

Valor

MAGAZINE

Mensal
Fevereiro de 2023
nº032
Gratuito

BRUNO MOREIRA **Ser líder antes dos 30**

CRN-Contabilidade
2023: Ano de internacionalização

Portugal Criativo
Inovação e Empreendedorismo

Maia
Excelência empresarial

Financiamento
Soluções de confiança

Imobiliário
O que esperar
em 2023



EMERGÊNCIA:

SISMO NA TURQUIA

E NA SÍRIA



As primeiras horas após um desastre como este são críticas. A UNICEF já está a prestar assistência em ambos os países, concentrando-se em garantir que as pessoas afectadas tenham acesso a água potável e saneamento, protecção e serviços de nutrição.



SAIBA MAIS

Se a sua empresa ou organização quiser apoiar esta emergência humanitária, escreva-nos por favor para: empresas@unicef.pt

unicef 

para todas as crianças

O ano de 2023 iniciou com uma conjuntura de incerteza a pairar sobre a economia e a sociedade portuguesa.

Apesar de já não se falar de recessão, as empresas ainda estão algo receosas do que este ano pode reservar, sobretudo para setores diretamente ligados ao crédito, como sejam o imobiliário e a construção civil.

Para muitos intermediários de crédito, este ano será de muita cautela, para as famílias e empresas e alguns têm mesmo sido contactados – sobretudo por famílias – para começarem a desenhar o plano de reestruturação financeira, através do crédito consolidado, uma solução que permite agregar as prestações, diminuindo o valor final a pagar mensalmente.

Para as agências imobiliárias, algumas delas também reconhecidas legalmente como intermediários de crédito, esta realidade não aparenta ser problemática, pelo menos enquanto a procura por imóveis se mantiver alta. Os players do setor esperam um ano positivo, com a introdução, inclusivamente, de alguma construção nova no mercado.

Os setores que se esperam que continuem a crescer são os ligados à tecnologia, saúde e inovação e, nesta área, a Maia é um concelho com muito a oferecer às empresas que lá se instalam. Alguns destes negócios são internacionais e escolheram fixar-se na Maia pela sua localização estratégica e pela capacidade de congregar um mindset empresarial de excelência e virado para o futuro e desenvolvimento.

Continuamos, também, a registar os testemunhos de mulheres empreendedoras e capazes de criar e levar adiante os seus negócios, bem como outros temas centrais da atualidade como a questão da saúde mental e os mais recentes vistos da CPLP.

Fique connosco e aproveite para ler tudo o que preparámos para si, nesta primeira edição do ano!

Sara Freixo Editora

sarafreixo@valormagazine.pt

fevereiro

'23

DESTAQUES

16



CERMARK
Out of Home

- Publicidade que acompanha a vida

26



TECMAIA

Impacto social para a Maia
é de 250 milhões de euros

34



AEG

Há mais de 100 anos a ditar tendências
de inovação em eletrodomésticos



Getting Ready to make more memories
during Easter and Summer 2023

**EDU
4WORD**

edu4word.com

ÍNDICE

6

Portugal Criativo

6 - ImperLousa - Uma referência no setor da Impermeabilização
10 - Folque's Investment Consultants - Uma equipa que o poupa a surpresas nos negócios imobiliários

11

Portugal Criativo - Empreendedorismo e Criatividade Feminina

11 - Star Accounting Portugal - "As mulheres estão em minoria na fundação de negócios mas têm mais sucesso"
12 - de.Gaveto | O Pão da Mãe - Negócios feitos de experiência
14 - UPGRADE-IT - "A assessoria financeira é crucial em anos difíceis"

16

Out of Home

16 - Cemark - Out of Home - Publicidade que acompanha a vida

18

Mulheres de Valor

18 - Targeting - "Mulheres em cargos de liderança ainda não é algo natural"
20 - Gestart - A Arte aliada à Gestão e à Técnica Construtiva

21

Seguros

21 - Adriana Campos - Agente Exclusivo Real Vida Seguros - "É possível poupar até 60% nos seguros de Vida-crédito habitação"

23

Maia, excelência empresarial

24 - SGS Portugal - "A Maia é um dos mais importantes destinos de negócios do país"
26 - TECMAIA - Impacto social para a Maia é de 250 milhões de euros
28 - Maiadouro - "A Maia é, sem dúvida, um bom local para viver e trabalhar"
30 - ECOREDE - 15 anos a trabalhar para a sustentabilidade do território nacional

33

Cibersegurança

33 - APCER - Mais formação e melhores infraestruturas essenciais no combate ao cibercrime

