

Valor



PAHLDATA

"O futuro é tecnológico, mas quer-se exigente e eficiente"

Nuno Amaral | CEO

EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Quando o Sol
ajuda a poupar

DIA MUNDIAL DA VISÃO

A importância da visão
no regresso às aulas

MOBILIDADE NA CPLP

O que muda com o novo
decreto regulamentar

CooperVision®

Pergunte
ao seu
profissional
da visão



Para a miopia, não o seu futuro.*

As lentes de contacto MiSight® 1 day são perfeitas para o estilo de vida das crianças.

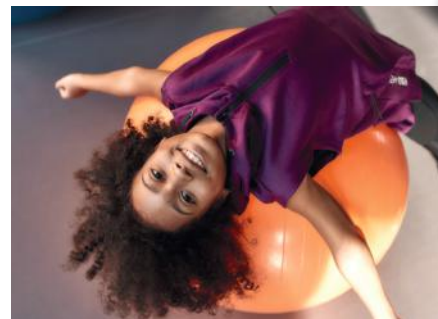
As crianças míopes usam com sucesso MiSight® 1 day.

- 95% das crianças, com mais de 8 anos, adaptaram-se com sucesso às lentes de contacto MiSight® 1 day^{2†}
- As crianças que usaram MiSight® 1 day tiveram um impacto insignificante na fisiologia ocular^{2,3‡}

As crianças que usam lentes de contacto sentem-se:

- ✓ Mais preparadas para participar em atividades desportivas
- ✓ Melhor em relação com o seu aspeto
- ✓ Melhor a relacionar-se com os seus amigos

MiSight® 1 day retarda o crescimento da miopia em 59%^{1*}...



... enquanto permite que as crianças desfrutem da liberdade que só as lentes de contato proporcionam

1. Chamberlain P, et al. A 3-year Randomized clinical trial of MiSight® lenses for myopia control. Optom Vis Sci. 2019;96:556–567. *Comparadas com umas lentes de contacto monofocais diárias durante um período de 3 anos. Mais de 95% das crianças adaptaram-se com sucesso a MiSight® 1 day e a Proclear® 1 day.

2. Chamberlain P, et al. Optom Vis Sci. 2019;96:556–567. † CONSORT 2010 Explanation and Elaboration: Updated guidelines for reporting parallel group randomised trials. BMJ. 2010;340:c869

3. Chamberlain P, et al. Further comparison of myopia progression in new and established myopia control treatment (MiSight® 1 day) groups. Apresentação em el congreso de la BCLA del 2019

‡ Más del 95% de los niños se adaptaron con éxito a MiSight® 1 day o Proclear® 1 day.

§ No se observaron con lámpara de hendidura complicaciones superiores a grado 2 en ninguna visita de seguimiento excepto una Conjuntivitis Papilar Gigante (CPG) de grado 3 en una visita del primer mes de uso debido a un cuerpo extraño

4. Walline J, et al. Optom Vis Sci. 2009;86(3):222–232. 10. Informe de las afirmaciones de los niños del grupo test con MiSight® 1 day, Reino Unido, Marzo 2019. Realizado por YouGov Plc en nombre de CooperVision UK. Trabajo de campo realizado desde el 7 al 11 de marzo de 2019

O regresso ao trabalho e à rotina académica pode mostrar-se difícil para muitas pessoas, mas a Valor Magazine regressa às bancas para levar alguma leveza a este retorno à vida profissional.

Numa altura em que muitos jovens já entraram para o Ensino Superior, o desafio da procura de alojamento para aqueles que estão deslocados ainda está muito presente, para estudantes e pais. Por isso, a Valor Magazine foi perceber como funciona o mercado do alojamento estudantil e o que falta ainda fazer para tornar esta uma experiência menos complicada e evitar a ansiedade das famílias.

Ainda no tema “regresso às aulas”, é muito importante que as crianças e os jovens façam uma revisão anual da sua Visão, antes de iniciar um novo ano letivo. A miopia, por exemplo, é uma das doenças que mais tem aumentado nestas faixas etárias, sobretudo devido ao uso intensivo de dispositivos tecnológicos. Assim, no âmbito do Dia Mundial da Visão, que este ano se celebra a 13 de outubro, assinalamos a data com um alerta sobre a importância da ida ao oftalmologista.

Numa edição onde a Saúde se destaca, a importância dos seguros de Saúde também é de referir. Trazemos-lhe alguns testemunhos sobre as opções que existem para se proteger a si e aos seus.

Considerando também a atual subida dos preços da energia, fomos também conhecer as vantagens que existem para clientes particulares e empresariais que optem por soluções de produção de energia renovável. A eficiência da iluminação pública – e a forma inteligente de a fazer – estará também em foco. Em destaque estarão ainda a Engenharia Farmacêutica, a Mobilidade na CPLP, que se tornou mais fácil após o decreto regulamentar anunciado pelo primeiro-ministro, e a transição digital, que continua a acontecer, agora que as empresas perceberam a importância da sua presença online.

Folheie a edição de outubro e descubra tudo o que preparámos para si!

Sara Freixo Editora
sarafreixo@valormagazine.pt

outubro '22

DESTAQUES

22



CM Gondomar
Espaços verdes e Parques Urbanos
- a marca de Marco Martins

24



Arquiled
"A tecnologia pode ajudar
a gerir recursos fundamentais"

30



NR Gy
"É de bom senso investir em energia fotovoltaica"

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

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

☎ Tel.: 926 622 723

✉ Email: geral@buildemant.pt



A CONSTRUIR CONFIANÇA

ÍNDICE

- 6 Portugal Tecnológico**
6 - Pahldata - "As pessoas certas utilizam os dados da forma correta"
- 10 Engenharia Farmacêutica**
10 - Stepwise Pharma Engineering - "Trabalhamos para a excelência da indústria farmacêutica"
- 11 Transição Digital**
11 - Noraya Agency - "Em Portugal ainda não temos uma cultura de marcas"
12 - Alencastre.net - "Um processo de digitalização bem implementado otimiza a gestão empresarial"
14 - Craftable Software - Software feito com sentido
- 15 Seguros de Saúde: a nova forma de se proteger**
15 - SMV Seguros - "As seguradoras devem incrementar o seu papel social"
16 - Gestmed - Seguros de Saúde - soluções para todos
- 18 Dia Mundial da Visão**
18 - Coopervision - Estudo Clínico de 7 anos My Sight 1 day
20 - Prof. J. Salgado-Borges - Importância do rastreio visual na criança e controlo da progressão da miopia
- 22 Ambiente e espaços verdes**
22 - Câmara Municipal de Gondomar - Espaços verdes e Parques Urbanos - a marca de Marco Martins
- 24 Iluminação Pública Inteligente**
24 - Arquiled - "A tecnologia pode ajudar a gerir recursos fundamentais"
26 - Solarlightek - "A iluminação dos espaços públicos tem de ser repensada"
- 27 Portugal Criativo**
27 - Quintela+Penalva | Knight Frank - "A harmonização legislativa e fiscal é crucial para o investimento imobiliário"
28 - JustaVenda Leiloeira - "A transparência do processo assegura um negócio justo"
- 30 Eficiência Energética**
30 - NR Gy - "É de bom senso investir em energia fotovoltaica"
32 - Airking - "Portugal tem muitos edifícios de baixa eficiência energética"
33 - Minutos Cardinais - "As empresas têm de se tornar independentes da rede elétrica"
34 - UP Energy - "O autoconsumo é fulcral para diminuir a fatura energética"
35 - MundoSolar - "Mudar para energia renovável é crucial para a sobrevivência de muitas empresas"
36 - Triple Watt - "Em Portugal devemos aproveitar o Sol para produzir energia"
- 37 Opinião**
37 - Finpartner - O Teletrabalho e os Nómadas Digitais
- 38 Mobilidade na CPLP**
38 - AICCOPN - Promover a mobilidade transnacional da mão de obra
39 - Dr.ª Amarah Farage - "Este decreto valoriza a CPLP e incentiva a imigração legal"
- 40 Escolhas de Valor 2022**
40 - Santos & Seixo - "A adegas online obriga-nos a ser relevantes e a ter clientes fiéis"
- 41 Alojamento estudantil**
41 - Andy Living - "Somos uma solução para 'viver', não apenas para dormir"
- 42 Educação**
42 - Les Roches & Glion - Formação que prepara o futuro



TECNOLOGIA
PROPRIETÁRIA

SUPORE TÉCNICO
DEDICADO

SOLUÇÕES CRIADAS
POR ESPECIALISTAS

PIONEIROS EM TECNOLOGIAS DE PROCESSAMENTO DE FALA SUPPORTADAS POR IA

A VoiceInteraction desenvolve produtos inovadores a partir de tarefas de processamento de fala, altamente personalizáveis e em tempo real, bem como workflows pós-gravação em mais de 35 idiomas. Acreditamos que a transformação de fala em texto será a interface preferencial de acesso à informação, pelo que continuamos a inovar nessa área.

Reconhecidos internacionalmente com múltiplos prêmios em feiras de Broadcast, mais de 500 clientes em todo o mundo e escritórios em 4 continentes, continuamos a trabalhar para oferecer soluções de excelência em tecnologias automatizadas de processamento de fala.





**"As pessoas certas utilizam
os dados da forma correta"**

Nuno Amaral
CEO

A Pahldata nasceu em 1987, o que lhe confere, atualmente, mais de 30 anos de mercado, ligando pessoas e Data, particularmente nos setores Corporate e Público. Nuno Amaral, CEO do grupo a que se juntou a recém-criada Pahlconsulting, deixa claro a importância desta conectividade entre os recursos humanos e as potencialidades da tecnologia, bem como o quão crucial é um bom tratamento dos dados, de forma a impulsionar as decisões empresariais de referência. Num mundo cada vez mais digital, a capacidade de decisão rápida é crucial para uma empresa de sucesso e o grupo Pahldata prioriza, por isso, as garantias de segurança que os seus serviços e soluções proporcionam.

Em jeito de avaliação do tempo decorrido e considerando a evolução tecnológica dos últimos 20 anos, particularmente, como percebe o posicionamento da Pahldata ao longo do tempo? A empresa soube manter-se na vanguarda da sua área de atuação?

A Pahldata é uma empresa que soube adaptar-se no tempo fruto da escolha que os seus acionistas fizeram, nomeadamente nas soluções que preconiza, nos mercados onde atua e na franja de clientes que detém. A Pahldata atua em segmentos de mercado Corporate e Setor Público, com soluções de vanguarda tecnológica. Para tal, estabelece sistematicamente parcerias com os players de mercado mais relevantes e inovadores, o que nos proporciona essa liderança tecnológica e esse reconhecimento por parte dos nossos clientes.

A ligação entre Data e pessoas nem sempre é fácil e simples, embora a Data sirva para simplificar o trabalho do dia a dia e ajudar a tomar decisões sustentadas em factos. Como analisa a relação dos recursos humanos, nas empresas nacionais, com estes dados organizados? Já lhes é dada a importância devida?

O tratamento dos dados é fundamental não só para o decorrer operacional das atividades das empresas como também no suporte à decisão em atos de gestão correntes ou estratégicos.

Entendemos que, nos dias de hoje, qualquer profissional percebe a existência dos dados como a necessidade de os guardar e tratar de forma segura e adequada. A Pahldata preocupa-se e garante que os dados existentes são bem utilizados e guardados, que não são comprometidos e servem operacionalmente os interesses das organizações. Através da PahlConsulting, empresa do grupo, garante-se que os mesmos podem ser reorganizados e sistematizados, devidamente enquadrados em processos, com o objetivo de fornecer à gestão multinível indicadores capazes de melhorar continuamente uma determinada operação.

Quais são os principais desafios que existem quando se procura relacionar pessoas e Data?

Os dados existem. A obtenção desses dados é fundamental que decorra da forma correta: bons dados são fundamentais. Outro desafio que temos endereçado de forma estratégica é a segurança dos dados. A questão é, no meu ponto de vista, não das pessoas, mas das organizações, que devem saber escolher as pessoas certas nos vários níveis de

"As pessoas certas desenham os processos adequados e utilizam os dados da forma correta. É conveniente que as pessoas sintam que os dados as servem e melhoram a sua performance. Ou seja, só quando a análise desses dados se transforma em estratégias e estas se transformam em iniciativas práticas de melhoria contínua é que criamos um ciclo virtuoso."

gestão para poderem relacionar os seus dados com os interesses organizacionais a cada nível. Os dados não servem só a gestão de topo ou a gestão mais operacional. Eles estão presentes em todos os momentos de gestão e operação de um organismo.

Outro tema que relaciona pessoas e dados é a segurança dos mesmos uma vez que na maior parte das vezes a segurança da informação, dos

dados, é comprometida pelas pessoas. O grupo Pahldata endereça o tema da segurança da informação e da cibersegurança através de serviços e soluções específicas, onde a formação das pessoas é parte constituinte.

Em que áreas tecnológicas desenvolve particularmente a sua atividade?

A Pahldata adota uma visão holística na abordagem aos desafios e oportunidades que os clientes nos apresentam. Nesse sentido, sentimos a necessidade de evoluir o ADN da empresa, centrado nas soluções de comunicação, e construir um portfólio de soluções e serviços capaz de dar resposta aos desafios atuais e futuros das organizações.

Atualmente, desenvolvemos a nossa atividade alicerçada em quatro áreas tecnológicas que têm capacidade de desenhar, implementar e gerir as soluções preconizadas.

Temos uma área que endereça todos os requisitos e necessidades para que uma organização esteja conectada e funcione no âmbito da troca de informação, desenvolvendo desde a rede de comunicações e centros de dados, às soluções de colaboração e de segurança informática.

Temos outra área de competências multidisciplinares que está focada na convergência entre o IT (Information Technology) e o OT (Operation Technology), com um amplo espetro de atuação, oferecendo soluções de infraestruturas de dados e energia; segurança eletrónica (videoproteção, intrusão, incêndio e controlo de acessos); soluções de Inteligência Artificial aplicada à imagem; Eficiência Energética e IIoT (Industrial IoT), que compreende qualquer tipo de rede de sensorização para coleta de dados (Big Data), sejam estes parâmetros ambientais de uma cidade, resultados de um processo produtivo, ou medições no solo, no caso da Agricultura de Precisão, o que nos permite hoje participar em projetos no âmbito da Indústria 4.0, da Economia Circular e das Smart Cities.



Para que as soluções implementadas por estas duas áreas de competências possam ser operadas e mantidas em segurança, estamos a consolidar um centro de competências de cibersegurança e um serviço de gestão operacional capazes, de forma proativa, de identificar e reagir a eventos que possam comprometer a confidencialidade, a integridade e a disponibilidade dos dados dos nossos clientes.

Tendo em consideração os anos do impacto pandémico e a necessidade de muitas empresas de se proteger a nível digital e de implementar mais e melhores equipamentos e softwares para responder à necessidade dos seus colaboradores de continuarem a trabalhar, ainda que em home office, quão importante foi, nesse momento, a Pahldata dispor de uma equipa multidisciplinar que pudesse perceber as necessidades – a vários níveis – das empresas e criar uma solução à sua medida?

A natureza dos clientes que servimos, nos quais se incluem muitas entidades públicas e privadas reconhecidas como Infraestruturas Críticas, isto é, que fornecem serviços e bens essenciais para que a economia e o Estado funcionem, implica que a nossa empresa tenha a resiliência necessária para dar

resposta a organizações cujos sistemas e operação não podem parar frente a situações de catástrofe ou pandémicas, como foi o caso da Covid-19.

Esta cultura de resiliência faz parte da nossa matriz enquanto organização e é com naturalidade que sentimos que não só somos capazes de enfrentar as

situações exógenas mais adversas que impliquem alterações à normalidade de processos de trabalho, como estamos perfeitamente aptos a ajudar os nossos clientes a mitigar os riscos de perda de produtividade perante a multiplicidade de eventos que podem colocar em causa o seu normal funcionamento.

"Temos assistido, em Portugal, ao incoming de uma série de empresas estrangeiras que buscam a elevada proficiência dos profissionais portugueses e que, por esse motivo, têm aberto aqui as suas portas com a roupagem de centros de competências. Ora, este movimento prova que uma empresa portuguesa pode operar em Portugal, com portugueses em mercados internacionais."

Quão importantes são os parceiros com quem trabalham, neste processo de soluções personalizadas?

Os nossos parceiros são fundamentais porquanto são líderes mundiais de várias soluções e que, em conjunto com a elevada proficiência dos nossos colaboradores, conferem um grau de maturidade e credibilidade elevado que nos permite o sucesso na abordagem aos nossos clientes. Isso garante-nos uma tranquilidade na abordagem ao mercado porque estamos conscientes de oferecer um serviço ou solução de vanguarda.

Como é que a Pahldata pensa dinamizar e crescer nas suas ambições e que estratégias tem definidas para tal?

Estamos num mercado cada vez mais global. A Transformação Digital tem permitido ao longo do tempo a deslocalização de uma série de competências e a Covid veio comprovar isso mesmo. Temos assistido, em Portugal, ao incoming de uma série de empresas estrangeiras que buscam a elevada proficiência dos profissionais portugueses e que, por esse motivo, têm aberto aqui as suas portas com a roupagem de centros de competências. Ora, este movimento prova que uma empresa portuguesa pode operar em Portugal, com portugueses em mercados internacionais. O que a Pahldata está a preparar, e que visa um processo de internacionalização, é alavancar o seu crescimento num serviço que possa ser prestado anywhere, a partir de centros de competências e operações em Portugal. O nosso foco hoje é criar esse centro de competências, tipicamente, em segurança e operação de redes de dados, e garantir que as competências que já temos hoje são alavancadas para profissionais que se venham a juntar a nós neste desígnio. Acreditamos que o valor e a sustentabilidade da empresa no futuro estão muito relacionados com a capacidade de alavancar estes serviços recorrentes e de os projetar no mercado internacional.

Em 2018, surgiu a Pahlconsulting, enquanto empresa destinada à consultoria de gestão e acompanhamento de projetos. Que necessidade particular existia que tornasse necessário a criação de uma nova empresa, no grupo Pahldata?

A decisão de criar a empresa foi sustentada na estratégia do grupo em aproximar os seus serviços à gestão, em estar mais perto da decisão e em crescer no modelo de serviços recorrentes. Vimos também a oportunidade de abordar os clientes sobre outro prisma e com um discurso mais holístico. A soma das duas competências tornar-se-ia uma mais-valia para os nossos clientes.

A Pahldata é uma empresa que está presente nas soluções de infraestruturas e serviços de IT, considerámos que seria uma mais-valia adicionar portfolio no contexto acima, recordando que será sempre necessário tratar os dados ao nível dos processos e de os preparar para a gestão.

Sentimos também que podíamos potenciar a relação já existente com os atuais clientes e por isso consubstanciámos a oferta desse portfolio de consultoria na Pahlconsulting. O facto de ser uma empresa distinta justificou-se pela opção estratégica de separar a gestão, por entendermos que o formato de gestão e os indicadores de gestão são diferentes dos da Pahldata.

Como evoluiu esta empresa, até ao momento?

A empresa tem evoluído na pegada digital que a Pahldata já percorria, tendo assumido um papel complementar aos serviços do grupo.

É uma empresa jovem que está a credibilizar-se no mercado, com resultados existentes e estratégicos de garantir que o cliente pode, se quiser, ter um conceito de “one stop shop” num conjunto de serviços dentro do mesmo ecossistema empresarial.

De momento, cumpre os nossos objetivos iniciais e temos desenvolvido uma carteira de clientes capaz de assegurar um crescimento constante.

