90.000 APÓLICES  
55.000 CLIENTES  
35.000.000 PRÉMIOS COBRADOS  
COBERTURA NACIONAL COM + DE 350 PARCEIROS DE NEGÓCIO



# “O nosso trabalho realiza sonhos”

A RC Crédito nasceu da experiência de 24 anos da Rita Catita na área, 20 dos quais na Banca, onde desempenhou diversos cargos, desde gerente dinamizadora a diretora de agência em algumas das principais instituições bancárias nacionais. Agora enquanto intermediário de crédito trabalha com a maioria dos bancos destacando os que apresentam - a cada momento - ofertas reconhecidas como as mais competitivas.



Rita Catita  
Diretora

**C**omo analisa o mercado, relativamente à importância da intermediação de crédito, o conhecimento das pessoas sobre o que é e a forma como pode ajudar quem necessita de crédito?

A atividade de intermediação de crédito tem exatamente o pressuposto de estabelecer ligação e mediar a relação entre o cliente e o banco. Seja o banco com que já trabalha, seja outro.

A oportunidade em participar no processo de conceção de crédito, não só procurando as melhores soluções como pela possibilidade de tratar cada processo como único, partilhar recomendações personalizadas para cada caso, cada cliente, cada família, torna o processo mais ágil, mais eficiente.

Gosto de pensar que somos a peça facilitadora. Ambicionamos descomplicar o processo, tornando-o mais célere e principalmente

poupando preocupações e tempo aos nossos clientes.

**Quais os principais desafios que um intermediário de crédito enfrenta, considerando a forma como os portugueses lidam com as questões financeiras e o seu conhecimento (ou não) sobre os mesmos?**

Experienciei na Banca, entre 1998 e 2016, inúmeras fases. Foi importante e fundamental adaptar-me a situações influenciadas por todo o tipo de desafios económicos e financeiros com impacto direto na concessão de crédito. Os clientes estavam lá e as suas necessidades também. É impossível não destacar momentos como a crise do subprime, os máximos históricos da Euribor ou a entrada desta taxa de referência em terreno negativo. Todos fomos “obrigados” a reaprender a olhar para o crédito e a agir de forma mais preventiva.

Momentos como esses, entre outros naturalmente, e hoje com a vantagem de poder comparar as melhores ofertas no mercado, ajudam-me a estabelecer o propósito: aumentar a chance de cada cliente ter as melhores condições possíveis. Como intermediário de crédito, a atividade em si enfrenta os desafios de sempre, comercialmente comuns, como a conjuntura, a concorrência, o nível de serviço e a qualidade. Da relação com clientes o desafio maior é claramente a desinformação. Focamo-nos em encontrar soluções, se e quando são possíveis. É fundamental enquadrar a viabilidade no primeiro momento. Conseguir estabelecer os limites de cada operação, aferir a existência de aforro, apoio e motivação. Tratar os clientes pelo nome, conhecer a sua situação familiar, profissional e correr atrás de um objetivo que, mesmo não sendo originalmente nosso, nos pertence, faz a diferença, contribui para o conhecimento e promove a divulgação não só do que fizemos, mas do que podemos vir a fazer.



CONSULTORIA E INTERMEDIAÇÃO DE CRÉDITO



**Relativamente às alterações dos prazos máximos para crédito habitação, recentemente em vigor, como vê esta alteração? Influenciará significativamente as escolhas de quem queira comprar casa?**

O Banco de Portugal já havia recomendado uma convergência gradual para uma maturidade média de 30 anos, até final de 2022.

São inúmeras as recomendações e medidas macro prudenciais inerentes à conceção de crédito e a diminuição do prazo dos empréstimos é sem dúvida uma das mais impactantes, principalmente em clientes com taxas de esforço altas.

Mas permita-me partilhar uma outra visão desse impacto que se reflete mais na notícia do que efetivamente em prestações mais altas. Se o prazo ultrapassar a idade da reforma, altura em que habitualmente existe uma redução do rendimento médio, o esforço estaria comprometido e se olharmos para o prazo de reembolso do empréstimo, quanto mais longo for, mais demora a amortização de capital e mais juros o cliente paga. Com a redução de prazo o risco de incumprir é menor e o custo também.

A consequência da redução da maturidade, com maior expressão nos clientes com mais de 35 anos, pode ser "contornada" de outras formas, optando por soluções de taxa mista ou fixa, que não comprometam a estabilidade dos encargos, aumentando a entrada inicial no caso de compra de casa nova e claro, apoiar-se num intermediário de crédito que consultará o mercado e fará uma comparação das várias propostas, relevando diferenças em mais do que a prestação ou o spread. Apesar de não estarmos autorizados a intervir na comercialização de outros produtos ou serviços bancários, nem está em questão essa pretensão, tudo importa, como os seguros, as vendas associadas, a taxa efetiva, etc.