34

Empresas premiadas 2023

34 - AEG - Há mais de 100 anos a ditar tendências de inovação em eletrodomésticos
36 - Kuantokusta - "Quem consulta, poupa!"
37 - ÓCULOS PARA TODOS - A referência em qualidade a baixo preço

38

Contabilidade

38 - CRN-Contabilidade - 2023 é o ano da internacionalização

40

Saúde Mental

40 - Clínica Mais Saúde & Melhor Vida - "A saúde mental não impacta só pessoas, é destrutiva para a economia"

41

Vistos CPLP

41 - Nelson Ramos Lawyers - Novo visto CPLP - mais rápido e menos burocrático

42

Imobiliário: o que esperar em 2023

42 - Miravillage - "O mercado está inflacionado em parte pela falta de oferta"
44 - SMI Imobiliária - Mercado deve optar por estratégia a medio-longo prazo

45

Climatização e Eficiência Energética

45 - Bronzimateca - "A eficiência térmica não depende da gama dos equipamentos"
46 - Sanitop - Solar, bombas de calor e sistemas smart ajudam a poupar

47

Financiamento: soluções de confiança

47 - MATFIN - "2023 é um ano de contenção e oportunidades"
48 - LISLIF - "Contratar crédito pode não ser um problema mas uma solução"
50 - DS Intermediários de Crédito | Joane - "É possível poupar muito dinheiro no crédito habitação"
51 - Empréstimo Urgente - Intermediário de crédito - um parceiro da sua saúde financeira
52 - Yes Crédito - "As solicitações de crédito vão ser menores em 2023"
54 - Orbiscrédito - "As famílias já estão a apostar na consolidação de créditos"

FICHA TÉCNICA | Propriedade e Administração: Sinónimos Breves Unipessoal, Lda | Gerência detentora de 100% do capital social José Moreira | Sede da Administração, Redação e Edição: Avenida da República, 1622, 7º andar, Frente, sala 19, 4430-193 V.N. Gaia | Telefone Geral: 223 204 952 / 221 143 269 (Chamada para a rede móvel / fixa nacional) | Email: geral@valormagazine.pt redacao@valormagazine.pt | www.valormagazine.pt | facebook.com/revistavalormagazine | linkedin.com/company/revista-valor-magazine | Impressão: Gráfica Jorge Fernandes, Rua Quinta de Mascarenhas, N9, Vale Fetal 2825-259 Charneca da Caparica | Diretor: José Moreira | Editora: Sara Freixo | Design e Paginação: Insidejo communication | Gestores de Comunicação: Fernando Costa, Luís Pinto, Miguel Machado e Rui Moreira | Fotografia de capa: Diego Alves | NIF: 515 541 664 | Registo ERC n.º 127356 | ISSN: 2184-6073 Depósito Legal: 462265/19

Os artigos que integram esta edição são da responsabilidade dos seus autores, não expressando a opinião do editor. Quaisquer erros ou omissões nos conteúdos não são da responsabilidade do editor, bem como este não se responsabiliza pelos erros, relativos a inserções que sejam da responsabilidade dos anunciantes. A paginação é efetuada de acordo com os interesses editoriais e demais questões técnicas da publicação, sendo que é respeitada a localização obrigatória - e paga - dos anúncios. É proibida a reprodução desta publicação, total ou parcial, por fotocópia, fotografia ou outro meio, sem o consentimento prévio do editor. "O Estatuto Editorial pode ser consultado no nosso facebook e em <https://www.webboost.pt/developer/valormagazine/wp-content/uploads/2019/09/Estatuto-Editorial.pdf>". nos termos do n.º 1, art.º 17º da Lei n.º 2/99 de 13 de janeiro - Lei de Imprensa.

DESENVOLVIMENTO CRIATIVIDADE

O tema Portugal Criativo continua presente na Valor Magazine e, nesta primeira edição do ano, vem para salientar os empresários e empreendedores que continuam a laborar, mesmo num ano que se antecipa difícil a nível financeiro. Nas próximas páginas, ficará a conhecer o exemplo de um líder que criou o Grupo ImperLousa, Bruno Moreira. Ainda não completou 30 anos e já gere três empresas, uma delas referência no setor das impermeabilizações.

A AA Consulting e a Folque's Investment Consultants são duas empresas que também se enquadram neste tema, na medida em que a sua forma de estar no mercado – e a respetiva inovação com que abordam os seus setores de atividade – correspondem ao propósito que se retrata nesta rubrica: empresários de futuro, sempre prontos a criar novas soluções e a fazer avançar as suas empresas e o mercado.

