

Valor

SEGUROS DE SAÚDE Uma nova forma de se proteger

Cerca de um terço da população portuguesa já tem um seguro de Saúde. As Famílias sentiram a necessidade de se proteger e as Empresas utilizam estes produtos como forma de compensar o colaborador e de reter talento. As companhias de seguro procuram criar soluções cada vez mais completas. O que mudou nos seguros de Saúde? Mediadores exclusivos e multimarca respondem.



MERCADO IMOBILIÁRIO

A influência do contexto económico

AERONÁUTICA E AEROESPACIAL

Inovação, Investimento e Competitividade

PORTUGAL CRIATIVO

Empresas atentas ao futuro

Norauto

MOBILIDADE SUSTENTÁVEL

SOLUÇÕES QUE SE ADAPTAM
ÀS SUAS NECESSIDADES

- Bicicletas de assistência elétrica
- Trotinetes | Scooters
- Acessórios
- Manutenção
- Seguro de mobilidade



 norauto.pt

NORAUTO EM PORTUGAL

- 29 Centros Norauto de Norte a Sul
- Aberto 7 dias/semana
- Lojas com produtos auto e mobilidade
- Mais de 200 serviços de oficina ao dispor
- Oficina Móvel Norauto
- Serviços ao domicílio
- Loja online de serviços e produtos
- Facilidades de pagamento



SOS BATERIAS

Problemas com a bateria?
O veículo **Norauto SOS Baterias** vai ao seu encontro.

OFICINA MÓVEL



Vamos até si, à sua casa ou ao seu local de trabalho para o ajudar e fazer a manutenção da sua viatura.

OFICINA 2 RODAS



- Revisão pré entrega de bicicleta
- Ajustagem de mudanças
- Ajustagem de travões V-brake
- Diagnóstico eletrónico

A Valor Magazine de agosto chega às bancas em plena época de férias, para a maioria da população nacional.

Ainda assim, existem temas que são tendência neste momento e a conjuntura social e económica não pode ser esquecida, mesmo em tempo de férias.

Assim, fazemos questão de levar até si os assuntos que mais importa.

Nesta edição, o destaque vai para o comportamento dos seguros de Saúde, cuja procura continua a aumentar, numa altura em que quase um terço da população portuguesa já assume ter contratado este tipo de produto.

A Valor Magazine traz-lhe vários exemplos de mediadores de seguros, exclusivos ou multimarca, que explicam aquilo que está reservado para o futuro do mercado segurador, bem como a evolução natural do seguro de Saúde, com cada mais acesso a complementos.

Outra questão que sobressai é o aumento do preço dos imóveis. Nas grandes cidades, o preço por metro quadrado continua a aumentar e a procura persiste em superar a oferta. Através de vários artigos, de várias marcas de mediação imobiliária, procuramos perceber em que estado se encontra o setor e se esta procura se manterá, a longo prazo.

Voltamos também a destacar a área da Aeronáutica e do Aeroespacial, ambas em crescimento em Portugal.

A Saúde humana e animal estarão também presentes nesta edição, onde haverá também espaço para a Reabilitação, a Tecnologia e ainda artigos de opinião.

A Valor Magazine espera que desfrute do seu tempo livre e deseja-lhe ótimas férias, acompanhadas da nossa mais recente edição!

Sara Freixo Editora

sarafreixo@valormagazine.pt

agosto
'22

DESTAQUES

22



Guthrie Rocha Properties

"Aljezur é perfeito para famílias e investidores"

28



Norauto

"As práticas sustentáveis fazem parte do ADN da Norauto"

34



RE Capital

"Os atrasos no licenciamento e a carga fiscal são os principais responsáveis pelo aumento do preço final do imóvel"

40



Air Dream College

"Portugal já é uma referência na aeronáutica"

ÍNDICE

5

Seguros de Saúde: uma nova forma de se proteger

- 5 - APS: "Os portugueses estão cada vez mais sensíveis à importância dos seguros"
- 7 - Belmonte Seguros e Benefícios: "Os seguros de Saúde e Casa cresceram na pandemia"
- 8 - Soluções Apuradas: "Adequamos os seguros de Saúde às necessidades do cliente"
- 9 - Ágilflex: "Os seguros de Saúde são cada vez mais completos"
- 10 - Sistecon Secure Solutions: "O nosso objetivo é garantir uma vida tranquila aos nossos clientes"
- 11 - Bastos & Bastos Mediação de Seguros: "Há uma maior procura dos seguros não obrigatórios"
- 12 - ARC Seguros: "Queremos continuar a entregar Tranquilidade aos nossos clientes"
- 13 - Grupo Celestino Joaquim Mediação de Seguros: "Disponibilizamos soluções de seguro inovadoras"
- 14 - Pedro Quinta Mediação de Seguros: "A Tranquilidade oferece soluções de seguros à medida de cada cliente"
- 16 - Álvaro Rodrigues Mediação de Seguros: "O SNS e os seguros de Saúde complementam-se"
- 17 - METASEGUROS: "A incapacidade do SNS justifica a procura por seguros de Saúde"

18

Soluções de verdade em tempos de incerteza

- 18 - Russell & Decoz Real Estate: 30 anos a trabalhar o imobiliário do Sotavento algarvio
- 20 - Lince Real Estate: "Portugal é um destino irresistível"
- 21 - "S&P-Luxury Real Estate: a marca criada a pensar em si"
- 22- Guthrie Rocha Properties: "Aljezur é perfeito para famílias e investidores"

25

Portugal Criativo

- 25 - B.Time: "O foco na retenção de talento torna-nos atrativos"

26

Portugal Criativo - Empreendedorismo e Criatividade Feminina

- 26 - Querida Sofia Dias: "Valorizarmo-nos e acreditarmos que somos capazes é a chave do sucesso"

28

Sustentabilidade

- 28 - Norauto: "As práticas sustentáveis fazem parte do ADN da Norauto"

30

Ensino Superior

- 30 - Escola Universitária Vasco da Gama: Pioneira no Ensino da Medicina Veterinária em Portugal

32

Opinião

- 32 - Victor Santos de Oliveira: "A Ordem dos Médicos não pode sacudir a água do capote no fecho de urgências"

33

Mercado Imobiliário em Portugal no atual contexto económico

- 33 - ASMIP: "É preciso tornar a construção de imóveis para a classe média atrativa para investidores"
- 34 - RE Capital: "Os atrasos no licenciamento e a carga fiscal são os principais responsáveis pelo aumento do preço final do imóvel"
- 36 - Cluttons: "O mercado nacional reinventou-se e apostou na qualidade"

37

Aeronáutica e Aeroespacial: inovação, investimento e competitividade

- 37 - AED Cluster Portugal: "As empresas têm de ser altamente competitivas e eficientes"
- 38 - OPCO: "A evolução natural da OPCO passa pelo setor da aeronáutica"
- 40 - Air Dream College: "Portugal já é uma referência na aeronáutica"

42

Saúde: voltar a tratar de si

- 42 - FisiPrime: "Distinguímo-nos pela equipa e pelo método de trabalho"

“Os portugueses estão cada vez mais sensíveis à importância dos seguros”

José Galamba de Oliveira
Presidente da APS

A Associação Portuguesa de Seguradores celebra em 2022 os seus 40 anos de existência. O engenheiro José Galamba de Oliveira, Presidente da APS, aproveita este aniversário para fazer um balanço do papel da APS junto das instituições do setor e antecipar o que o futuro pode trazer neste mercado.

Que balanço é possível fazer desta existência e do seu posicionamento junto das empresas de seguros e resseguros?

Desde a sua criação, em 1982, a APS tem sido uma presença constante no apoio ao desenvolvimento da atividade seguradora em Portugal. Neste seu papel de representação institucional do setor em Portugal, junto dos legisladores, supervisores e da sociedade em geral, a APS é um elemento agregador das seguradoras na defesa da imagem desta indústria e da sua crescente profissionalização e credibilidade. Através das suas comissões técnicas, tem desenvolvido estudos técnicos relevantes sobre áreas ou riscos relacionados com os desafios estruturais da nossa sociedade. Além disso, desenvolve plataformas informáticas críticas, que permitem agilizar vários processos operacionais nos mais diversos ramos. Não menos relevante é o papel da APS na produção de estatísticas e na promoção da literacia financeira, assim como na gestão da Academia de formação dos profissionais deste setor.

Que análise faz deste setor, em Portugal?

O setor segurador é um setor muito relevante na economia e sociedade portuguesas. Movimenta, anualmente, cerca de 13,3 mil milhões de euros (cerca de 6,3% do PIB), emprega diretamente cerca de 10 mil colaboradores e interage com uma rede de distribuição que chega às 12 mil pessoas. O setor segurador é o maior investidor institucional no nosso país, com ativos sob gestão de cerca de 55 mil milhões de euros. O setor tem evidenciado, ao longo dos anos, uma capacidade de resposta muito positiva à evolução e transformação da sociedade e às oportunidades emergentes da transformação digital.



Quais os desafios que este setor enfrentará, no futuro? Quais as áreas para as quais é fundamental o desenvolvimento de um seguro?

Os grandes desafios do setor segurador são, por um lado, conseguir ir sempre mais além na capacidade de resposta às necessidades de proteção e segurança de cidadãos e empresas, e, por outro, aprofundar o seu posicionamento como um parceiro incontornável das políticas públicas, seja na área da saúde, da reforma por velhice ou nos riscos catastróficos e nas alterações climáticas.

Como vê atualmente a população portuguesa a importância de contratar seguros, além dos obrigatórios?

Acreditamos que os portugueses estão cada vez mais sensibilizados para os riscos que todos enfrentamos no nosso dia a dia e para o papel social que os seguros desempenham na mitigação desses riscos. Os seguros existem para lhes tornar a vida mais fácil ou menos complicada. Um bom exemplo que comprova este facto é o crescimento sustentado que temos vindo a assistir nos seguros facultativos como o seguro de Saúde, Acidentes Pessoais ou Multiriscos.

Foi reeleito Presidente desta entidade, em março deste ano, por unanimidade. Quais os principais objetivos a cumprir nos próximos três anos, relativamente a esta área de atividade?

A APS mantém os objetivos definidos quando iniciei o meu anterior mandato, de trabalhar em conjunto com os nossos associados para: aumentar o grau de proteção do seguro e torná-lo ainda mais relevante na vida das famílias e das empresas; aumentar a eficiência do setor, identificando obstáculos legais ou operativos que devam ser superados; melhorar os processos operativos das seguradoras, alavancando as oportunidades providenciadas pelas novas tecnologias; e melhorar a comunicação sobre o seguro e a perceção externa do risco. Daremos continuidade às ações de longo prazo da APS, nomeadamente aquelas relacionadas com o reforço da credibilidade do setor, bem como as relacionadas com o papel que o setor pode desempenhar, em conjunto com o Estado, na resposta aos desafios estruturais da nossa sociedade e com a sensibilização para a importância do seguro.

“Os seguros de Saúde e Casa cresceram na pandemia”

A marca Belmonte Seguros & Benefícios nasceu há três anos como um distribuidor de seguros especializado na área dos benefícios, para empresas. Esta empresa, criada à imagem da experiência do seu fundador enquanto profissional de seguros, aposta particularmente no setor dos benefícios, embora disponha de uma oferta completa e diversificada de seguros, para Famílias e Empresas.

Belmonte Seguros & Benefícios é um distribuidor de seguros especializado. Tendo em conta o tempo a que está no mercado, e o seu posicionamento no mesmo, que balanço faz desta presença?

Iniciei a minha vida como profissional de seguros em 1989. Na passagem do século XX, dediquei-me à distribuição – o que anteriormente se chamava mediação de seguros. Assim, hoje, a Belmonte Seguros & Benefícios é um distribuidor de seguros especializado – temos uma vocação para os Benefícios Sociais, ou seja, seguros facultativos que as empresas constituem a favor dos seus colaboradores, como forma de compensação, de complemento de salário e de retenção de quadros. Dediquei-me aos benefícios enquanto profissional de seguros e fiz uma adaptação para a distribuição.

Como descreveria a procura que os seguros de Saúde tiveram e as razões para tal? Que soluções de seguros de Saúde pode apresentar a quem vos procura?

Eu diria que a pandemia teve o maior impacto nos seguros de Saúde Família, que continuam a ter procura crescente. Há várias razões para tal: a primeira é o défice do Serviço Nacional de Saúde; a segunda é a crescente e sólida oferta dos serviços privados de saúde; e a terceira é a oferta diversificada de seguros de Saúde. Recentemente, por exemplo, passámos a dispor de um protocolo com a Fundação Champalimaud para a prevenção das doenças oncológicas.

Tendo em conta o que referiu, já existem seguros que incluem na sua oferta serviços relacionados com doenças graves? E relativamente à população sénior, existe uma oferta adequada?

O mercado dos seguros de Saúde tem evoluído muito e parece-me ser consensual que o seguro de Saúde terá de evoluir para a modalidade de packs, tal como já acontece com o seguro do automóvel.



Pedro Belmonte
Diretor

Este pack vai incluir Saúde, Vida e Bem-Estar. Serão integradas garantias “Vida” dentro dos seguros de Saúde, nomeadamente coberturas de invalidez e doenças graves e, em alguns casos, até as incapacidades temporárias por doença/acidente (sobretudo para trabalhadores independentes). Relativamente aos designados seniores, as seguradoras têm criado soluções. Houve também, entretanto, a passagem do paradigma de seguro de Doença para o seguro de Saúde, o que significa que o seguro deixou de ser utilizado apenas em caso de doença e passou a ser utilizado por prevenção.

Parece-lhe que a população portuguesa começa a reconhecer a importância de ter um seguro, além dos obrigatórios habituais?

Nos seguros, Ramo Vida e Ramos Não Vida, existem oito linhas de negócio assentes em três vetores: seguros de Pessoas, de Bens e de Responsabilidades. Quando há pouco disse que o automóvel é um pack, ele é constituído pelos três vetores – a parte obrigatória, o seguro de Responsabilidade Civil, por danos causados a terceiros; a parte dos Bens, que está relacionada com o seguro por danos próprios (mais conhecido por seguro contra todos os riscos) e depois o de Pessoas, relacionado com os passageiros do automóvel. A Saúde passará a ser vista assim.

Por outro lado, há uma mudança de paradigma a partir do momento em que as pessoas começam a compreender os benefícios. E também com os próprios ciclos económicos. Se o ciclo for recessivo, a importância que as pessoas dão aos seguros é menor, porque a preocupação vai para os problemas essenciais. Quando o ciclo é virtuoso, começa a haver uma maior preocupação com a proteção e com os seguros.

Quais são as tendências que o futuro nos reserva?

Algumas, desde logo os produtos dedicados aos animais de companhia (de quatro patas). Mais uma vez, um pack Responsabilidade Civil e Saúde para animais de estimação. Parece-me também que as seguradoras deverão desenvolver soluções para riscos emergentes de mobilidade e uso de equipamentos eletrónicos portáteis. Outra tendência evidente são os ataques cibernéticos – o mercado de seguros está preparado e as empresas precisam de se proteger contra estes riscos. Por último, a Saúde Mental, os seguros de Saúde têm de dar resposta aos problemas das pessoas, sobretudo no âmbito da Psicologia, e as epidemias, no âmbito das doenças infecciosas específicas, como é o caso da Covid-19.

“Adequamos os seguros de Saúde às necessidades do cliente”

A Soluções Apuradas nasceu há quatro anos, em resultado da experiência dos seus fundadores em áreas como consultoria financeira, Banca e seguros. Lino Nascimento é o diretor desta empresa, que surgiu das sinergias existentes dos diferentes profissionais multidisciplinares envolvidos na sua criação. Sendo uma mediadora de seguros multimarca, a sua oferta é alargada e existem várias soluções, inclusivamente ligadas a seguros de Saúde – um dos que mais aumenta em Portugal – disponíveis para os clientes.



Lino Nascimento
Diretor

O que vos fez investir na criação de uma nova empresa e como é que a mesma se distingue das restantes concorrentes?

A empresa surgiu de forma a centralizar este ramo de negócio, fruto das sinergias do trabalho desenvolvido por uma equipa multidisciplinar e pelo facto de ser uma equipa especializada nas áreas contabilística, financeira e fiscal permite-nos ter um conhecimento mais aprofundado dos clientes, nomeadamente corporate, para melhor adequarmos os produtos às suas necessidades de proteção.

Qual a vantagem de serem uma empresa de mediação de seguros multimarca?

No momento de se contratar um seguro, muitas questões influenciam na decisão e, pelo facto de termos uma independência de atuação, permitimo-nos um leque mais abrangente de ofertas para melhor adequarmos às necessidades dos clientes.

O seguro de Saúde tem sido dos que mais cresceu, no que respeita à sua procura e contratação. Quais as soluções de seguros de Saúde de que dispõem e como avaliam a importância deste seguro para a população nacional?

A subscrição destes produtos tem aumentado também como consequência dos constrangimentos do SNS. Dadas as parcerias multimarcas, temos uma oferta muito diversificada, desde o convencional seguro de Saúde, os planos de Saúde e, cada vez mais, temos procura por seguros mais específicos, como para a idade sénior, os seguros com coberturas oncológicas, proteção financeira, etc. A responsabilidade social tem sido uma preocupação crescente entre as empresas, existindo também uma

maior procura por seguros de grupo, de forma a reterem os seus talentos.

Parece-lhe que a solução de contratualização de seguros de Saúde, para acesso ao setor privado dos cuidados de saúde, pode ser um bom complemento ao SNS?

A pandemia acelerou ainda mais a comercialização destes produtos, dada a maior restrição no acesso ao SNS. Os fatores-chave para o aumento da procura são o nível de rapidez e acessibilidade aos cuidados de saúde, sendo um importante complemento ao SNS, libertando recursos para que também este seja mais eficiente.

Quais os desafios com que lhe parece que o setor dos seguros se deparará nos próximos tempos? Quais as áreas que mais irão crescer/desenvolver-se?

O mercado segurador, enquanto procura apostar nas melhores soluções tecnológicas, centra cada vez mais o foco no cliente e numa maior proximidade a este e às suas necessidades. Os riscos das alterações climáticas, cibernéticos, demográficos serão, sem dúvida, os grandes desafios dos próximos tempos e um grande teste à resiliência do mercado segurador. Estes riscos e os seguros de pessoas, aliados ao digital, serão áreas em grande crescimento.

Como antecipa a evolução da Soluções Apuradas? Existe possibilidade de continuar a crescer, em espaços físicos, serviços e parceiros?

Nos últimos anos temos tido um grande crescimento, quer de forma orgânica, quer por algumas aquisições. Com quatro espaços físicos, prevemos a sustentabilidade do crescimento, assente em parcerias, e a abertura de outros espaços físicos, alargando o âmbito geográfico.

"A pandemia acelerou ainda mais a comercialização destes produtos, dada a maior restrição no acesso ao SNS.