Esta medida também convida os consumidores a reverem os seus créditos atuais. Se a concorrência tiver condições mais interessantes, que proporcionem poupança mensal mesmo com a redução de prazo, então transferir o crédito habitação é sem dúvida uma excelente opção.

**Tendo em consideração a guerra entre Ucrânia e Rússia e o aumento constante da inflação, o que implica que todos os preços subam, como vê a influência que tal possa ter no acesso ao crédito?**

Este é um ciclo económico improvável, muito

relevante para as famílias e as empresas, quando chega o momento de tomarem decisões de consumo ou de investimento. Longe de recuperarmos das consequências da pandemia, eclode uma guerra.

Antes da guerra, a subida das taxas de juro já era assunto, num pressuposto de contrariar a subida da inflação. O fenómeno desta aceleração da inflação a que temos agora assistido pode acelerar também o BCE a tomar novas medidas, mesmo com a pretensão de manter o controlo dos preços e não comprometer o crescimento económico.

A tendência de aumento das taxas de juro na Zona Euro a manter-se, vai acabar por se refletir tanto nas prestações das famílias já com crédito - indexados à Euribor - como nas que pretendam contratar crédito futuramente. Esta circunstância já está a dinamizar a oferta de crédito, nomeadamente com alterações estratégicas de antecipação ao aumento da taxa de referência, estimulando soluções de taxa fixa em vez da taxa variável.

A análise da inflação na Europa é particular, se comparada aos exemplos no Reino Unido ou EUA. A forte influência da componente energética acentua o aumento da inflação que temos assistido, tendendo a considerar-se este fenómeno limitado no tempo e dando alguma esperança de que os estímulos à economia sejam retirados gradualmente.

**Portugal é reconhecido como um dos países onde a população tem maior iliteracia financeira. O que lhe parece que seria importante fazer para alterar esta realidade? Que avaliação faz sobre a geração mais jovem, no que respeita à sua noção sobre a importância da poupança?**

Tive oportunidade de ler recentemente alguns artigos sobre este desafio, despertada pelo papel que os intermediários de crédito podem ter na intervenção com o consumidor. Um dos artigos, foi até partilhado por um cliente, um estudo recente de perguntas relacionadas com juros, diversificação de risco, inflação, entre outros, que colocava Portugal numa das últimas posições do ranking de iliteracia financeira (Zona Euro).

Lembro-me de, oportunamente, ter respondido ao cliente que ambicionava um nível de comunicação mais acessível, ajustado a cada público em geral e/ou culturas (são tão diferentes, mesmo na Europa). O "tabu" pela complexidade é que me

parece que seria importante ultrapassar para alterar esta realidade.

A comunicação é tradicionalmente dirigida a especialistas do mercado financeiro e não acessível a todos. Começam a sentir-se melhorias, não só dos bancos centrais como do BCE, com a introdução de textos explicativos e informativos associados a imagens, esquemas, gráficos, algo que também prefiro no meu dia a dia. É fundamental - e nossa responsabilidade - analisar, explicar e relevar a informação essencial da acessória contribuindo não só para simplificar a informação como otimizar o processo.

Um bom exemplo quotidiano é uma simulação de crédito. É partilhada com um cliente sob a forma de FINE (Ficha de Informação Normalizada Europeia). Desde 2018 que é assim, não obstante algumas diferenças de banco para banco quanto ao conteúdo, a estrutura segue as mesmas regras, em toda a União Europeia. É um documento informativo com todas as condições de crédito, mas que tem mais de 12 páginas de informação completamente especializada.

A geração mais jovem, com exceção da que academicamente se enquadra no acesso à informação especializada, é proporcionalmente comparável às demais. Ainda que já comece a detetar algum espírito aforrador nos jovens em início de vida, não é linear uma preocupação generalizada ou noção da necessidade dos capitais próprios em detrimento dos capitais alheios seja qual for o investimento preconizado.

**Relativamente à RC Crédito, quais os objetivos delineados para o futuro próximo, que possa divulgar?**

Dizem que a partilha dos objetivos reduz a chance de os concretizar, por isso guardarei para mim e para a minha equipa onde queremos realmente chegar, mas é imprescindível que a repercussão dos mesmos seja alentada com determinação e uma atitude sempre positiva, que não seja influenciada pela maior ou menor dificuldade para concretizar, ou pela incerteza que assola a vida financeira de todos nós. Alguém dizia que "a sorte dá muito trabalho" e eu acredito inquestionavelmente nisso.