A consultoria é, atualmente, uma necessidade básica das empresas, sobretudo no que respeita à área tecnológica. Como se propõe a Pahlconsulting ajudar nesta matéria?

Vivemos num contexto de crescentes desafios políticos, económicos, sociais e ambientais. Estes desafios exigem que as empresas se adaptem rapidamente a alterações profundas num ambiente imprevisível, com o objetivo de melhorar continuamente o seu desempenho, quer através de infraestruturas tecnológicas, quer através de



processos e mecanismos que lhes proporcionem a equação constante da melhoria contínua aos vários níveis da organização.

Nesta ótica, a missão da Pahlconsulting consiste em apoiar as organizações, fornecendo serviços à medida de valor acrescentado e soluções com foco na integração digital dos mecanismos de gestão.

A nossa ação reparte-se por áreas que se complementam, focando-se na melhoria de processos de gestão e operação, na prevenção e mitigação de risco, no apoio a decisões de gestão e na agilização e automatização de processos. Desenvolvemos também muito trabalho no reforço da segurança das empresas, desenhando planos de continuidade de negócio, implementação de normas e auditorias. Apoiamos ainda os nossos clientes na pesquisa e preparação de candidaturas a fundos. A Pahlconsulting tem uma equipa multidisciplinar e apoia-se por vezes no conceito de Crowdsourced Talent, bolsas de consultores seniores externos especializados na prestação de serviços em Modo Multi-Source. Com esta abordagem conseguimos desenhar soluções globais com recurso a parcerias. A nossa rede de parceiros permite-nos complementar as soluções desenhadas em cada cliente, estendendo a ação em áreas como estudos de impactos financeiros, desenvolvimento de apps móveis, portais, plataformas no-code e low-code e recursos humanos.

Como colaboram, depois, as duas empresas – Pahlconsulting e Pahldata – de forma a assegurar aos clientes um resultado personalizado e que vá ao encontro da totalidade das suas necessidades?

A colaboração das empresas materializa-se numa abordagem conjunta do ponto de vista comercial onde, desde cedo, percebemos como vamos endereçar determinado cliente ou processo de negócio.

Ao alargarmos o portfolio criamos uma dinâmica de negócio diferente. Como? Em determinados momentos o cliente não tem oportunidade de negócio num portfolio mas pode ter noutro, ou até mesmo nos dois. O discurso mudou, é mais holístico, e isso permite-nos, por um lado, alargar as nossas oportunidades, ter uma maior perceção do entorno das necessidades globais do cliente e, por outro, ter maior dinâmica e abrangência de mercado.

O futuro é tecnológico e o presente demonstra isso, cada vez mais. Como se posiciona o grupo Pahldata para enfrentar o futuro, as suas novidades tecnológicas e os consequentes desafios que as acompanham?

O futuro é tecnológico, mas também é exigente e quer-se eficiente, por isso a perceção de um bom serviço é sempre uma tônica que suporta a decisão de escolha. É nesta tônica que o grupo está focado. Para que a mesma seja percecionada, é necessário provar que a forma como endereçamos os processos de negócio e o serviço ao cliente são diferenciadores. Temos estado a demonstrar que temos essa capacidade e temos hoje a noção de que temos uma abordagem ao cliente diferenciadora. Entendemos, assim, que a melhor forma de enfrentar o futuro é determos bons profissionais e percebermos antecipadamente as tendências de mercado ao nível das soluções.

"Trabalhamos para a excelência da indústria farmacêutica"

A Stepwise, atualmente em transição de marca para Stepscience, é uma empresa criada à medida das necessidades que as empresas de Ciências da Vida e a Indústria Farmacêutica possam ter, aquando da sua evolução e desenvolvimento de novos produtos ou entrada em novas áreas. O engenheiro Aldo Vidinha, CEO desta empresa nacional, destaca a importância dos conhecimentos técnicos e da indústria de que a sua equipa dispõe e realça a evolução internacional que a Stepscience está a preparar.



Aldo Vidinha
CEO

Como se definiriam, no que respeita aos serviços que prestam e à forma como se posicionam no mercado?

Os nossos serviços foram desenhados à medida de uma indústria altamente regulada como a Indústria Farmacêutica e das Ciências da Vida, que exige serviços de excelência para assegurar a qualidade dos medicamentos e produtos de bem-estar. Diferenciamos-nos por ter uma equipa com larga experiência de indústria e foco operacional e pelo acompanhamento próximo que damos ao cliente, o qual vemos como parceiro, de forma a assegurar a implementação do seu projeto e do seu negócio com sucesso.

Quais as áreas em que estão preparados para dar o vosso contributo? De que forma é desenvolvido o vosso serviço de consultoria?

Temos um portfólio de serviços abrangente, desde a ideia inicial para um projeto por parte de um investidor, à preparação de estudos de mercado que darão suporte à preparação do plano de negócios, passando pelo licenciamento, engenharia e

construção, desenho e implementação do sistema de qualidade, qualificação e validação de instalações, equipamentos e processos, assim como assuntos regulamentares e alocação exclusiva de recursos altamente especializados a projetos de variáveis dimensões nos nossos parceiros. Por outro lado, temos também uma área de formação profissional, a Stepscience Academy, focada na organização de cursos standard ou à medida das necessidades dos clientes, que se diferenciam por aliarem uma forte componente prática à componente teórica e serem muitas vezes organizados em parceria com a indústria, permitindo aos formandos visitar instalações farmacêuticas, enriquecendo e potenciando a aquisição de conhecimento.

Quão exigente é a necessidade de estarem constantemente na vanguarda da tecnologia e da técnica, para assegurar uma atualização constante de equipamentos e técnicas?

A progressiva digitalização das operações associadas à Indústria Farmacêutica e das Ciências da Vida tem conhecido importantes desenvolvimentos nos

últimos anos. É mais uma área em que temos forte conhecimento e presença, comprovada pelo lançamento de uma nova área de negócio focada na implementação de soluções tecnológicas de Manufacturing Execution System (MES) e Electronic Batch Record (EBR), desenvolvidas em Portugal. Estas novas soluções para a Indústria Farmacêutica irão permitir um controlo e monitorização total das operações, matérias-primas de fabrico e produto acabado.

A Medical Cannabis Europe Conference teve lugar nos dias 15 e 16 de setembro para discutir assuntos ligados à produção da Canábis Medicinal. Quão importante é este evento, para o país, para este mercado e para a Stepscience?

Esta conferência pretende fomentar não só o networking entre stakeholders da indústria, como igualmente promover a discussão sobre os desafios técnicos e seu enquadramento regulamentar, aplicáveis à Indústria da Canábis Medicinal. O feedback recebido por parte dos participantes, clientes e parceiros tem sido muito positivo e demonstrado pelo elevado interesse nesta conferência, tendo nesta segunda edição tido uma procura superior aos 250 lugares disponíveis.

Como será o caminho de futuro que a Stepscience pretende traçar? Quais os objetivos a atingir, de que possa dar-nos conta?

A Stepscience pretende promover a excelência no fabrico de medicamentos e produtos de bem-estar, estando sempre atualizada relativamente às novas tendências e abordagens às tecnologias, não só relacionadas com a Engenharia e Construção de novas unidades de fabrico, como também às mais atuais estratégias e boas práticas relacionadas com a Validação e Qualificação, Qualidade, Produção e Manutenção. As expectativas para os próximos anos são muito positivas e esperamos continuar com um crescimento sustentado nacional e internacionalmente. Até 2025, estimamos assistir a um crescimento da nossa equipa para mais de 100 colaboradores e estamos a finalizar negociações com parceiros para iniciar a expansão internacional da Stepscience para Espanha, Macedónia do Norte, América Latina e Suíça.



"Em Portugal ainda não temos uma cultura de marcas"

Tiago Miguel é cofundador e CEO da Noraya, uma agência de comunicação desenhada para visualizar os seus clientes não só do ponto de vista criativo e comunicacional, mas também considerando a questão empresarial e de gestão. Para isso, a Noraya dispõe de uma equipa com elementos formados nessas áreas, de forma a desenvolver um projeto de comunicação que vá ao encontro do propósito empresarial e de sucesso dos seus clientes.

Como se descreve, enquanto agência de comunicação?

Enquanto agência, gostamos de convergir a perspetiva empresarial e criativa nas soluções que criamos, consideramos que essa é uma das principais características que nos diferenciam, temos na nossa equipa, além de colaboradores das diversas áreas criativas, elementos formados em gestão e economia. Acreditamos que era algo que faltava na indústria das agências de comunicação, após tanto eu como o meu cofundador, Bernardo Santos, termos tido experiências em outras agências onde esse aspeto não era contemplado, sentimos que era necessário formar equipas que também incluíssem no seu processo de decisão um olhar crítico de um ponto de vista empresarial.

Hoje, já não basta "estar na internet", é necessário otimizar essa presença. Como se propõe a Noraya a ajudar os seus clientes, na garantia de maior visibilidade e destaque online?

De facto, já não nos basta estar na internet, a missão tornou-se "destacarmo-nos na internet". De um ponto de vista técnico, tantos os materiais desenvolvidos assim como as estratégias delimitadas devem ser alvo de escrutínio no que toca aos dados obtidos das suas análises, trata-se de uma área que padece de constantes iterações de forma a acompanhar não só as tendências e concorrência (algo já existente noutras facetas do negócio) como também para acompanhar os próprios algoritmos das plataformas onde estamos presentes. No entanto, além do ponto de vista técnico,

temos o conceito. O nosso público é constituído por pessoas com as suas emoções, humor, gostos e medos. Procuramos que as marcas obtenham visibilidade e destaque não só pela eficácia e eficiências das estratégias baseadas em dados que delimitamos, mas também pela personificação dos nossos clientes aos olhos do seu público.

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

Para avaliarmos o desempenho digital de uma empresa temos de fasear a nossa análise tendo em conta as várias etapas do funil de vendas. Num momento inicial trata-se de olharmos para métricas relacionadas com o alcance, face à dimensão da empresa e aos seus objetivos. Será primeiramente necessário entendermos se o público que queremos atingir está a tomar conhecimento da nossa existência, ou seja, ao criarmos a, título de exemplo, uma loja online será que estamos a conseguir ter o tráfego que pretendíamos ou que seria expectável? Caso assim não seja os métodos ativos e passivos de captação de tráfego devem ser revistos. Após essa fase, de forma geral, teremos de comparar o tráfego que conseguimos direcionar para as vendas efetivas que estamos a obter. Nesta fase a identificação do problema é simples, mas a conceção e desenvolvimento da solução necessitará por vezes de um olhar analítico e holístico por parte de equipas experientes com conhecimentos aprofundados na matéria.



Tiago Miguel
CEO e cofundador

Tem sentido uma crescente necessidade de rebranding das empresas, depois do período pandémico?

O período pandémico foi um período de reinvenção notório em vários aspetos. Uma das principais características deste período foi o investimento e crescimento da aposta nos meios digitais generalizada, empresas que ainda não tinham dado esse salto entenderam as oportunidades que residem nesse meio, no entanto, essa aposta no digital trouxe também desafios que as empresas não previam. Em Portugal ainda não temos uma forte cultura de marcas,

onde se entenda a sua verdadeira importância e relevância, e quando as empresas deram o salto digital depararam-se muitas vezes com um branding obsoleto que não se adequava nem era eficaz nas plataformas digitais. Houve e deve haver uma crescente necessidade de rebranding para que a integridade e memorização das marcas se mantenha independentemente do ponto de contacto com o cliente final. É imperativo que o público consiga facilmente identificar uma marca tanto quando a vê numa prateleira de uma loja, assim como numa app no telemóvel.

NORAYA

"Um processo de digitalização bem

Ricardo Alencastre é o CEO da Alencastre.net, uma empresa com duas décadas de existência no mercado digital e que reconhece a evolução que esta área já atravessou, bem como a valorização que obteve junto dos decisores empresariais dos mais diferentes setores de atividade. Recentemente, a Alencastre.net integrou o grupo Share IT, o que lhe permitirá alargar as suas competências.

Tendo a Alencastre.net 21 anos de existência, como verifica a evolução da economia digital?

Em 21 anos muita coisa mudou e sentimos, atualmente, que o mercado atingiu já uma certa "maturidade". Se em 2001 havia uma necessidade de "evangelizar" os decisores e a aposta das empresas passava, simplesmente, por uma presença institucional, o mercado mudou completamente no sentido de as empresas investirem e apostarem no digital como canal preferencial de comunicação, de divulgação e venda dos seus produtos e serviços. Isto é algo que vemos como transversal em praticamente todos os setores de atividade. Outro aspeto é a maior sensibilidade dos decisores para o digital, que finalmente perceberam que um processo de digitalização bem implementado e bem conduzido permite-lhes otimizar a forma como gerem as suas empresas e como chegam aos seus consumidores.

Que importância ou influência teve a pandemia na evolução do digital?

Acelerou a adoção do digital a nível global e, em particular, no mercado português. Sentimos, claramente, uma aposta das empresas no digital. Esta aposta não passou apenas por um maior investimento no comércio eletrónico ou na comunicação e *marketing* (através deste canal) mas principalmente pela digitalização dos seus processos de negócio, com a implementação de plataformas e tecnologias que permitiram às empresas estarem mais próximas dos seus clientes. Esta digitalização permitiu ainda às empresas reduzirem os seus custos e aumentarem a sua eficácia, com a automatização dos seus processos de negócio.

Na sua opinião, em que consiste um processo

de digitalização?

É uma pergunta pertinente, pois existe muito *buzz* em torno da digitalização e, por vezes, pode não ser claro perceber do que se trata. Na minha opinião, deve-se entender por digitalização o processo de converter e otimizar processos de negócio com recurso aos canais digitais. De uma forma geral e mais conceptual, essa digitalização poderá envolver *e-commerce*, integração de dados entre equipas e departamentos, integração de plataformas, disponibilização de portais de clientes, portais de fornecedores, apps, etc. No fundo, é utilizar as tecnologias que estão ao nosso dispor, com recurso à *Internet*, para implementar novos serviços e novas formas de trabalhar, de vender, comunicar e divulgar, com o intuito de prestar um melhor serviço, reduzir custos e aumentarem o seu ROI.

Que serviços presta a Alencastre.net?

Apesar de termos começado como uma agência digital, digo que somos cada vez mais uma agência de digitalização. Ou seja, prestamos os habituais serviços de desenvolvimento *web*, *mobile*, *e-commerce* e de *marketing* digital, mas o nosso foco é cada vez mais a consultoria e o apoio no processo de digitalização dos nossos clientes, tanto numa vertente de *marketing*, como também tecnológica. No fundo, apoiamos os nossos clientes na digitalização dos seus negócios.

Cada desafio é único, no mundo digital. Qual o processo que seguem quando um cliente se dirige a vós com um determinado objetivo por alcançar?

De facto, cada cliente tem necessidades específicas e no digital não há fórmula de sucesso que seja igual para todos. Trata-se, portanto, de um serviço que obriga a um elevado nível de personalização. Temos uma equipa com competências



Ricardo Alencastre
CEO

diversificadas. Temos capacidade de prestar consultoria estratégica, trabalhar o *marketing* digital e de oferecer competências tecnológicas. Isto é algo que nos tem distinguido no mercado, ao longo dos anos e que nos permite implementar soluções completas e complexas, devidamente alinhadas com as necessidades dos nossos clientes. Temos a capacidade de falar tanto com os Diretores de *Marketing*, como com os Diretores de TI. O passo seguinte passa por perceber o negócio do cliente e quais as necessidades deste. Trata-se de

implementado otimiza a gestão empresarial"

implementação de um projeto de *marketing*, tecnológico ou ambos? É necessário apoio ao nível de consultoria ou não? No fundo, iremos constituir uma equipa de trabalho multidisciplinar, de acordo com as necessidades do projeto a ser implementado.

Existe alguma área/setor de atividade com o qual estejam particularmente familiarizados?

Pelos 21 anos de existência, acredito que sejam poucas as indústrias com que ainda não nos tenham cruzado. No entanto, existem algumas com um peso mais significativo, nomeadamente, área Alimentar, Retalho, Distribuição, Logística, Imobiliário, Hotelaria, Tecnologia, Turismo e também Setor Público.

A Alencastre.net integrou este ano o grupo

Share IT. Foi uma mudança estratégica importante?

Sim, sem dúvida, a integração neste grupo permite-nos ter acesso a um leque ainda mais alargado de diferentes valências, até porque este grupo possui dois centros de competências em Portugal, o que nos dá um reforço de capacidade em tudo o que esteja relacionado com competências tecnológicas. Por outro lado, como resultado desta integração, estamos em processo de fusão com a Brandability, agência de *marketing* e publicidade do grupo, com sede em Dublin, o que nos permitirá também expandir a nossa capacidade em tudo o que esteja relacionado com o *marketing*. Essencialmente, esta integração permite-nos ajudar os nossos clientes a digitalizarem as suas organizações de uma forma integrada, juntando

diversas competências numa só equipa.

Como vê o futuro do digital e da Alencastre.net?

Embora seja muito difícil de prever o que será o futuro ou qual será a nova moda neste setor, não tenho dúvidas de que o digital veio para ficar e que haverá cada vez mais uma aposta das empresas neste canal. No mercado português, em particular, acredito que ainda há muito por ser feito e mentalidades a serem mudadas, no sentido de haver uma maior aposta no digital. Num mercado cada vez mais global, os decisores têm que dar um passo no sentido da digitalização. Quanto à Alencastre.net, queremos cada vez mais ser um parceiro de digitalização e estamos a trabalhar no sentido de oferecer cada vez mais competências nesta área.



Há mais de 20 anos a digitalizar marcas

Soluções de transformação digital e e-commerce

alencastre.net

SOU

Software feito com sentido

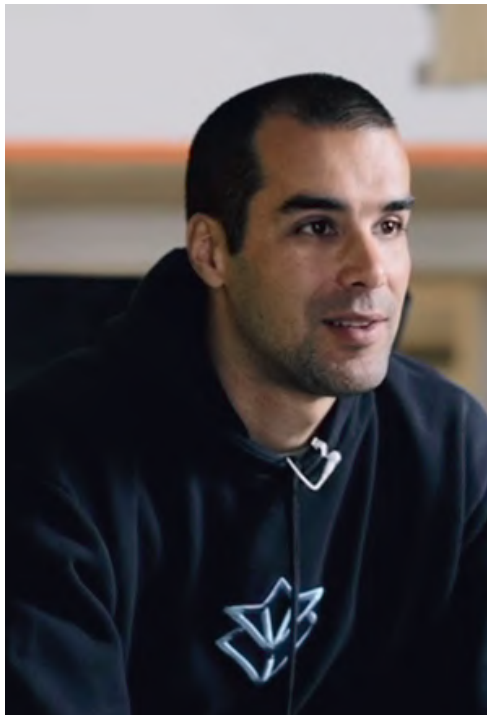
A craftable software é uma software house, 99% voltada para cloud, com presença internacional, que tem vindo a desenvolver software para várias áreas, entre as quais restauração, hotelaria e, mais recentemente, fintech e agricultura de precisão. Para breve, estará o lançamento de um software agregador de várias atividades, destinado especialmente ao serviço de entrega ao domicílio. Num ano que se revelou de consolidação, Hélder Soares, managing director da craftable software, reforça a intenção de continuar a crescer a empresa, mantendo o orgulho e o propósito no software que desenvolve.

A craftable software, em 2021, produzia software à medida para empresas do setor do Turismo, e já tinha desenvolvido soluções que ajudavam bastante o dia a dia das operações deste setor. Que balanço é possível fazer da evolução da vossa presença neste setor?