Os fatores-chave para o aumento da procura são o nível da rapidez e acessibilidade aos cuidados de saúde, sendo um importante complemento ao SNS".



“Os seguros de Saúde são cada vez mais completos”

Cláudio Pires é o diretor da Ágilflex, uma mediadora de seguros exclusiva da Tranquilidade, que trabalha há uma década para ajudar os clientes – particulares e empresas – a proteger-se a si e aos seus. Estando o seguro de Saúde a crescer exponencialmente em Portugal, importa perceber as soluções que a Tranquilidade apresenta para os diferentes tipos de clientes.

Atualmente, 3,3 milhões de pessoas em Portugal têm seguro de Saúde. O aumento aconteceu, particularmente, durante a pandemia. A Ágilflex sentiu o impacto no aumento da procura por este tipo de seguros? No que respeita às empresas, relativamente aos seus colaboradores, tal também se verificou?

Nos últimos dois anos, registou-se uma subida de 38% nos seguros individuais de Saúde e cerca de 22% nos seguros de grupo contratados pelas empresas. Na Ágilflex também se verificou uma procura acima da média por estas soluções de Saúde. Nesta nova realidade, clientes particulares e empresariais têm uma visão mais abrangente de que o seguro de Saúde é um bem essencial na vida das pessoas e das empresas, não só pela rede nacional e internacional a que têm acesso para cuidados de saúde, bem como do benefício fiscal que advém para as empresas que os contratam, e consequente benefício direto aos colaboradores e seus familiares.

Quais as principais coberturas que a população procura, num seguro de Saúde?

Os clientes procuram as coberturas mais diretas, como é o caso do ambulatório (consultas de especialidade, exames) e a hospitalização, associada especialmente às cirurgias, mas também a estomatologia e medicina dentária. Em Portugal são diagnosticados 40 a 45 mil novos casos de cancro por ano, levando cada vez mais os clientes a incluir esta proteção extra no seu seguro de Saúde.

Que soluções apresenta a Tranquilidade, para responder a esta procura? Foi necessário adaptar as soluções, em tempo de pandemia?

A Tranquilidade tem uma oferta de seguro de Saúde única e diferenciadora, que vai desde o seguro de Saúde Individual, seguro de Saúde Empresas, Plano Sorriso, Plano +55, até à prevenção

e proteção do cancro. Muito recentemente, a Tranquilidade - no seguro de Saúde Individual - associou-se à Fundação Champalimaud, que desenvolveu um Programa de Avaliação e Gestão de Risco Oncológico personalizado. Sendo esta uma das instituições mais reputadas a nível mundial, a Tranquilidade disponibiliza uma oferta absolutamente pioneira no mercado que se foca em quatro pilares do doente oncológico: prevenção, deteção precoce, tratamento e qualidade de vida.

Dois grandes desafios para a população portuguesa são encontrar uma cobertura para seniores e também assegurar uma cobertura no que respeita à Medicina Dentária. A Tranquilidade tem soluções para tal?

A Tranquilidade também tem solução, com o seguro de Saúde +55, que não tem idade limite de subscrição, sendo dirigido aos clientes com mais de 55 anos, proporcionando a escolha de um de dois planos que permitem poupar nas despesas médicas mais relevantes, ter médico online e ainda médico e enfermeiro ao domicílio, para além da rede médica e de estomatologia em Portugal.

Quais as vantagens em ser mediador exclusivo Tranquilidade?

A Tranquilidade é uma marca da Generali Seguros e está no mercado, em Portugal, desde 1871, ou seja, há mais de 151 anos, perante toda esta envolvimento, estratégia e visão, aliada a uma oferta diferenciadora e na maioria dos casos pioneira, ser mediador exclusivo Tranquilidade é fazer parte de uma equipa de trabalho diferenciada e especializada, que de tudo faz em prol dos seus clientes e que me orgulha muito.

A Ágilflex completará uma década de atividade em 2023. Que balanço já é possível fazer destes anos no mercado? E, por outro lado, como



Cláudio Pires
Diretor

antecipa o futuro e as tendências que poderão avizinhar-se em termos de seguros?

A Ágilflex é uma sociedade de mediação de seguros que assenta em dois pilares fundamentais: o trabalho e a transparência, desempenhando desta forma um papel proativo na vida das pessoas e empresas. Por outro lado, o mundo em constante evolução acelerou de forma vertiginosa o digital. Neste ponto, a Ágilflex alinha-se com perspetivas digitais de futuro, sem nunca perdermos a componente pessoal, e assume-se como uma forma de distribuição e subscrição de seguros em modelo híbrido, com três acessos diferenciados: uma presença física em Portel; um atendimento permanente ao cliente, por técnicos especializados, via telefone; e um site, onde todos têm acesso às nossas soluções de seguros em qualquer parte do país e do mundo.



“O nosso objetivo é garantir uma vida tranquila aos nossos clientes”

A Sistecon Solutions é uma empresa de mediação de seguros responsável por seguros dos ramos Vida e Não Vida. Lourival Moreira fez da sua experiência no setor dos seguros um apoio para a criação desta empresa, que surgiu em plena pandemia, há dois anos, para reforçar a importância dos seguros de Saúde. Os resultados foram promissores e, até ao momento, este ainda é um dos seguros cuja procura é crescente.



Lourival Moreira e equipa
Diretor

Os últimos dados indicam que quase um terço da população portuguesa já tem seguro de Saúde, precisamente devido às dificuldades apresentadas pelo SNS. Durante a pandemia, houve uma procura exponencial destes seguros? Quais as coberturas mais procuradas?

Os seguros de Saúde foram criados para suprir a necessidade de cobertura de hospitalização, que era o que as pessoas mais procuravam. Mais tarde, veio a questão de incluir o parto como uma hospitalização, também. Com o passar dos anos, notou-se a necessidade de ter uma proteção adicional. Muitas pessoas têm o seguro de Saúde há largos anos e fizeram atualizações, para contratar novos serviços, como plafond de ambulatório e acesso à rede dentária, por exemplo. A pandemia fez disparar a procura por seguros de Saúde porque, de facto, levou a muitos internamentos. Muita gente precisou de ajuda médica, de alguma forma. Os testes à Covid foram outro desafio. O teste era caro, no início, e as pessoas começaram a procurar os mediadores de seguro para fazerem seguros e tentarem proteger-se destes impactos. Acontece que, na época, nós também não tínhamos muitas respostas. As pessoas procuravam por algo que os seguros não estavam preparados para oferecer. Todavia, as seguradoras reuniram com os seus mediadores, e foi possível apresentarmos as maiores dúvidas das pessoas, para as quais as seguradoras rapidamente criaram respostas. As pessoas procuravam particularmente a cobertura da realização do teste PCR e o plafond relacionado com o internamento, ainda que tivessem de enfrentar o período de carência mínima de 90 dias.

Quais as características do seguro de Saúde e do plano de Saúde?

Os seguros de Saúde têm plafonds disponíveis para internamento e ambulatório, mas são mais caros e têm um período de carência mínimo de 90 dias para hospitalização e 60 dias para ambulatório. Caso o cliente não queira assumir o valor mensal de um seguro de Saúde, não existem crianças no agregado familiar e a sua frequência de ida ao

médico não for elevada, o plano de Saúde pode ser uma boa solução. Paga menos, mensalmente, e tem os serviços disponíveis dentro da rede convencionada com descontos de 50 a 60%. Além disso, não tem período de carência. Por outro lado, também não tem plafond de internamento, por exemplo.

Quais os seguros – quer para particulares, quer para empresas – onde este aumento se tem feito sentir mais?

Não olhando para os seguros que por sua vez, são obrigatórios, podemos observar uma maior procura pelas pessoas pelo seguro de Vida, o seguro de Saúde e o seguro de Acidentes Pessoais. Por entenderem a importância da proteção total, passam a querer estar protegidas 24 horas por dia. As empresas, à semelhança das pessoas singulares, passam a ter um maior cuidado no sentido de proteger os seus colaboradores, não só pelo obrigatório, no seguro de Acidentes de Trabalho, por exemplo, como também começam a olhar para o período pós-laboral. Nesse sentido, já muitas empresas passam a contratar igualmente seguros de Vida, Saúde e Acidentes Pessoais.

Quais as principais tendências de futuro para este mercado segurador?

Nós trabalhamos diariamente, juntamente com as companhias de seguro, para tentarmos chegar a soluções novas, que atendam às necessidades dos nossos clientes, quer para algo que já existe, quer para coisas que não estão tão bem definidas. Nós, Sistecon, apostamos muito nas Pessoas. As empresas são importantes para nós porque o volume de negócios também é maior, mas queremos que as pessoas em especial tenham segurança, tranquilidade e vivam sem qualquer preocupação daquilo que possa acontecer, mas que quando venha a acontecer elas estejam certas de que vão estar amparadas pelos seus seguros e pelas companhias seguradoras que as assistem, bem como por nós, Sistecon, enquanto mediador, que nos colocamos sempre à disposição do nosso cliente.

Há quanto tempo desenvolve atividade? Como avalia as mudanças ultimamente sentidas no que respeita à contratação de seguros, por parte de particulares e empresas?

A Sistecon iniciou atividade em julho de 2020, em plena pandemia. Sabíamos que a pandemia não tinha uma data para terminar, por isso queríamos trazer uma opção às pessoas, no que respeita a seguros de Saúde, em particular. Desde que comecei a trabalhar em seguros, ainda antes de constituir a Sistecon Solutions, que o seguro de Saúde sempre foi um assunto importante para mim. Não gosto de estar dependente de algo que eu não tenho a certeza se vou ter. Prefiro pagar e saber que, se precisar, tenho assistência garantida. Acredito que esta segurança deveria existir para todos. Por isso é tão importante incentivarmos o cliente a fazer um seguro de Saúde, para si e para a família.

A nossa proposta enquanto Sistecon não é ser apenas uma mediação de seguros, não é somente oferecer um produto/serviço para cumprimento de objetivos, a nossa proposta passa por oferecer um conjunto de soluções adequadas às necessidades de cada cliente, prestando um serviço personalizado e um atendimento ímpar.

“Há uma maior procura dos seguros não obrigatórios”

A Bastos & Bastos, empresa de mediação de seguros sob a direção de Diogo Bastos, tem três escritórios – no concelho de Oliveira de Azeméis e na freguesia de Branca – e é representante exclusivo de uma companhia de seguros. Em entrevista, o responsável da empresa assumiu o compromisso de continuar a crescer e a acompanhar os clientes, lembrando também o grande crescimento dos seguros não obrigatórios, particularmente o de Saúde.

A população portuguesa tem mostrado mais disponibilidade para contratar um seguro de Saúde e quase um terço da população já o fez. A que lhe parece que se deve tal interesse?

Cada vez mais o seguro de Saúde aparece como um complemento ao SNS. Com a rotura permanente existente no nosso Serviço Nacional de Saúde, a população tem procurado cada vez mais outras possibilidades. Surgindo o privado como maior alternativa, os seguros de Saúde tendem a ser cada vez mais procurados. Os portugueses estão cada vez mais preocupados com o seu bem-estar e pretendem proteger-se de eventuais imprevistos recorrendo aos seguros de Saúde.

Quais as soluções de saúde – e também de saúde dentária – que disponibiliza aos seus clientes? Esta especialização – o seguro de saúde de estomatologia – começa, também ela, a ter bastante procura?

Procuramos disponibilizar aos clientes uma diversificação de produtos e coberturas para conseguir abranger toda a população. A especialização do seguro de estomatologia visa oferecer uma oportunidade de os clientes terem um seguro que cubra a parte de estomatologia, sem estarem limitados a um capital por anuidade. Este produto começa a ter uma grande procura uma vez que os clientes identificam grandes vantagens na sua contratação.

Além dos seguros de Saúde, quais são as áreas de seguros mais procuradas, a nível particular e de empresas?

Os seguros mais procurados continuam a ser os seguros Automóvel e o Multirrisco Habitação, quando existe crédito habitação, por serem obrigatórios. No entanto, temos vindo a identificar uma maior predisposição e sensibilização da parte dos clientes para recorrerem a outros seguros, nomeadamente os seguros de Vida. Se, até há



Diogo Bastos
Diretor

pouco tempo, os seguros de Vida eram vistos como estar a segurar a morte, hoje começam a ser vistos como uma segurança. E neste aspeto, penso que a inclusão da cobertura de doenças graves tem uma importância muito grande, pois permite às famílias ter uma autonomia financeira reforçada para enfrentar este infortúnio.

Como avalia a importância dos seguros para os portugueses? A mentalidade nacional tem vindo a alterar-se, na medida em que já são procurados serviços cuja contratação não é obrigatória?

A mentalidade portuguesa ainda vai muito atrás do que é estritamente necessário. Obviamente que se trata também de uma forma de poupar em despesas extras, mas depende muito de como os

seguros são explicados ao cliente. No entanto, penso que esta mentalidade está a alterar-se de dia para dia. E acho que esta alteração de mindset, para além de estar relacionada com a mudança de mentalidade, está também muito influenciada pelas últimas incidências que tivemos no nosso país e no resto do mundo, nomeadamente a Covid-19 e os incêndios.

Como lhe parece que o setor segurador evoluirá? Quais as áreas onde será necessário investir e criar soluções de proteção adequadas à procura dos clientes?

Penso que o futuro do setor segurador passará cada vez mais pelos seguros não obrigatórios e pela diferenciação que cada seguradora irá conseguir dar aos seus produtos. É fundamental que o investimento na resolução de problemas e no atendimento prestado aos clientes continue a ser um foco principal, até porque o cliente tem de estar sempre no centro.

Quais os próximos objetivos a atingir, por parte da Bastos & Bastos Seguros? É possível continuar a crescer?

Os nossos objetivos estão sempre focados nos clientes. Mais do que vender seguros, pretendemos aconselhá-los para os riscos do nosso dia a dia e propor os seguros que mais se enquadram com as suas necessidades. Embora clientes que o digital assume um papel cada vez mais importante na nossa sociedade, continuamos a querer estar próximos dos nossos clientes. Nesse sentido, abrimos um novo espaço na Branca, para além dos escritórios em Oliveira de Azeméis. Por isso, penso que crescer é sempre uma possibilidade e, mais do que isso, é um objetivo.

B

Bastos & Bastos

Mediação de Seguros, Lda.



“Queremos continuar a entregar Tranquilidade aos nossos clientes”

A ARC Seguros está perto de completar duas décadas ao serviço do mercado de mediação de seguros, enquanto agente exclusivo da Tranquilidade, em Coimbra. António Ricardo Correia destaca as razões que o levaram a trabalhar em exclusivo com esta marca de seguros e o crescimento dos seguros de Saúde, reforçado com o novo protocolo estabelecido com a Fundação Champalimaud.

A ARC Seguros define-se como uma empresa que pretende dar Tranquilidade à vida dos seus clientes – sendo um agente exclusivo Tranquilidade. Quais as vantagens desta exclusividade e que soluções tem disponíveis, nos ramos Vida e Não Vida, que pode salientar?

Desde janeiro de 2003 que a ARC Seguros é um agente exclusivo da Tranquilidade, Grupo Generali, em Coimbra. A notoriedade, nível de serviço, inovação, foco no cliente e portfolio de soluções de seguro que a marca Tranquilidade tem garantido ao longo dos seus 150 anos de história em Portugal são fatores preponderantes para esta relação de exclusividade. É com bastante satisfação que a ARC Seguros olha para este “casamento” com quase 20 anos, e que, com muito orgulho, tem clientes que estão connosco desde que iniciámos a nossa atividade. Confiaram em nós a sua segurança, a das suas famílias, bem como dos seus negócios e empresas.

O seguro de Saúde tem tido uma procura intensa, com quase um terço dos portugueses a optarem por contratar um. A que se deve tal aumento? A ARC Seguros também o sentiu?

Existem alguns estudos que apontam que a Covid-19 teve um efeito potenciador deste crescimento, mas, no que diz respeito à nossa experiência, o crescimento da subscrição deste produto já se vinha a acentuar ainda



antes do início da pandemia, possivelmente em virtude da degradação do sistema Nacional de Saúde. Também ao nível das empresas, o seguro de Saúde é cada vez mais encarado como uma das medidas que o trabalhador mais reconhece e aprecia como benefício proporcionado pela entidade empregadora, funcionando inclusivamente como um fator de retenção de talentos.

A Tranquilidade lançou um novo protocolo, em parceria com a Fundação Champalimaud, relativo às doenças oncológicas. Como é ele aplicável nos seguros de Saúde já existentes?

Através do acesso ao Programa de Avaliação e Gestão de Risco Oncológico,

da Fundação Champalimaud, é possível contar com um mecanismo de proteção integrado que acompanha a pessoa ao longo da vida, tornando o seguro de Saúde da Tranquilidade, nas opções “Extra” e “TOP”, ainda mais enriquecido e completo. Das alterações mais significativas, a nível do produto, resultantes desta parceria, podemos salientar o reforço do capital de hospitalização em 150 mil euros para hospitalização e tratamentos na Fundação Champalimaud, para além dos 150 mil euros da opção Extra. De referir ainda que esta opção pode ser subscrita mesmo por quem tem seguros de Saúde noutras seguradoras.

Quais lhe parecem ser as tendências de futuro reservadas para o

mercado segurador? Em que áreas haverá maior crescimento?

O mercado segurador deve continuar o seu processo de digitalização e inovação, alicerçado na tecnologia, tendo como ponto central o cliente e o seu bem-estar físico e mental e ainda na sua vertente social. A sustentabilidade deve ser também uma prioridade e será sem dúvida um dos grandes desafios que enfrentaremos no futuro. As áreas de produtos que se afiguram poder ter a maior margem de crescimento serão as áreas da Saúde, Vida, Multiriscos e ainda nos seguros de assistência e coberturas periféricas a estes seguros, que devem crescer de maneira a prevenir e mitigar os riscos que estes seguros cobrem.

Relativamente à ARC Seguros, que balanço faz desta sua presença no mercado segurador e como prevê, também, continuar a evoluir?

A ARC Seguros tem trilhado o seu caminho com seriedade, compromisso e profissionalismo no mercado segurador e é com estes valores que queremos continuar a crescer, valorizando sempre as pessoas, sejam elas os nossos colaboradores, clientes, parceiros ou fornecedores. Queremos ser reconhecidos pelos clientes, pelos nossos parceiros e colaboradores como uma empresa inovadora, com grande responsabilidade ambiental e social. Queremos continuar a entregar Tranquilidade aos nossos clientes e estar onde o cliente está, oferecendo o nosso apoio e o serviço, procurando sempre superar as expectativas dos nossos clientes.

“Disponibilizamos soluções de seguro inovadoras”

O Grupo Celestino Joaquim Mediação de Seguros trabalha, diariamente, para assegurar as necessidades dos seus clientes. Constituído por seis empresas e com 16 profissionais, este Grupo está na linha da frente no que respeita à oferta de soluções de seguros e procura, junto das companhias de seguros, garantir uma constante evolução destes produtos, como explica João Rito, codiretor do Grupo.