Sentir que o nosso trabalho pode contribuir para fazer alguém viver melhor, financeiramente mais saudável e concretizar sonhos será sempre a maior e melhor recompensa da nossa dedicação.



# "Somos parceiros de negócios dos clientes"

A Gesconfer conta com mais de 25 anos de experiência na área da Contabilidade e Gestão. Definindo-se como uma empresa parceira dos clientes, que ajuda à gestão das empresas, depara-se, porém, com a enorme carga burocrática e administrativa associada ao desempenho da sua profissão. Para António Xavier, diretor executivo desta empresa, urge simplificar os processos e alargar o calendário fiscal.

## Que análise faz do posicionamento dos contabilistas certificados junto das empresas e da importância que já lhes é atribuída pelas mesmas?

O nosso tecido empresarial é composto por PME's, representando 99,9% da totalidade das empresas e, destas, 96% são micro (Pordata 2020). Estamos perante empresas de estruturas muito simples, que recorrem aos contabilistas para responder às diversas necessidades, nomeadamente de âmbito fiscal e de apoio à gestão. A pandemia veio revelar a importância do contabilista. É notório que, hoje, a imagem do contabilista é a de um parceiro preparado para apoiar as empresas a tomar as melhores decisões.

## Qual o papel que a Gesconfer tem junto dos seus clientes?

A Gesconfer sempre teve uma atuação de muita proximidade com o cliente, que se veio a acentuar em altura de pandemia, face às enormes dificuldades sentidas por todos. Procurámos adaptarmo-nos internamente, através da automatização de processos, recorrendo à tecnologia, o que permitiu racionalizar o tempo com determinadas tarefas, necessárias, mas que acrescentam pouco valor ao cliente. Direcionámos esse tempo para desenvolver um conjunto de informação que permite ao cliente atuar de forma preventiva em vez de reativa.

## Ser um parceiro de negócios dos vossos clientes já é possível, ou a carga burocrática e administrativa ainda é muito elevada?

A Gesconfer é um parceiro de negócio e é nessa função que estamos junto dos nossos clientes, embora a carga burocrática e administrativa seja enorme. Reconhecemos a necessidade que as diversas entidades têm de informação, seja a Autoridade Tributária, Segurança Social, INE, Banco de Portugal, entre outras, contudo, torna-se urgente a revisão destes processos, nomeadamente do calendário fiscal, de forma a evitar o envio de informação desnecessária e duplicada. É fundamental aumentar a capacidade de resposta das plataformas da Autoridade Tributária e da Segurança Social.

## A digitalização é fundamental para levar a cabo um bom trabalho e para simplificar as tarefas. Como se comportaram a Gesconfer e os respetivos clientes no que respeita a esta questão?

A simplificação das tarefas e processos é vital para todos os intervenientes, os contabilistas no papel de empresários, os contabilistas como fornecedores de serviços e os seus clientes. Existem um conjunto de tarefas que são necessárias, mas não acrescentam qualquer valor, nem ao contabilista nem ao cliente, tornando-se necessário reduzir este efeito. A Gesconfer tem investido na automatização desses processos tanto interna como externamente, reduzindo a intervenção do cliente no envio de informação.

**"Reconhecemos a necessidade que as diversas entidades têm de informação (...), contudo, torna-se urgente a revisão destes processos, nomeadamente do calendário fiscal, de forma a evitar o envio de informação desnecessária e duplicada".**



António Xavier  
Diretor executivo

preparação da informação para a gestão. Este é e será o papel principal do contabilista, estar ao lado do empresário/gestor, a avaliar as suas necessidades, preparando-lhes as ferramentas que permitirão uma melhor decisão. Com as chegadas dos fundos de apoio europeu, o contabilista terá novamente um papel crucial para a sobrevivência de muitas empresas.

## Como antecipa o futuro, no que respeita à Gesconfer?

Estes dois últimos anos foram anos de muitas dificuldades, no entanto não deixámos de crescer, sendo esse o caminho que continuamos a percorrer, sempre de forma sustentada, apostando numa estratégia de inovação, dedicação e proximidade. Face à situação internacional, e ainda com o problema da pandemia por resolver, acreditamos que os próximos tempos não serão fáceis para as empresas portuguesas, mas continuamos a acreditar no futuro.

## Quão difícil é encontrar recursos humanos de excelência para esta área económica?

Desenvolvemos uma atividade de enorme responsabilidade e complexidade, o que implica ter recursos humanos especializados. Temos uma equipa com uma forte experiência, apostamos em formação direcionada às necessidades de cada um e promovemos internamente a discussão de temas que nos ajudam a analisar situações concretas, definindo assim procedimentos futuros.