Tendo sido uma das áreas mais afetadas pela pandemia, é espantoso ver a recuperação que o setor do turismo teve neste ano. Sentimos que os nossos clientes têm optado por criar mais soluções de automatização de processos, gestão de devoluções e de reservas. Uma obsessão saudável com controlo e otimização de custos, tentando criar uma margem de conforto caso uma situação similar à que vivemos nos últimos dois anos volte a acontecer.

Relativamente ao setor da restauração, onde têm vindo a desenvolver software e aplicações, existe alguma novidade?

Uma das grandes prioridades do setor, durante a pandemia, foi a entrega de comida ao domicílio. Novos players entraram no mercado, outros consolidaram-se e, inclusive, notámos uma aposta mais significativa no serviço de entrega feito pelo próprio restaurante. Gerir menus, acompanhar em tempo real as entregas, poder dar prioridade a diferentes canais e, em última análise, poder ter pagamentos online é algo que já foi tentado de forma separada, mas não agregada e completa. Esse será o nosso próximo produto, que esperamos que possa ajudar a consolidar esta parte do setor que teve um crescimento extraordinário.



Hélder Soares
Managing director

Em 2021, fazia parte dos planos futuros da craftable software a entrada nos setores da fintech e da agricultura. Tal já aconteceu? De que forma?

Para nós, era mais fácil expandir para o setor das fintech, uma vez que já havia conhecimento e

experiência dentro de portas. Naturalmente consolidámos a nossa posição e continuámos discussões com novos parceiros internacionais e nacionais para potenciais projetos. O setor da agricultura foi um pouco mais difícil, no sentido de encontrar parceiros com experiência no terreno dispostos a olharem para projetos tecnológicos. Acabámos por pivotar e utilizar essa intenção para fazer uma prova de conceito que mistura blockchain com doações, para tentar aumentar a transparência de todo o processo que envolve doações de dinheiro e bens para a ajuda de pessoas com necessidades.

Considerando os objetivos já alcançados, quais os novos planos que a craftable software já estabeleceu para o futuro?

Depois de um crescimento extraordinário em 2021, este foi um ano de consolidação. Uma maior aposta na formação de pessoas e na definição da nossa identidade. Alterámos a localização dos nossos escritórios do Porto e Aveiro para poder facilitar momentos de convívio. A nossa natureza remota acaba por ajudar a criar um bom contraponto com esses encontros esporádicos. Para o que falta deste ano e para os primeiros seis meses de 2023, esperamos poder chegar aos 70 colaboradores e que cerca de 20% dos mesmos sejam pessoas que ajudámos a formar. Em termos tecnológicos, vamos continuar a nossa aposta nas ferramentas que tornam as soluções cloud mais acessíveis e fáceis de manter, olhando também para dois outros pilares nossos, como a cibersegurança e a experiência do utilizador. Queremos ter orgulho e propósito no software que fazemos.



"As seguradoras devem incrementar o seu papel social"

A SMV Seguros iniciou a sua atividade na área dos seguros em 1974, pela mão de António Vela, tendo sofrido uma reformulação em 2011. Simão Vela é já a segunda geração à frente dos destinos desta empresa, que se posiciona num mercado particularmente virado para empresas, dada a sua própria localização geográfica, e com uma grande aposta nos seguros de Saúde e Vida Risco, dada a formação do seu gerente.

Tendo em conta a experiência de mercado, como avalia a importância que os seguros têm, atualmente, na vida dos clientes particulares e empresariais?

A atividade seguradora é hoje um pilar basilar no equilíbrio da nossa balança enquanto sociedade em todos os seus vetores, quer ao nível dos ramos legalmente impostos, quer ao nível dos não legalmente impostos. Considero que a pessoa, a família e a empresa do hoje e do futuro já considera para si obrigatório garantir determinados riscos que a lei não exige que salvguarde.

O vosso foco principal está nas empresas. Que mudanças têm sido evidentes, desde há alguns anos, na procura de seguros por parte das empresas, sobretudo quando falamos de seguros não obrigatórios?

O paradigma das empresas em relação à atividade seguradora evoluiu imenso nos últimos anos. De uma forma simplista, os encargos com os seguros eram encarados como custos e hoje são definidos como investimentos. E é aqui que reside a grande diferença de pensamento dos nossos responsáveis de empresas, que encontram nos seguros, essencialmente nos não obrigatórios, um investimento seja de proteção do imobilizado da sua empresa, seja dos ativos mais importantes: as pessoas.

Os seguros são utilizados, hoje, como um benefício que a empresa garante ao colaborador e são uma forma de valorizar os recursos humanos. Enquanto responsável pela SMV Seguros, sente que as empresas estão realmente a seguir este caminho?

É já evidente e entronca exatamente com o proferido anteriormente. Segurar as pessoas é hoje um investimento que qualquer gestor pretende satisfazer. Não obstante os benefícios fiscais que muitas vezes derivam destas tomadas de decisão, as empresas procuram soluções diferenciadoras que as posicionem de forma distintiva no mercado e que se revelem verdadeiros ímanes de atração e fixação de capital humano de qualidade.

A pandemia foi responsável, em parte, pela maior consciencialização da importância da



Simão Vela
Gerente

proteção que os seguros garantem?

Sem dúvida que sim. A pandemia foi um evento que caracteriza na sua base a essência do seguro, ou seja, a proteção contra o fortuito, o incógnito e o imprevisível. Foi isso que a pandemia gerou. Um alarmismo generalizado que naturalmente provocou na população a necessidade de respostas e consequentemente a consciência e a importância de saber que se pode garantir uma resposta rápida e célere à doença e, desta forma, encarar o inesperado de forma ponderada, calma e racional.

Que soluções de seguros – particularmente no segmento de Saúde – tem a SMV Seguros disponíveis?

A nossa empresa é altamente diferenciada e focada na vertente Saúde e Vida Risco pois, para além de trabalharmos com a grande parte das seguradoras que operam no mercado nacional, a minha formação em Saúde (Licenciatura em Enfermagem e Pós-Graduação em Urgência e Emergência) revestiu-me de competências que considero únicas para poder analisar todas as soluções do mercado e adaptá-las à especificidade do cliente. O

maior domínio do léxico usado nas condições e garantias subscritas, a somar à componente técnica adquirida no ramo segurador, permitem-me aconselhar de forma distinta o cliente aquando da sua tomada de posição e, mais importante, gerir os conflitos e sinistros resultantes.

Como antecipa o futuro, no setor dos seguros, e quais são as áreas que lhe parecem necessitar de maior investimento por parte das seguradoras?

O futuro dos seguros é risonho, na medida proporcional do rasgo e da visão dos responsáveis das seguradoras, do papel mais ativo da ASF e da capacidade de resiliência do setor de agentes face aos grandes players. Em termos de investimento, elenco quatro pontos: maior valorização do papel do mediador, incremento da responsabilidade social das seguradoras e consequente maior resposta efetiva às necessidades das pessoas, o investimento na profilaxia e uma maior aposta em sistemas de previdência e em produtos "clean", com menores exclusões, sem pré-existências e sem idades limite.



Seguros de Saúde - Soluções para todos

A Gestmed – Mediação de Seguros trabalha no mercado segurador desde a década de 70, pelo que há mais de 50 anos que acompanha as várias alterações deste setor. José Francisco Pimenta, o responsável pela empresa, salienta o posicionamento da Gestmed no mercado e junto das seguradoras parceiras e o que isso permite oferecer aos clientes, no que respeita à oferta de produtos de seguro, com destaque para a área da Saúde.



José Francisco Pimenta
Diretor

Que análise faz do mercado atual, considerando em particular o grande interesse que a população demonstra pelos seguros de Saúde?

Contando com uma experiência que já ultrapassa os 50 anos, conhecemos a evolução que esta atividade tem tido. A fase pandémica veio aumentar a preocupação de todos e a sensação de fragilidade nunca foi tão sentida como atualmente. Nunca como agora todas as pessoas sentiram que tudo pode rapidamente mudar na sua vida e no bem-estar dos seus, tendo também constatado como o SNS foi colocado à prova e como é difícil que toda a população possa ser bem servida e de forma atempada. Uma das possibilidades que existem atualmente ao dispor é a proteção que os seguros de Saúde podem proporcionar, sendo um complemento real ao SNS. Este

sentimento de que existe mais uma opção disponível à população mudou alguns comportamentos dos clientes e a procura pelos seguros de Saúde cresceu bastante.

Quais as soluções de seguros de Saúde que a Gestmed – Mediação de Seguros apresenta?

Sendo a nossa empresa representante das principais seguradoras nacionais e internacionais, bem como parceira da segunda maior corretora nacional de seguros, temos ao dispor dos nossos clientes as seguradoras de Saúde com as maiores redes de prestadores de serviços a nível nacional e com possibilidade de extensão ao estrangeiro. Os nossos clientes têm ao dispor planos simples e económicos, com possibilidade de aceder aos prestadores de serviços com custos muito inferiores aos que teriam se não fossem titulares de apólices de Saúde,

ou por intermédio de outros planos muito mais completos e abrangentes. Salientamos também o incremento pela procura de coberturas oncológicas.

A oferta que existe no mercado é adequada às necessidades de quem procura estas soluções de seguros, ou ainda se verifica uma necessidade de atualizar este setor?

Atualmente existem opções adequadas às necessidades dos clientes, existindo até descontos se, por exemplo, uma família estiver segura na mesma apólice. Existe uma oferta bastante vasta, por exemplo, para quem apenas pretende segurar a especialidade de odontologia e realizar um tratamento dentário.

A população portuguesa é uma população envelhecida, pelo que os seguros de Saúde para seniores começam a tornar-se uma tendência.

A Gestmed concorda com esta afirmação, ou não se fez sentir esta procura na vossa carteira de clientes?

Existe uma grande procura por pessoas pertencentes a uma faixa etária mais avançada. Temos ao dispor soluções de seguros de Saúde, e até mesmo de acidentes pessoais, com opções adequadas a estas faixas etárias que, à partida, estariam excluídas. O facto de termos uma rede de parceiros/seguradoras bastante alargada permite-nos um vasto conhecimento do mercado, o que possibilita, após análise aprofundada, apresentar a proposta mais adequada às necessidades de cada cliente.

As empresas estão a apostar nos seguros de Saúde enquanto benefício que oferecem aos colaboradores, de forma a reter talento e a garantir a satisfação dos recursos humanos. Estas são, de facto, opções procuradas?

Em complemento à remuneração mensal, as empresas estão a procurar que os seus funcionários tenham melhores condições de trabalho. O seu bem-estar é um ponto muito importante e os seguros de Saúde efetuados pelas empresas para os seus colaboradores são hoje muito procurados, existindo até a possibilidade de ser feito um plano adequado a cada empresa.

Como avalia a evolução do mercado segurador, no que respeita ao futuro desta área? É possível que um seguro de Saúde se torne num bom complemento ao SNS?

Este é um setor que tem evoluído muito, estando as seguradoras muito atentas ao que vai surgindo na concorrência e todas as inovações acabam rapidamente por se estender ao restante mercado. Portanto é um mercado em franco crescimento. Deve ser compreendido como um bom complemento ao SNS, pois a rede das seguradoras de Saúde é bastante vasta e os clientes têm ao dispor serviços de qualidade, com uma rapidez de resposta que, de outra forma, não seria possível.

CONCRETA lança ciclo de conferências Na Primeira Pessoa

A CONCRETA é uma feira anual de Arquitetura, Engenharia e Design que, este ano, tem lugar entre os dias 13 e 16 de outubro.

Com o objetivo de distinguir particularmente aqueles autores que se distinguiram pelas boas práticas de sustentabilidade, este ciclo de conferências pretende trazer para palco engenheiros, arquitetos e designers que queiram falar, em nome próprio, sobre um projeto seu que contemple questões como a sustentabilidade e a Economia Circular, que foi o tema escolhido para este primeiro ciclo de conferências.

Este novo projeto assinala também a trigésima edição desta feira.

"The Greatest Queen Symphonic e " Mercury Falls Band atuam dia 5 de novembro no Super Bock Arena

No próximo dia 5 de novembro, pelas 22 horas, o Super Bock Arena vai receber a quinta performance do concerto "The Greatest Queen Symphonic" com a Orquestra Nacional de Jovens, Mercury Falls Band, com os cantores Paulo Silva e Nuno Resende e dirigidos por Cristiano Silva, Maestro Titular e Diretor Artístico da Orquestra Nacional de Jovens.

Os anteriores concertos tiveram lugar em Arouca, na Casa da Música, no Porto, no CAE da Figueira da Foz e no Festival Vale do Lobo, no Algarve e todos tiveram lotação esgotada.

Este concerto em particular assinala os 15 anos da Orquestra Nacional de Jovens, os 25 anos de carreira do Maestro Cristiano

Silva e ainda o seu próprio aniversário.

A bilheteira oficial do evento está disponível na Ticketline.



VGP PARK SINTRA

Procura uma solução? Aceitamos o seu desafio!

A nova localização para as suas atividades
logísticas e industriais



- 30.040 m² área locável
- Espaços desde 5.500 m² até à totalidade do parque para soluções personalizadas
- A menos de 1 km dos acessos às autoestradas A16 e A37
- A menos de 10 minutos do centro da cidade
- Certificação BREEAM mínima de Muito BOM



VGP Portugal

Praça do Bom Sucesso, 123 / Ed. Península Business Center
5º Piso, Sala 504 / 4050-145 Porto / Portugal
+351 935 682 168 / miguel.figueiredo@vgpparks.eu
www.vgpparks.eu



Estudo Clínico de 7 anos MiSight® 1 day

Este é o ensaio mais longo sobre o controlo da miopia em crianças de todo o mundo e demonstra que as crianças que sentiram a miopia a abrandar com estas lentes não têm "efeito de ricochete".

O resultado do Estudo Clínico MiSight® 1 day de 7 anos demonstra que não há efeito de ricochete nas crianças após o tratamento prolongado com estas lentes, conforme comunicado na última Reunião Anual da Academia Americana de Optometria. Foi agora demonstrado através de evidência científica que os benefícios da miopia que se obtêm com MiSight® 1 Day são mantidos quando esta lente de contacto é descontinuada.

- MiSight® 1 day encontra-se aprovada para utilização como método para abrandar a miopia em crianças e adolescentes pela EMA na União Europeia (marcação CE), pela FDA nos Estados Unidos e, mais recentemente, pela Administração Nacional de Produtos Médicos da China (NMPA).
- O tratamento de lentes de contacto MiSight® 1 day utiliza a ActiveControl® Technology. Esta tecnologia permite que as lentes proporcionem uma visão nítida enquanto abrandam o aumento da miopia.
- Nos anos anteriores à investigação, foi já demonstrada uma eficácia de 59% no abrandamento do crescimento da miopia em crianças que tinham utilizado lentes de contacto MiSight® 1 day.
- O regresso à escola é uma boa altura para as crianças e adolescentes realizarem exames oftalmológicos para detetar a miopia, que tem estado ligada à probabilidade de sofrer de algumas destas doenças oculares na idade adulta: maculopatia miópica, cataratas, glaucoma, descolamento da retina.

Setembro 2022. CooperVision, líder mundial no controlo e gestão da miopia infantil, publicou recentemente os resultados do Estudo Clínico de 7 anos MiSight® 1 day em crianças dos 8 aos 17 anos de idade. As conclusões são genuinamente otimistas em termos de progresso no controlo da miopia nas crianças mais pequenas.

Nesta última fase do ensaio, foi demonstrado que o tratamento com MiSight® 1 day durante um longo período não tem efeito de ricochete. Os pais e as crianças podem ter total confiança de que este tratamento proporciona um abrandamento da progressão da miopia sem um futuro crescimento acelerado da miopia.

MiSight® 1 day está aprovada pela EMA na União Europeia e pela FDA nos Estados Unidos. Também recebeu recentemente aprovação da Administração Nacional de Produtos Médicos da China (NMPA). Isto faz com que seja o sistema de controlo de miopia mais aprovado para crianças por qualquer organismo

regulador. Todos estes organismos reguladores das autoridades sanitárias da União Europeia, Estados Unidos e China são responsáveis por garantir a segurança dos dispositivos médicos que chegam ao mercado e podem ser adquiridos pela população e as suas famílias. A MiSight® 1 day foi aprovada por unanimidade pelos organismos reguladores dos mercados mais importantes do mundo. As famílias das crianças e adolescentes míopes podem estar seguras de que podem confiar na MiSight® 1 day para os seus filhos quando são convidados por profissionais de saúde ocular para aprenderem sobre este sistema para controlar o crescimento da miopia.

Os resultados do estudo completo de 7 anos com MiSight® 1 day foram divulgados pela equipa de investigação na Reunião Anual da Academia Americana de Optometria nos Estados Unidos, onde se reúne o maior número de peritos de toda a América.

Como tem sido o tratamento durante o último ano do estudo?

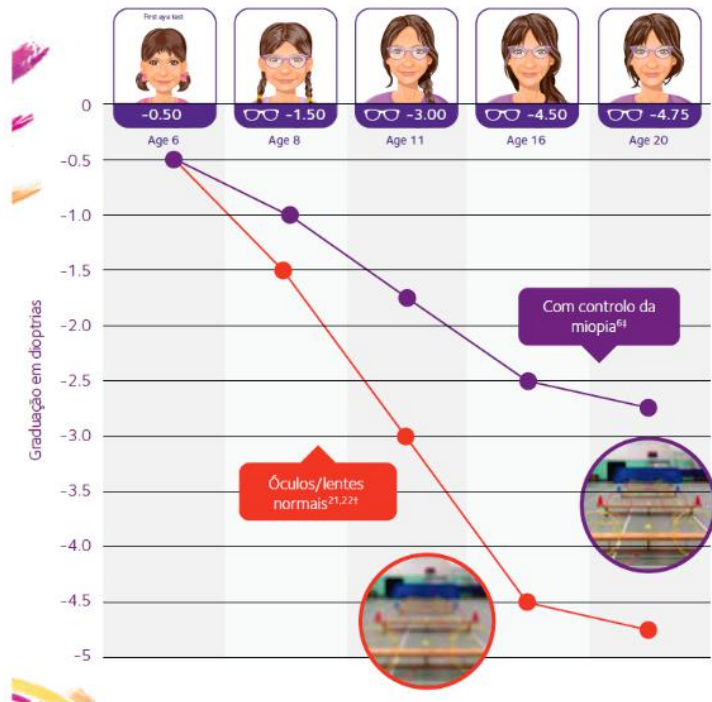
Durante este sétimo ano, as crianças do estudo interromperam o tratamento com MiSight® 1 day e mudaram para uma lente de contacto monofocal para avaliar se os benefícios obtidos nas fases iniciais da utilização das lentes de contacto CooperVision® se mantiveram durante esta fase. No final do último ano, os resultados mostram que a progressão da miopia estava a níveis "normais para a idade" e que não houve aumento acelerado, demonstrando que não houve efeito de ricochete. Assim sendo, nas crianças que interromperam o tratamento entre os 14-19 anos de idade após 3 a 6 anos de uso das lentes de contacto MiSight® 1 day, o crescimento ocular voltou às taxas médias de progressão miópica esperadas para a sua idade.

O Estudo Clínico de 7 anos MiSight® 1 day é o ensaio clínico de controlo da miopia mais longo do mundo. Nos resultados publicados em anos anteriores, foi demonstrado que 90% dos olhos míopes que tinham utilizado MiSight® 1 day tinham respondido ao tratamento. A eficácia média foi de 59% em crianças de todas as idades (8-17) que sentiram um abrandamento da progressão da miopia. Este ensaio clínico foi conduzido em 4 instituições de investigação em todo o mundo com locais em Singapura, Reino Unido, Portugal e Canadá, envolvendo 144 crianças desde o seu início.