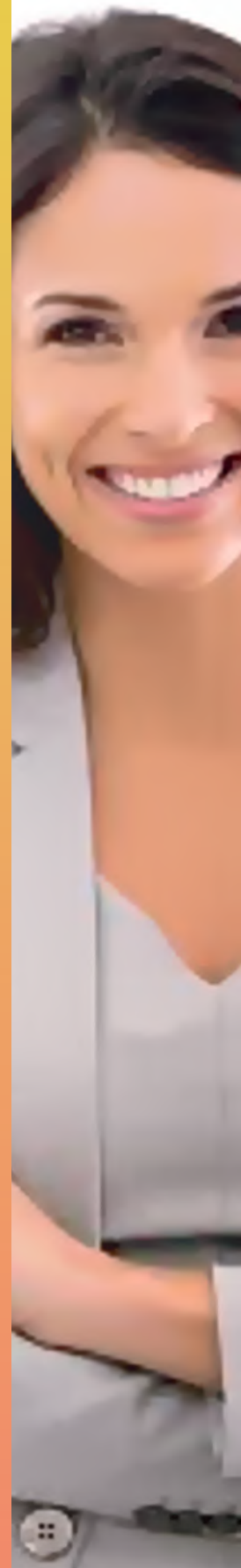
Empreendedorismo e criatividade feminina

No Portugal Criativo – Empreendedorismo e Criatividade Feminina apresentamos-lhe, mais uma vez, vários exemplos de mulheres profissionais e empreendedoras, nas mais variadas áreas: Contabilidade, Gestão e Consultoria, Engenharia, mercearia e padaria são apenas alguns dos setores retratados. Estas empresárias conseguiram criar os seus negócios e conferir-lhes o sucesso que mereciam. Os seus percursos, as suas histórias e os seus pontos de vista sobre o mercado laboral e os setores em que se inserem estarão em análise nas páginas que se seguem.

EMPREENDEDORISMO

Liderança TECNOLOGIA

PORTUGALCRIATIVO



A CONSTRUIR CONFIANÇA

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


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

☎ Tel.: 926 622 723

✉ Email: geral@buildemant.pt

ImperLousa

Uma referência no setor da Impermeabilização



Com dois anos de existência, a ImperLousa foi a primeira empresa do Grupo ImperLousa, que conta agora com mais duas – a ImoConclusão e a LousaTrucks. Por detrás do sucesso deste grupo empresarial está Bruno Moreira, de 29 anos, para quem a evolução da empresa e o lugar ocupado atualmente pelo Grupo ImperLousa no mercado das impermeabilizações se deve, muito, à união e vontade de todos os colaboradores da empresa.

Bruno Moreira
Manager



Bruno Moreira começou a trabalhar muito novo e fundou a sua primeira empresa aos 25 anos. Segundo o próprio “tinha tudo para correr mal”. Mas não correu. E muito se deve ao trabalho do próprio fundador: “Comecei por percorrer, mensalmente, entre dois mil a três mil quilómetros à procura de trabalho na área das impermeabilizações. A minha prospeção de mercado era entrar nas obras que via e tentar falar com o responsável. Muitas vezes acabava por não conseguir e deixava o meu cartão. Foi assim que fui conseguindo trabalho”.

Com a evolução e crescimento da empresa, a ImperLousa foi-se tornando conhecida e atualmente é a segunda empresa do setor: “A empresa que lidera o mercado tem mais de 60 anos de história e trabalha a nível europeu. No entanto, é um patamar que ambicionamos atingir”.

Formado oficialmente em 2020, o Grupo ImperLousa trabalha, hoje, para as maiores empresas nacionais e também já ganhou projetos em França e Bélgica. Esta empresa, que começou em Lousada, já escolhe com quem quer trabalhar. Bruno Moreira não tem ilusões – este crescimento é resultado do seu esforço e do dos seus colaboradores: “Todos os meus colaboradores são pessoas bastante humildes. Somos uma casa em que a entreajuda é fundamental e visível! E acredito que foi este espírito que nos levou a crescer rapidamente: eu vim de empregado, sei o que custa a vida e isso levou-me a ter outra visão do mercado. Percebo que um empregado feliz produz muito mais. E não é só o dinheiro que é importante, o ambiente em que se trabalha também. Repare: se eu chegar a uma obra zangado e gritar com um empregado, eu não vou conseguir nada com isso, a não ser que o empregado fique chateado comigo e que a produtividade dele diminua consideravelmente nos dias seguintes. Este é um trabalho de muita luta e eu sei que posso contar com eles. Reúno-os, explico o trabalho que temos e aquelas obras que queremos ganhar e toda a gente me ajuda. Se chegámos onde chegámos, foi muito por culpa deles”.