## A seu ver, qual o papel a desempenhar, por parte dos contabilistas, na boa gestão das empresas?

A contabilidade é o meio principal para a



# “O setor mais importante numa empresa é a Contabilidade”

Henrique Pereira é o diretor da HS Contabilidade, uma empresa dedicada à área da Gestão, Contabilidade e que faz questão de apoiar diretamente e de forma personalizada os empresários. Com capacidade para apoiar um projeto desde o seu início, a HS Contabilidade está sempre à procura de novas formas de poder ajudar os seus clientes.

**A** HS Contabilidade presta um serviço profissional e de proximidade aos seus clientes. Como definiria a vossa política de relacionamento com o cliente?

Acreditamos que o bom relacionamento com o cliente é uma questão fulcral, tanto para o sucesso da HS Contabilidade, como para o sucesso e progressão dos nossos clientes. A relação contabilidade-cliente define-se pela confiança e proximidade. Um bom contabilista é aquele que aconselha na gestão, se assim o entender, que faz reuniões e visitas recorrentes aos clientes. A política de relacionamento com o cliente da HS Contabilidade é isso mesmo: demonstrar uma segurança e um apoio incondicional ao cliente. Ao longo do nosso percurso, podemos dizer que nos orgulhamos muito de conseguirmos realizar este nosso princípio.

**Durante o último ano e meio, a pressão exercida sobre o setor da Contabilidade foi enorme. Como conseguiu a HS Contabilidade responder a todas as solicitações?**

O clima pandémico exerceu uma pressão enorme no setor contabilístico. Muitas empresas não resistiram à paragem de grande parte dos setores, mas conseguimos sempre, em conjunto com os nossos clientes, levar a situação a porto seguro, não tendo nenhum caso de suspensão de atividade ou de dissolução. A resposta às necessidades dos nossos clientes foi possível com muito estudo. Perdemos muitas horas a estudar todos os apoios que surgiam para que os nossos clientes conseguissem suportar os efeitos da Covid-19.

**Quais os serviços que disponibilizam aos clientes?**

Disponibilizamos serviços de contabilidade e também somos capazes de apoiar a gestão empresarial, sobretudo a nível de recursos humanos, estratégias comerciais e marketing. Defendemos que, muitas das vezes, há a necessidade de realizar auditorias para apontar eventuais erros e melhorias. Apoiamos todos os nossos clientes – e os não clientes – que se queiram formar em Gestão e Contabilidade, através da nossa formação profissional. Recentemente, também começámos a oferecer aos nossos clientes

avaliações imobiliárias.

**A digitalização veio, efetivamente, ajudar os contabilistas no seu trabalho diário? Ou a verdadeira “transição digital” ainda não aconteceu?**

Creio que a transição digital ainda não aconteceu a 100%. Ou, se aconteceu, ainda não tive a capacidade de a acompanhar. Tenho de dizer que, apesar de saber que o digital se torna cada vez mais importante nos dias que correm, tenho muita dificuldade em deixar o palpável de parte. Prefiro o papel à digitalização. Este tema da digitalização é um bocadinho sensível. Tenho colegas que já praticamente não utilizam papel e que dizem preferir este meio mais sustentável de trabalhar. Não observo uma boa relação entre mim e o 100% digital, pelo menos para já.

**“A relação contabilidade-cliente define-se pela confiança e proximidade. Um bom contabilista é aquele que aconselha na gestão, se assim o entender, que faz reuniões e visitas recorrentes aos clientes”.**

**A consultoria, o apoio fiscal e a ajuda à criação de novas empresas são fundamentais para que uma empresa nasça e se desenvolva saudavelmente. Como lhe parece que os empresários olham, atualmente, para o contabilista?**

A HS Contabilidade ajuda de raiz todos os negócios. Começamos por aconselhar os futuros clientes, fazemos a constituição da entidade (se assim for o caso), tratamos de colocar tudo totalmente funcional junto da Autoridade Tributária e da Segurança Social e fazemos simulações de seguros para o ramo de atividade em questão. Enquanto contabilista, prefiro iniciar um projeto juntamente com o cliente. Claro que já recebemos clientes que



Henrique Pereira  
Diretor

estavam descontentes com a anterior contabilidade e que fizeram a escolha da HS Contabilidade para os passar a acompanhar. O tempo tem ajudado os empresários a perceber que o setor mais importante numa empresa é a contabilidade, embora ainda me sinta pouco valorizado.