Paul Chamberlain, investigador principal do estudo e diretor de programas de investigação na CooperVision®, afirma que: "Os profissionais de saúde da visão podem adoptar MiSight® 1 day com a confiança de saber que a maioria das crianças responderá ao tratamento. É uma das soluções mais eficazes para prevenir o crescimento acelerado dos olhos sem efeitos adversos".

Como funciona MiSight® 1 day para controlar a miopia

A miopia está a aumentar rapidamente, especialmente nas crianças, com maior ênfase nos mais novos, daí a importância da deteção precoce para proporcionar de imediato as soluções corretas. Neste sentido, MiSight® 1 day, a solução líder para o controlo da miopia em crianças, tem uma dupla função: proporcionar uma visão nítida enquanto retarda a progressão da miopia, reduzindo o sinal que diz ao olho para crescer em demasia. Este tratamento foi aprovado pela União Europeia (UE) através da Marca CE, bem como pela US Food and Drug Administration (FDA).



O sucesso deste tratamento baseia-se na utilização de ActiveControl® Technology, que tem a função dupla de proporcionar uma visão nítida e, ao mesmo tempo, retardar o aumento da miopia. Assim, os problemas de saúde ocular podem ser reduzidos em até 40% para cada dioptria evitada ao longo dos anos. Segundo os oftalmologistas que fizeram a revisão do desenho da lente, "O desenho assemelha-se a um alvo, em que o centro da lente é concebido e graduado para visão ao longe, o seguinte anel para a visão ao perto, o seguinte para a visão ao longe... e assim por diante à medida que nos afastamos do centro. Isto significa que as pessoas que os usam podem ver bem porque a graduação no centro está correta, mas ao mesmo tempo provoca uma espécie de "desfocagem" em certas áreas da retina para enganar o olho de modo a que este não cresça, que não provoque maior alongamento do olho e mais miopia".

REFERÊNCIAS:
MEW-MAY WU M, Edwards MH. O Efeito de Ter Pais Míopes: Uma Análise da Miopia em Três Gerações. Optometria e ciência da visão: publicação oficial da Academia Americana de Optometria [Internet]. 1999 Jun 1;76(6):387-92. Disponível em: <http://content.wkhealth.com/linkback/openurl?sid=WKPTLP:landingpage&an=00006324-199906000-00018>

A tecnologia ActivControl® Technology nas lentes de contacto MiSight® 1 day é um design ótico especial capaz de proporcionar uma visão nítida enquanto reduz o sinal de crescimento em demasia ao olho.⁶

- Zonas de correção para uma visão nítida
- Zonas de tratamento que criam desfocagem míope

Regresso à escola: a melhor altura para detetar a miopia das crianças

A miopia é agora considerada pela Organização Mundial de Saúde como a epidemia silenciosa do século XXI e estima-se que em 2050 metade da população mundial seja míope. Uma população que é cada vez mais afetada por esta doença ocular é a população infantil. Os problemas visuais podem prejudicar diretamente o desempenho escolar das crianças mais pequenas, uma vez que até 80% do desenvolvimento socioeducativo ocorre através da visão durante os primeiros 12 anos de vida.

O regresso à escola é o momento ideal para realizar este tipo de exame de visão para assegurar que a criança está preparada para os nove meses em que uma boa visão é fulcral para o seu sucesso escolar. Além disso, estes controlos são vitais para a deteção precoce da miopia, pois esta deficiência visual não se traduz apenas numa visão desfocada, na medida em que pode afetar a qualidade de vida atual, bem como o risco de sofrer de doenças oculares mais graves no futuro, tais como cataratas, glaucoma, descolamento da retina ou maculopatia miópica.

Segundo os peritos em controlo de miopia da CooperVision na Ibéria, "as lentes MiSight® 1 day proporcionam uma excelente visão, são fáceis e seguras de usar e permitem a máxima liberdade de movimentos para crianças e adolescentes que, enquanto desfrutam de todas as suas atividades com uma visão nítida, estão a ajudar a retardar o crescimento da miopia". As crianças acham muito fácil colocar lentes de contacto, usá-las e retirá-las. Acresce que o uso de lentes hidrófilas ajuda a aumentar a sua autoestima e autoconfiança, permitindo-lhes participar em todas as atividades desportivas e de lazer tal como os seus pares, bem como a não se sentirem diferentes dos outros em virtude dos estereótipos sociais atribuídos ao uso de óculos.



Importância do rastreio visual na criança e controlo da progressão da miopia

J. Salgado Borges

MD, PhD, FEBO, Diretor Clínico da Clinborges e Embaixador em Portugal do TFOS (Tear Film & Ocular Surface Society)

Foto: Esfera das Ideias

Sabia que uma em cada três crianças do ensino básico tem uma deficiência visual não detetada? Um facto alarmante que se tem vindo a exacerbar nos últimos anos.

O rastreio visual é fundamental em todas as faixas etárias. No entanto, em crianças com deficiência visual sem correção há uma grande probabilidade de estas se acomodarem ao problema, afetando drasticamente o seu desenvolvimento pessoal; isto acontece porque as crianças, não entendendo o que lhes está a acontecer, acabam por não reportar o seu problema aos pais.

O rastreio visual é um procedimento de prevenção, rápido e simples que ajuda a identificar distintos problemas de visão. Algumas alterações oculares em crianças são fáceis de detetar quando os sintomas são perceptíveis. No entanto, outras condições podem não apresentar sintomas ou sinais e só se conseguem detetar através de um exame oftalmológico específico e mais aprofundado.

Uma vez que o período escolar se iniciou, é fundamental consciencializar os pais sobre a importância do rastreio visual e como podem as doenças oculares afetar o desenvolvimento e o sucesso escolar da criança.

A visão está intimamente ligada ao processo de aprendizagem e os problemas de visão podem até mesmo afetar adversamente a capacidade de a criança gostar de aprender e provocar um baixo rendimento escolar. Neste contexto, é importante que os pais adquiram o hábito de verificar regularmente a visão dos seus filhos.

Quando deve ser realizado o rastreio visual?

No recém-nascido ou ainda bebé o oftalmologista pediátrico ou pediatra realiza um exame abrangente para testar quaisquer problemas oculares prematuros ou de alto risco. Aos dois anos de idade, de acordo com o plano nacional de saúde, é realizado um rastreio visual a pedido do pediatra. Por fim, quando a criança atinge a idade escolar, é aconselhável que seja realizado um rastreio visual pelo menos de dois em dois anos ou sempre que haja uma mudança ou comportamentos incomuns conforme abaixo listado.

Quais os sinais a ter em atenção?

- * Semicerrar os olhos;
- * Dores de cabeça ou sensibilidade à luz (fotofobia);
- * Problemas de aprendizagem;
- * Saltar palavras durante a leitura;
- * Esfregar constantemente os olhos;
- * Embater frequentemente contra objetos;
- * Má coordenação entre a mão e olho;
- * Distância anormal para ler ou escrever (demasiado próximo ou distante);
- * Ver televisão muito próximo do ecrã.

Através de exame oftalmológico de rotina é possível identificar várias doenças oculares - refrativas ou não refrativas. A miopia é a mais alarmante!

A miopia é a principal causa de deficiência visual em crianças e, quando não tratada, pode contribuir para uma maior probabilidade de desenvolver deficiência visual permanente, incluindo degenerescência macular, descolamento de retina, catarata, glaucoma ou mesmo cegueira associada à alta miopia em adulto.



CLINSBORGES

Dê aos seus olhos o conforto e saúde que merecem!
Marque já a sua consulta 22 202 6669

Av. Rodrigues de Freitas 407-409 PORTO . www.clinsborges.pt



O que é miopia e quais os fatores de risco?

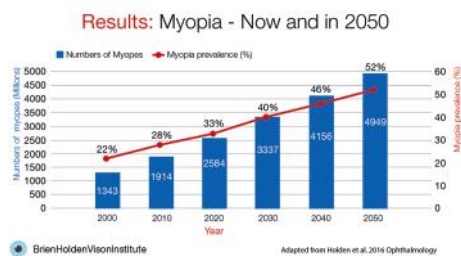
Na presença de miopia a criança consegue ver bem ao perto, mas tem dificuldade em ver objetos ao longe. Ainda não há uma certeza da causa exata para a miopia, mas múltiplos estudos revelam que se trata de uma patologia multifatorial em que tanto os fatores genéticos como os ambientais podem desempenhar papéis fundamentais no desenvolvimento e progressão desta patologia.

Genética - A miopia tende a surgir em famílias onde um ou ambos os pais são míopes, aumentando a probabilidade de desenvolver essa condição.

Condições ambientais - Alguns estudos apoiam a ideia de que a falta de atividades no exterior e o uso exagerado da visão ao perto podem aumentar a probabilidade de desenvolver miopia.

O que devemos esperar da prevalência de miopia?

Nos últimos anos, a miopia tem apresentado uma tendência de crescimento elevado. Vários estudos preveem que, até 2050, a prevalência de miopia e alta miopia aumente para 52% e 9,8%, respetivamente. Vários estudos revelam que a prevalência da miopia varia entre países; verifica-se então que os países que usam mais tecnologia e equipamentos digitais, tais como a China e Japão, têm uma taxa significativamente mais alta.



Como pode ser tratada e moderada a progressão da miopia na criança?

Deverá ser o oftalmologista a indicar qual o melhor tratamento para cada caso. Mas genericamente existem fundamentalmente duas formas de tratar a miopia na criança. Podemos então recorrer à utilização de lentes de correção nos óculos ou lentes de contacto.

Óculos com lentes de correção - esta solução impõe algumas limitações no exercício de atividades profissionais (estudos) e desportivas, assim como reduz ainda o campo visual e os reflexos da criança míope.

Lentes de contacto - constituem uma solução muito boa para a miopia, mas também é verdade que podem causar intolerâncias, além de requererem mais cuidados para a sua correta manipulação.

Atualmente, para ambos os tipos de tratamento há tecnologias que estão clinicamente comprovadas da sua capacidade não só de correção, como também de permitirem retardar significativamente a progressão da miopia. Não obstante, o primeiro passo a tomar deverá ser, sem dúvida, o de se adquirir o hábito de cuidar da saúde ocular das crianças, promovendo cuidados preventivos no seu dia a dia.

Que cuidados preventivos podem os pais implementar?

Há alguns cuidados que podem facilmente ser implementados pelas famílias promovendo assim uma visão saudável.



Limitar o acesso ao uso de ecrãs

O uso exagerado dos aparelhos digitais/jogos desde tenra idade até à adolescência são prejudiciais e uma das principais causas para o aumento exponencial da miopia, pelo que o tempo (não escolar) de utilização destes aparelhos deverá ser no máximo limitado a 45 minutos por dia.

Promover atividades no exterior

Proporcionar alternativas à tecnologia é uma excelente forma de promover uma visão saudável. Brincar no exterior ajuda as crianças a desenvolverem a sua visão ao longe e a estimular a musculatura dos olhos.

Estar atento aos sinais e saúde ocular da criança

Até aos dois anos, as crianças ainda são pequenas demais para se aperceberem e comunicarem que têm um problema de visão. Por este motivo, é importante manter uma atenção redobrada e estar muito atento aos sinais acima referidos.

Conclusões

Em conclusão, a taxa de progressão de miopia deve ser controlada, e, para tal é necessário criar hábitos que promovam uma saúde ocular saudável desde tenra idade. Evitar o uso excessivo de aparelhos digitais, praticar mais atividades no exterior, ter uma boa alimentação e realizar o rastreio visual periódico desde o nascimento são ações imprescindíveis para promover uma visão saudável e procurar evitar as graves complicações que surgem em consequência da alta miopia.

ESSILOR®
#1

A MARCA DE LENTES MAIS RECOMENDADA EM TODO O MUNDO PELOS PROFISSIONAIS DE SAÚDE VISUAL*

As lentes
Essilor® Stellest™
abrandam a progressão
da miopia em média 67%**



**Em comparação com lentes unificas standard, quando utilizadas pelas crianças pelo menos 12 horas por dia, todos os dias. Bao, J., Huang, Y., Li, X., Yang, A., Zhou, F., Wu, J., Wang, C., Li, Y., Lim, E. W., Spiegel, D. P., Drobe, B., Chen, H., 2022. Lentes oftálmicas com microlentes asféricas para controlo da miopia vs lentes oftálmicas unificas. Estudo clínico randomizado. JAMA Ophthalmol. 140(5), 472-278. <https://doi.org/10.1001/jamaophthol.2022.0401>
As lentes Essilor® são qualificadas como dispositivos médicos nos termos previstos no Regulamento UE 2017/745.

Espaços Verdes e Parques Urbanos

A marca de Marco Martins

Marco Martins
Presidente da Câmara Municipal de Gondomar

Durante os mandatos de Marco Martins enquanto Presidente da Câmara Municipal de Gondomar, a criação de espaços verdes no concelho, entre eles uma rede de percursos pedonais e parques urbanos com valências desportivas e culturais, foi uma prioridade. Com quatro parques urbanos terminados, três em obras, um em fase de projeto e um acabado de inaugurar, é neste último que concentramos atenções. O Parque Urbano de Gondomar foi inaugurado dia 3 de outubro e resulta de muito empenho do executivo municipal. Nesta entrevista, além de ficarem visíveis as futuras valências deste espaço com mais de 20 mil metros quadrados de área, ficam também as palavras de um autarca que acredita ter cumprido o seu desígnio para com o seu povo.

Os espaços verdes foram, desde sempre, importantes para o desenvolvimento sustentável de uma cidade, bem como para a convivência harmoniosa entre a população e a Natureza. Qual a importância destes parques urbanos e de outras infraestruturas “verdes” para o município?

Eu diria que o mais importante é a qualidade de vida. Gondomar era conhecido essencialmente como dormitório, por isso, após a eleição de 2013, apostámos na promoção do território: a imagem do território, a sua localização geográfica e, obviamente, a qualidade de vida para quem cá mora. Nessa altura, éramos o único concelho da área metropolitana do Porto sem um parque urbano. Quando vencemos as eleições, apresentámos um plano para um conjunto de infraestruturas “verdes”. Já há quatro a funcionar, neste momento: o Parque Urbano de Rio Tinto; o

Parque Urbano de Fânzeres / São Cosme; o Passadiço de Rio Tinto; e o parque Urbano da Ribeira da Archeira. Temos mais três em obra: o de Ramalde; o de Medas e o de S. Pedro da Cova. Há um outro em fase de projeto, que é o de Baguim do Monte.

A ideia é dotar o município de nove parques urbanos, para que as pessoas possam ter espaço para usufruir da Natureza, fazer atividades ao ar livre, e, acima de tudo, para que possam conviver cá dentro, no seu concelho, e não tenham de ir para o parque da cidade do Porto, para Leça da Palmeira ou para Vila Nova de Gaia.

Qual tem sido o impacto destes espaços urbanos junto da população?

O feedback tem sido muito positivo. Uma das coisas que as pessoas mais valorizam são os parques

urbanos e quando me perguntam “qual é a grande marca do Marco?”, é esta aposta naquilo que é a promoção do território e no poder dar qualidade de vida às pessoas, que se materializa precisamente com este tipo de obras.

São obras arrojadas, difíceis de decidir. Os mais emblemáticos - o de Gondomar e o de Rio Tinto - estão nos terrenos mais apetecíveis. O Parque Urbano de Rio Tinto está feito numa parte que já era da Câmara e noutra parte que adquirimos, e curiosamente, em Rio Tinto também havia uma decisão estratégica que, na altura, tomámos, e que foi muito contestada - que foi fechar uma rua para unir as duas pontas do parque. Aqui em Gondomar aconteceu a mesma coisa. Nós encerrámos a rua que subia, diretamente da rotunda, para unir as duas partes do parque e termos um parque sem ruídos, só com peões e sem circulação automóvel.

Estes projetos são realizados com o apoio de fundos europeus?

Não. Dos nove parques urbanos, o financiamento mais significativo foi nos Passadiços de Rio Tinto, e tivemos um pequeno apoio na Ribeira da Archeira. Tudo o resto é dinheiro do município. Estamos a falar de um investimento global superior a 35 milhões de euros, sendo que 30 milhões, aproximadamente, são recursos próprios da autarquia, sem recorrer a endividamento. Importa compreender que, no início do mandato, o nosso grande objetivo foi resolver a questão financeira. Herdámos uma dívida de 162 milhões de euros. Neste momento (dados do primeiro semestre de 2022), já amortizámos mais de 90 milhões da dívida e investimos cerca de 178 milhões de euros. Deste valor, são 25 milhões dos fundos comunitários, o que quer dizer que 153 milhões de euros são recursos próprios.

Quando se criam este tipo de infraestruturas, há desafios particulares, que é necessário ter em conta?

Temos que começar sempre pela localização. Obviamente, tanto quanto possível, aproveitando terrenos que a Câmara tem. Não foi o caso aqui em Gondomar, nem em Rio Tinto, onde tivemos de adquirir uma parte do terreno. Depois da escolha do local, temos de o adaptar às várias valências. Este parque, por exemplo, já conta com um dog park, que é fruto da evolução dos tempos. Hoje, quase todas as famílias têm animais de estimação, que fazem parte da família, pelo que assim toda a família pode vir passear ao parque urbano. Nós adaptamos os parques à realidade do território. E há estruturas que são multifuncionais e que servem para que, depois, se possa vir aqui fazer um concerto, por exemplo, ou uma atividade lúdica.

Este lado cultural é importante, para trazer a cultura até às pessoas?

É, até para trazer novos públicos às atividades e novas modalidades para as pessoas poderem usufruir daquilo que o seu território oferece. Temos promovido vários concertos no Parque Urbano de Rio Tinto e depois há atividades lúdicas para fazer ao longo do ano, para crianças e seniores, para dinamizar o parque. Nós, em Gondomar, temos muita História e Tradição e devemos aproveitar isso para rentabilizar esta nossa cultura. Os parques urbanos são o nosso ex-líbris, quando se trata de trazer a cultura para a rua.

A população está mais perto do seu concelho neste momento, graças aos espaços verdes?

Sim. As pessoas, em vez de irem para fora ao fim de semana, vêm para estes espaços passear, ao domingo à tarde, com os filhos e os avós... Este espaço abriu dia 3 de outubro e havia muita gente que perguntava quando abriria. Estavam na expectativa e muito curiosas.



Vista aérea do Parque Urbano de Gondomar ainda em construção

Quais são as características particulares deste Parque Urbano que importa destacar?

É um parque que tem cerca de 21 mil metros quadrados e é composto por um auditório, um restaurante, um snack-bar, um parque infantil, um dog park e um espaço dedicado à atividade física, com máquinas de fitness. Tem dois lagos comunicantes entre si e um miradouro, de onde se vê o pôr do Sol. Fica enquadrado também numa rede de novos percursos que nós temos à volta da Zona Urbana de Gondomar. É um espaço aberto a todos. A única coisa que pedimos é que preservem e não vandalizem.

Olhando para trás, agora que está no seu último mandato, como se sente com a sua obra?

De consciência tranquila. Recentemente revisei as principais linhas dos objetivos a cumprir em 2013, e está tudo cumprido. Isso deixa-me de consciência tranquila, muito satisfeito. Daqui em diante, quem vier que continue este projeto. Valeu a pena. Valeu a pena, de facto, os milhares de horas que abdiquei dos amigos e da família, pelos gondomarenses.