Como caracteriza o Grupo Celestino Joaquim Mediação de Seguros, tendo em consideração as diversas empresas que o constituem e o seu posicionamento no mercado?

O grupo Celestino Joaquim procura diariamente, com o apoio dos seus 16 profissionais, as melhores soluções no mercado nas mais vastas áreas, de modo a dar resposta às necessidades dos nossos clientes. Procuramos apresentar produtos aos nossos clientes olhando para o futuro.

Os seguros de Saúde têm sido daqueles cuja procura mais tem aumentado. Como justifica que quase um terço da população portuguesa já tenha um seguro de Saúde?

O aumento dos seguros de Saúde deve-se à resposta que as seguradoras e mediadores dão aos clientes. A rapidez na resolução de um sinistro e o aparecimento de soluções inovadoras, que protegem cada vez mais os clientes, permitem uma maior qualidade de vida e, por sua vez, mais confiança.

Quais são as coberturas mais procuradas, no que respeita ao seguro de Saúde, e as questões que lhe parecem não estar ainda contempladas nos mesmos, e cuja inserção as companhias de seguros deveriam equacionar?

Efetivamente, essa tem sido a nossa aposta junto das companhias de seguros, para que possam apresentar soluções inovadoras. No que diz respeito às coberturas, são todas importantes. O internamento hospitalar é uma cobertura menos utilizada, no entanto, quando é necessária, pode atingir vários milhares de euros. O ambulatório é uma cobertura de consumo, as pessoas tanto vão a prestadores que têm acordo com as seguradoras como a médicos/clínicas da sua confiança. É a nossa missão encontrarmos as melhores soluções para os nossos clientes.

Parece-lhe que a mentalidade nacional sobre os seguros está em mudança? Atualmente, é mais comum que se demonstre interesse pela



João Rito
Codiretor

contratação de outros seguros, além dos obrigatórios?

Sem dúvida, é notório que as mentalidades estão a mudar nesse sentido. Existe a preocupação, por parte dos clientes, de arranjar melhores soluções para o dia a dia. Quando falamos em Saúde, não nos podemos esquecer dos vários desafios que a vida nos vai oferecendo, como a Covid-19 e as inúmeras doenças que, cada vez mais, têm expressão na nossa sociedade.

Quais as tendências que o mercado segurador irá registar em breve? Quais as áreas que poderão crescer ou onde as companhias de seguros devem investir particularmente nos próximos tempos?

A tendência é uma redução de companhias e

redução de mediadores, ficando cada vez mais profissionais. Sem dúvida que os setores da Saúde, Vida e Acidentes Pessoais são uma aposta das seguradoras para crescerem e ganharem quota de mercado.

Como vê a evolução do Grupo Celestino Joaquim? Quais os próximos objetivos a atingir?

Uma evolução tremendamente positiva. Temos os melhores clientes do mercado e os melhores colaboradores. Ao longo dos anos aumentámos a nossa carteira de clientes nas mais variadas áreas. Temos um grupo sólido financeiramente e estamos atentos à evolução dos mercados. O nosso objetivo é continuar a crescer organicamente e adquirir carteiras que nos sejam interessantes.



GRUPO
Celestino Joaquim
Mediação Seguros, Lda

“A Tranquilidade oferece soluções de seguros



Pedro Quinta dos Santos
Diretor

Pedro Quinta dos Santos é o diretor da Pedro Quinta Mediação de Seguros Lda, com agências em Tavira e Faro. Há mais de uma década a trabalhar no setor segurador, o agente exclusivo Tranquilidade explica ao detalhe a importância do seguro de Saúde Tranquilidade, a solução +55 e as tendências que o futuro reserva no setor dos seguros.

Há cerca de 12 anos que abriu a agência de mediação de seguros em Tavira e, seis anos depois, surgiu a agência de Faro. Qual a importância destes dois polos para responder à procura dos clientes do Sotavento algarvio?

Tavira é um polo de referência na região, cidade pela qual nutro uma ligação muito especial e onde resido, o que tornou a escolha para a localização do primeiro escritório fácil. A polivalência linguística da minha equipa (falamos Inglês, Francês, Espanhol e até um pouco de Alemão), permitiu-me também satisfazer as necessidades dos residentes

estrangeiros. O escritório de Faro surgiu naturalmente, tratando-se da capital da região e principal centro administrativo e social, além do ponto central geográfico do Algarve. Fator impulsionador deste escritório foi o facto de, em 2016, ter ficado responsável pela carteira da companhia de seguros AMA - Associação Mutualista dos Profissionais de Saúde no Algarve, e daí a necessidade de possuir um escritório próximo do Hospital Universitário do Algarve.

Como analisa a importância de ser mediador exclusivo Tranquilidade para a sua carteira de

clientes e posicionamento no mercado?

Em minha opinião, o cliente procura cada vez mais um serviço personalizado e focado na atenção ao próprio. Para isso, uma relação de confiança, honestidade e profissionalismo reveste-se de extrema importância, demonstrando-se o que considero ser o fator mais importante na interrelação com o cliente. A companhia de seguros Tranquilidade possui mais de 150 anos de implantação e experiência no mercado nacional, com provas irrefutáveis de confiança e apoio nas horas mais complicadas dos seus clientes, o que me permite alcançar estes objetivos.

à medida de cada cliente”

Quais as principais novidades, no que respeita à oferta de seguros disponível, que gostaria de assinalar?

A nossa oferta de produtos de seguros tem acompanhado a dinamização do mercado, quer pelo vasto leque de opções, mas também pela customização dos nossos produtos às necessidades individuais dos clientes. O enfoque já não se centra exclusivamente na proteção de bens, mas evoluiu no sentido da proteção de pessoas. Falo dos seguros de Vida, mas especialmente nos seguros de Saúde e de Acidentes Pessoais. Não esquecendo o desenvolvimento da proteção alargada aos nossos animais de estimação. Paralelamente, temos apostado num produto de Vida associado a créditos hipotecários, desenvolvido com a preocupação da mitigação e redução dos custos associados aos créditos hipotecários, com prémios muito competitivos e inferiores à média de mercado.

O seguro de saúde Tranquilidade tem sido um daqueles que mais procura tem tido. Recentemente, a Tranquilidade também estabeleceu um protocolo com a Fundação Champalimaud que envolve o tratamento e acompanhamento de doentes oncológicos, correto? Quais as vantagens de se optar por um seguro de Saúde Tranquilidade?

Tem-se vindo a constatar a crescente preocupação das pessoas com a sua saúde e o seu bem-estar físico e mental. Sabemos que o nosso sistema nacional de Saúde não é infinito e tem vindo a apresentar algumas dificuldades. Paralelamente, a abrangência e qualidade dos serviços de saúde privados tem demonstrado um crescimento sólido e sustentável ao longo dos últimos anos, com níveis qualitativos e técnicos de qualidade internacional,



devendo ser cada vez mais considerado como uma alternativa complementar, válida e desejável ao SNS. O seguro de Saúde Tranquilidade – Advancecare proporciona o acesso ao setor privado de cuidados de saúde, com uma vastíssima rede de prestadores, hospitais, clínicas e médicos, com elevada dispersão geográfica, permitindo que o utente seja rápida e eficientemente tratado quando mais precisa, com recurso às melhores e mais modernas técnicas médicas. A parceria do seguro de Saúde Tranquilidade-Advancecare com a Fundação Champalimaud é apenas uma de muitas para a garantia de que prestamos os

melhores serviços de saúde aos nossos clientes, destacando-se igualmente, entre muitos outros, o Grupo Luz Saúde, Grupo José de Mello/CUF, Grupo Lusíadas Saúde, Grupo Hospital Particular do Algarve, Hospital Particular de Loulé, etc. A Fundação Champalimaud reveste-se de extrema importância no acesso aos mais modernos e vanguardistas tratamentos oncológicos. Uma vez mais fomos à procura dos melhores em cada área, e conseguimos proporcionar aos nossos clientes a sua acessibilidade a estes cuidados de saúde, destacando-se: apoio nos quatro pilares identificados do percurso do doente oncológico: Prevenção / Diagnóstico Precoce /

Tratamento / Qualidade de Vida; serviços avançados e inovação na investigação, diagnóstico e tratamento do cancro em Portugal; programa Onco-Risco, que disponibiliza um programa de diagnóstico de risco oncológico personalizado e determina um plano de vigilância.

Atualmente, a população vive cada vez até mais tarde, pelo que a solução +55 pode ter vantagens na sua subscrição. Quais as características particulares deste seguro de Saúde sénior?

Trata-se de uma oferta a custos reduzidos especialmente criada para a faixa etária superior a 55 anos, com especial enfoque na faixa superior aos 65 anos. Permite o acesso à nossa rede privada de prestadores de cuidados de saúde, com regalias ao nível de preços pré-convencionados. Paralelamente, possui ainda capital para situações mais graves como hospitalização ou cirurgias. A facilidade de acesso e utilização é notória, pois não necessita de questionário clínico para a sua contratação, não tem limite de idade para permanência e tem imediato acesso aos valores pré-convencionados da rede.

No que respeita à Pedro Quinta Mediação de Seguros, quais serão os próximos objetivos a atingir?

Inovar, participar na melhoria e atualização dos produtos de seguros, estar mais próximo do cliente e, acima de tudo, estar aqui para o cliente, pois é ele o enfoque de toda a nossa operação, e tudo fazemos para garantir uma estreita relação de confiança, qualidade no serviço e adequabilidade dos produtos às reais necessidades de cada cliente. Trabalhamos para que os nossos clientes sejam todos felizes.

"O SNS e os seguros de Saúde complementam-se"

A AR Seguros existe para ajudar os clientes a encontrar o seguro mais adequado a si. Formada em 2003, a partir de um pequeno escritório, esta empresa de mediação de seguros cresceu e, prestes a completar 20 anos, conta agora com vários colaboradores. Álvaro Rodrigues, o fundador do projeto, com uma experiência de mercado que excede a da própria empresa, faz uma análise daquilo que mudou neste setor e dos seguros que, agora, veem a sua procura crescer.

Considerando o tempo a que está no mercado, como vê as alterações que ocorreram no mesmo, sobretudo no que respeita aos seguros mais procurados?

Houve uma evolução tremenda. Basta dar o exemplo de que, quando eu comecei a trabalhar com seguros, aos 18 anos, nenhum seguro automóvel tinha carro de substituição por avaria do veículo segurado. Hoje, não há uma apólice de seguro que não contemple isso. No seguro de Saúde pouco ou nada se ouvia falar e, neste momento, está a crescer imenso. A oferta dos grupos privados de saúde cresceu e isso também facilitou a busca por estes produtos. Enquanto AR Seguros, a nossa matriz é fazer "um fato à medida" para cada cliente. O cliente vem ter connosco, diz-nos as necessidades, e nós tentamos ajudá-lo a contratar o melhor seguro, a nível de preço/qualidade. Todos os nossos colaboradores têm formação da ASF, bem como as formações das companhias com que trabalhamos – e trabalhamos com praticamente todas. Temos, também, protocolos com players maiores, para abarcar grandes negócios.

Quando fala em "fato à medida", isso realmente é possível de executar? Ou as seguradoras apresentam todas soluções muito semelhantes, no que respeita às suas apólices e o que pode variar serão os valores finais contratados e os extras colocados no seguro?

As coberturas na generalidade – vamos dar o exemplo da Saúde – são quase as mesmas, no que respeita ao produto base, em todas as companhias. O que nós podemos acertar são as coberturas oncológicas, as doenças graves, os ambulatórios, a estomatologia, etc. – há

companhias que oferecem número de consultas ou capital – e aí podemos tentar fazer um seguro mais ou menos robusto, conforme a capacidade financeira do cliente e a sua necessidade.

O seguro de Saúde já faz parte da vida de quase um terço da população nacional. A que lhe parece que tal se deve?

O que veio ajudar bastante neste aumento dos seguros de Saúde foi a situação pandémica que passámos em Portugal. Numa fase inicial, as companhias tiveram uma resposta soberba, a meu ver, aliando-se à luta contra a pandemia: criaram a teleconsulta, o que ajudou bastante os doentes que não queriam ou podiam sair de casa, mas necessitavam de atenção médica. Os clientes mostraram-se muito satisfeitos. A dificuldade do SNS foi outro dos grandes motivos para esta procura dos seguros de Saúde, dado que, com a falta de resposta do SNS, os privados criaram essas respostas e as pessoas começaram a procurar os seguros de Saúde para os poderem utilizar nas idas ao hospital privado.

O crescimento e fortalecimento do setor privado da Saúde em Portugal ajuda a que o mesmo funcione como um verdadeiro complemento ao SNS?

Creio que se complementam mesmo os dois, porque, apesar de termos o SNS, em situações de falta de resposta necessitamos de uma resposta pronta e aí o seguro de Saúde funciona. O seguro de Saúde deve ser utilizado como um serviço complementar. Situações como os partos ou o tratamento de doenças oncológicas complementam-se muito bem com o SNS.



Álvaro Rodrigues e equipa

Quais as áreas em que as companhias de seguro terão de apostar, num futuro a curto/médio prazo?

As companhias estão a trabalhar muito bem, a nível de lançamento de produtos novos, porque estão a ler bem as necessidades da população particular e empresarial do país. Seguros como Cyber Risk, Animais (Cães e Gatos), Acidentes Pessoais e Saúde continuam a crescer e são cada vez mais completos. Por isso, neste momento, temos bastantes ofertas, todas exequíveis e adaptadas à realidade financeira de Portugal.

Como se prepara a AR Seguros para enfrentar o futuro? Há possibilidade de alargar os vossos serviços ou de aumentar a vossa presença física?

O meu sonho sempre foi crescer, de forma sustentável, com dignidade e honestidade. Estes são dois lemas da empresa, dos quais não abdicamos. Começámos com um escritório num quarto e já temos 100 metros quadrados e quatro colaboradores. O objetivo é que, daqui a cinco anos, tenhamos um segundo escritório. Dentro de um ano e meio, o objetivo será duplicar a carteira de clientes.

“A incapacidade do SNS justifica a procura por seguros de Saúde”

Há 36 anos no mercado, a METASEGUROS foi constituída precisamente para suprir as lacunas existentes, no que respeita a infraestruturas e conhecimento da área de trabalho – os seguros. Nesta empresa de cariz familiar, é Hélder Lança quem está agora à frente do seu destino. Os seguros de Saúde e de Acidentes Pessoais estão a crescer, o que, segundo o diretor da empresa, é positivo para famílias, empresas e seguradoras.



Hélder Lança
Diretor

Passadas mais de três décadas, como evoluiu a METASEGUROS, na sua relação com os clientes e os parceiros, e quais as principais alterações do mercado que considera importante salientar?

A METASEGUROS nasce e faz o caminho até ao presente por entre crises financeiras e económicas, a consolidar o bom serviço, a semear bons princípios de ética, transparência e valores humanos, reconhecidos por parceiros, clientes e amigos. O mercado segurador e os produtos comercializados eram mal entendidos e pouco explicados - a falta de conhecimento abre sempre portas a mal intencionados. Mudar esse paradigma foi, e será sempre a nossa missão.

Os nossos clientes, grande parte fidelizados há mais de 20 anos, confiam e consultam-nos para se protegerem e prepararem o futuro. As crises e a instabilidade despertam nas pessoas esse cuidado. O fácil acesso à informação traz conhecimento e hoje um contrato de seguro não é tanto “uma despesa que, quando precisamos não funciona” para ser mais uma forma de protegermos as nossas famílias, o nosso património, prevenindo e preparando o futuro. Os parceiros seguradores entenderam a evolução do mercado, as exigências dos clientes e foram-se ajustando, com transparência, dando respostas através de produtos adaptados quase em particular a cada cliente, a cada negócio.

Quais as principais áreas que, atualmente, estão a crescer, no que respeita aos seguros procurados pelas empresas e pelos particulares?

Os ramos de seguros atualmente mais procurados são de facto para proteção pessoal: Saúde, Vida e Acidentes Pessoais (Desporto e Viagem). Notamos também procura acrescida de Aplicações Financeiras nas seguradoras, como alternativa aos Bancos.

Como justifica a procura elevada de seguros de Saúde, por parte das famílias portuguesas?

É impossível não relacionar a recente pandemia com o fenómeno referido na pergunta. Acho que o planeta percebeu o quão importante é a saúde e a prevenção nessa matéria. Por cá percebeu-se que a voragem dos recursos para dar resposta à pandemia pôs, claramente, a nu a fragilidade do SNS. É verdade que foi o SNS que deu luta sem tréguas à Covid-19, mas também é verdade que não teve capacidade para socorrer outras enfermidades, obrigando os cidadãos que o podiam fazer a procurar cuidados de saúde no sistema privado. É aqui que radica a causa do crescimento abrupto dos seguros de Saúde.

Existe também a preocupação de quem procura seguros de Saúde em certificar as garantias de

Oncologia, se está incluído e/ou se é possível incluir. É um sinal positivo nas mentalidades, quando os estudos apontam que 25% dos portugueses correm o risco de ter cancro até aos 75 anos de idade.

Na sua opinião, quais as áreas que poderão crescer, nos próximos tempos, tendo em conta as tendências do mercado segurador e as apostas das seguradoras?

Eu diria que as tendências do mercado estão a fazer crescer as áreas que as seguradoras queriam há muito! Estamos a assistir a uma relação ecológica e mutualista, onde as pessoas se protegem e preparam o futuro de forma inteligente e as seguradoras crescem em ramos com menos sinistralidade que o Automóvel e os Acidentes de Trabalho (ramos obrigatórios).

Quais os objetivos que a METASEGUROS estabeleceu para este ano, que possa partilhar, e como antecipa o futuro e a evolução da empresa?

O objetivo da METASEGUROS é simples: queremos manter o foco no bom serviço, o que está a ser cumprido! É importante a retenção de clientes, equipá-los melhor e crescer com novos negócios. Queremos investir energia em mercados específicos, nichos, onde possamos crescer em particulares e pequenos negócios. Somos uma empresa com gestão conservadora e familiar, concedendo-nos alguma solidez e confiança no futuro, que nunca nos foi fácil. A nossa equipa é composta por elementos especializados, tecnicamente muito aptos. Têm muita experiência no mercado segurador, face aos muitos anos que trabalham na área. Estão connosco quase desde o início das suas carreiras.



metaseguros



Welcome HOME - since 1992

RUSSELL & DECOZ
REAL ESTATE

30 anos a trabalhar o imobiliário do Sotavento algarvio

Julie Russell e Kaja Decoz fundaram a Russell & Decoz, Mediação Imobiliária Real Estate, Lda há 30 anos. Sendo uma das agências imobiliárias mais antigas do país, e da região algarvia, onde opera particularmente na zona do Sotavento, esta empresa já conhece bem as oscilações do mercado e acompanha, também, a necessidade de formação dos consultores, que se tem vindo a verificar, de forma mais intensa, desde que a legislação existente para o setor foi suprimida. João Soeiro, consultor técnico na Russell & Decoz caracteriza a região onde trabalham e destaca os temas da formação e da importância do investimento estrangeiro numa região como o Este algarvio.