Com obras e colaboradores de Norte a Sul do país, o Grupo ImperLousa já teve em execução um máximo de 22 obras em simultâneo, o que faz com que os dias de trabalho sejam contínuos: “Trabalhamos de domingo a domingo. Além das impermeabilizações que fazemos para os grandes projetos, também prestamos os mesmos serviços em moradias unifamiliares, mas são essencialmente de pessoas que nos conhecem e que já nos ajudaram, em algum momento do nosso percurso”.

IMPERMEABILIZAÇÕES – O que é esta área desconhecida?

Bruno Moreira começou a trabalhar muito cedo e, com a sua experiência profissional, foi percebendo que existiam áreas de trabalho que podiam ser mais promissoras que outras. É o caso das impermeabilizações. Sendo uma área ainda desconhecida para algumas pessoas, é fundamental para a aprovação de um projeto de arquitetura de um edifício e para a boa qualidade de vida dos seus ocupantes: “A ideia de uma impermeabilização num telhado direito ainda levanta muita desconfiança, porque as pessoas – sobretudo as mais velhas – acreditam que é impossível escoar a água. Para muitas pessoas, quando estão a construir um edifício ou uma moradia, ainda são desconhecidos materiais como as telas Betuminosas ou Sintéticas e as funções de uma boquilha. Muitas vezes, são os arquitetos que têm de explicar aos clientes como será possível executar uma boa impermeabilização”.

Dado que, em Portugal, a maioria da construção ainda existente é com coberturas inclinadas, as próprias marcas de material tiveram de arranjar soluções para quem quer impermeabilizar a sua casa/edifício, mesmo não tendo uma cobertura direita: “As empresas que vendem materiais de impermeabilização foram obrigadas a arranjar soluções para coberturas inclinadas, pois mais de metade da construção em Portugal ainda é de coberturas inclinadas e era importante, para as marcas, não perderem estes trabalhos. Assim, foram obrigadas a criar moldes de coberturas inclinadas, feitos de telha asfáltica, que é uma membrana betuminosa, e que substitui a telha comum. Estes materiais também podem estar expostos aos raios ultravioletas, mas necessitam de alguma manutenção. Todavia, por norma, o público nacional só equaciona a manutenção quando o interior da habitação se torna permeável”.



Ainda que este material tenha uma garantia de cinco anos, dada pelos fabricantes, o Grupo ImperLousa dá garantia de mínimo 10 anos de bom uso do material, estas telhas asfálticas são ainda vistas com mais desconfiança por parte da população: “As pessoas julgam mesmo que, numa situação de vento, por exemplo, o telhado vai desaparecer. Como é evidente, isso não é assim. De realçar, também, que este material não pode ser aplicado em qualquer cobertura inclinada – a mesma tem de ter placa para que tal possa ser executável!”

Uma boa impermeabilização permite poupar, consideravelmente, nos gastos energéticos, a longo prazo, bem como assegurar uma qualidade de vida acima da média para quem usufrui do espaço: “As pessoas gostam de impermeabilizar bem as paredes, mas esquecem-se que a cobertura é o local por onde mais temperatura se perde. Protege-se muito bem, com capoto, por exemplo, as fachadas dos edifícios, quando o que mais importa é trabalhar bem a cobertura, que é a área mais exposta ao frio e ao calor. Com uma boa impermeabilização da cobertura, quase não há necessidade de ter um ar condicionado. Isso, invariavelmente, garante uma boa qualidade de vida a quem reside no imóvel, bem como contribui para uma poupança energética considerável, a longo prazo”.

O ambiente também acaba por ser protegido, quando se optam por soluções de impermeabilização modernas: “Os materiais com que trabalhamos atualmente são praticamente todos reciclados. 95% dos produtos que se utilizam neste setor são reciclados, como por exemplo as telas betuminosas, que antes eram feitas de alcatrão e agora são feitas com restos de pneus e de plástico. O isolamento XPS também já é feito exclusivamente de materiais reciclados”.