Miguel Allen Lima
CEO

A close-up photograph of a smart lighting fixture. The fixture is white and has a grid of LED chips on its surface. The text is overlaid on the image.

“A tecnologia pode ajudar a gerir recursos fundamentais”

A ARQUILED nasceu em 2005, enquanto empresa de iluminação em tecnologia LED. Todavia, a evolução do negócio levou à criação da Bright Science, o “braço de Engenharia” da ARQUILED, onde se desenvolvem as ideias que permitem dotar os municípios de novas tecnologias que ajudam à gestão dos recursos críticos, como são a iluminação, a água e os resíduos. Miguel Allen Lima, engenheiro e CEO das duas empresas, destaca ainda a filosofia de trabalho das mesmas: fazer projetos que acrescentem valor aos clientes.

Como se posiciona a ARQUILED, enquanto líder em iluminação pública LED? Quais são as vossas principais linhas de orientação?

A ARQUILED é uma empresa 100% portuguesa, criada em 2005, como empresa de iluminação da área do LED. Em 2005, o LED era uma tecnologia bastante inovadora, o que prova, desde logo, o ADN inovador da ARQUILED.

Começámos pela iluminação LED no segmento arquitetural, tendo depois evoluído para a componente de exterior e de iluminação pública, porque nos apercebemos que havia uma oportunidade imensa nessa área: Portugal tem cerca de quatro milhões de luminárias de iluminação pública, que estão ligadas 365 dias por ano, cerca de 11 horas por dia, portanto, havia aqui uma grande oportunidade de poupar e de transformar este mercado, que estava parado há 40 anos. Além desta componente, focámo-nos também muito no modelo de negócio, isto é, nunca quisemos criar tecnologia apenas pela tecnologia. Para nós, é fundamental que a tecnologia tenha um propósito, que crie valor. Esta é uma das nossas bandeiras – fazer projetos cujo racional económico faça sentido para o cliente final.

Como sempre tivemos a componente da Engenharia do nosso lado, fomos criando os nossos produtos e reforçando esta área, até ao momento em que decidimos que fazia sentido aplicar o nosso know-how a áreas como a Internet of Things (IoT) ou à gestão de recursos críticos dos municípios – água, energia, resíduos. Por isso, criámos a Bright Science, que tem como missão desenvolver tecnologias IoT para smart cities, com laboratório e técnicos certificados, no Alentejo, para fazer toda a componente laboratorial.

O facto de terem produção e desenvolvimento próprios garante uma maior eficácia na apresentação de soluções aos clientes? Além disso, o facto de os laboratórios e a fábrica se localizarem no interior do país é mais desafiante no que respeita à mão de obra?

Se queremos ser inovadores, temos de ser nós a criar

e se o fazemos é porque essas soluções ainda não existem. Esta sempre foi a filosofia subjacente à empresa e, para isso, a Engenharia é fundamental. Pensamos soluções que façam sentido e que acrescentem valor e criamo-las. Temos reforçado este ADN através de parcerias com universidades, seja em Portugal, seja no estrangeiro, e temo-nos candidatado e executado vários projetos no âmbito de Portugal2020, em parceria com estas instituições.

Há caminho a desbravar nestas áreas de investigação e desenvolvimento em Portugal e com mão de obra nacional?

Creio que sim, e nunca foi tão fácil. Enquanto, nos anos 60/70, boa parte da investigação se baseava nos semicondutores, o que obrigava a investimentos altos, hoje boa parte do desenvolvimento passa pelo software e software é só cérebro. Isso, felizmente, temos com abundância neste país. Por isso, acho que nunca foi tão fácil inovar como agora.

Falámos já várias vezes da IoT e quando conhecemos a ARQUILED e a Bright Science, percebemos que estão intimamente ligadas a esta tecnologia. Assim, que soluções existem, hoje, no vosso portfolio, que lhe pareça importante divulgar? O que pode esta tecnologia IoT fazer pela interação entre pessoas e cidade?

O primeiro passo que demos foi pegar numa situação que todos consideramos normal, mas que na verdade não é – nós ligamos um candeeiro de iluminação pública no início da noite e deixamo-lo ligado a noite inteira, na potência máxima. Portugal tem cerca de quatro milhões de luminárias. Isto não faz sentido, quando não há ninguém na rua. Ora, isso significa que podíamos criar um candeeiro inteligente, que adaptasse a quantidade de luz à existência ou não de pessoas na rua. Além disso, arranjámos maneira de tal ser gerido de forma centralizada. Quem aproveitou muito bem este conceito, logo em 2017, foi a Câmara de Cascais, que adaptou a luz do Paredão ao movimento das pessoas naquele espaço, bem como aos dias especiais do concelho. Outra possibilidade de interação é esta: estando as luminárias presentes, de forma densa, em território nacional, começámos a usá-las para mais do

que iluminar. Durante a Covid-19, por exemplo, utilizámos luminárias para perceber quantas pessoas estavam num determinado espaço, através da contagem das radiações dos telemóveis, num processo totalmente anónimo. Isso transforma a luminária numa espécie de sensor que, estando presente por todo o país, pode ter mais utilizações.

Quais as áreas onde a ARQUILED poderá apostar, no futuro, ainda no que respeita às aplicações da IoT e dos LED?

A Bright Science é sempre o nosso braço de investigação e, por isso, tudo o que aparece de nova tecnologia, é lá que é desenvolvido. Do ponto de vista do nosso posicionamento, temos concluído que ainda há muito caminho a fazer na iluminação inteligente, mas toda a tecnologia que nós desenvolvemos para gerir a iluminação inteligente pode ser aplicada noutras áreas. Quando começamos a olhar para os municípios, que são os nossos principais clientes, percebemos que têm uma série de outros recursos que podem ser otimizados. Um deles é a água. Portugal desperdiça o equivalente a 252 piscinas olímpicas por dia. A rede de distribuição de água é uma rede que tem muito pouca tecnologia, pela sua própria natureza, o que nos levou a questionar até que ponto faz sentido adaptarmos a nossa tecnologia para monitorizar perdas de água, fugas, erros de contagem... Além disso, percebemos também que os municípios precisam de ajuda nas áreas da mobilidade elétrica e de geração de eletricidade. Assim, estamos a transformar a ARQUILED numa empresa virada para smart cities, onde a iluminação é um dos principais vetores, mas não o único. A tecnologia só faz sentido se tiver benefícios claros, ou seja, quando entregamos um valor acrescentado.

Expandir internacionalmente é opção?

A ARQUILED sempre teve uma componente internacional, com projetos feitos no Brasil, Angola, Cabo Verde, Canadá, França e Espanha. Nestes últimos dois anos, a atividade abrandou, mas contamos agora retomar, tendo em conta a normalização da atividade empresarial neste último ano.

ILUMINAÇÃO PÚBLICA
INTELIGENTE E SUSTENTÁVEL

arquiled.com

ARQUILED

BRIGHT NEW FUTURE

"A iluminação dos espaços públicos tem de ser repensada"

A iluminação noturna nas cidades e em espaços que necessitam de luz durante a noite é um grande custo para os municípios e para qualquer entidade responsável pelo espaço. Desde 2009 que a Solarlightek apresenta soluções que têm por base a energia solar para ajudar a diminuir o valor mensal consumido e o diretor comercial, Hélder Carreira, explica como isso é possível e como esta pode ser a solução ideal para a iluminação pública.

Tendo em conta a recente subida dos preços da energia, devido à conjuntura atual, sentiram um maior impacto na procura pelos vossos serviços?

Desde 2021 que assistimos à escalada do preço da energia elétrica, colocando pressão sobre as finanças das famílias, empresas e instituições públicas. Autarquias, ao identificarem os custos insuportáveis da energia, sobretudo os que estão associados à iluminação pública, estão a tomar medidas drásticas que passam, por exemplo, por desligar a iluminação pública durante parte da noite. A prática de iluminar os espaços públicos remonta ao século XV, onde foram instaladas em Londres algumas lanternas com o objetivo de dissuadir a criminalidade. Seis séculos depois, o objetivo da iluminação pública não é muito diferente, na exata medida em que previne a criminalidade, torna mais aprazíveis áreas de lazer, destaca monumentos e orienta percursos. O equilíbrio perfeito entre uma eficiente iluminação pública e os custos associados à mesma consegue-se recorrendo a candeeiros LED alimentados a energia solar e, neste sentido, sim, sentimos uma maior procura pelos nossos produtos.

Que produtos e soluções têm disponíveis? Como funcionam?

Os candeeiros Solarlightek reúnem num mesmo bloco, com 7 centímetros de espessura, um painel solar fotovoltaico, bateria lítio e sistema LED, que permite armazenar energia solar durante o dia para iluminação à noite. São totalmente autónomos, não precisam de qualquer ligação à rede elétrica, emitem brilho toda a noite e todo o ano. E estão ainda equipados com sensor crepuscular/luminosidade, permitindo ligar e desligar de forma automática.

Para que espaços eles são indicadas?

Dispomos de diferentes modelos ajustados às mais diversas necessidades dos nossos clientes. Os candeeiros podem ser utilizados para iluminar parques, estradas, jardins, praças, estacionamento,



Hélder Carreira
Diretor Comercial

passeios ou até mesmo bases militares de forma totalmente gratuita, autónoma e sem necessitar de qualquer ligação à rede elétrica.

Quando falamos na instalação deste tipo de soluções, que investimento pode isso representar?

O preço diverge tendo em conta os lumens/brilho dos equipamentos. Temos soluções com capacidade para iluminar 100M2 com valor a rondar 60 euros. A qualidade dos bens é, ainda, fator diferenciador. Aquando da aquisição de candeeiros LED a energia solar deve prestar-se especial atenção à PCBA (Placa de circuito com

componentes eletrónicos) que equipa o candeeiro. Por vezes, equipamentos com preço reduzido são pensados segundo o conceito "obsolescência programada" resultando, num curto espaço temporal, em lixo tecnológico.

Como avalia o cuidado que já existe com a iluminação noturna em Portugal, nomeadamente por parte de órgãos públicos e empresas privadas que necessitem de energia à noite?

Temos assistido à troca de luminárias tradicionais de vapor de sódio por luminárias LED. Penso, contudo, que se deva ir mais longe e optar por soluções inovadoras, como os candeeiros LED alimentados a energia solar. Vejamos, uma luminária tradicional de vapor de sódio com 150W (ainda existente amiúde na iluminação pública) que esteja ligada 12 horas por noite consumirá por ano cerca de 657 kWh e emitirá cerca de 167 kg de CO₂ - equivalente a andar 2786 Km de comboio, 1338 Km de carro e 492 Km de avião. A forma como estamos a iluminar os espaços públicos tem, forçosamente, que ser repensada.

Considerando a importância que é dada à sustentabilidade ambiental e às energias renováveis, como lhe parece que este mercado – e as vossas soluções – poderão crescer, interna e internacionalmente?

Inúmeras organizações e líderes mundiais têm manifestado preocupações com o ambiente, com o clima e com as fontes de energia. Conceitos como sustentabilidade ambiental ou desenvolvimento sustentável foram ganhando notoriedade e abrangência desde o início deste milénio, contudo, infelizmente, estão a ocorrer mudanças que serão irreversíveis durante séculos ou milénios. Todo o setor das energias renováveis irá crescer e terá considerável impacto nas economias mundiais.



“A harmonização legislativa e fiscal é crucial para o investimento imobiliário”

Carlos Penalva e Francisco Quintela são os sócios da Quintela+Penalva, que se associou o ano passado à centenária consultora imobiliária britânica Knight Frank. Desde então, o crescimento tem sido intenso em número de clientes e o mercado português tem respondido da melhor forma à procura que existe por parte de cidadãos de diversos países. Carlos Penalva e Francisco Quintela alertam, porém, para o facto de a legislação e a burocracia fiscal prejudicarem gravemente alguns investimentos e contribuírem para a diminuição de investimento nacional ou estrangeiro no mercado imobiliário português.

O setor imobiliário, em Portugal, é um dos responsáveis pelo desenvolvimento económico. Que avaliação fazem do momento que o setor atravessa, sobretudo considerando a menor abertura bancária para a concessão de crédito, que se está a começar a verificar?

O setor imobiliário é, sem dúvida, um dos principais responsáveis pelo desenvolvimento económico em Portugal. A avaliação feita é bastante positiva, com indicadores otimistas, tanto no que concerne ao volume de vendas, como o número de novos projetos e à qualidade dos mesmos. Este trajeto do setor imobiliário tem-nos permitido crescer a um ritmo sustentado. A concessão de crédito bancário só está a variar no âmbito das taxas de referência, uma vez que os prazos máximos atingem 30 anos e o LTV está cada vez mais de acordo com a regulação pós-troika. O volume total do endividamento dos portugueses também tem vindo a diminuir. Caiu cerca de 25 mil milhões, pelo que se denota uma queda nos montantes de empréstimos. Note-se ainda que, desde 2004, o número de fogos novos em Portugal tem vindo a decrescer abruptamente, daí também o encarecimento da habitação.

Como funciona o vosso serviço de Concierge e Relocation?

O nosso serviço de Concierge e Relocation funciona como um “faz tudo” para os nossos clientes, e ajuda-os a tratar das burocracias e a ultrapassá-las. Imagine-se um sueco a pedir a abertura de uma conta de gás, e a casa tem uma fuga - algo bastante habitual. O departamento resolve tudo com celeridade e grande experiência e, para quem requer o serviço, fica com grande parte da vida resolvida e sem as atribulações típicas de um expatriado.

Os investimentos à distância, outra área que também desenvolvem, já são mais frequentes? Quem é o cliente-tipo que opta por este modelo de investimento?

Os investimentos à distância, apesar de existirem, não são tão frequentes como imaginamos. Em 95% dos casos, a visita in loco pelo próprio, ou por alguém que o represente, é fulcral para que o negócio se concretize. É em situações de Golden



Francisco Quintela e Carlos Penalva
Sócios

Visa que a maior parte dos casos se verifica. As pessoas não vão viver no imóvel e só estão preocupadas com o investimento e rentabilidade associados.

Como pode o mercado nacional tornar-se mais competitivo, internacionalmente, na área do imobiliário? É possível torná-lo ainda mais apetecível para investidores?

Já há muitos anos que afirmamos que o mercado imobiliário só se tornará apetecível para investidores nacionais e, especialmente, internacionais, quando houver uma harmonização fiscal e legislativa. O licenciamento de projetos tem que ser mais rápido, nomeadamente no final da construção. Temos clientes, nacionais e estrangeiros, impactados pessoal e financeiramente, pela demora na obtenção de licenças de habitação. A propriedade está pronta, mas o cliente não pode mudar-se até a mesma estar licenciada. Isto tem impacto na vida de uma família que já vendeu a sua casa antiga ou de uma família de expatriados que tem de arrendar até poder mudar, por exemplo. O mesmo acontece com o licenciamento de projetos. As licenças são demasiado demoradas e os promotores investem nos projetos, no seu impacto urbanístico, nas especialidades, na arquitetura, etc, e de um momento para o outro o

projeto pode não ser aprovado. Em termos financeiros, é um risco elevado que pode retrair, e muito, o investimento estrangeiro. É uma pena que os nossos governantes tenham assim uma vista tão curta.

No ano passado, a Quintela+Penalva associou-se à Knight Frank. Que balanço faz desta associação e quais são os objetivos a atingir, no futuro próximo, que possa divulgar?

É verdade, associámo-nos a uma grande marca internacional, a Knight Frank. Apesar de sempre nos termos orgulhado de ser uma marca portuguesa, e continuamos a ser uma empresa 100% nacional e de capital 100% português, vimos no decorrer dos anos a necessidade de ter um parceiro, exclusivo, que nos desse uma projeção e rede internacional. Recebemos clientes de várias geografias, muito bem qualificados, com um perfil muito próprio e credível, que nos faz crescer como empresa. O que nos têm trazido tem sido muito positivo e, reflexo disso, é que ao dia de hoje estamos a crescer 42% em relação ao ano passado, sendo possível atingir as metas de crescimento a que nos propusemos.

Quintela
+ Penalva



A sua nova vida começa aqui

quintelaepenalva.pt



MONVIEW
MIRAFLORES

"A transparência do processo assegura um negócio justo"

Ricardo Moreira é o sócio-gerente da JustaVenda, uma leiloeira cujo objetivo é resolver qualquer situação, seja a venda de bens imóveis ou móveis, incluindo serviços de identificação, verificação e limpeza de imóveis e remoção, transporte e armazenamento de bens móveis em todo o país. Num momento em que o mercado está economicamente instável, as leiloeiras são uma solução para quem pretende colocar os seus ativos no mercado e fazer um negócio justo.



Olga Figueira (comercial), Ricardo Moreira (sócio-gerente) e Débora Lourenço (assistente administrativa)

Palavras como **Dedicação, Profissionalismo e Vontade** fazem parte da forma como a JustaVenda se caracteriza. Além disso, como se posicionam no mercado leiloeiro nacional?

A JustaVenda tem como principal característica a proximidade aos nossos clientes e parceiros. É dessa forma que entendemos que podemos e devemos posicionar a empresa, fazer a diferença. É importante estar perto, saber as necessidades, como podemos melhorar o nosso serviço e atendimento. Procuramos todos os dias obter a confiança de todos os que conosco trabalham com a maior dedicação e profissionalismo, reconhecendo que temos ainda um longo caminho pela frente.

Que análise fazem do mercado, atualmente?

A instabilidade dos "mercados" é negativa para quase toda a atividade económica. Procuramos focar a nossa atenção nas oportunidades que possam surgir, mas a subida das taxas de juro e o comportamento da Banca vão marcar a evolução e definir a atitude que os particulares, empresas e investidores vão ter no futuro próximo. Acredito que as leiloeiras são uma solução muito positiva para quem pretende investir ou colocar os seus

ativos no mercado, e estou confiante que vamos obter resultados positivos.

Quais as áreas onde se realizam, atualmente, mais leilões?

De uma forma geral, os imóveis estão em maior percentagem, sendo que podemos incluir aqui os Direitos aos Quinhões Hereditários e as meações de prédios (urbanos e rústicos). Obviamente continuamos também a ter os bens móveis sujeitos a registo (automóveis, motos, barcos). A maior quebra terá sido nos bens móveis (equipamentos e maquinaria).

Quais os desafios que ocorrem diariamente, quer para as leiloeiras que são players deste mercado, quer para quem precisa de efetuar um leilão?

Para as leiloeiras, o maior desafio continua a ser o de mostrar a relevância que temos na liquidação e acompanhamento processual, no âmbito dos processos de insolvência e execuções. A correta identificação dos bens (imóveis e bens móveis), com a obtenção e verificação de documentação de suporte, a publicitação no local e nas plataformas digitais, as visitas aos locais com potenciais clientes são parte de um conjunto de procedimentos que

garantem que os clientes sabem o que estão a comprar e em que condições o podem fazer. A transparência deste processo é um ganho concreto, o que não acontece com outras plataformas que concorrem diretamente com as leiloeiras. Para quem está a pensar em colocar os seus ativos em leilão, o que posso dizer é que tem nas empresas de leilões um parceiro fiável, que lhe vai valorizar o ativo e que acima de tudo não vende ilusões. Conseguimos gerir a venda de ativos com custos muito reduzidos (ou mesmo sem custos) para quem está a vender e concretizamos as vendas num espaço de tempo curto e com a garantia de um negócio justo.

Quais as situações para as quais um leilão se adequa particularmente, enquanto solução?