A Russell & Decoz está há 30 anos a operar no mercado algarvio e trabalha, de forma particular, a zona Este do Algarve.

Que características distintivas apresenta esta região, que a faz ter especial interesse imobiliário?

A Russell & Decoz começou a trabalhar no mercado imobiliário em 1992 sempre com o foco na zona Este do Algarve, também conhecida por Sotavento Algarvio. Comparando com o Algarve Centro e Oeste, a parte do Este sempre foi a mais natural e com menos impacto turístico. Uma zona mais preservada, com várias áreas protegidas, das quais salientamos a Ria Formosa. Sendo a equipa da Russell & Decoz apaixonada pela natureza e pelas pessoas, foi sempre a nossa missão procurar a melhor solução para os nossos clientes dentro destes padrões de qualidade: viver em harmonia com o ambiente que nos rodeia e aproveitar as características mais importantes desta zona algarvia – qualidade de vida, beleza natural e sem dúvida a simpatia das pessoas. Nestes 30 anos, temos vindo a observar uma evolução a bom ritmo da oferta de propriedades, cada vez com mais qualidade.



Como caracteriza o mercado imobiliário, na região em que atua? Que tipo de imóveis é mais procurado?

O mercado imobiliário na região do Algarve é típico de uma área litoral com muita procura turística. Na nossa área em particular a oferta é relativamente pequena no que diz respeito a novos imóveis, pois a nova construção é moderada. O nosso portfolio inclui uma grande percentagem de moradias unifamiliares de diferentes tipologias e características. Temos uma pequena fatia de apartamentos e algumas propriedades de investimento, onde preparamos uma estratégia de venda para demonstrar aos investidores como poderão tirar o melhor partido da propriedade.

Equipa Russell & Decoz - Lisa, Julie, Joey, Kaja e João

Atualmente, o preço das casas continua a subir e a “bolha imobiliária” é um cenário cada vez mais discutido. Parece-lhe real que tal venha a suceder?

Numa área onde há pouca oferta é sempre de esperar um aumento de preços constante quando a procura é muita, o que tem sido o caso desde 2021. O que procuramos fazer na Russell & Decoz é oferecer ao nosso cliente vendedor uma análise correta, com bases qualitativas e quantitativas do valor real da propriedade, de forma que o negócio se concretize da melhor maneira. No entanto, com a enorme concorrência que enfrentamos, há uma grande tendência por parte de alguns terceiros de propostas sem qualquer base lógica, o que nos deixa sempre em situação delicada. A atual situação que vivemos, com a crise na Ucrânia, está a afetar toda a Europa. O aumento dos juros e a inflação em nada ajudam ao crescimento do mercado. Na nossa região, uma “bolha imobiliária” é sempre possível, mas os fatores já referidos podem atrasar ou mesmo anular a mesma.

Como definiria a importância do investimento estrangeiro na parte Este da região do Algarve?

Extremamente importante. O nosso mercado é essencialmente estrangeiro, certamente mais de 90% de diversos pontos na Europa. Os nossos clientes portugueses são muito poucos e o seu target são normalmente propriedades de mais baixo custo, sendo os clientes estrangeiros que compram as maiores propriedades. Este facto contribui de maneira muito direta para a

valorização das propriedades, pois o vendedor tem conhecimento da maior capacidade de investimento do mercado estrangeiro.

Como caracterizaria, atualmente, o tipo de cliente que vos procura?

Normalmente, são casais ou indivíduos que procuram ou casa de férias ou então uma casa para viver permanentemente, sempre na região do Algarve. Poucos são os casais jovens, sendo mais casais numa faixa etária de mais de 40 anos. Várias nacionalidades, como já referimos, por isso diferentes expectativas no que vão encontrar. Muitas vezes há uma enorme diferença entre a procura e a oferta. Normalmente, as pessoas chegam com expectativas em termos qualitativos que não encontram na zona. Reconhecemos padrões ao longo destes anos e tentamos utilizar esse know-how para ajudar a simplificar processos e decisões, fornecendo informação detalhada e personalizada a cada caso.

Nos últimos tempos existem muitos novos consultores sem qualquer experiência na área que já são responsáveis por transações imobiliárias. Está a ser formulada uma nova legislação, para impedir que tal aconteça. Como se posiciona a Russell & Decoz relativamente à questão da formação dos seus colaboradores e à importância da regulamentação desta área de atividade?

As associações esforçam-se por oferecer cursos

simples e práticos, mas é um facto que atualmente há uma grande afluência à profissão, não havendo imposições quanto a uma base de conhecimento concreto. Outro aspeto importante são algumas empresas que nomeiam comerciais sem terem sequer um espaço físico. São freelancers que arriscam tudo para conseguir uma venda sem que, para isso, tenham que investir em formação. Na Russell & Decoz a formação tem sido uma constante ao longo dos anos e temos uma equipa formada em diferentes áreas, que garante aos nossos clientes uma fiabilidade elevada na informação fornecida. Cremos que a formação é muito importante e concordamos que o IMPIC deverá prosseguir com a proposta de aumento de qualidade e regulação das empresas imobiliárias.

Tendo em consideração os 30 anos de atividade da Russell & Decoz no setor imobiliário, como se desenha o futuro? Quais os objetivos que é suposto atingir em 2022, que nos possa revelar?

A Russell & Decoz já tem duas gerações dos seus fundadores a trabalhar na empresa, por isso contamos dar continuidade à empresa por muitos mais anos. Temos uma base muito sólida de clientes que nos têm procurado e recomendado ao longo destes anos. Por outro lado, temos acompanhado a evolução tecnológica e tem havido uma constante atualização de hardware e software a todos os níveis. Estamos a dinamizar constantemente a nossa presença nas redes sociais e tiramos partido dessas ferramentas, ao mesmo tempo aumentando a literacia digital de todos na equipa.

Any colour you like...

30 anos



Welcome HOME - since 1992

RUSSELL & DECOZ
REAL ESTATE

Licença AMI:870

Tel.: +351 289 792 785

www.russell-decoz.com



Algarve - Portugal

“Portugal é um destino irresistível”

A Lince Real Estate conta com seis anos de atividade no mercado imobiliário, sendo uma empresa totalmente portuguesa, lançada por Vasco Pereira Coutinho. Especializada no segmento alto do mercado residencial e com uma equipa que conhece o mercado e faz questão de ser próxima dos clientes, de forma a poder rapidamente encontrar as soluções que procuram, a Lince Real Estate tem para venda alguns projetos marcantes na cidade de Lisboa, como explica Vera Eloy, diretora comercial.

A Lince Real Estate nasce da experiência de um grupo familiar que opera no mercado imobiliário em Portugal há quase 40 anos. Como se distingue a Lince Real Estate das restantes concorrentes?

A Lince Real Estate nasceu em 2016 e dedica-se desde então quase em exclusivo ao mercado residencial, mais precisamente ao segmento alto do mercado e a zonas muito específicas de Portugal.

Somos uma empresa 100% portuguesa, com uma equipa experiente, profissional e com um vasto conhecimento do mercado. Fazemos por conhecer e respeitar o espaço dos nossos clientes, apostamos na transparência, somos próximos e assertivos nas soluções que encontramos. É esse o nosso principal foco.

Quais os projetos que destacaria, enquanto exemplos daquilo que a Lince Real Estate tem no mercado?

Há muitos projetos interessantes a nascer, tanto nos centros urbanos, como em zonas de praia ou campo. Destacamos em Lisboa o empreendimento High Lapa, já concluído e em fase de licenciamento, inserido numa zona residencial do bairro da Estrela. É indiscutivelmente um exemplo de um projeto que vai valorizar muito o bairro e a cidade. Como este, destaco também o Pátio da Cordoaria, um projeto que vai nascer na Ajuda com a assinatura da arquiteta Teresa Nunes da Ponte, que se dedica a projetos de restauro e reabilitação, com especial incidência em património e espaço urbano. Só por isto este projeto garante elegância, qualidade e sucesso numa excelente localização, tão próxima do rio Tejo.

Como avalia o mercado do arrendamento em Portugal? É uma boa solução para quem não quer/não pode comprar casa ou, considerando o valor das rendas, a melhor opção é adquirir habitação própria?

O mercado de arrendamento tem estado muito



Vera Eloy
Diretora comercial

ativo, já há bastante tempo, precisamente por ser uma ótima solução para quem não pode ou não quer comprar casa. Os números disponíveis em 2022 mostram que não só existe um aumento nos números de contratos de arrendamento fechados, bem como um aumento nos valores das rendas das casas. No terreno, na zona da Grande Lisboa, sentimos uma enorme escassez de produto disponível, dentro dos vários segmentos de mercado, o que nos limita também a nós na ajuda aos clientes que procuram opções para arrendamento de longa duração. A regulação, ou não, dos mercados de arrendamento, tem sido um tema muito debatido, com diferentes opiniões

públicas e quaisquer medidas tomadas pelo Governo vão ter um forte impacto no futuro deste mercado.

Dada a posição geográfica de Portugal, isso pode garantir-lhe alguma estabilidade no que respeita a negócios e investimentos nesta área, considerando a incerteza que paira sobre a economia mundial, atualmente?

O investimento estrangeiro feito em imobiliário em Portugal tem batido recordes nos últimos anos. Mesmo tendo atravessado a pandemia, que levou a antecipar um cenário negro para o setor, a verdade é que o mercado não tremeu, seguiu em modo expansão, cresceu e ultrapassou todas as expectativas. Fatores atrativos como a segurança e hospitalidade, o clima, a gastronomia e o equilibrado custo de vida são apontados como críticos para o sucesso do nosso país, que está completamente afirmado hoje como um destino não só de férias, mas de residência e investimento para estrangeiros.

Como antecipa a atratividade do mercado imobiliário português para investimento estrangeiro, nos próximos tempos?

Apesar da conjuntura internacional ser preocupante, com a situação de guerra, da inflação, da subida das taxas de juro, dos preços dos combustíveis, Portugal mantém os seus inúmeros fatores altamente sedutores que atraem qualquer cidadão do mundo, tanto para investimento como para viver, e por isso o mercado imobiliário continua muito ativo. Nos últimos anos fomos capazes de desenhar e implementar programas verdadeiramente interessantes para atrair investimento estrangeiro, tão importante para o crescimento económico que ambicionamos. Queremos acreditar que o quadro legal, no que diz respeito ao investimento estrangeiro e também ao licenciamento urbanístico de projetos, vai ficar cada vez mais atraente e, assim, reafirmar o nosso país como um destino irresistível.



LINCE
REAL ESTATE

AO ENCONTRO DO SEU ESPAÇO

WWW.LINCEREALSTATE.COM



“S&P - Luxury Real Estate, a marca criada a pensar em si”

A S&P Luxury Real Estate é uma agência imobiliária que prima pelo seu serviço dedicado ao cliente. De acordo com Gustavo Soares, cofundador deste projeto, o objetivo é servir o cliente de uma forma absoluta, de maneira que este não tenha de se preocupar com nada, no que respeita à sua transação ou gestão do imóvel. Apostada em estar na vanguarda, sempre, a S&P Luxury Real Estate estabeleceu um protocolo para transacionar imóveis em criptomoedas e está a fixar equipas, um pouco por todo o país, para garantir um atendimento de âmbito nacional.

A S&P Luxury Real Estate nasce de uma vontade de trazer ao cliente um serviço de qualidade, dedicado a ele e ao desígnio de procura de casa. Que características destacaria na vossa forma de trabalhar?

A S&P é, de facto, uma marca criada a pensar no cliente final. Dediquei-me a esta área do imobiliário porque percebi que o mercado necessitava disto, de uma agência que trabalhasse para o cliente. Alguns produtos devem ser vendidos de pessoas para pessoas, e este mais do que nunca, dado o investimento em causa e a importância do mesmo para uma família. Dedicamo-nos aos nossos clientes e, hoje, eu e a minha sócia, Sara Prata, trabalhamos grande parte com base em referências. Trabalhamos muito com clientes investidores e particulares. No caso dos estrangeiros, temos alguns que nunca vieram a Portugal. Nós fazemos a remodelação, voltamos a pôr no mercado, para revender ou arrendar, e ainda fazemos uma gestão do arrendamento. Fazemos um estudo total do mercado e, por isso, cada vez mais os clientes gostam de trabalhar connosco.

Enquanto profissional com bastante experiência no ramo imobiliário, como avalia o momento que o mercado atravessa, atualmente?

Há muitas pessoas a dizerem que os preços vão baixar tendo em conta as novas regras do crédito habitação e as novas taxas de juro, mas o que nós aprendemos desde sempre é que tem a ver com a lei da oferta e da procura: enquanto houver procura, e a oferta não conseguir colmatar essa necessidade, os preços continuarão a subir. Poderemos mesmo entrar numa situação de especulação de preços. A cidade de Lisboa só pode crescer em altura, e mesmo esses imóveis serão mais pequenos. Todavia, serão de luxo e terão estacionamento, algo tão difícil de conseguir em Lisboa. A população de classe média-baixa acaba por procurar a periferia da cidade, o que não tem de ser mau, pois permitirá um desenvolvimento dessas regiões, no que respeita a melhores construções, imóveis de luxo e uma modernização dos espaços urbanos.



Gustavo Soares e Sara Prata
Cofundadores

Qual a sua opinião sobre a necessidade de criar novamente uma legislação que obrigue a uma formação mínima, para que depois os novos consultores possam – aí sim – ter acesso ao mercado imobiliário e ao contacto com clientes?

Relativamente à formação, creio que tem de existir o mais rapidamente possível. E tem vantagens a todos os níveis. Primeiro, assegura que os consultores imobiliários conseguem exercer a profissão dentro dos parâmetros que a profissão exige. Esta legislação e a obrigatoriedade da formação farão com que a profissão tenha mais credibilidade junto dos clientes finais. No entanto, se o mercado português fosse como o norte-americano ou o francês, em que um proprietário ou um cliente comprador só pudesse transacionar um imóvel através de uma agência imobiliária, isso dar-nos-ia maior segurança. Tínhamos a garantia de que podíamos investir tempo a encontrar um imóvel que se adaptasse às exigências de um cliente, sem medo de que o mesmo acabasse por ir fazer a transação com outra agência imobiliária.

Como se posiciona a S&P Luxury Real Estate relativamente ao futuro e ao mercado que trabalha, de forma particular?

Abrimos escritórios no Porto e no Funchal e estamos em fase de negociação para outros em Óbidos, no Algarve e no Alentejo. Além disso, acredito muito no marketing digital, por isso trabalhamos com uma agência de marketing que nos ajuda com o marketing pessoal e da agência e fazemos questão de estar um passo mais à frente. Como exemplo, destaco o facto de termos fechado uma parceria com a Rhamos Properties, empresa que detém o único portal imobiliário português que só faz transações em criptomoedas. Trabalha, inclusivamente, com a criptomoeda portuguesa RHP, que é uma stable coin e, por sofrer menos de oscilações no seu valor, está ligada à venda de imóveis. Se o futuro nos direciona para um mercado mais digital, a S&P acompanha a tendência e queremos ser os primeiros a lá chegar.



LUXURY
REAL ESTATE

VENHA FAZER PARTE DE UMA
EQUIPA VENCEDORA

“Aljezur é perfeito para famílias e investidores”



Jemma Guthrie e Pedro Barata da Rocha
Diretores

Pedro Barata da Rocha e a mulher, a neozelandesa Jemma Guthrie, criaram a Guthrie Rocha Properties há cinco anos, para servir Aljezur. Esta é uma região muito única, que conjuga a praia e o verde do campo, o que lhe dá um charme natural característico. Os seus habitantes formam uma comunidade unida e representativa das muitas nacionalidades que Portugal alberga. A próxima aposta desta imobiliária são os arquipélagos da Madeira e Açores, cujas características naturais se assemelham, em parte, a esta região algarvia.

Na nossa primeira entrevista, explicou o conceito da Guthrie Rocha como sendo uma empresa criada e adaptada a Aljezur, onde os negócios se baseiam na confiança e conhecimento da comunidade. No entanto, têm expandido o vosso mercado para outras regiões algarvias (e mesmo fora do Algarve, como é o caso do Funchal). Estas mudanças aconteceram de forma calculada ou tal deve-se à interação com os clientes?

Na realidade, começámos a olhar com muito interesse para as ilhas, Madeira e Açores, por ser um tipo de mercado que se adapta ao nosso comprador-tipo. O nosso lema “invest in the west” tenta cativar investidores para as zonas mais oeste, mais selvagens. No caso da Madeira, começámos a notar que muitos dos nossos compradores de Aljezur tinham interesse em diversificar o portfolio imobiliário em zonas menos exploradas, como é o caso da zona oeste da ilha da Madeira. A mesma coisa com zonas mais remotas dos Açores, onde a natureza é a rainha e valoriza-se a envolvente, o verde e a procura por um local mais isolado.

Quais são os desafios particulares, quando falamos no mercado de Aljezur, considerando agora o momento conjuntural que o mundo atravessa?

Sem dúvida que o maior desafio é o do acesso à

construção. E com pouca oferta nova, a tendência será a de haver aumento de preços no tipo de imóveis onde há mais procura. Temos poucas empresas construtoras, as que existem têm grande dificuldade em ter mão de obra qualificada e que se fixe no concelho. Como têm equipas pequenas, estão sem capacidade de aceitar obras. A burocracia também assusta muitos investidores, sabendo que têm de esperar muito tempo por aprovação de projetos, seja de renovação de ruínas, ou de raiz, preferem investir em locais onde terão respostas de aprovação mais rápida. Sentimos os compradores mais ansiosos em ter algo “chave na mão”, querem sentir segurança e ter certezas. Se o concelho não oferece certezas, seja a nível de soluções de habitação, planeamento, burocracia, tempo de espera, soluções de serviços associados a imobiliária, poderemos ver um abrandamento no ritmo de investimento na zona.

A Guthrie Rocha já nota um aumento significativo nos preços dos imóveis?

Sim, os preços subiram de uma forma impressionante, o que complica a vida a quem quer comprar. Mas também houve muita gente a ter hipótese de vender imóveis em negócios que mudaram a sua vida financeiramente. É um pau de dois bicos. Como mediadores, temos mais interesse num mercado mais equilibrado entre compradores e vendedores, por isso se este aumento de juros do BCE provocar um

abrandamento na escalada de preços, poderá ser benéfico para alguns compradores e poderemos mediar muita habitação a valores mais acessíveis.

Falamos de uma realidade que lhe parece ser para continuar?