O desafio de encontrar mão de obra qualificada

A área da impermeabilização é exigente e bastante qualificada, pois, de acordo com Bruno Moreira, “qualquer buraco, ainda que seja do tamanho de uma agulha, mete água em qualquer cobertura”. Por isso, é crucial que a mão de obra tenha o conhecimento necessário para levar a cabo o procedimento de instalação: “Nesta área, é muito difícil encontrar quem saiba fazer bem o trabalho. Se falarmos de construção civil, mesmo que a pessoa não saiba fazer, nós dizemos para a pessoa ir fazendo massa e ela vai fazendo. No caso da



impermeabilização, é mesmo necessário formar o colaborador, porque qualquer falha na instalação é prejudicial para o edifício”.

O Grupo ImperLousa tenta formar ao máximo os seus colaboradores, mas o fundador da empresa reconhece que a escassez de mão de obra está a levar a reações diferentes por parte dos empresários e dos trabalhadores: “Há empresários que já preferem não formar o trabalhador. Só querem que ele vá ajudando e fazendo tarefas gerais, e assumem eles próprios a colocação do material. A justificação é que, dada a escassez de mão de obra, se o empresário ensinar a arte ao colaborador, ele sai da empresa, no primeiro momento, para formar o seu próprio negócio ou para ir trabalhar para uma outra empresa que lhe pague mais. Já no que respeita aos trabalhadores, há muitos casos em que nós pagamos o que o empregado negociar connosco, com base, claro está, na sua experiência. Mas, mais uma vez, considerando a falta que existe de mão de obra qualificada, alguém que trabalhe neste setor e seja um especialista ganha muito bem”.

Bruno Moreira considera que a cultura enraizada em Portugal não permite que se olhe para todas as profissões de igual forma e atribuindo-lhes igual importância, por isso muitos portugueses vão trabalhar para o exterior em áreas em que não aceitam trabalhar em Portugal: “Os portugueses, na Europa, são conhecidos como ótimos trabalhadores. Muitos deles vão trabalhar para a construção civil quando emigram, para assegurar uma melhor qualidade de vida no futuro, mas quando regressam ao país não querem voltar para esta área. Preferem abrir um negócio diferente. E não há qualquer incentivo, seja por parte das escolas, seja por parte das famílias, ou mesmo do Estado, para levar a que os jovens se interessem por estas áreas. É-lhes

passada a ideia que estas profissões “suja” são menos dignas. Por isso, daqui a cerca de 10 anos, nós teremos entre 60 a 70% dos impermeabilizadores reformados. E isso vai ser um grande problema para a área – o serviço aumenta e a mão de obra reduz”.

Empresas como o Grupo ImperLousa contam com trabalhadores brasileiros e de países africanos de língua portuguesa para colmatar esta necessidade de mão de obra.

Num ano em que se projeta que exista muito trabalho no setor, Bruno Moreira tem uma opinião extremada: “Ou corre muito bem, ou corre muito mal. Até ao segundo trimestre, já temos obras adjudicadas. E já começam a aparecer negócios para o terceiro trimestre. Todavia, parece-me que este será um ano de revolução no setor, pois os preços dos produtos estão muito altos e são imputados ao consumidor. Em última análise, se o consumidor deixar de ter rendimentos para suportar estes aumentos, se o salário mínimo não aumentar em conformidade, e o Estado continuar a massacrar as PME com impostos, o setor pode vir a ser gravemente afetado”.

Quando questionado sobre os próximos objetivos delineados para o Grupo ImperLousa, Bruno Moreira é perentório: “Só vamos parar quando formos os maiores e os melhores. A nossa ideia é criar uma empresa por ano. Em 2021, nasceu a lmoConclusão, que se dedica à área da construção civil, e em 2022 surgiu a LousaTrucks, uma empresa de transportes de mercadorias de curtas e longas distâncias, em Portugal e no estrangeiro. Este ano, iremos tentar criar mais alguma empresa, em áreas onde somos bons. Relembro, sempre, que o sucesso é, em grande parte, dos meus colaboradores, a quem só tenho a agradecer. O sucesso é deles”.

“Planear”

– a palavra do ano para 2023

O ano de 2023 inicia com uma expectativa de inflação e dificuldades financeiras para particulares e empresas. Para André Oliveira Antunes, partner e CEO da AA CONSULTING, a palavra do ano é, por isso, “planeamento”, na medida em que uma gestão consciente da realidade financeira ajudará famílias e empresas a ultrapassar um ano onde a disponibilidade de rendimento é menor.



André Oliveira Antunes
Partner e CEO

Em 2023, temas como a transição digital e a importância do fator humano nas organizações continuam em foco. Como lida a AA CONSULTING com estas questões, sobretudo no que possa representar uma alteração positiva dos métodos de trabalho e de gestão de pessoas na empresa?