A maioria das leiloeiras consegue ter um conjunto de serviços que abrange desde a identificação dos bens imóveis à remoção, transporte e armazenamento de bens móveis, o que nos permite dizer que estamos preparados para todo o tipo de situações e clientes. Desde um empreendimento ou conjunto habitacional de grande dimensão até ao mais simples veículo automóvel ou pequenos bens móveis que se estavam a acumular na garagem! Estamos cá para resolver.

Para a JustaVenda, quais os objetivos que faltam atingir no futuro e para os quais trabalham diariamente?

Queremos alargar e melhorar a nossa plataforma eletrónica, de forma que seja cada vez mais fácil licitar de qualquer localização, nomeadamente através do telemóvel, mas também estamos a fazer um esforço para aumentar a capacidade de resposta com a contratação de mais colaboradores. Recentemente mudámos de instalações, para um espaço mais amplo e que nos permite trabalhar melhor e receber melhor quem nos visita. Queremos também aumentar o número de horas de formação dos nossos colaboradores e proporcionar condições para que se sintam com capacidade e energia para prestar um serviço de qualidade, com rapidez e sobretudo de maior proximidade.

FAZEMOS NEGÓCIOS DE FORMA JUSTA!



www.justavenda.pt • Tel.: 211 919 815 / 910 550 309 • geral@justavenda.pt

CITIUS ALTIUS FORTIUS

VESTUÁRIO DE MALHA,
SPORTWEAR-FITNESS
E SWIMWEAR

FORTIUSTEX
Comércio de Têxteis, S.A.

www.fortiustex.com

FORTIUSTEX

Comércio de Têxteis, S.A.

FORTIUSTEX - Comércio de Têxteis, S.A.

Rua de Recarei, 1035 4465731 Leça do Balio - Portugal | Tel. +351 226 084 060 | Fax +351 226 084 069 | info@fortiustex.com

"É de bom senso investir em energia fotovoltaica"

A NR Gy nasceu em 2020, num ano que veio a revelar-se muito particular nas suas características, devido ao surgimento da pandemia no país. Ainda assim, esta particularidade foi justamente o que forneceu a oportunidade para que famílias e empresas analisassem os seus custos e percebessem onde podiam poupar. Os painéis fotovoltaicos são a alternativa evidente, no caso da questão elétrica. Com o aumento substancial dos preços da energia e do gás, este é o momento crucial para uma mudança há muito adiada.



Vítor Pimenta
Diretor

Como conseguiu a NR Gy ultrapassar as dificuldades criadas pela pandemia? Tal acabou por se revelar uma oportunidade para que as famílias e as empresas revissem a forma como obtinham energia?

A NR Gy surgiu em 2020, durante a pandemia, e os contactos com a EDP, de quem somos parceiros, estabeleceram-se em fase de confinamento. Foi uma oportunidade por duas razões: a primeira relaciona-se com a crescente percepção das pessoas relativamente à utilização das energias e à pegada ecológica. Neste momento, já estamos a "viver a crédito". A segunda razão é económica. No confinamento, aumentou o consumo de eletricidade, o que provocou a necessidade de as pessoas serem mais independentes

energeticamente. Agora, com o enorme aumento do custo da energia, faz ainda mais sentido optar por esta solução. É do mais elementar bom senso investir nesta área. Hoje, com mais de 2000 clientes adjudicados pela nossa equipa e 6500 painéis instalados, confirmamos que tomámos a decisão certa.

Além das questões ambientais levantadas acima, em Portugal ainda havia algum preconceito da ideia da colocação de painéis solares. A partir do momento em que a eletricidade subiu, este passou a ser um assunto que despertou o interesse geral?

As situações convergiram. Sabemos, quando falamos com um consumidor, que ele já pensou neste assunto. Mas

nunca foi um assunto prioritário. Agora é, devido ao preço da eletricidade. Paralelamente, o mercado ficou mais acessível, porque o custo dos equipamentos, que era um dos principais entraves à mudança, é hoje um problema ultrapassado, pois já existem opções muito interessantes. A NR Gy apresenta soluções para o cliente particular se tornar independente da rede elétrica várias horas por dia, colocando, por exemplo, três painéis, por apenas cerca de 1€/dia durante cinco anos. Neste caso, com um investimento baixo, o cliente consegue uma poupança muito significativa, durante décadas.

Há também a considerar a questão dos apoios europeus, aplicados pelo Estado português, para o cliente privado e também para as empresas. Isto também deu um impulso ao interesse das pessoas nesta energia?

O aumento do custo da energia, a descida do IVA dos painéis, os apoios do Estado... tudo favorece o investimento neste tipo de energia. Além disso, o gás ou o petróleo são e serão importados, mas o Sol não: temos Sol em abundância e isso torna-nos independentes. O momento é agora! No caso português, existem incentivos para este tipo de investimento. Por exemplo, o programa "Vale Eficiência" do fundo ambiental contempla 20 mil cheques de 1300€ + IVA para soluções de eficiência energética em clientes particulares. E esperamos outras medidas brevemente.

Quais as soluções que a NR Gy

apresenta a clientes privados e empresariais, as facilidades de pagamento e como se desenrola todo o processo para levar a cabo a instalação dos painéis fotovoltaicos?

Fazemos um diagnóstico para perceber os consumos e as rotinas de consumo dos clientes: que equipamentos têm a funcionar durante o dia, como os utilizam... Usamos depois um simulador que, em função do diagnóstico, indica a quantidade de painéis adequada a cada caso, indicando também a previsão de poupança.





Além disso, damos soluções e dicas, como a mudança de alguns hábitos e/ou de equipamentos, para o cliente poder tirar o melhor proveito do seu investimento. A ideia passa por o consumidor aproveitar ao máximo a luz gerada pelo Sol. Deste modo, conseguirá poupar, porque gastará muito menos eletricidade do seu fornecedor.

Quando o cliente aceita a proposta, preenchemos o formulário de adesão, para assegurar a realização da instalação (chave na mão), as garantias (num investimento desta dimensão, com um equipamento

que será usado durante décadas, é diferenciadora a garantia dada por uma entidade como a EDP), a legalização na Direção-Geral de Energia e a substituição do contador (se necessário). O cliente fica ainda com acesso à aplicação EDP Solar, para controlar, em tempo real e de forma bastante simples, os consumos energéticos da sua habitação e a produção dos painéis. A instalação é feita alguns dias ou semanas após a adesão. É uma oferta fantástica.

A utilização, por parte das empresas, desta energia sustentável pode assegurar uma

nova forma de fazer negócios, dada a importância que cada vez mais é atribuída ao posicionamento sustentável e amigo do ambiente dos parceiros de negócio?

Há uns anos, este investimento era visto como marketing. Uma “fotografia” bonita amiga do ambiente. Hoje, a “fotografia” continua a ser atraente e ainda acresce o argumento económico. É uma solução obrigatória para uma empresa se manter competitiva. Em alguns casos, a eletricidade aumentou quase 500%, o que é insustentável financeiramente. Por isso, os gestores são obrigados a estudar alternativas que, até agora, iam protelando.

A nível empresarial, existem várias soluções para quem tem um telhado disponível e pretende colocar painéis solares. Com o pagamento a pronto, nota-se imediatamente a poupança na fatura. O pagamento a prestações também é uma boa opção, porque a energia gerada pelos painéis ajuda a pagar a mensalidade. Temos alguns casos em que o valor da poupança,

em média, é superior ao da mensalidade. Por fim, existe a possibilidade de uma empresa colocar painéis no seu telhado sem qualquer investimento. Neste caso, cobra-se ao cliente um valor muito baixo pela eletricidade produzida pelos painéis que for consumida, cerca de 0.09€/kWh. Sabendo que, atualmente, o custo do kWh pode ultrapassar os 0.50€, dá para ter uma ideia da poupança que pode ser gerada sem qualquer investimento.

Como lhe parece que o mercado português se comportará num futuro próximo?

Pre vemos um crescimento substancial do mercado português de energia solar nos próximos anos. Neste sentido, temos vindo a estabelecer parcerias com várias empresas, deste e de outros setores. Na verdade, estima-se que Portugal atingirá já em 2026 as metas de energias renováveis definidas para o final da década, o que é muito significativo.

Particulares

Poupe até 40% na fatura de energia

DESDE **16,90€** / mês

Pagamentos prestacionais | Venda o excedente | Garantia até 25 Anos

Empresariais

Poupe na sua fatura com energia solar **e investimento zero!**

SIMULAÇÃO GRÁTIS com a nossa equipa!




www.nr-gy.com | +351 919191933 | [nrgy.greenenergy](https://www.facebook.com/nrgy.greenenergy)

"Portugal tem muitos edifícios de baixa eficiência energética"

A Airing desenvolve a sua atividade de forma alargada, em áreas como a climatização, energias renováveis, redes hidráulicas e de combate a incêndios. Caracterizando-se como uma empresa com forte apetência para a Engenharia – e integrando o Grupo King – a Airing tem capacidade para acompanhar uma instalação do início ao fim, desde a fase de projeto, até à entrega de obra ao promotor e manutenção da instalação.

No momento em que a energia está a tornar-se mais cara, que reações começam a notar, nos vossos parceiros e nos clientes industriais, no que respeita à necessidade de tornar ainda mais eficiente a sua rede de climatização?

Para os nossos clientes, a preocupação já não é só o investimento inicial da instalação, mas igualmente os custos de exploração. Existe um interesse generalizado em perceber as soluções que vão ser adotadas, bem como possíveis melhorias de eficiência, que podem ser consideradas. A Airing, para além da instalação, presta aos seus clientes um serviço de consultadoria e aconselhamento técnico, com o intuito de melhorar a eficiência do projeto, aliado a uma diminuição dos custos de investimento inicial, permitindo que os promotores canalizem os recursos estritamente necessários para terem uma instalação funcional com elevados padrões de conforto.

Que tipo de soluções existem, para os diferentes setores empresariais, que possam efetivamente mitigar o preço a pagar pelo usufruto da energia?

As soluções a adotar são desenvolvidas caso a caso, consoante a arquitetura do espaço, a sua envolvente, os requisitos do cliente e a legislação em vigor. A Airing tem tido a oportunidade de desenvolver instalações em edifícios de hotelaria, saúde, indústria e residenciais. Por exemplo, no setor dos serviços e da indústria, tem existido uma forte aposta nas soluções de bomba de calor com recuperação, ou sistema de expansão direta com recuperação. Estas soluções permitem aos clientes recuperar parte do calor que ia ser desperdiçado para o ambiente, podendo ser usado para aquecimento ou produção de água quente sanitária (AQS). Em complemento a estes sistemas podemos conjugar a instalação de sistemas fotovoltaicos para autoconsumo, atenuando deste modo o custo do consumo de eletricidade.

Quando analisa as instalações técnicas executadas em Portugal, que conclusões retira?

Portugal possui ainda muitas instalações com baixa eficiência e perdas. Aquilo que esperamos dos agentes políticos é uma diminuição da burocracia,



David Filipe
Administrador

Portugal possui ainda muitas instalações com baixa eficiência e perdas. Aquilo que esperamos dos agentes políticos é uma diminuição da burocracia, canalizar mais investimento para a modernização das instalações públicas e criação de linhas de financiamento para o privado.

canalizar mais investimento para a modernização das instalações públicas e criação de linhas de financiamento para o privado. Dado o enorme potencial turístico do nosso país, temos de capacitar cada vez mais os nossos edifícios com soluções eficientes e que permitam cumprir com os níveis de conforto e qualidade adequados para os seus ocupantes, sendo que a médio-longo prazo isso irá permitir uma redução da dependência energética externa.

A Airing esteve presente em diversos projetos de destaque. Quais aqueles que mencionaria?

Destacaria, na hotelaria, o Júpiter Albufeira Hotel - Family and Fun, uma unidade hoteleira de 5 estrelas com 403 quartos; no setor da indústria, a Biosurfít, uma unidade industrial dedicada à biotecnologia; na área da saúde, a unidade de saúde Beatriz Godinho, para prática laboratorial e hospitalar (em execução); no setor dos serviços, trabalhos no Aeroporto de Lisboa e Faro; e no setor residencial, o Bloom Marinha, na Quinta da Marinha, em Cascais, que consiste na construção de 88 moradias de luxo.

Tendo em conta as dificuldades que a conjuntura internacional está a revelar, como lhe parece que as empresas nacionais, as entidades públicas e também os clientes particulares poderão fazer face a esta escalada dos preços da energia?

Para fazer face à escalada de preços da energia, estas entidades devem efetuar auditorias aos seus sistemas para eliminar perdas e desperdícios, bem como proceder à substituição de sistemas obsoletos por outros mais eficientes. Devemos manter a aposta na produção de energia a partir de fontes renováveis, como é o caso dos painéis solares fotovoltaicos, dos painéis solares térmicos, das hidroelétricas e da eólica. Aliando a estratégia nacional nesta produção de origem renovável, com incentivos adequados para os privados instalarem também estes sistemas nos edifícios, estaremos mais salvaguardados da crise energética, diminuimos a dependência energética externa e aumentamos a competitividade das empresas em Portugal.



AIRING
instalações técnicas

Instalação de Sistemas de Climatização
para edifícios mais sustentáveis e eficientes

Especialistas certificados na conceção de projeto e instalação de sistemas de climatização em edifícios de norte a sul do país.

☎ 244 772 160

@ geral@airk.pt

🌐 www.airk.pt



"As empresas têm de se tornar independentes da rede elétrica"

A Minutos Cardinais é uma empresa do setor das energias renováveis, que tem experienciado, nos últimos tempos, um aumento evidente da procura de soluções de energias sustentáveis, nomeadamente solar fotovoltaica. Ricardo Machado, o diretor deste projeto, antecipa que em 2022 a instalação de painéis fotovoltaicos triplicará, face ao ano anterior. Os apoios estatais, para os clientes particulares, e o aumento constante das faturas da eletricidade, para as empresas, constituem as principais razões para o interesse da população nacional nesta mudança.

Tendo em conta o aumento constante dos preços da energia, como é que analisa o mercado e a procura que o mesmo tem tido?

A mentalidade do povo português alterou-se na mesma proporção em que a energia aumentou o seu preço. Hoje, encontro clientes bastante preocupados com o seu futuro, a nível de consumo de eletricidade. Há 10 anos que trabalho na área do autoconsumo energético e a abertura a esta questão não era tão grande. Era muito difícil fazer o cliente entender a necessidade que tinha deste tipo de energia e o proveito que tiraria dessa troca. Atualmente, desde que surgiram os apoios estatais para os clientes particulares – Fundo Ambiental e Vales Eficiência – o interesse aumentou exponencialmente.

Que apoios existem para os particulares e as empresas, nesta transição para uma energia sustentável?

Em termos de incentivos para famílias, existem dois a nível estatal, nomeadamente o Vale Eficiência, que comparticipa um voucher de 1300 euros, mais IVA, e o Fundo Ambiental, que comparticipa 85% do valor em causa, até um limite máximo de 2500 euros, sem IVA. Importa lembrar que o IVA foi reduzido, nesta área, para 6%. Para empresas, tenho conhecimento de vários programas integrados no Portugal 2020 e 2030, e alguns também ligados à Inovação.

Quais as soluções que a Minutos Cardinais apresenta? Como se desenrola o processo até à instalação dos equipamentos?

Em primeiro lugar, apresentamos um

serviço de Consultoria, porque não temos um preço predefinido. Cada caso é um caso. De seguida, realizamos o estudo do projeto, onde se destacam todas as variações inerentes ao facto de ser um projeto empresarial ou de caráter particular. Em qualquer dos casos, garantimos, através dos nossos técnicos especializados, o conhecimento necessário para avançar com o trabalho.

Quais as vantagens que tem uma empresa que decida apostar no autoconsumo?

É verdade que a eletricidade representa uma grande fatia de gastos mensais obrigatórios. Ora, um gasto mensal obrigatório impossível de prever e impedir a sua subida não é o que qualquer empresa quer. O que temos de fazer é tornar a empresa mais independente a nível de energia. Hoje, todos os nossos clientes podem ter acesso a propostas onde tenham de fazer, eles próprios, o investimento inicial – com um payback nunca superior a 5,5 anos, no caso dos projetos da Minutos Cardinais – ou recorrem a soluções em que não têm de fazer qualquer investimento, porque há empresas que assumem o custo, mas depois, em termos de exploração da energia, apenas terão acesso a 20% daquela produção. No entanto, compensa sempre, dada a diminuição da fatura da eletricidade.

Relativamente às famílias, também há um ganho considerável na fatura se se optar por este tipo de energia?

Todos os investimentos são viáveis quando bem adequados. Nós temos soluções que começam com um painel até soluções com vários painéis, de acordo com a necessidade. Quando instalamos o aparelho de monitorização,



Ricardo Machado e equipa
Diretor

o cliente percebe que afinal consome energia mesmo quando não está em casa e apercebe-se do consumo de todos os equipamentos.

O que lhe parece que, no futuro, acontecerá ao mercado português? Ainda existe espaço para crescer?

O crescimento, nos últimos tempos, foi enorme. No ano passado, instalámos quatro mil painéis fotovoltaicos. Este ano iremos chegar facilmente aos 12 mil. Outros parceiros com quem trabalhamos falam num crescimento de 300 a 400%, tanto a nível particular como empresarial. O crescimento do setor de clientes particulares deve-se muito aos apoios

estatais mencionados anteriormente. A nível empresarial não tanto, existem muitas empresas a apostar por si próprias. No futuro próximo o crescimento vai continuar, mas a médio-longo prazo talvez estagne um pouco. Nessa altura colocam-se outras questões, como a necessidade de manutenção dos aparelhos agora instalados e a necessidade de reciclagem daqueles mais antigos, já com 30 anos de existência – o limite da sua atividade. Esta é uma atividade que se irá tornar importante.

"O autoconsumo é fulcral para diminuir a fatura energética"

A Up Energy está diretamente relacionada com a sustentabilidade e a eficiência energética. Empresa certificada e capaz de concorrer a todos os programas e apoios existentes para a área das energias sustentáveis, tem sentido também o aumento da procura por este tipo de equipamentos, nomeadamente painéis solares fotovoltaicos e bombas de calor. A diretora, Joana Almeida, alerta inclusivamente para a escassez de equipamentos e para o possível aumento do preço dos mesmos, para breve.

Como avalia a evolução que o país tem feito, no que respeita à certificação energética e à adaptação das empresas e das habitações a uma energia mais sustentável?

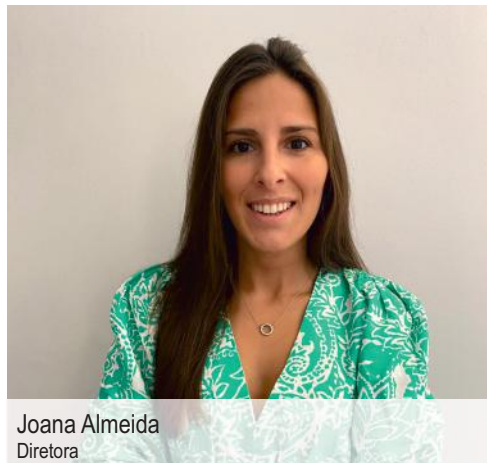
Portugal tem feito um caminho notável na vertente das energias renováveis centralizadas e está com uma dinâmica muito forte na produção descentralizada de eletricidade, em particular nas habitações e serviços. Para tal tem contribuído o crescimento da viabilidade económica dos painéis solares e outras soluções de eficiência energética, como as baterias e bombas de calor. A enorme procura que clientes domésticos e empresas têm dirigido à Up Energy para fornecimento de soluções deste género é disso prova. Acresce que os elevados preços da energia, não apenas motivados pela situação do conflito Rússia-Ucrânia, têm exponenciado a procura destes equipamentos.