Penso que irá haver duas realidades distintas. Por um lado, imóveis em frente ao mar ou quintas bem localizadas irão continuar a subir na valorização. Por outro lado, nas zonas urbanas envolventes do concelho, vilas e arredores poderemos ver os preços a estabilizar.

Em que consiste o vosso sistema de vendas silenciosas?

Um proprietário tem hipótese de colocar um imóvel no mercado com mais sigilo. Muitas vezes, vendedores não querem que se saiba que têm determinado imóvel à venda e pretendem privacidade. Só revelamos a um determinado comprador esse imóvel se corresponder exatamente às características pretendidas e dentro do orçamento. Este método tem-se revelado de grande sucesso, pois focamo-nos muito na qualificação do cliente comprador. Muitas vezes, numa determinada zona, locais e moradores só acabam por saber que algo foi vendido meses depois, pois nem se aperceberam da venda. Respeitamos muito os pedidos de venda silenciosa e a confiança que depositam em nós.

A comunidade de Aljezur continua a ser constituída por muitos estrangeiros que optam por aquele local para viver?

Sim, cada vez mais. Penso que já chegam perto dos 25% a nível de residentes, mas também vemos cada vez mais – felizmente – portugueses de outras zonas do país a mudarem-se.

Como caracteriza Aljezur e quais os principais pontos diferenciadores e atrativos da região?

A principal característica de Aljezur é a sua beleza natural. Tem uma mistura rara de campo com praia. A vila tem imenso charme, carácter e história. Mas depois deslocamo-nos alguns quilómetros e encontramos uma costa imensa, onde temos as melhores praias, falésias e trilhas do país. O ponto diferenciador da Costa Vicentina, relativamente à Alentejana, é a proximidade com Algarve Sul - Lagos, Portimão e Faro estão perto. Temos o sol algarvio e o espírito alentejano numa mistura única de verde e praia.

O investimento estrangeiro já é,

atualmente, uma das principais formas de fazer negócio na região?

Sim, sem dúvida. Desde que tenham boas ligações de internet, muitas famílias trabalham remotamente e querem viver na região, sabendo que têm o aeroporto de Faro a uma hora e meia de distância, com ligações para as principais cidades europeias.

Quão importante é o mercado internacional para a Guthrie Rocha?

Representa cerca de 60% da nossa clientela, tanto compradora como vendedora. Na parte dos vendedores, a maioria veio para a região nos anos 90/2000 e agora estão em idade avançada, a precisar de regressar aos seus países. A nível de compradores, são sobretudo famílias entre os 30 e os 50 anos, com crianças.

A Guthrie Rocha foi distinguida, em 2021, com o selo "PME Top 5%", atribuído pela Scoring. Isso foi importante para a empresa?

Deu-nos um "boost" de confiança no sentido de sentirmos que estamos no



Equipa Guthrie Rocha Properties

caminho certo e a tomar as opções estratégicas mais corretas. Queremos estar nesta indústria a longo prazo e não apenas sermos fortes num cenário económico positivo. Sustentabilidade e resiliência são pilares nossos.

Como avalia o progresso feito até ao momento?

Extremamente positivo, graças a uma equipa unida, profissional e com

sentido de comunidade. Estamos a crescer de uma forma saudável.

O que se desenha como objetivos, a curto e médio prazo?

Solidificar a nossa presença na zona da Costa Vicentina e Sudoeste Alentejano e diversificar a oferta nas ilhas.

INVEST IN THE WEST

www.guthrierochaproperties.com



LET US HELP YOU FIND YOUR DREAM PROPERTY IN THE SENSATIONAL SOUTHWEST COAST OF THE ALGARVE. OUR TEAM OF LOCAL AGENTS, WITH EXPERT KNOWLEDGE OF THE AREA, WILL ASSIST YOU ALL THE WAY.

JUST 25 MINUTES AWAY FROM LAGOS, A WHOLE OTHER WORLD AWAITS YOU.
CALL US NOW AND COME TAKE A LOOK +351 933 420 203

DESENVOLVIMENTO CRIATIVIDADE

A Valor Magazine traz novamente até si o tema Portugal Criativo, onde continuamos a analisar e seguir o trajeto daqueles empreendedores que fazem o país evoluir. As empresas também não são deixadas para trás, até porque muitas delas são excelentes exemplos do que de melhor se faz em Portugal, nas mais variadas áreas de atividade.

Com a atual conjuntura a impor a sua presença à economia mundial, a escalada do preço das matérias-primas continua, bem como as dificuldades para garantir a existência dos mesmos, em alguns setores de atividade, para quem a logística é um suporte fundamental do seu trabalho.

No entanto, as empresas não desistem de continuar o seu trabalho, por isso a Valor Magazine continua a trazer-lhe exemplos dessa resiliência, como é o caso da B.Time.

Empreendedorismo e criatividade feminina

Este é o subtema que integra o Portugal Criativo e que destaca, particularmente, as mulheres e o seu trajeto profissional.

Ao longo do tempo, a mudança que o mercado de trabalho foi sofrendo permitiu às mulheres uma maior ascensão a cargos de liderança, mas a tendência mais marcante ainda continua a ser, apesar de tudo, a criação do próprio negócio, sendo Portugal um dos países onde tal mais se verifica.

Esse é justamente o caso de Sofia Dias, que criou a sua própria empresa e que nos conta a sua história mais à frente, nestas páginas.

EMPREENDEURISMO

Liderança TECNOLOGIA

- > **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"**

“O foco na retenção de talento torna-nos atrativos”

A B.Time é uma organização com mais de 30 anos de atividade que, ao longo dos últimos anos, tem vindo a melhorar a sua política de retenção de talentos. Melhorias das ferramentas de trabalho, atualizações tecnológicas constantes, política de progressão salarial e uma política de conciliação entre trabalho presencial e home office têm ajudado a que os colaboradores se sintam mais felizes e produtivos.



Como caracteriza a B.Time, no que respeita à sua área de atividade e à política de retenção de talentos utilizada para com os recursos humanos da empresa?

A B.Time é uma organização com quase 30 anos e que cresceu focada nos seus clientes, através da prestação de um serviço de excelência. Este crescimento ocorre acompanhado por uma equipa estável, que partilha os valores da organização, e que se sente integrada dentro dos ideais e objetivos da empresa. Nos últimos anos, a B.Time tem-se focado em melhorar a sua gestão de recursos humanos, nomeadamente ao nível da atribuição das melhores ferramentas e condições de trabalho, da sua contínua flexibilização, da formação dos recursos e do seu reconhecimento. O foco na retenção de talentos tem tomado a B.Time numa empresa atrativa para se desenvolver o percurso profissional. Neste

âmbito, destacamos: a criação de um modelo de carreira, que permite aos colaboradores trabalharem com objetivos de crescimento definidos e tangíveis, sustentado por um método de avaliação que ajuda cada profissional a perceber os seus pontos fortes e as suas oportunidades de melhoria; a melhoria das condições salariais, que nos orgulhamos de ter conseguido rever em todos os anos da história da empresa; a preocupação com o ambiente de trabalho, que é essencial para o bem-estar diário de toda a equipa e fomenta o espírito de equipa; o contínuo investimento em ferramentas tecnológicas, que permitam a todos os colaboradores estarem sempre atualizados e um passo à frente no mercado, mas também usufruir da flexibilidade do trabalho remoto sem comprometer o sucesso do seu trabalho; o convite à participação ativa de toda a equipa nas sugestões e críticas, dando à direção da empresa os inputs necessários para trabalhar na satisfação e conforto de cada colaborador.

assim obter uma maior qualidade de vida, sem deixar de equilibrar os momentos de foco em casa com uma saudável interação de equipa.

Quais os desafios que o mercado reserva, proximamente, no que respeita aos recursos humanos e à sua retenção? Quais serão as capacidades mais procuradas, em breve?

O mercado da contabilidade está em mudança - as novas tecnologias e a possibilidade de utilizar ferramentas avançadas tem tornado a profissão cada vez mais apelativa a jovens profissionais. Este mercado enfrenta também uma onda de crescimento, com a proliferação de empresários estrangeiros a abrir empresas em Portugal. Portanto, a procura é cada vez maior, mas também a exigência o será. Estimamos que, no futuro, as capacidades humanas e intelectuais marcarão a diferença nesta área, porque o nosso trabalho “manual” tende a ser cada vez mais substituído por ferramentas informáticas. Em termos de contabilidade pura e dura, quem tiver uma elevada capacidade analítica e uma excelente comunicação com o cliente terá sempre um lugar privilegiado. Internamente, e porque sabemos a importância da estabilidade e coesão, os fatores de diferenciação passarão pela recetividade à mudança e gosto pela inovação, mas também a forma como se trabalha em equipa, a capacidade de liderança e, muito importante também, autoliderança. Conhecermo-nos como profissionais é tão importante como conhecermos a nossa equipa e organização, sendo ambos essenciais para participar e construir de forma consistente, que é o que nos mantém motivados para o que o futuro nos reserva.

Quando recrutam talentos, quais são as principais características que procuram num colaborador?

O conhecimento é certamente valorizado, no entanto, procuramos cada vez mais pessoas com proatividade, resiliência, humildade e vontade de aprender. Também o compromisso com o cliente e o espírito de equipa são competências importantíssimas.

Quais os principais pontos de atração de colaboradores que a B.Time oferece aos recursos humanos?

Procuramos sempre oferecer toda a formação necessária, ferramentas de trabalho avançadas e o melhor suporte técnico ao alcance de qualquer colaborador. Também a flexibilidade para o teletrabalho tem sido um fator atrativo para os colaboradores, que conseguem



www.btime.pt

Contabilidade
Assessoria Fiscal
Gestão
Consultoria



“Valorizarmo-nos e acreditarmos que somos capazes é a chave do sucesso”



Sofia Dias é engenheira civil e assume que a Reabilitação é a sua área de interesse. Criou o seu próprio negócio, através do Querido Obras e, atualmente, a marca Querida Sofia Dias ajuda famílias a reabilitar as suas casas. Enquanto empresária e formada numa área onde a maioria dos alunos são homens, Sofia Dias sentiu por diversas vezes que era tratada de forma diferente, profissionalmente, por ser mulher. Com perseverança, profissionalismo e constantes provas da sua capacidade, conseguiu ganhar o respeito dos seus pares. Às mulheres que querem criar o seu próprio caminho profissional, Sofia Dias aconselha humildade e algo fundamental: acreditar que se é capaz.

A Sofia Dias fez parte do projeto Querido, Mudei a Casa. Quanto importante é, para si, este projeto e de que forma se revê no mesmo?

Participar no projeto do Querido Mudei a Casa foi uma experiência enriquecedora e muito desafiante. Sair da nossa zona de conforto e abraçar desafios que nos testam os limites, tanto físicos como emocionais, ajuda-nos a desenvolver novas competências. Trabalhar e, com isso, mudar a vida das pessoas foi uma sensação muito gratificante.

Porquê a opção pela área da construção/remodelação, obras e decoração?

Em 2016, quando constitui a empresa que dá vida à Querida Sofia Dias, o objetivo foi inovar na área das obras e da construção. Apesar de todos termos as nossas veias criativas, devemos entregar a quem tem experiência e know-how a responsabilidade de tomar as decisões acertadas para o espaço. Fazer uma remodelação não é apenas melhorar a estética, é melhorar a funcionalidade do espaço. As ferramentas do conhecimento técnico ajudam a tomar as decisões mais ponderadas, minimizando os erros e as alterações ao longo da obra.

Sofia Dias
CEO

Em Portugal, as mulheres são as principais responsáveis por avançar com negócios próprios. O que a fez, no seu caso, assumir um negócio próprio?

A independência financeira e profissional foram os maiores pesos para esta decisão e, de seguida, a diferenciação e a minha afirmação. Eu não me identificava com o que todos faziam e como faziam, e procurei desenvolver o meu estilo e a minha marca neste mercado que está "tão mal tratado". Quando não nos identificamos só temos duas hipóteses: ou nos tornamos pessoas acomodadas ou temos de caminhar em direção àquilo em que acreditamos. Sou uma lutadora, não permito que me digam que não sou capaz só por ser mulher.

Quais os maiores desafios que enfrentou, até ao momento, na sua carreira, que acredita poderem ter sido agravados/influenciados pelo facto de ser mulher?

Ser mulher no mundo de homens é algo a que me fui habituando desde a época da faculdade. É necessária alguma resiliência e firmeza para nos destacarmos. Felizmente, sinto que este estigma tende a dissipar-se na sociedade atual. Nos dias que correm, ainda é um desafio diário coordenar equipas totalmente constituídas por homens. Quando comecei, chegar à obra e ser vista como uma miúda pouco credível foi um processo difícil. Eram situações tão simples como ter uma casa de banho só para mim ou aceitar uma diretiz minha. Tive de encontrar estratégias para comunicar e ser ouvida. Aos poucos, fui ganhando a confiança de todos. Saber ouvi-los, partilhar as dificuldades, assumir responsabilidades e trabalhar em equipa foram algumas das ferramentas para ser vista como a Engenheira Sofia e merecer respeito.

A inteligência emocional é fulcral para gerir um negócio e transformá-lo num sucesso, mas existem outras características determinantes para o sucesso. Quais as características que, enquanto líder, lhe parecem mais importantes para gerir eficazmente um negócio, as equipas e a sua vida familiar?

Ter inteligência emocional é sem dúvida uma das

armas mais fortes, mas o autoconhecimento e a capacidade de gestão também. Temos de estar em constante alerta, pois gerir pessoas e prestar serviços é um desafio constante. Conhecermo-nos e acreditarmos que somos capazes é fulcral para tomarmos decisões de forma mais segura. Saber tomar uma decisão e sermos responsáveis pelas suas consequências faz toda a diferença e transmite segurança a todos os que nos rodeiam. Ter uma atitude firme e de partilha de liderança torna o grupo mais coeso e assim os objetivos alcançam-se com mais facilidade. Nada se faz sem humildade, ser humilde em tudo é essencial, pois é assim que somos verdadeiros para connosco e para com os outros.

"Sou uma lutadora diária, não permito que me digam que não sou capaz só por ser mulher".

Como avalia o mercado de trabalho nacional, no que respeita à capacidade de as mulheres conseguirem alcançar cargos de topo de gestão empresarial? Ainda considera que existe "um caminho a percorrer"?

Sem dúvida que ainda existe um longo caminho a percorrer. Ainda existem alguns setores na sociedade que continuam a ver a mulher como aquela que tem a obrigação de ser responsável pelo cuidado familiar, em detrimento do seu papel profissional. Contudo, têm sido alcançados grandes progressos. Na rede Querido Mudei a Casa Obras já são muitas as unidades lideradas por mulheres.



Que mensagem gostaria de deixar às mulheres que gostariam de iniciar uma carreira em nome próprio?

Quando me pedem conselhos para vingar num setor, sobretudo, de homens, eu prefiro apenas referenciar algumas máximas, sobretudo aquelas que eu vivencio diariamente e que me dão provas de estar no caminho certo. Ser mulher não é ser menos sábia, menos forte nem menos capaz. Temos de saber usar a nossa força naquilo em que somos boas e canalizá-la para o que fazemos todos os dias. Enquanto engenheira civil e gerente de uma empresa, diria que valorizarmo-nos e acreditarmos que somos capazes é a chave do nosso sucesso pessoal. Eu não acredito que sou uma mulher no mundo dos homens. Eu acredito que estou num mundo de grandes homens e incríveis mulheres.

DA TV PARA SUA CASA!



211 162 001
queridoobras.pt



OBRAS

“As práticas sustentáveis fazem parte do ADN da Norauto”

A sustentabilidade é um tema premente na sociedade e todas as empresas se preocupam com este assunto. A Norauto, empresa de origem francesa que está em Portugal há 26 anos, já nasceu com ADN sustentável. O compromisso da empresa é alcançar a neutralidade carbónica em 2050, mas até lá, todos os dias a atividade da empresa é marcada pelos gestos de reutilização, reciclagem e de implementação de uma “economia circular”.

Há quanto tempo resolveu a Norauto adotar algum tipo de prática empresarial sustentável? Quais foram, inicialmente, os maiores desafios/resistências que encontraram?

A Norauto nasceu em França há mais de 50 anos, chegou a Portugal em 1996, com um propósito que hoje faz ainda mais sentido “Porque a mobilidade é essencial para todos, comprometemo-nos a assegurar uma mobilidade sustentável para todos”, isto significa que as práticas sustentáveis fazem parte do nosso ADN desde o primeiro dia, quer seja através da nossa atividade na reparação de veículos e no compromisso com a triagem de resíduos, mas também nas práticas e políticas de RH que colocam as pessoas e as suas necessidades no centro das decisões. A visão atual de sustentabilidade evoluiu bastante, tal como têm aumentado os problemas ambientais, sociais e económicos e cabe-nos acompanhar essa evolução, encarando-a como um grande desafio que nos incentiva a acelerar, a estabelecer metas concretas, a inovar e a desenvolver cada vez mais ações.

A Norauto tem várias ações que visam a sustentabilidade, nas suas variadas áreas de trabalho. Quais aquelas que destacaria?

A sustentabilidade faz parte da cultura da empresa e, nesse sentido, é transversal a todas as áreas e o compromisso de sermos neutros em carbono é algo que é partilhado pelas equipas.

Sentimos igualmente a necessidade de ser um dos atores da transição para uma mobilidade mais sustentável, através da oferta e disponibilização do maior número possível de soluções para limitar o impacto das deslocações dos nossos colaboradores e clientes. Isto pode ser visto, por exemplo, na nossa gama de scooters elétricas, trotinetes e bicicletas de assistência elétrica, para satisfazer as novas exigências dos utilizadores. O



Ana Pimenta
Responsável de Comunicação Interna, Sustentabilidade e Impacto Positivo

novo serviço de descarbonização a hidrogénio - Eco Serviço - é igualmente um bom exemplo da inovação dos nossos produtos face aos desafios de redução de emissões de Co2.

Em 2021, disponibilizámos as primeiras Recycling Walls nos centros Norauto, um espaço dedicado à reciclagem de produtos com uma dupla missão, por um lado sensibilizar para as questões ambientais e, por outro, recolher os produtos que normalmente o cliente colocaria no lixo, como

tapetes ou escovas. Paralelamente a estas preocupações, a Norauto tem investido em serviços inovadores, produtos eco friendly, redução do packaging e no ecodesign de produto, apostando na conceção ecológica e na preservação dos recursos naturais.



permite a recolha de todo o cartão utilizado, por exemplo no packaging, transformando-o em sacos de papel que disponibilizamos aos nossos clientes.

A Norauto foi distinguida com a certificação Ouro da EcoVadis. O que representa para a empresa esta distinção? Existem outras, além desta, que gostaria de salientar?