**Quais os desafios que a área da Contabilidade poderá enfrentar, nos próximos tempos, e como lhe parece que o setor responderá? O que está idealizado para o futuro da HS Contabilidade?**

Com a expansão de novos negócios, penso que a contabilidade terá muito trabalho pela frente. Nem todos os setores de atividade são tratados da mesma forma, contabilisticamente, e é preciso estudá-los para saber tratar de tudo da forma mais conveniente ao empresário. Idealizo o futuro da HS Contabilidade na proporcionalidade entre crescimento e contínua qualidade. Não quero que a HS Contabilidade só olhe aos números da carteira de clientes. Quero que o lema inicial da HS Contabilidade permaneça: qualidade a bom preço.

Contabilidade  
Auditoria  
Apoio à Gestão  
Formação Profissional  
Avaliações Imobiliárias



📍 Rua Eng. Adelino Amaro da Costa,  
176 4630-115 Marco de Canaveses

☎ 912 446 793

✉ henrique.pereira.contabilidade@gmail.com

# “Novas instalações aumentam a qualidade do serviço”

A CRN-Contabilidade é reconhecida pela sua experiência nas áreas da Contabilidade e Consultoria. O CEO, Rúben Nunes, acredita que a digitalização dos serviços deve ser sempre equilibrada com a presença física próxima, pelo que a CRN-Contabilidade abriu, recentemente, um novo espaço, onde concentrou toda a equipa. A internacionalização é o passo seguinte, mas que apenas acontecerá quando todas as condições estiverem reunidas.



Rúben Nunes  
CEO

**E**m 2021, os planos passavam por um crescimento da empresa a nível nacional e a posterior internacionalização. O crescimento nacional registou-se, com a abertura de uma nova agência, no Edifício Lezíria Park. Porque optaram por esta localização?

Face à necessidade de ampliar os horizontes

empresariais da CRN-Contabilidade, os clientes - entre 300 a 400 empresas e pessoas singulares - foram canalizados para uma localização com mais proximidade. Além disso, o espaço disponibiliza maior comodidade e acessibilidade redobrada no que diz respeito a condições, bem como a segurança para alcançar a estratégia definida. Por sua vez, também nos possibilitou alcançar o objetivo primordial: reunir toda a equipa num só

espaço, utilizando o auditório em formações ou seminários internos da CRN-Contabilidade. Deste modo, pretendemos criar cada vez mais sinergias benéficas entre os nossos profissionais e o empresário e promover uma experiência única e agradável a ambos.

## Que características tem o novo espaço, para servir os vossos clientes?

A CRN-Contabilidade tem proporcionado, por standard, um lema peculiar que é a voz do cliente como a prioridade número um na sua atuação no tecido empresarial. É nessa ótica, e mediante o que que estamos a proporcionar aos empresários e pessoas singulares, que nos tornámos uma referência, com características evidentes de melhores infraestruturas, com os mecanismos para garantir uma experiência merecedora de um equilíbrio entre uma contratação de serviço e o benefício em retorno, com selo de uma extrema competência, credibilidade e preocupação em proporcionar aos nossos colaboradores, clientes e parceiros infraestruturas que permitem obter maior comodidade, segurança e qualidade, para que a sua experiência seja, em primeiro lugar, agradável, segura e ampla, com características adaptadas a cada caso. Também demos primazia a características que previnem a Covid-19, bem como acessos ao edifício, com estacionamento subterrâneo e exterior amplo.

## Para quando uma expansão também para outras regiões do país?

A proximidade territorial é um dos fatores que, ao longo dos últimos três anos de pandemia, perdeu alguma relevância e vários estudos revelam que o mercado digital vem adiar uma possível expansão no território nacional. E a verdade é que a internacionalização está a piscar o olho à CRN-Contabilidade. A procura é cada vez mais ampla no mercado externo e a internacionalização é





inevitável. Poderá tornar-se, num ritmo interessante e a curto prazo, uma certeza.

**A Contabilidade e a Consultoria são duas áreas onde a legislação muda muito rapidamente, por isso é muito importante a formação e atualização das equipas. Como se posiciona a CRN-Contabilidade relativamente a esta questão?**

A CRN-Contabilidade realiza seminários recorrentes com a equipa, no que diz respeito a formação e atualização das competências. Durante a pandemia, a legislação sofreu alterações diárias, semanais e mensais. Os contabilistas foram um dos suportes da crise empresarial, proporcionando a atualização diária das condições aos colaboradores, bem como, a par de outras instituições reguladoras, tivemos de, em primeira mão, proporcionar informações acerca do lay-off simplificado, entre outros apoios no auxílio da retoma. As atualizações do estudo de negócio são efetuadas pela metodologia Six-Sigma, de modo a identificar os indicadores necessários para intervir atempadamente. Logo, promovemos a atualização do staff técnico das novas tecnologias e legislação com regularidade e com pressupostos reais das necessidades das equipas.