A AA CONSULTING tenta aliar, sempre, a componente digital à humana. Acreditamos que não existem empresas sem as pessoas e afirmamos

que o capital humano é o mais valioso em qualquer empresa. Tentamos concretizar a transição digital no setor em que atuamos capacitando os nossos recursos humanos com contínua formação e aplicando procedimentos de maior eficiência, com o objetivo final de prestar um serviço de excelência aos nossos clientes.

Como analisa, a nível contabilístico, a importância da transformação digital, bem como a necessidade de simplificar o regime fiscal nacional?

A transformação digital vem traduzir uma redução de tempo de arquivo dos documentos fiscal e contabilisticamente relevantes. Sabemos que Portugal tem um sistema fiscal complexo e até com algumas redundâncias e a transformação digital revela-se imperativa quer para os profissionais, quer para diversas entidades/plataformas públicas, que deveriam estar sempre disponíveis para que as funções dos contabilistas fossem realizadas em tempo útil. Cremos que todo o futuro passa pelo digital, quer pela rapidez de disponibilização de informação, no que toca aos nossos clientes, quer para cumprimento das obrigações fiscais a que estamos obrigados como contabilistas.

Tendo em conta os fundos europeus de que Portugal irá beneficiar, como pode a AA CONSULTING ajudar quem pretenda concorrer a esses apoios?

A AA CONSULTING, desde 2020, aprofundou a sua experiência no que respeita à elaboração, análise e submissão de candidaturas a fundos de apoio ou outros incentivos. Isso dá-nos a segurança e garantia de que podemos ajudar qualquer empresário que queira concorrer a qualquer incentivo que se encontre disponível. Garantimos sempre um acompanhamento próximo a cada

projeto, desde a fase da candidatura até à aprovação pela entidade competente.

Como se preparou a AA CONSULTING para os novos desafios que o mercado empresarial enfrenta atualmente?

A pandemia foi o ponto de viragem para abrir horizontes a qualquer empresa, no que respeita a novas formas de trabalhar e realizar negócios. A AA CONSULTING modernizou todo o seu parque informático e começou desde logo a transição para o digital. Hoje qualquer um dos nossos clientes tem a sua contabilidade e respetivos documentos digitalizados e tem acesso 24/7 à informação. Julgamos que a pandemia veio dar uma grande alavancagem ao digital e temos tido feedback muito positivo por parte dos nossos clientes.

Que conselhos/regras de gestão financeira e contabilística são fundamentais salientar, para que todos se preparem para o impacto que este ano pode vir a ter?

A palavra-chave em 2023 será planeamento. Qualquer empresa ou particular que consiga planear a sua tesouraria terá maior segurança no decorrer do ano. A criação de um orçamento mensal/anual, assente no histórico de anos anteriores, pode ser uma ótima ferramenta de gestão. Nesse orçamento, deve ser incluída uma margem para alguma descida na faturação ou um aumento de qualquer custo que já exista. Outra forma de ultrapassar ou contornar as possíveis dificuldades que se avizinham é ponderar custos não prioritários que podem conduzir a estrangulamentos desnecessários. A AA CONSULTING tem auxiliado as empresas a construir ferramentas de gestão e apoiado na gestão de tesouraria das empresas que recorrem a nós.

Uma equipa que o poupa a surpresas nos negócios imobiliários

Mateus Folque criou a Folque's Investment Consultants, uma empresa de consultoria imobiliária que presta aos clientes muito mais do que um serviço de consultoria na compra de um imóvel. Através do Hub55, um cowork exclusivo para profissionais ligados à área imobiliária, fornece aos clientes um acompanhamento ao longo de todas as fases de negócio, para assegurar que, quando chega o momento da escritura, o comprador terá um novo imóvel, sobre o qual saberá tudo, sem surpresas.

O que o fez iniciar este projeto?

Comecei a minha carreira de 20 anos na área do investimento na Deloitte, em Portugal, e trabalhei em 11 países diferentes, o que me permitiu fazer uma série de contactos pelos vários países e lançar este negócio – Folque's Investment Consultants – numa lógica de apoio ao investimento em Portugal e de uma forma transversal, desde a qualificação da necessidade em si, ao apoio no que se refere à caracterização dos vários imóveis que a pessoa encontra. Toda esta informação é fundamental para o comprador e é crucial que seja analisada antes da tomada da decisão de compra e da assinatura da escritura do imóvel, para evitar surpresas mais tarde. A nossa filosofia foi criar uma equipa de apoio especializado que envolve arquitetos, engenheiros, advogados, consultores de investimento, designers de interiores e gestores de projeto, para assegurar que todo o processo decorre de forma informada e sem surpresas.