O resultado desta avaliação vem reafirmar o nosso compromisso para com a responsabilidade social da empresa e alcançar o Ouro no primeiro ano de avaliação confirma todo o trabalho desenvolvido nesta área, mas sobretudo motiva-nos a continuar a desenvolver os objetivos e as metas que definimos em relação à sustentabilidade. Esta avaliação veio reforçar o prémio recebido, já este ano - 1º lugar no Índice de Excelência, na categoria de Grandes Empresas - que premia as empresas com as melhores práticas de gestão, da responsabilidade da Consultora Neves de Almeida.

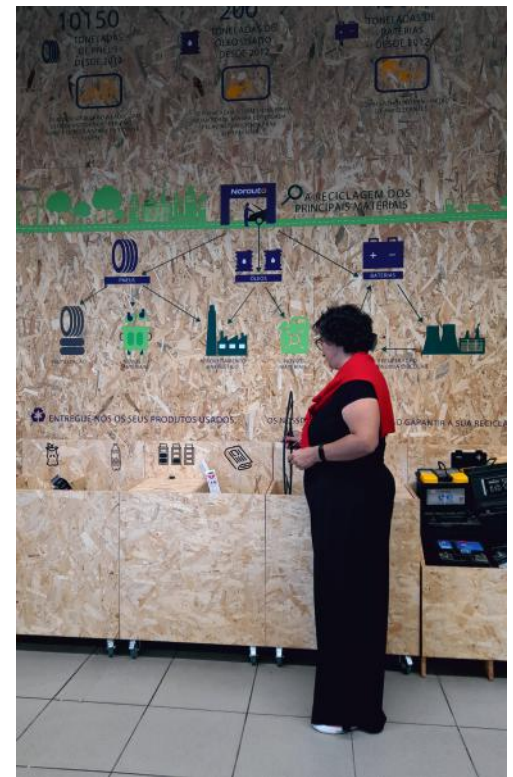
A Norauto afirma que “as boas práticas de sustentabilidade fazem parte do nosso ADN”. Como se forma os colaboradores para a importância destas práticas?

Existe um grande compromisso da gestão de topo com o assunto, e uma transversalidade em todas as áreas da empresa, com uma estratégia que está integrada, próxima do negócio e no centro das nossas soluções. A sensibilização começa no onboarding e prolonga-se por todo o employee life cycle, através de ações regulares como workshops, mesas redondas e formações e-learning de forma a alcançar 100% dos colaboradores. A comunicação é feita de forma regular e a transparência nas ações e nas comunicações para colaboradores e clientes assume também um papel estratégico nesta

Que objetivos esperam obter, anualmente, no que respeita à poupança de recursos ou à reutilização dos mesmos?

Como parte da nossa melhoria contínua, criámos um roteiro de "economia circular" cujo objetivo é produzir bens e serviços de forma sustentável, limitando o consumo e desperdício de recursos (matérias-primas, água, energia), bem como a produção de resíduos.

Estabelecemos anualmente objetivos ambiciosos relativamente à poupança de recursos naturais, como a água ou a energia, e antecipamos que as metas serão cumpridas graças a vários projetos em curso, como a substituição dos nossos equipamentos de trabalho ou a otimização das lavagens das nossas oficinas. Estamos igualmente a iniciar um projeto de economia circular que



consciencialização. Além disso, temos objetivos integrados no negócio que nos relembram a nossa missão de “disponibilizar soluções de mobilidade sustentável a todos os automobilistas”.

A seu ver, ainda há um longo caminho a percorrer para que os negócios sejam, na maioria, mais sustentáveis? No caso específico da Norauto, o que falta ainda fazer para aperfeiçoar o vosso dia a dia sustentável?

Existem ainda muitos desafios para que, na sua maioria, os negócios possam ser sustentáveis sobretudo a nível cultural e social, o que por si só é mais demorado. Claro que ainda há muito a fazer também a nível de políticas e evolução tecnológica que permita substituir o atual paradigma de negócios, cada vez mais esgotado, por um que garanta um futuro para as gerações seguintes. No caso específico da Norauto ainda temos um longo percurso a fazer, é um caminho que se faz todos os dias, em equipa e de forma consolidada. Continuaremos a investir na mobilidade sustentável, na manutenção de veículos elétricos e híbridos, em serviços de aluguer e segunda mão e sobretudo na circularidade, para que cheguemos a 2050 com o nosso objetivo cumprido: ser neutros em carbono.



EUVG - Escola Universitária Vasco da Gama

Pioneira no Ensino da Medicina Veterinária em Portugal

A EUVG, sita em Coimbra, já conta com mais de duas décadas ao serviço do ensino superior, e além de ter sido a primeira instituição, na vertente privada, a disponibilizar o curso de Medicina Veterinária, é ainda hoje a única na Região Centro. Privilegiando práticas pedagógicas diferenciadoras, a EUVG acredita que tal lhe permite assegurar aos estudantes uma capacitação universal, através da teoria, da prática, da investigação e do pensamento crítico.



Professora Doutora Sofia Duarte (Coordenadora do Mestrado Integrado em Medicina Veterinária)
 Professora Doutora Sofia Anastácio (Coordenadora da Licenciatura em Ciências Bioveterinárias)
 Professor Doutor Hugo Vilhena (Coordenador do Mestrado em Medicina Interna de Animais de Companhia)

Como definiria e caracterizaria o vosso modelo de ensino? É possível congrega a componente teórica com a prática?

A EUVG prima por um modelo de ensino-aprendizagem centrado no estudante, dinâmico e focado no desenvolvimento de um perfil de competências desde o primeiro dia, respondendo aos desafios que os futuros profissionais enfrentarão e às necessidades e expectativas do mercado de trabalho e da sociedade em geral.

Quais os cursos que disponibilizam atualmente?

A oferta formativa é composta por quatro ciclos de estudo: o Mestrado Integrado em Medicina Veterinária; a Licenciatura em Ciências Bioveterinárias, que veio confirmar o potencial

inovador da instituição e, mais recentemente, o Mestrado em Cirurgia de Animais de Companhia (acreditado em 2021) e o Mestrado em Medicina Interna de Animais de Companhia (acreditado em 2022).

O Mestrado Integrado em Medicina Veterinária foi o primeiro a integrar estágios práticos a partir do segundo ano. Que mais-valias oferece este Mestrado Integrado, no que respeita à possibilidade de os alunos apreenderem os conteúdos de forma mais próxima, integrada e em relação direta com a realidade diária de um veterinário?

O Mestrado Integrado em Medicina Veterinária da EUVG é marcadamente diferenciador desde a sua implementação. Através das Práticas Veterinárias

Integradas (estágios intercalares) desenvolvidas durante um mês, a par dos bancos clínicos, das aulas práticas em contexto de laboratório, em salas de modelos simuladores, nos hospitais (de animais de pequeno e grande porte), e do trabalho de campo, é promovida a integração do estudante, ao longo do percurso formativo, na realidade do exercício da profissão nas suas variadas vertentes. A integração recente de áreas emergentes da Medicina Veterinária no seu plano de formação (também ele em reestruturação) e o constante reforço das ferramentas e standards internacionais do seu treino prático (ex.: logbook EUvetBOOK) preservam o objetivo de continuar a formar médicos veterinários com o perfil de competências pessoais e profissionais adequadas ao exercício da profissão.

A Licenciatura em Ciências Bioveterinárias é mais direcionada para quem almeja conjugar o conhecimento e a investigação em ambiente laboratorial. Era algo que faltava à oferta formativa de ensino superior no país? Quais as suas características principais?

A Licenciatura em Ciências Bioveterinárias é única na rede de formação nacional e visa desenvolver competências nas áreas de biossegurança, bioética e bem-estar animal, direcionadas para a investigação, indústria, diagnóstico e transferência de tecnologia. Nos primeiros anos de formação são adquiridos conhecimentos e competências fundamentais nas várias componentes da saúde animal e, no último ano, são desenvolvidas competências para a realização de técnicas de investigação em sistemas biológicos e não biológicos, relevantes para a medicina animal e humana. A formação culmina com o desenvolvimento de um Projeto de Investigação Experimental que promove a aplicação de conhecimentos adquiridos. O estudante é incentivado a realizar estágios extracurriculares que permitem desenvolver competências práticas, bem como contactar com o ambiente profissional.

A EUVG disponibiliza dois outros Mestrados, recentemente acreditados, cujo objetivo é que os profissionais da Medicina Veterinária possam prosseguir os estudos enquanto desenvolvem a sua atividade profissional.

Como caracterizaria ambos os Mestrados?

Os Mestrados em Cirurgia de Animais de Companhia e em Medicina Interna de Animais de Companhia enquadram-se numa perspetiva de aprendizagem ao longo da vida, que permite um aprofundamento e atualização da formação de base em Medicina Veterinária, de forma a acompanhar a evolução do conhecimento e das competências na área. São organizados em regime modular e lecionados por um corpo docente altamente especializado nas diferentes áreas da Medicina Veterinária. Através do projeto científico a desenvolver pelos estudantes no último ano, garante-se o contributo para o desenvolvimento técnico-científico a nível nacional e internacional.

Quão importante é o vosso Centro de Investigação Vasco da Gama e como contribui o mesmo para o desenvolvimento de novas soluções de saúde?

Enquanto unidade de Investigação e Desenvolvimento reconhecida pela Fundação para a Ciência e Tecnologia e pela Agência Nacional de Inovação, o Centro de Investigação Vasco da Gama (CIVG) ocupa um papel central na promoção das atividades de I&D no ecossistema EUVG. As áreas temáticas de I&D do CIVG integram-se no conceito transversal e interdisciplinar de Uma Só Saúde (One Health), tendo as Ciências Veterinárias como área principal, e quatro sub-áreas de interesse estratégico, nomeadamente: 1) Ciências Clínicas, 2) Sanidade e Produção Animal, 3) Biotecnologia e

Biologia Celular e 4) Saúde Pública e Ecossistemas. O CIVG visa promover e capacitar a integração em projetos de investigação e desenvolvimento de interesse para uma sociedade global, agregando equipas que envolvem docentes, investigadores e alunos.

Quais os desafios que o ensino superior enfrenta atualmente, e como poderá a EUVG contribuir para a sua mitigação?

O ensino superior enfrenta vários desafios. É essencial garantir que, de uma forma geral, os estudantes são capacitados com as competências transversais consideradas determinantes no futuro, designadamente as competências de comunicação, de trabalho em equipa, de resolução de problemas, de aprendizagem, planeamento e organização. Para isso, lançámos a EUVG Academia, uma unidade de formação que desenvolve e promove cursos não conferentes a grau, incluindo masters, pós-graduações, programas de especialização, cursos livres e outros, em formato presencial e online. O envolvimento dos estudantes, ao longo do seu percurso académico, em atividades letivas e de investigação promove a literacia científica enquanto ferramenta de trabalho. A integração da investigação é essencial para o desenvolvimento de pensamento crítico e capacidade de resolução de problemas. Esta capacitação transversal dos estudantes é entendida pela EUVG como um desígnio e uma marca identitária desde a sua génese.

OFERTA FORMATIVA

LICENCIATURA EM
CIÊNCIAS BIOVETERINÁRIAS

MESTRADO INTEGRADO EM
MEDICINA VETERINÁRIA

MESTRADO EM MEDICINA
INTERNA DE ANIMAIS DE
COMPANHIA

MESTRADO EM CIRURGIA DE
ANIMAIS DE COMPANHIA

A EUVG É A ESCOLHA CERTA PARA SI!

SAIBA MAIS EM:



CANDIDATURAS ABERTAS

"A Ordem dos Médicos não pode sacudir a água do capote no fecho de urgências"

A propósito da situação de alarme e luta política que assistimos contra a Ministra da Saúde. É certo que a mesma, não obstante o esforço demonstrado durante a pandemia, que foi louvável e contribuiu, decididamente, para evitar mais mortes, tendo conseguido, atabalhoadamente, controlar a situação, revelou ter pouca capacidade de planeamento estrutural e está, agora, a sofrer essa pressão.

No entanto, a Ordem dos Médicos tem que deixar de violar o seu Estatuto — artigo 3/2 — ao surgir umas vezes como o sindicato geral dos médicos e outras como veículo da oposição política. Surge como o sindicato geral dos médicos quando diz na televisão que é errado o Governo recorrer a tarefeiros; quando discute publicamente remunerações; e surge como veículo da oposição política quando critica as opções políticas do Governo sem sugerir alternativa.

Nos termos das alíneas b, c, i e j do artigo 3 do seu Estatuto, cabe à Ordem dos Médicos ter uma atitude e comportamento público que ajude a evitar que haja este nível de desorganização na saúde. A culpa não é só da ministra, é também de todos os que tendo, por lei, obrigação de defesa dos doentes e, inerentemente, do sistema de saúde de, ao invés de sacudirem a água do capote, apontando o dedo ao responsável político, não terem uma acção pró-activa em cumprimento do seu próprio Estatuto.

As Ordens profissionais estruturam, regulam e dignificam a profissão e os profissionais que a ela dão causa e dela fazem parte. Não são instrumentos de luta política deste ou daquele partido político, nem tão pouco são o lugar próprio para a promoção do Bastonário. Por isso, quando se dirigem ao público fazem-no em nome de todos os profissionais que representam e não em cumprimento ou de uma agenda político-partidária ou de uma agenda de promoção pessoal.

É o que os leva a serem respeitados e, de igual forma, serem ouvidos pelos órgãos de poder.



Victor Santos de Oliveira
Advogado

Agora, quando assim não é, não estruturam, não regulam as profissões a que a ela fundamentam nem dignificam os profissionais que, igualmente, dela fazem parte. E o resultado é a completa desestruturação da profissão que devem regular e, por consequência, todo o Serviço Nacional de Saúde, neste caso.

Surge da memória o exemplo do médico que não identificou a má formação do feto na ecografia, pendendo sobre ele outros processos por má prática médica há já longo tempo, só obteve a resposta adequada da Ordem dos Médicos quando a comunicação social denunciou tal facto. Daí a opinião comum que os médicos se protegem reciprocamente. São corporativistas.

Uma Ordem profissional não deve actuar por indução dos órgãos de comunicação social. É a primeira a conhecer e a tomar medidas no respeito e dignificação dos demais profissionais. Assim como é a primeira a planear o futuro da profissão, propondo aos decisores políticos soluções. São um parceiro, sem quererem saber do partido que forma Governo. Tudo para melhor estruturação da profissão e dignificação dos médicos que resulta numa melhor prestação de cuidados de saúde à população e, por consequência, todo o Sistema Nacional de Saúde funciona.

A assim atuar, tinha há muito apresentado à Senhora Ministra da Saúde, que sabemos ter pouca capacidade de planeamento, um plano estratégico de distribuição de médicos, de necessidades de profissionais distribuídos pelas diversas especialidades e de meios técnicos, assim como estruturação de carreira profissional. Portanto, caberia à Ordem dos Médicos, no exercício das suas competências, fazê-lo. Não sendo aceite ou não sendo ouvida, então teria o legítimo Direito de Denúncia Pública. Não! Temos, em todos os órgãos de comunicação social, os dirigentes da Ordem ou a criticarem o Governo, ou a reivindicar salários e outras condições laborais. Tudo o que caberia aos sindicatos fazer.

Desta forma, a Ordem dos Médicos não cumpre o seu desígnio. Ainda mais, quando o problema do Serviço Nacional de Saúde não é dinheiro, é planeamento e estruturação das carreiras profissionais que o compõem e operacionalizam. E quem melhor do que a Ordem dos Médicos para o pensar. Porque não é só um problema essencialmente político. Fazem-no só político. Mas não é! A sociedade precisa de uma Ordem dos Médicos, não de um contrapoder político!

“É preciso tornar a construção de imóveis para a classe média atrativa para investidores”

Nos últimos anos assistimos em Portugal a um mercado imobiliário pujante, com recordes de vendas, de crédito, muita reabilitação e preços em ascensão, nalguns casos para valores nunca atingidos. Os fatores que contribuíram para este “toque de midas” no setor são vários. Um dos principais o investimento estrangeiro, por via das atribuições de residência, conhecidas como Vistos Gold, mas sobretudo da procura interna, que se mantém alta, mas foi beneficiando das baixas taxas de juro que, somadas ao crédito diluído até 40 anos permitiam (a lei restringiu a 30 anos e apenas alguns casos podem chegar aos 35 e 37 anos de maturidade da dívida), valores elevados dos empréstimos, sem ultrapassar as taxas de esforço permitidas por lei. Desta forma, quem comprava não olhava muito para o preço, mas para a capacidade de endividamento, e para a subsequente prestação a suportar, fazendo com que os negócios sucedessem em ritmo crescente.

Com o advento da pandemia, sobretudo nos piores meses de confinamento, foram-se traçando alguns cenários apocalípticos, mas a resiliência do setor manteve-se, as vendas continuaram, não obstante a continuada subida de preços. Só que, como se não bastasse, logo a seguir temos uma guerra na Europa, impensável, pelo menos para os menos atentos às questões da geopolítica. Este novo ponderável na equação aporta consigo acréscimo de dificuldades em vários planos: transferências de capitais, de movimentação de pessoas e bens, transferência e aprovisionamento de produtos, como os cereais, entre outros. No seu conjunto contribuem para o aumento de custos de produção e de mão de obra e, por essa via, para a subida da inflação.

E com ela a mudança de agulha do BCE no que concerne às taxas de juro, que navegavam em “águas mansas” na última década e começam agora a subir. A primeira consequência desta mudança, nem é tanto o valor das taxas, que para já ainda subiram pouco, mas a incerteza sobre o futuro que lançam no mercado. Os mercados de capitais movem-se muito em função da gestão de expectativas e o imobiliário, não estando tão exposto, também acaba por ser afetado por esta equação. Por outro lado, o facto de as taxas subirem pode, numa primeira instância, implicar alguma redução e disputa bancária com redução de spreads, que possam mitigar, pelo menos temporariamente, os efeitos adversos destas subidas.



Francisco Bacelar
Presidente

O Banco de Portugal já admitiu a possibilidade de uma “correção” dos preços de habitação e mostra-se preocupado pelo efeito negativo que este possa vir a ter no balanço dos bancos. Refere, contudo, que embora o cenário possa mudar, não tem sido o crédito a alimentar a subida dos preços. Tem razão, de facto, o principal motivo é a procura, nacional e estrangeira que se mantém alta, perante uma oferta, sobretudo de construção nova, que se mantém uns furos abaixo do necessário. Este panorama contribui para a valorização dos imóveis usados, que antes ou após alguma reabilitação, poderão satisfazer parte dessa procura, o que nem é mau de todo, desde que, como sempre, não se entre em exageros em que alguns destes imóveis sejam vendidos ao preço dos novos, podendo mais tarde criar uma “correção” excessiva de preços.

Independentemente de todos os fatores limitativos aqui falados sabemos que a necessidade das famílias portuguesas de adquirir habitação continua em alta, por fatores históricos e muito próprios do português comum, muito dado a ter o seu próprio espaço, ao contrário de outros povos.