**As empresas nacionais tiveram alguns apoios financeiros de forma a conseguirem fazer frente à crise causada pela pandemia. Como lhe parece, cerca de meio ano depois, que as empresas estão a comportar-se?**

O tecido empresarial teve uma resiliência de aço em Portugal. Durante esse período, os apoios chegaram tarde à maioria, no que diz respeito aos setores mais afetados, como o da restauração. Contudo, nos restantes setores, na sua larga maioria, a recuperação será extremamente gradual. Nesse sentido, o apoio à tesouraria e os fundos europeus têm tido uma procura acentuada por partes dos empresários portugueses.



**Ainda existem incentivos e apoios fiscais que importa divulgar pelos empresários, atualmente, de forma a assegurar uma contínua recuperação?**

A recuperação da economia será extremamente lenta, contudo, será um mar com altos e baixos. O cenário internacional, com o progresso da inflação, proporciona uma agravante na economia europeia e um atraso na recuperação. No entanto, o tecido empresarial em Portugal encontra sempre soluções e reinventa-se, de modo a obter resultados.

**Quais diria serem os grandes desafios da economia nacional?**

Os grandes desafios são a capacidade de reinvenção, a afinação de processos novos em tempo recorde e garantir uma estabilidade financeira, entre as alterações e aumentos do ordenado mínimo até 2026, a inflação, a relação entre o Estado, patronos e colaboradores. A estes três agentes cabe-lhes encontrar o equilíbrio, sem que haja confronto político ou empresarial, promovendo a existência de consciencialização e bom senso de todos os intervenientes na fase que advém, para que a margem de lucro permita a satisfação de todos.

**A curto e médio prazo, que objetivos gostariam de concretizar e que possam ser divulgados aqui?**

A CRN-Contabilidade tem como objetivo continuar a apoiar o tecido empresarial. Como tal, temos de agradecer e salientar a capacidade de sacrifício de toda a equipa, parceiros e clientes. Graças a todos eles, teremos a possibilidade de, a médio prazo, atingir objetivos traçados, sendo que contamos já com uma janela para a internacionalização, mas temos a confiança de que se abrirá uma porta no momento certo. O cliente número um ainda se encontra conosco, o que, por si só, é a nossa grande vitória, que nos enche de orgulho nos serviços que prestamos todos os dias.

**“A procura é cada vez mais ampla no mercado externo e a internacionalização é inevitável. Poderá tornar-se, num ritmo interessante e a curto prazo, uma certeza”.**

# “O contabilista é um parceiro essencial para uma empresa de sucesso”



Paulo Manuel Jesus  
Diretor

## O que o levou a iniciar um negócio próprio e qual o balanço que pode fazer, passados estes anos?

Trabalho em contabilidade, fiscalidade e consultoria empresarial há cerca de 25 anos. Ao longo desses anos investi muito em formação e continuo a fazê-lo. Em 2015, com 45 anos, achei que estava na hora de por à prova toda essa experiência acumulada. O balanço é extremamente positivo. A empresa começou com dois clientes e crescemos muito em 2018, que foi um ano decisivo. Hoje temos mais de 40 clientes, que são nossos parceiros.

## Quais os principais serviços que presta?

Para além dos serviços base, Contabilidade e Fiscalidade, também fazemos consultoria de gestão a micro e pequenas empresas, apoiando-as em diversas decisões.

Através de uma parceria, também prestamos serviços no âmbito dos apoios comunitários agora em vigor - PRR e, em breve, Portugal 20/30. Através de um modelo desenvolvido por nós, retratamos a tesouraria das empresas, ajudando os nossos clientes a tomar decisões atempadas. É uma metodologia que implica uma proximidade muito grande e um conhecimento do negócio da empresa.

## A PMJ tinha cinco anos quando surgiu a pandemia, o que alterou por completo a forma de estar com os clientes e exigiu dos contabilistas muito trabalho. Como lidou com todas estas dificuldades?

Foi durante a pandemia que crescemos em recursos humanos, para fazer face a todo o trabalho extra que tivemos de enfrentar. Conseguimos alocar durante estes

A PMJ tem sete anos de existência no mercado. Foi fundada pelo contabilista e economista Paulo Manuel Jesus, após 25 anos de experiência como diretor financeiro noutras empresas. Foi nesse momento que sentiu que estava preparado para avançar com uma empresa sua. O resultado traduz-se numa empresa com 40 clientes, todos eles visitados mensalmente pela equipa da PMJ e cujo relacionamento é baseado numa política de proximidade, que lhes permite conhecer muito bem o negócio da empresa.