Quais as soluções que a Up Energy apresenta?

A nossa especialidade é a instalação e gestão de painéis solares e baterias para acumulação e bombas de calor para águas quentes sanitárias e aquecimento central.

Qual a importância que denota que as UPAC têm, cada vez mais, vindo a assumir juntos dos vossos clientes?

Os equipamentos de autoconsumo (com ou sem baterias) são muito procurados. Para além de ser um investimento em energias renováveis e, portanto, sustentável e sem custos relevantes de operação, permitem aos clientes uma maior independência do fornecimento da rede. Consequentemente, também a fatura energética se reduz. Para as empresas, esta é uma forma segura de obter rentabilidade do investimento e serem mais competitivas face à concorrência.



Joana Almeida
Diretora

Quais as vantagens que estas unidades UPAC têm?

As UPAC conseguem reduzir a fatura energética em aproximadamente 80% até à auto-sustentabilidade. Adicionalmente, havendo excedentes de energia, também estes podem gerar retornos interessantes para os proprietários desses equipamentos, ao vender energia à rede.

Relativamente à certificação energética, como lidam as famílias e as empresas com esta questão?

As empresas e famílias dão muita importância ao resultado da auditoria para a certificação energética. Esta é uma ferramenta bastante útil, que permite identificar os pontos de melhoria das habitações e outras instalações. Com base nisso, podemos propor um conjunto de soluções aos nossos clientes que lhes permitem poupanças muito grandes na fatura energética.

Já existe uma preocupação clara em perceber se um edifício é verdadeiramente eficiente, a nível climático?

Sim, claramente estão cada vez mais sensíveis aos temas da sustentabilidade dos edifícios. A regulamentação que tem sido aprovada, a nível europeu e nacional, tem dado um forte empurrão na resolução dessas preocupações. Se a isso aliarmos o facto de o investimento em eficiência energética dos edifícios ser economicamente viável, temos as bases para melhorar o estado dos nossos edifícios.

Que soluções existem que possam colmatar aqueles que são menos eficientes?

Os painéis fotovoltaicos são a solução de maior relevo; mas há várias outras, como por exemplo bombas de calor para aquecimento de águas sanitárias ou janelas mais eficientes. Naturalmente, essa avaliação de soluções, para ser eficaz e eficiente, tem que ser realizada caso a caso.

Como está a Up Energy a posicionar-se no mercado, de forma a responder a esta questão?

A Up Energy analisou o mercado, as suas fragilidades e a forma como poderia satisfazer as necessidades dos seus clientes. Especializámo-nos em áreas que permitem aos nossos clientes satisfazer as suas necessidades, a nível energético, de forma simples e económica. Desenvolvemos um portfolio de oferta que desenhamos à medida dos nossos clientes, sem que daí resultem custos acrescidos. Isso tem permitido à Up Energy uma taxa de crescimento de dois dígitos. Temos também toda a documentação e certificação necessárias para concorrer a todos os programas de incentivos à implementação de energia sustentável.



"Mudar para energia renovável é crucial para a sobrevivência de muitas empresas"

A MundoSolar define-se como uma empresa de engenharia cujo foco é apresentar ao cliente soluções de eficiência energética que resultem numa aumento do conforto das casas e numa redução da fatura mensal da energia, para particulares e empresas. Apresenta soluções em quatro áreas distintas: instalação de painéis fotovoltaicos para produção de energia e armazenamento com recurso a baterias, bombas de calor para águas quentes sanitárias e aquecimento, carregadores elétricos para viaturas e instalação de janelas e portas de classe energética A+. Os serviços de Consultoria e Pós-Venda caracterizam a MundoSolar, na medida em que o cliente é acompanhado sempre pelo mesmo técnico especialista, conhecedor do projeto, assegurando a assistência imediata.

Considerando o mercado português, que análise faz sobre o conhecimento dos particulares e empresas relativamente à importância de optar por soluções energéticas sustentáveis?

Há muitos anos que existem diretivas comunitárias que instam a mudança para uma energia renovável e procuram diminuir a dependência dos combustíveis fósseis. Todavia, este era um assunto ainda incipiente, pois grande parte das famílias e empresas não reconheciam a importância da mensagem. Com o início da guerra na Ucrânia, a importância da energia ficou patente para todos. A guerra provou que este é um recurso escasso, caríssimo e insustentável financeiramente para todos. Além disso, os países europeus perceberam que estão dependentes da Rússia. Esta situação levou a uma subida vertiginosa dos preços da energia, o que obrigou a uma aceleração do conhecimento genérico da população particular e empresarial para uma realidade que não interiorizavam. No entanto, agora a mensagem passou, porque afetou diretamente as finanças de cada um.

A questão do custo ainda continua a ser um entrave à concretização da mudança?

A variável financeira ainda é fortíssima. O rendimento líquido disponível para as famílias é pouco. Logo, a variável financeira é algo que preocupa as pessoas e condiciona a sua decisão, quando se trata de investir em novas formas de energia. No caso das famílias, existiu um incentivo – Fundo Ambiental – que apoiava até 85% do investimento nesta transição, até ao máximo de 2500 euros, para o setor fotovoltaico e para as bombas de calor, mas terminou no dia 30 de abril. É expectável que este apoio regresse ainda este ano, mas por enquanto ainda não há data para a sua entrada em vigor. No entanto, importa salientar que, mesmo sem o apoio do Fundo Ambiental estar ativo, o ideal é que, quando se toma a decisão, se

avance para a concretização do projeto, por duas razões: a primeira é o facto de o valor deste incentivo só ser atribuído após a concretização do projeto, pelo que o cliente terá sempre de fazer o investimento com dinheiro pessoal; e a segunda é o facto de o Fundo Ambiental ter uma dotação financeira, logo quanto mais depressa se entregar a candidatura ao incentivo, melhor. Se o projeto já estiver concluído, o avanço para o pedido de incentivo pode acontecer assim que o apoio surgir. Para além disso, a MundoSolar trata para o cliente, sem qualquer custo, da candidatura ao Fundo Ambiental.

Quais os desafios que se colocam relativamente ao aproveitamento energético?

O grande desafio é gerir o excedente energético. Desde que o Sol nasce até que se põe, há energia a ser produzida. Se ela não for aproveitada ou armazenada, ela será injetada na rede de forma gratuita. O cliente tem duas formas de o fazer: monitorizar os seus valores de energia e o quanto tem de excedente e decidir, por exemplo, alterar o seu perfil de consumo, optando por mudar os horários de trabalho das máquinas e equipamentos domésticos, ligar o ar condicionado ou a bomba de aquecimento da piscina; ou pode vender esse excedente de energia à rede e transformar essa produção numa fonte extra de rendimento.

Que mensagem gostaria de deixar aos empresários nacionais sobre a importância da alteração para energias sustentáveis, nomeadamente a solar?

A energia é um bem escasso e nunca será um recurso barato. Vai ser sempre uma realidade muito importante no orçamento. Hoje temos à disposição dos empresários soluções de eficiência energética que, para além de darem um contributo de sustentabilidade ao meio ambiente, lhes permitem tornar-se quase totalmente independentes da rede, o que, considerando as tensões geopolíticas



Luís Silva
Diretor-geral

presentes e futuras, é uma mais-valia, sobretudo porque permitirá diminuir consideravelmente a fatura energética da empresa. Esta é uma energia inesgotável e vivemos num país com muitas horas de Sol. Não deixem para depois uma decisão que tem de ser rápida. Falamos de um investimento que se amortiza num curto período de tempo, em média e considerando os valores da poupança gerados anualmente, é um investimento amortizável entre três a cinco anos, por isso não tomem a decisão em desespero! As decisões tomadas em desespero nunca são soluções otimizadas!



"Em Portugal devemos aproveitar o Sol para produzir energia"

Alberto Varela é o diretor-geral da Triple Watt, empresa criada no primeiro trimestre de 2018 e que conta com uma equipa com mais de 15 anos de experiência no mercado da energia limpa e renovável. Apostando especialmente na área do solar fotovoltaico, a Triple Watt dedicou-se, até agora, a projetos de grande dimensão, mas, segundo o seu diretor-geral, chegou o momento de investir esforços no mercado comercial e industrial.

Desde o início da crise energética, exacerbada pela guerra na Ucrânia, sentiram, da parte das empresas e indústrias, um aumento do interesse neste tipo de soluções para produção de energia própria?

O interesse já existia, sendo que a maioria das empresas e indústrias já reconheciam quer os benefícios ambientais, quer as vantagens financeiras, deste tipo de soluções. O que observamos agora é que a escalada dos preços do gás e da eletricidade levaram as empresas a ter de decidir e avançar de forma mais célere com a sua implementação, com o objetivo de não inflacionarem em demasia o preço final dos seus produtos.

Quanto é possível poupar, em média e considerando as diferenças existentes entre indústrias, na fatura da eletricidade quando se opta por instalar painéis fotovoltaicos?

Quando falamos de instalações solares sem sistema de armazenamento, as poupanças variam bastante. Para além do perfil de consumo, também é necessário ter em consideração a localização geográfica e o espaço disponível para a sua instalação. Em média podemos assumir que as poupanças na fatura de eletricidade podem atingir os 30%, face aos preços de consumos atuais.

Portugal é um país com muitas horas de Sol, favorecendo a criação e instalação de parques fotovoltaicos no país. Quais os projetos que a Triple Watt gostaria de destacar, pela sua complexidade?

Grande parte da atividade da Triple Watt é em projetos de grande dimensão, com injeção de eletricidade na Rede Elétrica de Serviço Público. Neste tipo de projetos gostaríamos de destacar os projetos a norte do país, pois para além de, tal como os projetos a sul, envolverem várias entidades (Operador de Rede, Municípios, Agência Portuguesa do Ambiente, entre outras), a norte a

angariação de terrenos torna-se muito mais complexa, pois não existe cadastro oficial e predomina o minifúndio, sendo necessário um esforço adicional e um trabalho minucioso.

Como se posicionam a nível internacional, no que respeita aos projetos já desenvolvidos?

A Triple Watt é uma empresa que se posiciona como prestadora de serviços em projetos de energia renovável, com especial enfoque na tecnologia solar fotovoltaica. Nesta área, prestamos serviços em toda a cadeia de valor de um projeto, desde a sua origem, com a angariação de terrenos, passando pela engenharia e fiscalização da construção, bem como durante toda a fase de operação e exploração de um projeto, gerindo o ativo para o nosso cliente.

Como avalia o mercado nacional, no que respeita ao desenvolvimento da área da energia fotovoltaica?

O mercado nacional está em franco desenvolvimento e acreditamos que continuará a crescer nos próximos anos. Portugal tem a sorte de ter um recurso energético inesgotável, como o Sol, assim, seria completamente incoerente não tirarmos o máximo proveito deste recurso. Grande parte da atividade da Triple Watt concentra-se nos projetos de grande dimensão e apenas agora estamos a iniciar o mercado comercial e industrial, ou seja, trabalharemos para nos destacarmos nestes setores, pois acreditamos que ainda há muito para fazer até atingirmos a neutralidade carbónica, prevista para 2050.

Como antecipa o futuro do setor, em Portugal e internacionalmente, bem como a posição que a Triple Watt já ocupa no mercado?

Acreditamos que, para deixarmos um planeta habitável aos nossos descendentes, uma forma de o conseguirmos é através da substituição das energias fósseis por energias renováveis, sendo que



Alberto Varela
Diretor-geral

a produção de energia com recurso ao Sol é atualmente uma das formas mais económicas de o fazermos. Assim, antecipamos um setor em que o futuro será de crescimento a nível global, em que se continuará a apostar no contínuo desenvolvimento da tecnologia, com soluções de armazenamento mais económicas e que nos permitam utilizar a energia sem limitações. A Triple Watt pretende continuar a afirmar-se, em Portugal e a nível internacional, como um parceiro de confiança, sendo um agente ativo que contribuirá para a descarbonização da economia global.



O Teletrabalho e os Nómadas Digitais

O teletrabalho entrou em força nas nossas vidas com o surgimento da pandemia de Covid-19, mas passados três anos do início da mesma e com o regresso à "normalidade" pós-Covid-19, parece que esta forma de trabalhar veio para ficar.

De acordo com os dados estatísticos divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística, 20,6% da população empregada em Portugal esteve em regime de teletrabalho no segundo trimestre deste ano, isto é, mais de um milhão de trabalhadores. Nesta fatia populacional incluem-se o regime de 100% de trabalho remoto e o regime de trabalho remoto híbrido semanal, que conjuga alguns dias da semana em teletrabalho com os restantes em trabalho presencial no escritório.

Tendo a Covid-19 sido o primeiro motivo para adoção deste novo regime de trabalho, agora outros fatores se levantam, como por exemplo o aumento dos combustíveis, a descentralização, a redução de custos das empresas e a conciliação da vida pessoal e profissional dos trabalhadores.

Esta mudança de paradigma na forma como trabalhamos, gerimos o nosso trabalho e lideramos as nossas equipas, apenas está no início e muito ainda existe por fazer e cabe aos governos e às empresas acompanharem esta evolução e adaptarem-se a esta nova realidade e a tudo o que ela acarreta. Tal como o Diretor Executivo da Eurofound, Ivailo Kalfin, disse "A mudança para o trabalho remoto continuará nos próximos anos devido a mais mudanças tecnológicas e sociais. Os desenvolvimentos devem ser acompanhados de perto pelos decisores políticos e parceiros sociais, uma vez que o teletrabalho representa uma proporção crescente dos acordos de trabalho na Europa e pode influenciar fortemente questões como a organização do tempo de trabalho, a igualdade de género e o bem-estar em geral".



Daniela Esteves
Administradora Finpartner

Esta nova era de trabalho, também constitui uma grande oportunidade para o nosso país em termos de captação de investimento estrangeiro, tendo aumentado o interesse dos chamados Nómadas Digitais, que escolhem o nosso país para se instalarem e trabalharem remotamente. De acordo com o relatório Savills Executive Nomad Index, Lisboa está em primeiro lugar do ranking das melhores regiões para um nómada executivo trabalhar, Miami e Dubai, encontram-se em segundo e terceiro lugar, e em quarto lugar novamente uma região portuguesa a aparecer, desta feita o Algarve.

O clima, a segurança, custo de vida, hospitalidade e

as infraestruturas são os fatores que levam estes profissionais a escolher o nosso país. Mas também, aliado a tudo isso, temos regimes fiscais apelativos, como o caso dos Residentes Não Habituais, cujos rendimentos de trabalho dependente ou independente provenientes de uma profissão de alto valor acrescentado, podem ser tributados a uma taxa fixa de 20% em vez das taxas progressivas deste imposto que vão até 48%. Este regime prevê igualmente a isenção de tributação de alguns rendimentos obtidos no estrangeiro, o que se torna bastante aliciente. Outro regime fiscal atrativo é o Programa Regressar, que incita os portugueses que vivem no estrangeiro a regressar a Portugal, tendo um benefício fiscal que compreende uma exclusão de tributação de 50% dos rendimentos de trabalho dependente e independente por um período de cinco anos.

Vários países têm igualmente trabalhado em vistos que facilitem a entrada aos nómadas digitais extra UE, tendo sido a Estónia o primeiro desses países a implementar o visto especificamente para os Nómadas Digitais, que abrange trabalhadores dependentes e freelancers com contratos. Seguindo as pisadas da Estónia outros países da União Europeia, como Alemanha, Espanha e Portugal também oferecem vistos para profissionais independentes e freelancers. Portugal criou o visto de residência temporário que permite que o seu titular possa ficar no país por um ano, com possibilidade de renovação por períodos sucessivos de dois anos.

Em termos de teletrabalho, acredito que o mesmo veio para ficar e que cada vez mais será uma realidade nas nossas empresas, para além de abrir uma enorme oportunidade em continuarmos a explorar estas novas formas de trabalhar, de forma a atrair negócio para Portugal, impulsionando o desenvolvimento da nossa economia.

Finpartner
YOUR BUSINESS PARTNER

visit finpartner.pt and talk with us

finpartner@finpartner.pt | LISBOA | PORTO | FARO



ACCOUNTING
CONSULTING
MANAGEMENT
PAYROLL



Promover a Mobilidade Transnacional da Mão de Obra

Com as recentes alterações à Lei de Estrangeiros promovidas pela Lei n.º 18/2022, de 25 de agosto e a publicação do decreto regulamentar que define as condições e procedimentos de entrada, permanência, saída e afastamento de estrangeiros do território nacional, aprovado em Conselho de Ministros no passado dia 1 de setembro, o Governo pretende dar uma resposta efetiva para concretizar uma maior mobilidade transnacional da mão de obra do setor, permitindo às empresas internacionalizadas fazer uma alocação mais eficiente dos recursos humanos de que dispõe nos mercados externos e, por esta via, disponibilizar mais instrumentos orientados para colmatar o problema da falta de mão de obra qualificada, tal como temos defendido.

Com efeito, a par da anómala subida dos preços das matérias-primas, da energia e dos materiais de construção, a falta de mão de obra é um dos principais constrangimentos

apontados pelas nossas empresas, identificando-se a necessidade de cerca de 80 mil trabalhadores. Naturalmente que, neste contexto, para além das alterações legislativas em curso, não se pode descurar o imprescindível alinhamento da Formação Profissional com o mercado de trabalho, domínio em que é determinante o papel dos centros de formação de excelência do setor, o CICCOPN e o CENFIC, já que possuímos capacidade instalada para desenvolver processos de formação para a criação de emprego qualificado, permitindo um adequado acolhimento e integração dos profissionais.

A significativa redução da burocracia associada aos trâmites processuais relacionados com vistos de trabalho é uma questão importante para as nossas empresas e para a capacidade de resposta ao desafio de concretizar o PRR, tendo presente que toda a Europa está precisamente a apostar na concretização de investimentos estruturantes em domínios essenciais como a resiliência, a transição digital e a transição climática e, tal como Portugal, enfrentam este problema da falta de mão de obra. Está em causa a competitividade do nosso tecido empresarial, mas, também, a possibilidade de desempenharmos um papel relevante no novo enquadramento europeu, tirando partido do prestígio e da qualidade que são reconhecidos ao Setor à escala global e permitindo que as nossas empresas se possam posicionar de forma competitiva, gerando emprego sustentável e concretizando os projetos que estão identificados como essenciais para o nosso futuro coletivo. Para além disso, a CPLP é uma comunidade de pessoas que falam português e,



Manuel Reis Campos
Presidente AICCOPN

simultaneamente, constitui um espaço geográfico onde existe uma expressiva presença das empresas portuguesas do Setor. Recordo que somos o quarto País europeu com maior volume de negócios nos mercados de construção em África e o terceiro na América Latina, pelo que existem sinergias positivas que devem ser aproveitadas, em prol do desenvolvimento da nossa atividade empresarial e, de igual modo, da criação de oportunidades de emprego e de desenvolvimento de carreiras profissionais com perspetivas de futuro.

Reiteramos, por isso, a importância de promover o acompanhamento destas medidas no terreno,

assegurando a sua eficácia e, como referido, em paralelo, tem de ser incrementada a disponibilidade por parte do sistema de formação profissional para, em conjunto com as empresas, assegurar que são desenvolvidas ofertas formativas direcionadas para áreas como a digitalização, a Construção e Reabilitação 4.0, o desenvolvimento de novos processos, sistemas construtivos e materiais, domínios essenciais para promover a valorização profissional e maiores níveis de produtividade e de eficiência no uso de recursos, bem como soluções mais sustentáveis e competitivas.