Honra lhe seja feita, nos últimos anos a tutela tem procurado encontrar antídotos para o problema, mas infelizmente sem o sucesso desejado na maior parte dos casos. Até porque a raiz do problema é a mesma: pouca oferta para a procura existente.

Ora se o problema é sempre o mesmo, e está identificado, o que falta é criar condições para que haja interesse, efetivo, em construir, para venda, e também para arrendamento, de forma a responder à procura, e necessidade, que o mercado continua a ter, para verdadeiramente cumprir o estipulado no artigo 65º da Constituição Portuguesa: “Todos têm direito, para si e para a sua família, a uma habitação de dimensão adequada, em condições de higiene e conforto e que preserve a intimidade pessoal e a privacidade familiar”, fazendo o que lhe compete, nomeadamente o estipulado na alínea c) do número 2, que diz: “Estimular a construção privada, com subordinação ao interesse geral, e o acesso à habitação própria ou arrendamento”.

O problema é que o interesse do investidor privado é cortado pela base devido às enormes dificuldades com custos fiscais, taxas e taxinhas, contínuas mudanças de legislação, e sobretudo com a demora na aprovação de projetos. Sabemos que para qualquer investidor o risco é sempre o maior desafio, e que o excesso do mesmo o pode afastar. Em Portugal, em vez de promovermos condições para os investidores serem bem acolhidos, continuamos a sofrer de excesso de burocracia, que acresce à dúvida sobre o êxito dos investimentos, e os afastam, ou apenas os atraem para construção média-alta que, também sendo procurada, não é a mais necessária.

É aqui que importa olhar com todo o cuidado, e criar condições diferentes que mudem a visão pessimista do investidor no imobiliário português. Ainda mais agora que os outros custos, como as matérias-primas, a mão de obra e os juros estão a crescer, podendo suspender alguns dos projetos em curso, e desinteressar de outros que estariam para se concretizar. Se isso acontecesse seria mais um fator desestabilizador, e motivo para a continuidade do crescimento de preços, pelo que ainda mais importante são as medidas concretas que o evitem, e promovam condições para investimento no imobiliário, com enfoque principal na construção de habitação para quem mais a procura e dela necessita, que é a nossa classe média.

“Os atrasos no licenciamento e a carga fiscal são os principais

A RE Capital é uma empresa pan-europeia dedicada ao investimento, desenvolvimento e gestão de imobiliário, que já concretizou, até ao momento, mais de três dezenas de negócios em países como Suíça, Portugal e Reino Unido. John Neto Valente é o diretor desta empresa em Portugal e, nesta entrevista, destaca os principais motivos que podem estar a causar maior dificuldade aos portugueses no que respeita à aquisição de imóveis.

São uma empresa pan-europeia, que se dedica ao investimento, desenvolvimento e gestão de soluções imobiliárias. Como se caracterizam, bem como à vossa posição junto dos investidores, vossos clientes e parceiros?

A RE Capital é uma plataforma independente de investimento e desenvolvimento imobiliário end-to-end. Temos equipas altamente qualificadas em todas as jurisdições onde atuamos (atualmente Suíça, Reino Unido e Portugal), que trabalham em conjunto nas várias fases do produto imobiliário, desde a originação e estruturação até ao desenvolvimento e

gestão dos ativos e, por fim, a sua venda. Devido ao nosso ADN empreendedor e “hands-on” em tudo o que fazemos, bem como à nossa política de coinvestimento, temos conseguido entregar retornos acima do esperado aos nossos investidores, entregar produtos de qualidade aos nossos clientes e ter relações exemplares com os nossos parceiros e stakeholders.

Quais os critérios que um projeto deve cumprir para poder ser considerado para vosso investimento?

Somos investidores “Value-Add”. Como tal, gostamos



John Neto Valente
Diretor

de ativos que precisem de reabilitação/obras profundas ou de terrenos para desenvolvermos projetos de raiz (“Greenfield” ou “Brownfield”). Somos agnósticos em termos de classe de ativos, sendo que temos muita experiência em escritórios, logística/industrial e residencial. Em Portugal temos feito maioritariamente residencial premium (porque era onde conseguíamos obter melhores retornos até ao dia de hoje) e vamos continuar a fazê-lo, mas também estamos muito atentos e com muita vontade de fazer residencial para a classe média e escritórios de grande qualidade (como fazemos no Reino Unido).

Foi em abril deste ano que a RE Capital concluiu o primeiro projeto imobiliário residencial realizado em Portugal. Que negócio foi este? Desde então, que outros projetos em Portugal existem e que possam divulgar?

O negócio a que se refere (AAA23 - António Augusto Aguiar 23), foi o nosso primeiro projeto de desenvolvimento residencial concluído em Portugal, no qual temos muito orgulho, pois ganhou o Prémio de Reabilitação Urbana recentemente. Mas a nossa presença e aposta em Portugal é evidente: atualmente temos oito projetos que rondam 600 milhões de euros, sendo que temos a ambição de ultrapassar os mil milhões de euros nos próximos 12 meses. Estamos presentes em Lisboa,



Villas Lobo no Algarve

responsáveis pelo aumento do preço final do imóvel"



AAA23

Comporta/Melides e Algarve, sendo que vamos reforçar a presença na Grande Lisboa no futuro próximo.

De acordo com o Banco de Portugal, "a subida de juros vai travar o acesso dos portugueses à compra de casa. Os estrangeiros, a falta de construção e a inflação devem fazer com que tão cedo não haja correção" deste facto. Como analisa a RE Capital o mercado imobiliário em Portugal, particularmente nos segmentos em que trabalham?

Para os projetos em pipeline, a combinação dos fatores que mencionou terá uma consequência grande: vai haver atrasos em alguns projetos de alguns promotores que estavam pensados para a classe média, pois na conjuntura atual é inviável começar a construir nos próximos meses para uma classe que é muito sensível ao preço; para os projetos em pipeline para o segmento premium/luxo, prevemos que os preços continuem a aumentar em reflexo do aumento dos custos, mas não vemos grande impacto na capacidade de venda dos projetos. Mas deixe-me aproveitar a sua pergunta para dizer o seguinte: falou nos estrangeiros, falta de construção e inflação; contudo, o que trava

verdadeiramente o acesso dos portugueses à compra de casa são os excessivos atrasos no licenciamento dos projetos e a enorme carga fiscal que existe. Posso-lhe garantir que estes dois pontos que acabei de mencionar têm bastante mais impacto no preço final de uma casa do que o aumento dos custos de construção e inflação. Quanto ao mercado imobiliário em Portugal, continuamos confiantes que se irá manter robusto, principalmente no setor premium/luxo, pois a procura continua a ser enorme.

Tendo em conta a conjuntura muito particular que o mundo atravessa, com a Europa em primeiro plano relativamente à inflação e à guerra, Portugal pode ser um mercado particularmente atrativo nesta altura? O que é necessário fazer para garantir essa atração?

Penso que é óbvio a atratividade de Portugal, principalmente nesta altura. A segurança, a simpatia das pessoas, a qualidade de vida... mas é necessário tratar bem os estrangeiros que veem Portugal como um destino atrativo. Por vezes vejo pessoas a diabolizar a vinda dos estrangeiros e colocar neles a culpa pelo preço dos produtos imobiliários, mas

essas mesmas pessoas esquecem-se dos empregos que os estrangeiros ajudam a criar, do consumo que fazem na economia real, do facto de nos obrigar a criar melhores serviços e produtos de qualidade. Há muitos estrangeiros altamente qualificados e com recursos financeiros avultados que optam por viver em Portugal e isso é extremamente positivo para o país. Finalmente, algumas pessoas ainda tentam diabolizar o tratamento fiscal que é dado a alguns estrangeiros, mas eu penso que o problema não está no nível dos impostos dos estrangeiros, mas sim no alto nível de impostos aplicado aos portugueses.

Quais os planos da RE Capital no que respeita ao investimento e presença em Portugal, no futuro?

Portugal é um mercado-chave para a RE Capital e pretendemos continuar a investir no país. Queremos continuar a investir em residencial (Build to Sell e/ou Build to Rent), respeitando as tendências atuais e aplicando critérios ESG (que fazem parte do nosso ADN desde sempre) e gostaríamos de fazer o nosso primeiro negócio de escritórios.



AAA23

RE CAPITAL

London | Lisbon | Geneva

“O mercado nacional reinventou-se e apostou na qualidade”

A Cluttons é uma marca centenária e reconhecida do setor imobiliário no Reino Unido, tendo chegado a Portugal em 2018. Frederico Mendonça e Diogo Lopes Alves, partners da Cluttons Portugal, fazem um balanço muito positivo da vinda da marca para o país, onde já contam com presença física em Lisboa e no Algarve, e assumem que, caso a guerra não escale, o mercado imobiliário nacional terá uma evolução muito positiva.

A Cluttons está em Portugal há quatro anos. O que tornou Portugal atrativo para a abertura de um escritório da Cluttons?

Desde há muito tempo, a Cluttons tinha o objetivo de abrir um escritório em Portugal. O nosso país é o primeiro destino de férias dos britânicos, lugar que ocupa já há alguns anos. Embora muito ancorada no golfe, esta motivação está muito associada ao clima, à gastronomia e à hospitalidade, onde somos exímios! Sendo a Cluttons uma empresa com grande foco no serviço de excelência aos seus clientes, a abertura de Portugal vem fechar um ciclo de oferta de serviços para os clientes que procuram investir fora do Reino Unido. A somar a esta estratégia, o momento de mercado foi criteriosamente escolhido. Não tinha sido oportuno abrir portas durante a crise do subprime que se estendeu até 2014/15, e queríamos ter dados relevantes que mostrassem estabilidade no mercado.

A grande atração que o mercado português exerce sobre os turistas, que acabam muitas vezes por comprar casa em Portugal, bem como sobre os investidores internacionais, poderá transformar o mercado, no que respeita ao tipo e qualidade de construção, bem como à competitividade do mesmo, face aos restantes mercados europeus?

O mercado português sofreu uma enorme adaptação e aprendizagem nos últimos anos. Eu diria que desde o início da recuperação, em 2013, que o nosso mercado se tem vindo a reinventar. O primeiro “motor” talvez tenha sido a implementação dos Golden Visa que, acompanhado pelo regime especial de taxação dos residentes não habituais, constituíram um grande argumento face a outros países, como Espanha, por exemplo. A reabilitação dos nossos mais icónicos prédios na Baixa lisboeta e no Porto revelaram a grande capacidade dos nossos promotores em fazer bem este trabalho, criando ofertas muito atrativas, a preços altos, mas comportáveis, e na sua generalidade com grandes níveis de qualidade, altamente apreciado quer pelos britânicos, quer pelo restante mercado internacional.



Frederico Mendonça e Diogo Lopes Alves
Partners

Segundo o Banco de Portugal, “a subida de juros vai travar o acesso dos portugueses à compra de casa. A procura dos estrangeiros, a falta de construção e a inflação devem fazer com que tão cedo não haja “correção”. Esta frase, a seu ver, é verdadeira, ou existem outros fatores que podem influenciar, também, a dificuldade dos portugueses em comprar casa?

Em certa medida, a subida das taxas de juro poderá influenciar, de facto, a decisão de compra por parte dos portugueses. Contudo, temos que ter em conta que vivemos tempos quase que desvirtuados a este respeito. A principal taxa de referência (Euribor) a níveis negativos dá um sinal ao mercado de que podemos pedir o que quisermos que o custo vai ser sempre baixo. Isto de certa forma não é real. Creio que precisamos de nos adaptar e que não devemos entrar em pânico. Quanto à eventual correção, julgo difícil, com o quadro de inflação atual, sendo que a procura por parte do mercado internacional ajudará a estancar valores.

Como perspetiva a atual evolução do mercado

imobiliário em Portugal?

Prevejo a evolução com algum otimismo, pois temos muitos ingredientes a nosso favor, mas não podemos esperar milagres. Se houver uma escalada na guerra que resulte no envolvimento de mais países, todos os cenários mundiais podem mudar radicalmente.

Como avaliam a chegada a Portugal da Cluttons e a forma como o mercado imobiliário e os clientes responderam a esta presença? Há espaço para crescer, fisicamente?

Muito positivamente. Desde que abrimos, em 2018, crescemos mais de 50% em cada ano, criámos uma equipa de excelência que torna a presença da Cluttons em Portugal um caso de estudo para a casa-mãe e sentimos que os clientes nos procuram e respeitam. Estamos gratos por isso. Já estamos a expandir, tendo aberto uma nova área de negócio dedicada ao imobiliário comercial, na ótica dos escritórios e logística, e em abril inaugurámos a Cluttons Algarve, entre a Quinta do Lago e Vale de Lobo.

CLUTTONS

“As empresas têm de ser altamente competitivas e eficientes”

Fundada em 2016, a AED Cluster Portugal envolve mais de 100 entidades portuguesas que trabalham nos setores da aeronáutica, do espaço e da defesa. Em 2017, recebeu o reconhecimento oficial por parte do governo português enquanto “Cluster de Competitividade Emergente”. Cerca de seis anos depois da sua criação, o presidente do Cluster, José Neves, afirma-se orgulhoso dos resultados alcançados até ao momento.

Que análise faz da evolução deste setor e como se posiciona a AED Cluster Portugal como entidade essencial de ligação entre estes players?

Há cerca de 22 anos, o setor era muito pequeno. Havia poucas oportunidades em comparação ao que existe atualmente. Desde 2010, temos tido um crescimento a dois dígitos. Através da vinda da Embraer para Portugal, posicionamo-nos no mapa de países que conseguiam desenvolver estruturas aeronáuticas. Isto atraiu olhares de fora e fomentou, dentro do processo governativo, uma estratégia para o setor. O diálogo com o executivo é muito importante. Esse papel foi mais extenso nessa altura: capacitar o Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP) em desenvolver cursos para as pessoas poderem trabalhar no setor aeronáutico, em Portugal. Relativamente ao papel da AED Cluster no meio de todos estes atores, o nosso objetivo passa por promover ambiente em rede para maior cooperação. Por outro lado, queremos aumentar a competitividade, capacitando as empresas a trabalhar também em cooperação e em rede e tentando que se projetem para fora. Estamos num mercado global e 90% do que é produzido em Portugal neste setor é para exportação. As empresas têm de ser altamente competitivas e eficientes.



José Neves
Presidente

A ideia de incrementar a cooperação entre academia e tecido empresarial foi uma das razões para o crescimento da AED Cluster?

Se esta articulação não existir, a AED Cluster não vai crescer. Há um fator base em todos os desafios que temos pela frente: sem recursos humanos qualificados, todo o ecossistema não vai crescer. Hoje em dia, a ligação entre a universidade e as empresas é muito forte. As empresas acreditam que as universidades têm capacidade e, no fundo, há um reconhecimento de ambos os lados, o que é excelente.

Como é que Portugal está ao nível de recursos humanos e respetiva qualificação no setor?

O trabalho do Cluster está a começar nas escolas secundárias, mostrando o que é o ecossistema e quais são as oportunidades que existem neste mercado para que as pessoas mais novas saibam que existe uma necessidade no mercado. Convém que, desde o início, eles saibam que existe muita atratividade neste setor, que os salários são muito competitivos e que estamos a falar de um emprego para 20/30 anos. Estamos a falar de investimentos grandes e a longo prazo. Não temos de olhar só para Portugal, devemos também atrair pessoas

vindas do estrangeiro para trabalhar no nosso país.

Quais os principais desafios que o Cluster da Aeronáutica, Espaço e Defesa enfrenta atualmente?

O primeiro e maior desafio deste setor é a sustentabilidade. Todos sabemos que há um desafio de tornar a Europa como o primeiro continente climate-neutral em 2050, ou seja uma economia com emissões zero ao nível dos gases com impacto no efeito estufa. Além disso, isto é uma oportunidade. Se tivermos novas frotas de aeronaves mais económicas, vai haver mais procura. Outro desafio é o uso de combustíveis alternativos. Estamos a falar de combustíveis sintéticos, mas também o hidrogénio. Temos a implementação da bússola estratégica e de uma maior participação de empresas em programas europeus de Defesa. A digitalização de todo o ecossistema, incluindo a própria produção de aeronaves e satélites, é também um desafio que temos em conta. É importante ainda perceber que o impacto da covid-19 fez uma grande disrupção em todas as cadeias de valor e temos de identificar onde devemos ter a soberania tecnológica. Esse é um desafio, porque dá uma grande oportunidade.

Que evolução podemos esperar para o setor da aeronáutica?

Necessitando estes projetos de elevados investimentos a longo prazo, é importantíssimo que as empresas, e o sistema científico e tecnológico, trabalhem em cooperação e articulados numa estratégia nacional. Na vertente espacial, também temos vários projetos que, coordenados, têm um fator multiplicador no seu valor. Claramente, vão colocar Portugal num novo posicionamento estratégico. Para chegarmos a esse patamar, a formação de recursos humanos é extremamente importante.

“A evolução natural da OPCO passa pelo setor da aeronáutica”



Pedro Silva
CEO

A OPCO é uma empresa certificada de formação, especialmente direcionada para os setores da aeronáutica e automóvel. No último ano, a aposta recaiu de forma firme na criação de uma plataforma de desenvolvimento de cursos online e, em breve, estarão também disponíveis cursos em formato de e-learning, para que os interessados possam aprender quando quiserem e ao seu ritmo. Pedro Silva, o CEO desta empresa nacional assume que a área automóvel é aquela onde a OPCO tem maior presença e, por isso mesmo, chegou o momento de apostar mais no setor aeronáutico.

Portugal aderiu à *European Space Agency*, o que abriu ainda mais o caminho para o crescimento da indústria aeroespacial no território nacional. Como se posiciona a OPCO, enquanto ator desta cadeia de desenvolvimento, na área da formação?

Tenho de recuar um pouco no tempo, para contextualizar: o nosso primeiro contacto, a nível profissional, deu-se na altura em que a Embraer veio para Portugal, há cerca de 12 anos. Os contactos foram essencialmente desenvolvidos com pessoas que vinham em nome da Embraer, que já tinham trabalhado na empresa e que colaboravam, naquela altura, em termos de formação. Essa foi uma parte do nosso contacto, relacionada com a nossa área de trabalho - sistemas de gestão, requisitos regulamentares, no que respeita à gestão das organizações -, mas tivemos também o contacto com a parte mais tecnológica - o fabrico. Considero que, a nível automóvel, chegamos à grande maioria da cadeia de fornecimento em Portugal, fora de Portugal e fora da Europa também, de modo que a evolução natural será o setor da aeronáutica. Nesse sentido, já depois da pandemia, começámos a estreitar relações com a associação do setor -

a AED Cluster Portugal - e percebemos que empresas da área automóvel - e não só, também de indústria com componentes tecnológicas avançadas - têm um potencial enorme a nível de fornecimento de aeronáutica. E é esta relação que pode ser potenciada. A nossa atividade continua com uma percentagem ainda relativamente baixa desta área, no que respeita ao negócio, mas sólido, e com um crescimento constante. Temos atuado a nível da realização de auditorias, dentro dos referenciais aeronáuticos - a ISO 9100 - nalgumas empresas que atuam em Portugal e que pertencem à cadeia de fornecimento da Airbus ou da Lufthansa. Temos contactos com outras empresas, na área da eletrónica, também com interesse em entrar na área aeronáutica, aeroespacial e defesa. Nesses casos, o que temos sentido mais necessidade da parte das empresas é de apoio no momento de dar os primeiros passos - identificar as necessidades em termos de certificação, formação em conceitos típicos da aeronáutica e formação e apoio dentro daquilo que será toda a componente de legislação e de homologação relacionada com esta área.