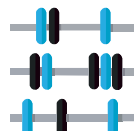
dois últimos anos (2020 e 2021) cerca de 150 mil euros em apoios aos nossos clientes. Não posso esquecer o magnífico trabalho da Ordem dos Contabilistas Certificados que nos apoiou sempre.

## Em Portugal, os contabilistas ainda são vistos, em alguns casos, como uma obrigação que as empresas são forçadas a suportar, mas a atividade do contabilista pode ir muito além da Contabilidade Geral. Quão importante é a função de aconselhamento e consultoria para um empresário?

Ao longo dos meus anos de trabalho, reparo que essa ideia do contabilista como obrigação tem-se afastado da mente de uma grande parte dos empresários. Hoje é impensável uma microempresa não ter aconselhamento na área contabilística, fiscal e em gestão geral. Claro que os preços devem ser ajustados ao volume de trabalho realizado, mas a nossa profissão tem que perceber de uma vez por todas que ela própria tem de se valorizar. O contabilista é um parceiro fundamental para o empresário que queira estruturar a sua empresa no caminho do sucesso.

## Qual a importância dos projetos financiados pela União Europeia para a evolução e crescimento das empresas nacionais, bem como o aumento da sua competitividade?

Os projetos financiados pela União Europeia são muito importantes para o desenvolvimento e modernização do tecido industrial português. O primeiro ator de um financiamento destes é o empresário, que tem de ter uma ideia firme do investimento que pretende fazer, ter uma ideia sólida da rentabilidade que o mesmo vai gerar. Depois, é importante que a empresa possua uma estrutura financeira que permita, entre o início da execução do projeto e os primeiros reembolsos de apoio, esperar um ano ou mais. Estamos sempre a falar de Portugal como um país de salários baixos e, lamento dizer, mas vai continuar a ser se o paradigma do investimento não mudar. Quero agradecer aos clientes PMJ a confiança demonstrada, à minha equipa que é fundamental para o sucesso desta empreitada e, por fim, aos meus filhos pelo apoio e motivação e também um pedido de desculpas pelas horas que não estive com eles por causa deste projeto.