Foi por esse motivo que surgiu o Hub55?

Ao perceber toda a complexidade do processo de compra, decidi que fazia sentido criar um ecossistema para apoiar os meus clientes de uma forma mais transversal. Daí surgiu o Hub55, que começou por ser uma extensão da Consultoria de Investimento, mas ganhou vida própria: a consultoria de investimento passou a ser um dos players que fazem parte do processo que o Hub55 trabalha. O objetivo é unirmos vários profissionais no mesmo espaço e funcionarmos como uma equipa. O nosso processo assegura ao comprador uma noção absoluta de que valor pode gastar (através de um intermediário de crédito, que qualifica o cliente), encontra os imóveis de acordo com as necessidades do cliente (mediador imobiliário e consultor de investimentos); faz a avaliação técnica do imóvel e do seu potencial (tarefa dividida entre arquiteto, engenheiro, designer de interiores e advogado, para questões burocráticas); uniformiza os imóveis, para facilitar a decisão e ainda contamos com um gestor de projeto, que assegura a comunicação entre todas as partes e o cliente. Quando chegamos ao momento do contrato do imóvel, tudo está concluído e o cliente está na posse de todas as informações que podem ser importantes para o seu investimento.

Significa isso que, em Portugal, o processo de compra de um imóvel acaba por não permitir ao comprador obter todas as informações importantes antes da assinatura da escritura? Tal não pode gerar mal-entendidos, posteriormente, entre o cliente comprador, o mediador e o cliente vendedor?

Eu percebo o que diz, mas um mediador não é um técnico. Para o cliente



comprador fazer uma compra bem fundamentada, ele deve estar acompanhado desta equipa. Senão, está a confiar numa informação sobre o imóvel que é escassa, mas que é a que a lei obriga. A lei não pede uma inspeção técnica. Um mediador trabalha com aquilo que a lei lhe diz. O processo, no entanto, está muito simplista. Estamos a falar do maior investimento que as famílias fazem na sua vida. Como é que as famílias tomam decisões destas sem acompanhamento? Agora, estamos a entrar numa situação em que há pouca construção nova, logo aquela que se encontra já é usada, pode ter vícios e a exposição de um comprador a um risco que desconhece é cada vez maior. E os preços continuam altos, seja para imóveis novos ou usados. Isso justifica, cada vez mais, os nossos serviços.

Como lhe parece que 2023 vai decorrer? É um ano em que é preciso pensar no que se vai fazer, cautelosamente?

Sem dúvida. Tem-se falado da bolha imobiliária já há muitos anos, mas eu sempre achei que o que se verificava era a lei da oferta e da procura e, por outro lado, o facto de os preços terem margem para subir, porque as casas em Portugal eram extremamente baratas quando comparadas com o mercado de habitação de outros países. Agora, já é diferente. Estamos a caminhar para uma situação de insustentabilidade, por isso considero que este ano temos de esperar uma correção do mercado ou, no mínimo, uma estagnação dos preços. No entanto, não espero uma diminuição das vendas, uma vez que a procura continua a existir.

O primeiro cowork temático de imobiliário em Lisboa.

“As mulheres estão em minoria na fundação de negócios mas têm mais sucesso”

Estela Justino sempre se considerou uma líder e, passados 17 anos de trabalho, decidiu criar o seu próprio negócio, para poder acompanhar mais de perto os filhos e ter mais tempo para gerir a sua vida, em todas as áreas. Nasceu, assim, a Star Accounting Portugal, uma empresa que presta serviços na área da contabilidade, recursos humanos, consultoria fiscal e de gestão.

Como caracteriza o seu percurso profissional? Sempre fez parte da sua ambição profissional alcançar uma posição de liderança?

Trabalhei durante 17 anos em contexto multinacional e aprendi muito a nível profissional e em termos de relações humanas. Considero-me uma líder, por isso a liderança sempre fez parte do meu percurso profissional, e o facto de ter sido mãe contribuiu para dar o passo. A experiência profissional que tinha, aliada a ser uma pessoa independente, responsável e criativa contribuiu para fazer o sonho acontecer. E o sonho passaria por constituir a minha própria empresa, com a minha identidade, com autonomia para implementar as minhas ideias de negócio. E neste sentido, nasceu a Star Accounting Portugal.