AICCOPN

Associação dos Industriais da Construção
Civil e Obras Públicas

"Este decreto valoriza a CPLP e incentiva a imigração legal"

O primeiro-ministro António Costa anunciou um novo decreto que regulamenta a entrada de cidadãos oriundos de países da Comunidade de Países de Língua Portuguesa (CPLP) em Portugal de uma forma mais fácil, para assegurar a mobilidade dos mesmos e valorizar cidadãos dos nove Estados-membros: Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Guiné Equatorial, Portugal, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste. A advogada Amarah Farage explica detalhadamente em que consiste este decreto e as vantagens para quem pretende residir e trabalhar em Portugal.

O que caracteriza, particularmente, este novo decreto e quais as mudanças a ter em conta?

O decreto fortalece ainda mais os convénios e os protocolos já firmados entre os países CPLP, bem como valoriza a comunidade e incentiva a imigração legal. A mudança mais relevante está no facto de a concessão de vistos, agora, ocorrer de maneira direta, ou seja, basta o pedido ser devidamente protocolado e, não havendo expulsão do espaço Schengen e o preenchimento de alguns requisitos, o requerente terá o seu visto aprovado. Haverá de agora em diante uma maior facilidade, especialmente para os cidadãos de países da CPLP que ainda necessitem de um visto de turismo para entrada em Portugal. No caso do Brasil, a situação é um pouco diferente, pois esses cidadãos já não necessitam de visto para vir a Portugal como turistas. Contudo, o Brasil beneficia diretamente com o visto para procura de emprego, que entra em vigor a partir de 26 de setembro de 2022.

O Acordo de Mobilidade, assinado no ano passado na Cimeira de Chefes de Estado e de Governo dos Estados-membros da organização, prevê medidas de mobilidade agora colocadas em prática através deste novo decreto regulamentar?

Exatamente! Após um ano, o decreto de 01 de setembro é um movimento que abre caminho para que esse novo momento de mobilidade entre países da CPLP se torne realidade em Portugal. Como sabemos, haverá ainda o momento de transição em que a realidade burocrática será confrontada com a adequação às normas jurídicas, mas a notícia é realmente importante, uma vez que flexibiliza a circulação de cidadãos pertencentes à CPLP, bem como fomenta a economia portuguesa.

Quais as principais dificuldades anteriormente

sentidas pelos cidadãos de países da CPLP que queriam entrar em Portugal para viver e trabalhar?

No que se refere aos países africanos e a Timor-Leste, a novidade será a possibilidade de solicitar um visto com redução drástica de pré-requisitos e com a determinação que o visto seja concedido logo. Um pedido de visto passava, anteriormente, por uma avaliação bem criteriosa da documentação apresentada. Este decreto elimina algumas dessas comprovações, como meios de subsistência e seguro de saúde, criando assim uma facilidade de análise. Também para o Brasil, vejo que o uso do sistema de "manifestação de interesse" poderá diminuir bastante, desafogando o SEF e diminuindo o tempo de espera dos títulos de residência.

De que forma espera que este novo decreto influencie a procura de Portugal enquanto país de residência e trabalho para cidadãos dos outros países-membros da CPLP?

Vejo hoje Portugal como um país que é procurado não só por uma questão de trabalho, mas também por pessoas que procuram um lugar seguro para passarem o resto das suas vidas, seja pelo clima, pela gastronomia, pela cultura e património mundial.

A economia portuguesa está em plena recuperação e Portugal cresce, proporcionalmente falando, mais do que a média dos outros Estados-membros da União Europeia, criando uma necessidade natural de mão de obra, qualificada ou não, que fará com que esse crescimento seja perpetuado.

Este é efetivamente o caminho, na sua opinião, para uma maior integração e cooperação entre os países da CPLP?

Acredito que esse foi um passo muito importante e vem consolidar as relações da CPLP no âmbito do único país europeu do bloco, mas este é apenas um



Amarah Farage
Advogada

dos caminhos a serem percorridos, apenas o início daquilo que está para vir.

Para além dessa flexibilização, entendo que outros temas devem ser debatidos, como a questão do preconceito contra imigrantes, xenofobia e racismo. Mesmo sabendo que isso tem foro próprio, penso que são temas que carecem de mais atenção e execução efetiva. Num momento em que milhões de imigrantes cruzam fronteiras de forma precária, fugindo de crises e até guerras, essa atitude do Conselho de Ministros enobrecer a história recente de Portugal.

"A adega online obriga-nos a ser relevantes e a ter clientes fiéis"

A Santos & Seixo foi criada em 2010, conjugando a ambição de duas famílias cujo amor pelos vinhos as fez apostar num projeto de representação e desenvolvimento de todas as regiões do país, a nível vitivinícola. Com projetos também na área do Enoturismo, e o lançamento de uma nova marca de vinhos para breve, Pedro Seixo, o administrador do projeto, assume que a aposta na definição de marcas claramente representativas das respetivas regiões será o próximo objetivo da Santos & Seixo.

Que análise pode fazer deste projeto, 12 anos depois do seu início?

O projeto nasceu através de parcerias e do lançamento da marca Santos e Seixo, mas nos últimos anos demos um grande passo ao nível de infraestruturas próprias, com a aquisição da Encosta do Sobral, em Tomar, e, mais recentemente, da Quinta do Cevêr e da Quinta do Outeiro, no Douro. Isto permite-nos controlar todo o processo desde a vinha até ao engarrafamento. Comercialmente, temos uma oferta alargada que inclui vinhos do Tejo, Douro, Alentejo, Vinho Verde, Porto e Espumante.

A adega online surgiu dada a importância desta ferramenta digital, mas também porque a pandemia acabou por obrigar a que muitos negócios se fizessem no digital. Em 2022, porém, a normalidade regressou aos negócios. Que análise se pode fazer deste período comercialmente, e também das colheitas do ano 2022, caracterizado pela seca?

A pandemia veio trazer bastante incerteza ao setor, não apenas a nível comercial, mas em toda a cadeia de abastecimento. Em Portugal, os produtores bem



posicionados no Offtrade viram as suas vendas crescer, uma vez que o consumo passou a ser efetuado maioritariamente neste canal. Quem sofreu foram as pequenas adegas, que tinham as suas vendas concentradas no canal Horeca e tiveram de encontrar soluções mais criativas para escoar stocks. O canal online cresceu consideravelmente, mas é necessário uma estrutura logística bem montada e uma oferta alargada e competitiva. Não basta abrir uma loja online, é preciso conquistar relevância e fidelidade. Em relação à colheita 2022, ainda é cedo para fazer um balanço, teremos de esperar alguns meses para ver a evolução das uvas.

Em destaque, para este ano, temos vinhos de três das principais regiões vitivinícolas nacionais: Encosta do Sobral Vinhas Velhas 2019, Regional Tejo Tinto; Duquesa Maria Superior 2018, Regional Alentejo Tinto; Encosta do Sobral Selection 2021, Regional Tejo Rosé; Perspectiva Reserva 2019, Douro DOC Tinto. Fale-nos um pouco sobre as características de cada um e o que os leva a ser destaque?

Em cada região procuramos produzir vinhos característicos, que nos façam viajar até à origem

utilizando maioritariamente castas locais, de forma a reforçar essa diferenciação. Estes vinhos são um pouco esse reflexo.

O projeto da Santos & Seixo tem também a sua marca – Santos da Casa – que foi a impulsionadora da internacionalização deste projeto. Atualmente, como está esta marca e a sua evolução?

Como primeira marca do projeto, existe uma ligação emocional especial. O objetivo é encontrar os melhores canais e parceiros para a sua comercialização, de forma a manter um posicionamento Premium. Mantém-se uma marca multirregião, que procura oferecer o melhor vinho das principais regiões vitivinícolas do país. Em breve, iremos lançar novas colheitas no Douro e aproveitámos para efetuar um ligeiro rebranding. Vamos também lançar um novo vinho de uma região muito particular, mas não queremos ainda desvendar.

Além da produção de vinhos, a Santos & Seixo desenvolveu também outros negócios, como o turismo rural. Que análise é possível fazer agora, num momento em que o Verão está quase a terminar e, segundo consta, foi uma das melhores épocas turísticas de sempre?

Estamos a desenvolver a área do Enoturismo, tentando reforçar a oferta, tanto em Tomar, como no Douro. É uma das nossas apostas no curto/médio prazo, mas são desenvolvimentos que necessitam de tempo e pessoas especializadas na área, pelo que ainda não foi possível explorar todo o potencial em 2022.

Como se prepara, desde já, o próximo ano na Santos & Seixo? Quais os projetos à espera de serem concretizados de que nos possa dar conta?

Ao nível das infraestruturas, estamos a terminar o projeto na Quinta do Outeiro (produção) e na Quinta do Cevêr (Enoturismo). A nível comercial, estamos a reorganizar o portfólio, reforçando a aposta em gamas médias e altas, mas nunca descurando negócios de maior volume. Vamos apostar muito na criação de marca, de forma a tornar as nossas marcas uma referência no setor nas diferentes regiões.



SANTOS & SEIXO

WINES

"Somos uma solução para 'viver', não apenas para dormir"

Todos os anos, milhares de alunos iniciam o Ensino Superior e, simultaneamente, uma nova etapa da vida, com a necessidade de sair de casa dos pais. Nesse momento, o mercado de alojamento estudantil é posto à prova. Pedro Antunes, administrador da Andy Living, explica que só se combate a falta de camas para alojamento estudantil com uma total colaboração entre entidades privadas e públicas e realça o reforço da oferta da Andy Living, a contar para 2023 – cerca de 800 quartos, em novas residências fora de Lisboa e Porto.

De acordo com o Observatório do Alojamento Estudantil, o número de camas disponíveis para alojamento para os jovens que vão ingressar no Ensino Superior caiu, do ano passado para este ano, cerca de 80%. Confirma este valor?

Não consigo confirmar esse número. É claro, para nós, que este ano há uma redução de disponibilidade de quartos. Não é claro qual é a sua causa, nem conseguimos quantificar. Sabemos que várias residências de ação social têm quartos que não estão disponíveis para alunos por questões de reabilitação. Não ajuda a esta pressão dos quartos o facto de os estudantes saberem onde foram colocados tão em cima das inscrições. Este ano souberam o resultado num domingo, para segunda-feira terem de se inscrever.

Como vivenciou a Andy Living esta primeira fase de procura de alojamento por parte dos estudantes? Como está a vossa ocupação?

Começou muito bem. Em abril já tínhamos reservas para 50% dos quartos. Desde a saída das colocações que temos tido um fluxo de entradas enorme, tendo já esgotado algumas tipologias. Temos também recebido muitos pedidos para as localizações futuras, que ainda estão em construção. Conseguimos este ano atrair mais estudantes Erasmus, retirando pressão para os estudantes com menos capacidade financeira no mercado.

Quais as opções de quartos que os estudantes têm à sua disposição na Andy Living e como se caracteriza a vossa infraestrutura de apoio aos mesmos?



Nas nossas residências todos os quartos são privados. Temos todos os serviços incluídos no preço. Desde o acesso às nossas infraestruturas (ginásio, lavandaria self-service, lounge, salas de estudo, jardins e pátios), que estão acessíveis 24 horas, até à limpeza quinzenal, receção, apoio da equipa, água, eletricidade, aquecimento. Os nossos residentes podem contar connosco para tudo o que precisarem. Para muitos é a primeira vez fora de casa, é um período de imensa ansiedade, para os residentes e pais. Para além das nossas instalações, este lado social distingue-nos da solução de "um quarto". Somos uma solução para "viver", não apenas para dormir.

A polémica relativa ao preço dos alojamentos para estudantes surge associada ao arrendamento de quartos por particulares, a preços mais elevados do que aqueles que as residências universitárias praticam. Como analisa este "mercado paralelo" que surge de forma mais evidente nesta altura do ano?

É normal. As residências universitárias públicas estão pensadas para apoio a alunos com dificuldades financeiras, como forma de garantir que o custo do alojamento não impede alguém de aceder ao Ensino Superior. Uma residência privada (PBSA) incorpora despesas e oferece mais serviços.

Quando comparado com a solução "quarto", diria que fica ao mesmo preço, senão mais barato. Em relação ao mercado paralelo, é um mercado difícil de analisar, mas surge com mais força quando a ação social das universidades não é usada para o seu propósito de ação social.

Considera que este é, ainda, um mercado que pode crescer, para responder às necessidades de alojamento estudantil? Quão importantes são as parcerias, nomeadamente com as próprias instituições universitárias?

Ainda há muito para fazer no alojamento estudantil, mas há muitas incertezas: de um momento para o outro podemos estar a competir com uma residência pública por alunos estrangeiros, quando deviam estar focadas em alunos com dificuldades financeiras. Faz parte da nossa filosofia criar parcerias locais. Com as Universidades, com as Associações Académicas, Núcleos de Estudantes, Municípios e outras entidades locais. Onde estamos temos visto uma enorme vontade de colaborar.

Existe a possibilidade de a Andy Living crescer, em número de quartos, e localizações díspares, nacionalmente?

Sim, em setembro de 2023 iremos abrir em Braga cerca de 300 quartos, logo seguido de Aveiro, com mais cerca de 250. Até 2025, queremos ter dois mil a 2500 quartos por todo o país. Juntos, residências, quartos privados e residências públicas, iremos conseguir ultrapassar a falta de alojamento que verificamos em Portugal.

LIVE NOW. CREATE THE FUTURE.

Andy.

 [Andyliving.com](https://www.andyliving.com)

 [@andylivingcom](https://www.instagram.com/andylivingcom)

Formação que prepara o futuro

A Les Roches e a Glion são conhecidas pelo seu nível de formação de excelência, nas áreas da Hotelaria e do Turismo. As soluções para educação e formação são cada vez maiores, considerando que existem muitos profissionais que apenas querem atualizar a sua formação e outros que não podem, sequer, deslocar-se. As Licenciaturas e os Masters estão cada vez mais em voga junto dos alunos portugueses e Pedro Martins, educational counselor para Portugal, alerta para a importância da educação adequada no que respeita à evolução do setor do Turismo nacional.

Recentemente, dada a pandemia, foi necessário optar pela formação à distância e, entretanto, esta foi uma área na qual apostaram, em complemento à formação presencial. Quais as vantagens e as desvantagens da formação presencial e da formação à distância? Como pode o complemento entre ambas enriquecer a aprendizagem?

A Les Roches já oferecia alguns programas online ao nível da pós-graduação, como o nosso Master Executive, mas as circunstâncias desafiantes obrigaram a criar programas com base no remote learning, que se veio a mostrar revolucionário nesta área. Por um lado, temos os programas Master Executive e o MBA Executive, que são dirigidos a profissionais da indústria que, por alguma razão, não podem fazer um interregno laboral e que querem fazer um update à sua formação. Estes programas oferecem sempre uma parte presencial nos campus, que vai de duas a seis semanas. As vantagens foram claras durante o período pandémico, ao permitir de forma flexível e eficaz a continuidade da aprendizagem. Em relação às desvantagens, vejo apenas uma: a falta de proximidade.

Quão importante é a digitalização da formação, no sentido do acesso alargado à mesma por parte de qualquer aluno, em qualquer parte do mundo?

Aproveitar a inovação e os avanços digitais oferece à formação oportunidades únicas na evolução do setor da hotelaria. O turismo foi um dos primeiros setores a digitalizar os processos de negócios à escala global, oferecendo reservas online de voos e hotéis, tornando-se um pioneiro digital. À medida que a tecnologia da informação e comunicação se tornou um fenómeno global, o turismo foi um dos primeiros a adotar de forma consistente as novas tecnologias e plataformas. Ao serem das primeiras instituições de ensino superior a introduzirem programas nesta área, as escolas deram um passo em frente na formação dos alunos, preparando-os para um mundo que não vive sem tecnologia e com a qual terão de evoluir e fazer evoluir o setor.

Que ligações existem entre a Les Roches, a Glion



e as respetivas entidades empresariais ligadas ao turismo e hotelaria, para que seja possível tomar conhecimento das necessidades que existem, relativamente aos recursos humanos, e providenciar uma resposta adequada?

Ambas as instituições de ensino têm uma forte proximidade com a indústria desde há alguns anos e esta relação tem vindo a solidificar-se, não só porque a indústria reconhece a excelência da formação, vindo anualmente recrutar inúmeros estudantes das instituições de ensino, como pelas parcerias e protocolos que se vêm estabelecendo com as marcas mais significativas do setor: Marriot, IHG, Louis Vuitton, Accor, Qatar Airways ou Ritz-Carlton. De referir também que, recentemente, a parceria com a Organização Mundial do Turismo foi ainda mais longe, alavancando a colaboração em áreas fundamentais como o empreendedorismo, a formação de jovens e a transformação digital.

Como veem a Les Roches e a Glion o mercado nacional, no que respeita ao talento existente?

Tendo em conta o apoio e a dedicação de várias instituições de ensino a nível nacional e de

instituições como o Turismo de Portugal, as nossas instituições olham com bons olhos a evolução na formação prestada aos jovens portugueses e muitos, depois de terminarem a formação no nosso país, optam por dar continuidade à sua formação nas nossas instituições de ensino. Por esta razão, a Les Roches e a Glion têm recebido muitos alunos para licenciaturas e masters.

Quais os desafios que identifica para este novo ano escolar?

Sobretudo a adaptação a um mundo que definitivamente mudou. Regressamos a uma “nova” normalidade, mas com maiores desafios e um dos maiores é o de captar e desenvolver talento. O mundo continua a mudar todos os dias, seja pelas alterações geopolíticas, pelos desafios económicos e tecnológicos e pela importância da sustentabilidade. Temas abordados nos nossos programas e que preparam os futuros profissionais para lidar com as mudanças, crises e também com o crescimento efetivo do setor do turismo.

thalesgroup.com

THALES
Building a future we can all trust



Mostramos-lhe como aproveitar
o extraordinário poder da tecnologia
para **construir um futuro**
no qual todos possamos confiar

© 2014 Thales Group. All rights reserved. Thales Group is a registered trademark of Thales Group.

Search Thalesgroup



ESSILOR®
#1

A MARCA DE LENTES MAIS
RECOMENDADA EM TODO O MUNDO
PELOS PROFISSIONAIS DE SAÚDE VISUAL*

As lentes Essilor® Stellest™ abrandam a progressão da miopia em média 67%**

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



essilor

Stellest™

**Em comparação com lentes unificais standard, quando utilizadas pelas crianças pelo menos 12 horas por dia, todos os dias. Bao, J., Huang, Y., Li, X., Yang, A., Zhou, F., Wu, J., Wang, C., Li, Y., Lim, E.W., Spiegel, D.P., Drobe, B., Chen, H., 2022. Lentes oftálmicas com microlentes asféricas para controlo da miopia vs Lentes oftálmicas unificais. Estudo clínico randomizado. JAMA Ophthalmol. 140(5), 472-278. <https://doi.org/10.1001/jamaophthalmol.2022.0401>
As lentes Essilor® são qualificadas como dispositivos médicos nos termos previstos no Regulamento UE 2017/745.

*Essilor é a marca de lentes que os profissionais de saúde visual mais recomendam em todo o mundo. Essilor é a marca de lentes mais recomendada numa amostra representativa de 989 profissionais de saúde visual independentes pela CSA em fevereiro de 2019 - França, Reino Unido, Alemanha, Itália, Espanha, EUA, Canadá, Brasil, China, Índia.