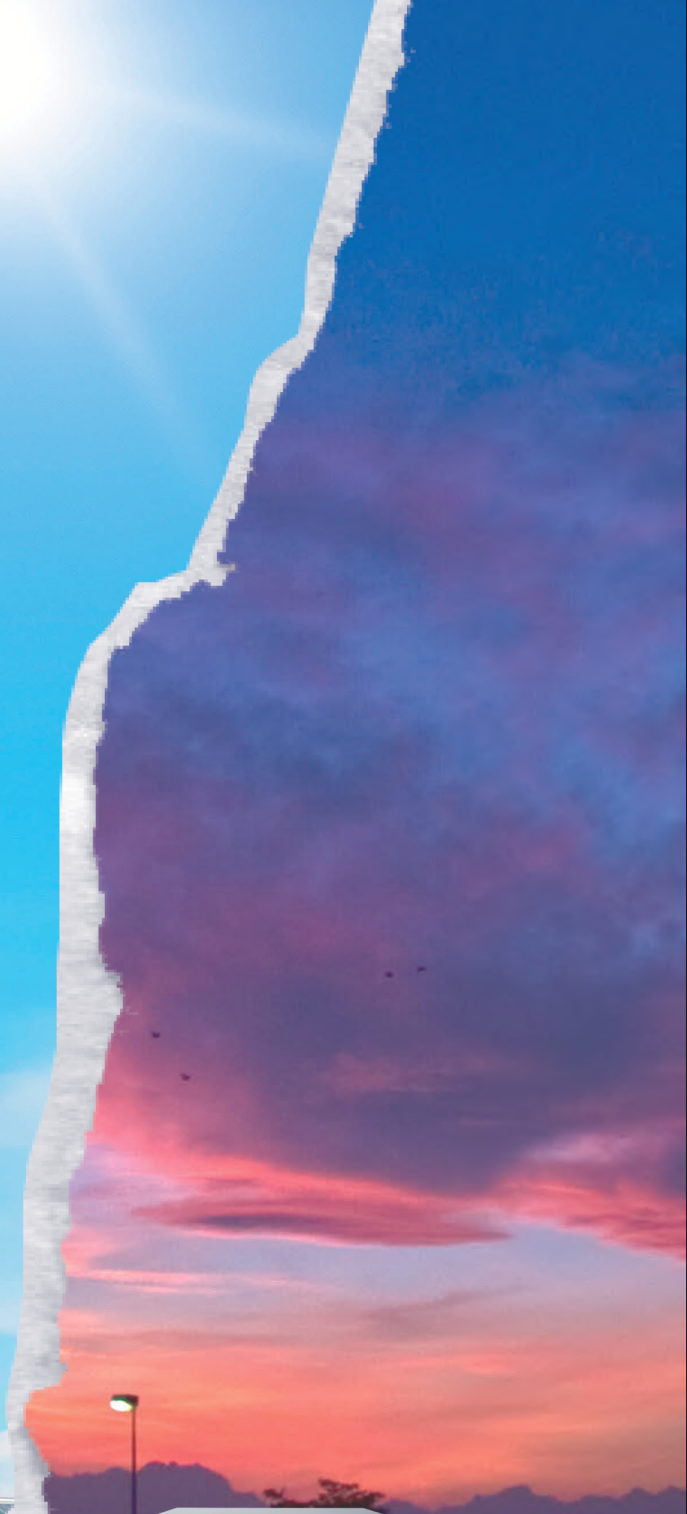
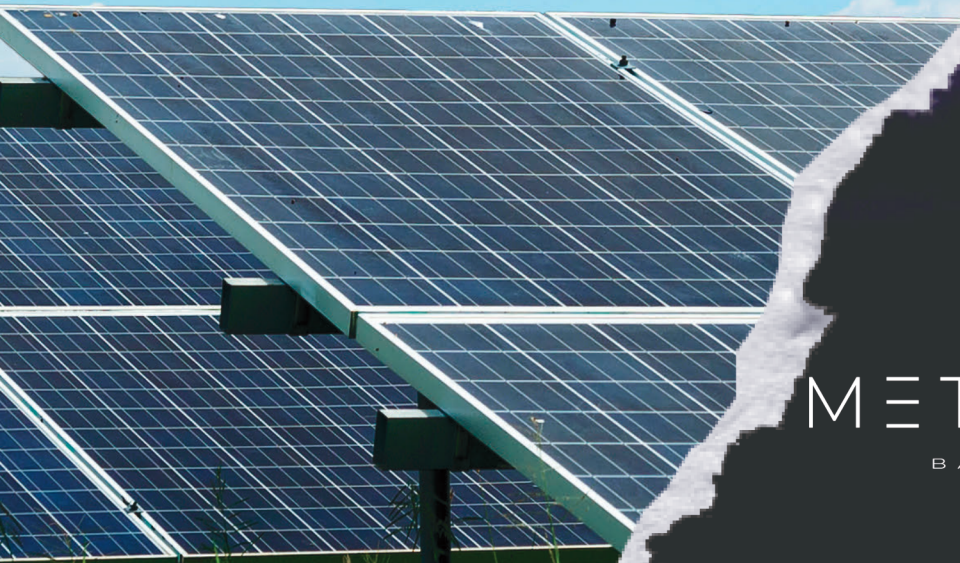






CONFORUNS

*"Energia renovável, sem  
intermitência".*



METERBOOST

BATTERY FOR LIFE



ESSILOR®  
**#1**

A MARCA DE LENTES RECOMENDADA  
PELOS PROFISSIONAIS DE SAÚDE  
VISUAL EM TODO O MUNDO<sup>(2)</sup>

# As lentes Essilor® Stellest™ abrandam a progressão da miopia em média 67%<sup>(1)</sup>



**As lentes Essilor® Stellest™**  
abrandam a progressão da miopia em média 67%<sup>(1)</sup>  
em comparação com lentes unificais standard,  
quando utilizadas 12 horas por dia.



**Stellest™**

<sup>(1)</sup>Em comparação com lentes unificais standard, quando utilizadas 12 horas por dia. Resultados do ensaio clínico prospetivo, controlado, randomizado e em dupla ocultação, de dois anos, realizado em 54 crianças miopes que utilizaram as lentes Stellest™, comparadas com 50 crianças miopes que utilizaram lentes unificais standard. Resultados de eficácia baseados em 32 crianças que declararam ter utilizado as lentes Stellest™ no mínimo 12 horas por dia, todos os dias. Bao J, et al. (2021). Myopia control with spectacle lenses with aspherical lenses: a 2-year randomized clinical trial. Invest. Ophthalmol. Vis. Sci., 62(8):2888.

© 2022 Essilor, a marca n.º 1 de lentes recomendada por profissionais de saúde visual em todo o mundo - pesquisa quantitativa realizada entre uma amostra representativa de 950 profissionais de saúde visual independentes pela CSA em fevereiro de 2019 - França, Reino Unido, Alemanha, Itália, Espanha, EUA, Canadá, Brasil, China, Índia.