A investigação e a tecnologia são dois pilares importantes das áreas da aeronáutica e do automóvel. Tal significa que a formação tem de ser constante e, ainda assim, é difícil encontrar técnicos e pessoal para trabalhar “no chão de fábrica”. Enquanto entidade formadora, sentem essa dificuldade, de dar resposta à formação de recursos humanos?

A nível de operadores e técnicos de “chão de fábrica” não temos tido grande participação, por uma razão simples: em termos de formação implica um investimento grande em termos de equipamentos. Atuamos mais a nível de questões de gestão ou de desenvolvimento para um dado planeamento.

Há, no entanto, a necessidade de formações na área da aeronáutica, e sendo este um nicho ainda mais reduzido que o automóvel, ainda mais existe essa necessidade. E aquilo que notamos, seja na aeronáutica, seja na ferrovia, seja mesmo no automóvel, com os seus novos conceitos, é essa necessidade das empresas de procurarem ajuda para a formação. Muitas vezes as empresas contactam-nos para que as ajudemos naquilo que elas não sabem que desconhecem e que lhes pode ser útil e necessário no dia a dia, de forma a saberem aquilo que vão encontrar mais à frente no seu percurso. É aqui que notamos, efetivamente, uma necessidade no mercado.

Aquando da nossa última entrevista, a OPCO tinha consolidado o modelo de formação à distância. Esta nova estratégia de ensino mantém-se? Que resultados observam?

A pandemia trouxe coisas más, principalmente, mas permitiu também quebrar o paradigma do online. Hoje já vamos fazendo algumas formações presenciais, claramente, mas muitas organizações pedem logo no início do contacto que seja online. Isso assegura que não há custos de deslocação, por exemplo, e como ainda há muita gente em teletrabalho, torna-se mais prático. Agora que estamos a

voltar ao presencial, também lhe consigo dizer que o presencial é realmente diferente. Conseguimos ver as reações das pessoas, conseguimos reagir a uma cara de dúvida ou de surpresa e adequar a aula à forma como as pessoas estão a reagir à mesma. O nosso objetivo, todavia, é tentar profissionalizar um pouco mais a questão do online. Além disso vamos ter agora o online assíncrono – o e-learning. Por exemplo, uma das formações que poderemos ter será relacionada com conceitos utilizados em “chão de fábrica”, no dia a dia laboral. São formações que ocupam 15 a 30 minutos e, nesse caso, recorreremos ao online assíncrono. Estamos a montar o curso, com as medidas de avaliação e tudo mais, para que as pessoas usem a qualquer hora e momento. Isto será anunciado brevemente.

Como irá evoluir a OPCO, no que respeita às necessidades do mercado e ao seu posicionamento estratégico na área da formação e consultoria?

Vamos ter novas áreas de formação e de aprendizagem, assim como novas áreas de trabalho. Além de sermos especialistas em formações para o setor automóvel, iremos apostar também na aeronáutica, como foi dito, na ferrovia e mesmo na indústria. Alguns exemplos desta última área: indústria do vidro, dos dispositivos médicos e de componentes eletromecânicos já nos solicitaram ajuda. O nosso objetivo será aplicar as boas práticas que se verificam nos setores do automóvel e da aeronáutica à indústria. É algo que tem vindo a crescer, paulatinamente, mas estamos inclusivamente a aumentar a equipa interna para poder explorar mais essas situações. Há algo curioso sobre estas novas áreas: enquanto, no ramo automóvel, há determinadas ferramentas e metodologias que são implementadas porque o cliente exige, nas restantes áreas onde não há um cliente, há mais liberdade de adaptar e de fazer uma formação à medida. O resultado pode ser mais interessante.



O novo paradigma da indústria automóvel e aeronáutica

- Área de Recursos Humanos
- Cadeias do fornecimento
- Mobilidade
- Indústria 4.0

organização



12 & 13 de outubro

Garanta a sua inscrição!
www.automotivesummit.pt

**AUTO
MOTI
VE
SUM
MIT**



BEM VINDO AO SEU FUTURO NA AVIAÇÃO!

"Num belo dia, não pela meteorologia mas pelo seu significado, dois amigos combinaram almoçar, no lugar que não existe, com o objetivo de planear e tornar realidade um sonho que os acompanhava já há algum tempo... a Air Dream College!"

- Aurélio de Almeida



Scan for more info.

"Portugal já é uma referência na aeronáutica"

A Air Dream College nasceu há três anos, impulsionada pela vontade de dois sócios, um militar da Força Aérea Portuguesa na Reserva e outro piloto civil. Atualmente, esta escola de formação aeronáutica disponibiliza cursos de Pilotagem e Oficial de Operações de Voo mas, brevemente, existe a possibilidade de aumentar esta oferta formativa, sempre com cursos que correspondam às necessidades dos setores da aeronáutica e aeroespacial, que estão em franca expansão no país e podem posicionar Portugal como uma referência muito relevante, a nível mundial.

Há quanto tempo foi fundada a Air Dream College? Porquê a aposta num setor onde o investimento inicial é altíssimo?

A Air Dream College foi formada em 2019, com instalações em Évora e Lisboa, fruto da relação próxima de dois amigos que, pelo conhecimento que detinham, encontraram a forma que lhes permitiu realizar um dos seus sonhos. Iniciámos a nossa atividade de instrução com o curso de Oficial de Operações de Voo/Oficial de Despacho (OOV/OD) e só em 2020 avançámos para os cursos de Pilotagem. Neste ano, adquirimos as duas primeiras aeronaves através de capital próprio e do apoio de investidores privados. Hoje possuímos uma frota de 10 aeronaves, de que nos orgulhamos, adquirida com capital próprio e com o apoio da Banca. Felizmente para a Air Dream College e para os que acreditam em nós, o nosso foco num tipo de instrução com "ferramentas" diferenciadoras, como cursos em B-Learning (atualmente a única escola de aviação em Portugal certificada pela Autoridade Nacional de Aviação Civil para ministrar este tipo de cursos); aeronaves novas e com a última tecnologia do mercado aeronáutico; início da fase de voo em Planadores, através de protocolo com o Centro de Voo Livre de Montemor e a aposta em Cursos Modulares pela forma flexível, abrangente e estruturada em que são ministrados levam a que estejamos no bom caminho e que o futuro seja promissor.

Qual a importância de levar a cabo os cursos por módulos?

Os Cursos Modulares diferem da outra forma de serem ministrados os cursos de Pilotagem (Cursos Integrados) pela sua flexibilidade, abrangência e estruturação. Dependendo da disponibilidade e do desempenho do aluno, este tipo de curso pode ser ministrado ao mesmo tempo que outro tipo de formação, no entanto o aluno inicia a fase de voo muito mais rapidamente e, ao fim de sete a nove meses, este recebe a sua Licença e primeira qualificação, vindo ser averbadas ao longo do tempo de curso todas as outras qualificações necessárias para uma Licença de Piloto de Linha Aérea (PLA). Para além disso permite a alunos que

estejam em Cursos Superiores, outros cursos ou no mercado de trabalho realizar o curso conforme a sua disponibilidade económica e de tempo.

Neste período de pandemia, onde as companhias aéreas sofreram bastante, seria uma boa oportunidade para se ter apostado em começar um curso de pilotagem?

Sim, sem dúvida. É do conhecimento público a necessidade de profissionais na indústria e basta olhar para os estudos feitos para se chegar à conclusão que é uma excelente aposta iniciar uma formação nesta área. Sabemos que os tempos que passámos não foram os melhores, para quem finalizou os seus estudos durante estes anos, no entanto podemos ver, pela procura que estamos a viver, sensivelmente o mesmo que antes da Covid-19. Quanto à Air Dream College o que fizemos durante este período foi continuar o nosso investimento, abrindo espaço a uma maior proximidade e interatividade entre formador e aluno, através de turmas só de 12 alunos, garantindo assim um ensino mais personalizado e um acompanhamento constante.

Portugal tem alunos suficientes para assegurar a existência de várias escolas de formação desta área? Existe a possibilidade de abrir o projeto também à frequência de alunos estrangeiros?

Portugal é um país privilegiado em termos de formação aeronáutica, não só pela sua meteorologia para a atividade aérea, mas também porque possuímos formadores e técnicos ao mais alto nível mundial. O nosso país tem todas as capacidades para assegurar várias escolas de aviação, mas para isso tem de haver uma maior flexibilidade das autoridades, para que o seu desenvolvimento seja superior ao existente e podermos ser competitivos com países que em nada se comparam à qualidade formativa oferecida pelas escolas portuguesas, mas que conseguem oferecer produtos economicamente mais rentáveis. Assim, a flexibilidade que se pretende é, por parte das autarquias onde estão implantadas estas escolas, ao nível de contratos e protocolos para preços de combustíveis iguais ou inferiores aos que se praticam nos países que são nossos

concorrentes nesta área, ao nível de alojamento para os alunos e formadores e na procura de um desenvolvimento moderno e compatível com as necessidades que se pretendem.

As áreas da aeronáutica e aeroespacial, embora semelhantes, não são exatamente a mesma coisa, no entanto ambas estão a crescer em Portugal. A que lhe parece que tal se deve?

O que diferencia o crescimento de algo economicamente, no meu entender, são as pessoas e principalmente a formação das mesmas. Se analisarmos o nosso país em termos de formação chegamos à conclusão que nunca existiu uma geração com tanta formação académica superior e técnica, tendo tido a possibilidade de realizar ERASMUS, procurar trabalho noutros países e trazer novas ideias, criando formas de trabalho que levam a um desenvolvimento que há décadas não existia. Para tudo isto contribuiu o desenvolvimento das ciências, das técnicas e do conhecimento académico realizado pelas universidades nacionais, aliando-se às empresas e contribuindo para o desenvolvimento das mesmas. A Air Dream College possui um vasto número de protocolos de colaboração que permitem a alunos de Cursos Superiores e Técnicos realizar estágios na nossa escola.



“Distinguimo-nos pela equipa e pelo método de trabalho”

A FisiPrime abriu portas há quatro anos, para responder às necessidades diretas de atletas e instituições desportivas da região de Viseu. Entretanto, o seu público alargou-se a toda a população que tivesse necessidade de cuidados de Fisioterapia, Nutrição, Pilates clínico e outros exercícios de recuperação física. Gustavo Almeida, fisioterapeuta e CEO desta clínica, admite o crescimento da empresa e a entrada de novos profissionais para breve, dada a contínua procura dos serviços.

A FisiPrime surgiu numa altura em que não existia nenhuma clínica de fisioterapia em Viseu capaz de responder às necessidades dos atletas da região. Quatro anos depois da criação deste espaço, como se posicionam no mercado? O principal público-alvo continua a ser os atletas? Quando abrimos portas, em 2018, o foco foi sem dúvida atletas e entidades desportivas da cidade. Rapidamente começámos a nossa evolução no mercado e a procura da população em geral aumentou. Não negamos a ninguém o acesso aos nossos serviços, tentámos foi modificar um pouco as mentalidades para tornar as pessoas mais conscientes da importância do movimento, bem como o facto de ser essencial serem mais ativas. Quando percebemos, tínhamos pessoas quase sedentárias a tornarem-se atletas amadores em diferentes modalidades. Atualmente, embora seja uma clínica de referência na cidade de Viseu, sentimos que ainda existe margem de progressão para a FisiPrime.

Quais os principais serviços que disponibilizam? A FisiPrime disponibiliza vários serviços, desde Fisioterapia generalista até à Fisioterapia especializada em diferentes áreas, por exemplo, a Fisioterapia para ATM (articulação temporomandibular), para Pavimento Pélvico, especializada em atletas de corrida, Drenagem Linfática, com especialidade em mastectomias e linfedemas; Pilates e exercício clínico, que fazem parte integrante de todos os processos de recuperação, e também a Nutrição, quer para o público em geral, quer especializada em atletas.

Quais as principais diferenças que vos distinguem de uma clínica de fisioterapia e reabilitação comum? Que tipo de equipamentos e técnicas dispõem que são importantes para os atletas?

As diferenças para uma clínica de fisioterapia comum são o método de trabalho, a equipa e as suas especializações e os equipamentos que podemos usar. As nossas sessões de tratamento



Equipa FisiPrime

podem ser de uma hora ou mais, dependendo dos casos ou das necessidades. Perdemos tempo no diagnóstico para ganhar tempo na recuperação. A equipa é composta por quatro fisioterapeutas e um nutricionista, todos com diferentes especialidades, que complementam o trabalho uns dos outros. Um trabalho em equipa é que leva a resultados muitas vezes melhores do que aquilo que os utentes esperavam. Por último, os equipamentos com as mais recentes tecnologias que temos disponíveis ajudam-nos a conseguir atingir os objetivos propostos.

Considerando que a população, em geral, teve dificuldades para, durante o período pandémico e de confinamento, continuar a levar a cabo os seus tratamentos, como avalia agora o estado de saúde daqueles que não se conseguiram manter ativos e em tratamento?

Felizmente conseguimos contornar a situação de pandemia globalizada. A equipa uniu esforços e, no período de confinamento, fazíamos o acompanhamento dos casos mais pertinentes por videochamada e fomos conseguindo gerir os processos de tratamento. Assim que nos foi

possível abrir portas novamente, concluímos os tratamentos e atualmente já não temos nenhum caso que venha dessa altura.

Quais os desafios futuros para a FisiPrime? É possível uma expansão da clínica, através de mais serviços ou de outros espaços?

A FisiPrime teve um grande crescimento nestes quatro anos e a equipa já é pequena para as necessidades. Por isso, em setembro vão entrar mais dois fisioterapeutas para a equipa, passando de quatro para seis. Isso obriga a uma pequena reestruturação do espaço, no entanto vai permitir ajudar mais gente em tempo útil e diminuir as listas de espera que, a esta altura, nos deixam bastante incomodados.

Existem também algumas novidades noutras áreas, mais relacionadas com a Nutrição, que estamos a preparar para os nossos atletas e para os atletas em geral, entre outros projetos que estão, para já, na gaveta, mas que, mais dia menos dia, podem avançar.



FISIOPRIME
FISIO, FIT & HEALTH CARE



www.fisioprime.pt



geral@fisioprime.pt



+351 964 413 656



GONDOMAR

natureza e património



GONDOMAR
é Ouro

MUNICÍPIO DE GONDOMAR

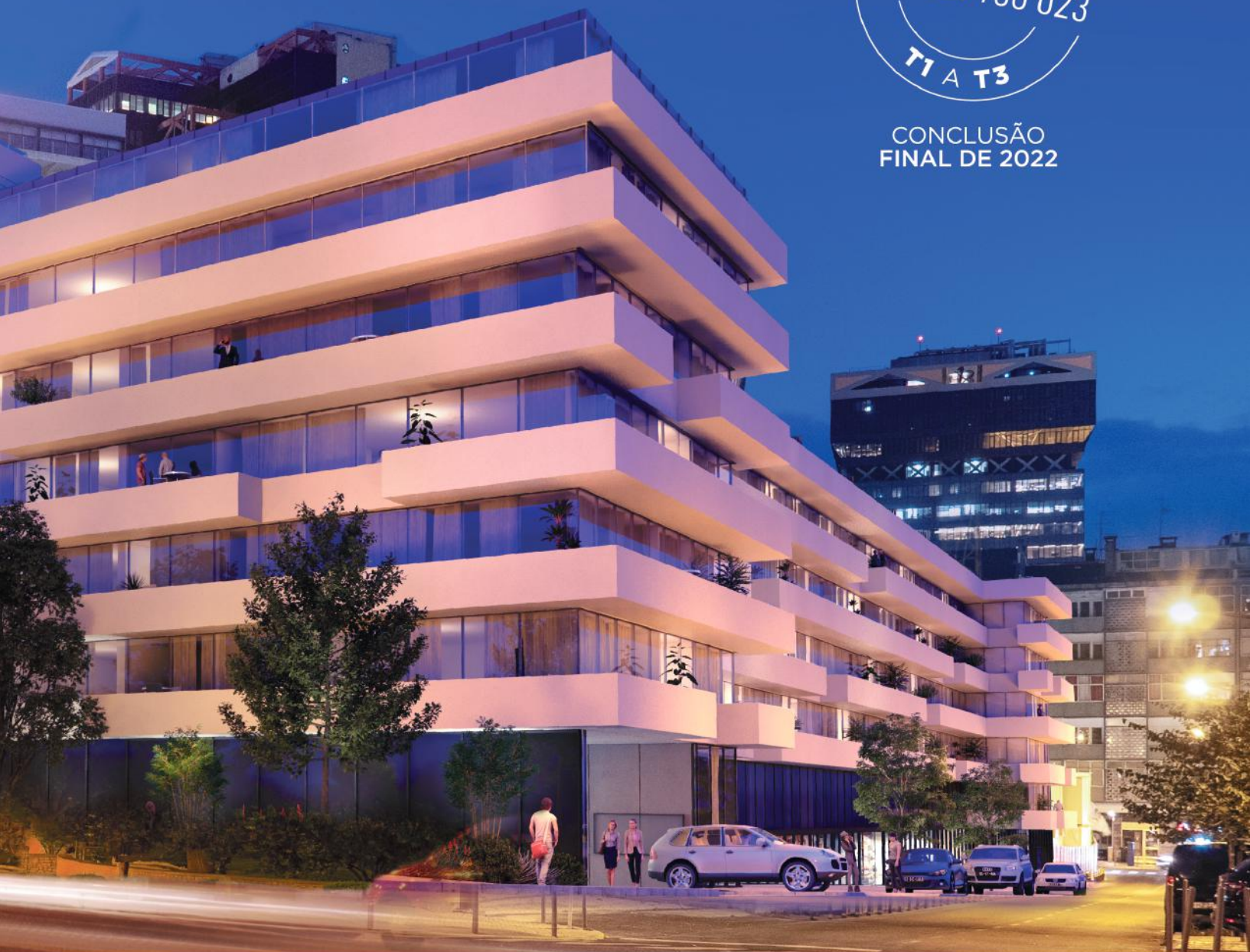
AMOREIRAS, VIDA PRÓPRIA

LX LIVING

AMOREIRAS



CONCLUSÃO
FINAL DE 2022



info@lxliving.pt

RE CAPITAL

Geneva | London | Lisbon

www.lxliving.pt