Para um líder, a inteligência emocional e a inteligência funcional são estratégicas para levar a cabo o seu trabalho. Que outras características entende possuir que a tornam uma líder capaz para a Star Accounting?

Primeiro, terá de se estar alinhado com o propósito da organização, focando-se em alcançar o maior índice de resultados, e para isso, é necessária capacidade de liderança, muita dedicação e atualização profissional. A área contabilística e fiscal é uma área muito exigente a nível profissional, requer atualização de conhecimentos em permanência. Entre as principais características elencadas, entendo que um bom líder tem de ter atitude, agir com transparência e possuir inteligência emocional. Ter a capacidade de identificar e lidar com as emoções e sentimentos pessoais de outros indivíduos é fundamental para termos equipas integradas e motivadas.

Quais os principais desafios que se aplicam às mulheres empreendedoras, que decorrem do seu género?

Tão associado à inovação e às novas gerações, o empreendedorismo replica, ainda, a realidade do mundo de negócios dito mais tradicional, onde a figura do empreendedor está associada ao homem. Se olharmos para a Europa, números de 2022 da Comissão Europeia revelam que, apesar de já existirem mais mulheres do que homens no universo populacional, somente um terço do total de trabalhadores por conta própria são mulheres. Em Portugal, estima-se que apenas um quinto das startups sejam cofundadas por mulheres. Esta discrepância contrasta depois com os dados sobre o sucesso dos projetos. As estatísticas demonstram que as startups criadas por mulheres apresentam, em média, um desempenho superior às fundadas por homens.

Quais as principais questões que ainda não são tratadas da mesma forma quando falamos de homens e mulheres e cujas desigualdades é urgente corrigir?

A questão monetária é uma das principais, quando falamos de desigualdade

de género no mercado de trabalho. As mulheres têm uma escolaridade média superior à dos homens, mas entram no mercado de trabalho em menores condições do que os últimos. Os salários inferiores aos dos homens prolongam-se pela vida fora, registando-se ainda saídas precoces do mercado de trabalho, pensões baixas e um maior risco de pobreza. Todavia, vivemos tempos em que a tomada de consciência para as diferenças e discriminações ainda existentes é muito maior. Com essa consciencialização, têm surgido mudanças de mentalidades, com medidas governamentais no sentido de promover uma maior igualdade.

Como avalia, enquanto CEO, a importância do seu trabalho, enquanto mulher e profissional, para abrir caminho a outras mulheres que estão a iniciar a sua carreira?

A conciliação do meu trabalho como CEO da Star Accounting Portugal com o papel de mãe e esposa apenas é possível com uma ótima gestão do meu tempo e com bastante apoio familiar. O segredo é procurar o autoconhecimento e identificar quais são as nossas qualidades, para usá-las a nosso favor. Vivemos um momento de transformação na sociedade e os desafios da mulher empreendedora ainda são muitos. Mas eles não podem ser encarados como obstáculos intransponíveis, e sim como fontes de motivação para que nos empenhemos ainda mais na realização dos nossos objetivos de vida.



Estela Justino
CEO

De.Gaveto e O Pão da Mãe

Negócios feitos de experiência

A engenheira Carla Borges e a advogada Elsa Teixeira conheceram-se durante os seus percursos profissionais, em que ambas trabalharam em empresas multinacionais de Engenharia e Construção Civil e onde construíram um percurso profissional sólido. No entanto, foi em 2019 que os projetos profissionais as juntaram verdadeiramente, com a criação das empresas de.Gaveto e, em 2020, O Pão da Mãe. Profissionais capazes e de provas dadas nas suas áreas de especialidade, onde alcançaram posições de liderança, aplicam agora a experiência numa empresa ligada à Engenharia, Consultoria e Planeamento de Processos e numa mercearia e padaria que também congrega alguns dos melhores produtos regionais e típicos portugueses. Nesta entrevista, as duas empreendedoras falam de si e dos seus negócios com orgulho.

Ao longo do seu percurso profissional, teve oportunidade de desempenhar funções na área da Engenharia Civil e em cargos de administração em algumas grandes empresas de Engenharia e Construção Civil. Enquanto profissional, este é um percurso de que se orgulha? Que ferramentas lhe forneceu para iniciar, depois, a de.Gaveto?

Tenho um grande orgulho no meu percurso profissional. Tenho o privilégio de, desde muito cedo, ter sabido aquilo que queria, ter conseguido construir uma carreira com base no que fui delineando. Iniciei muito cedo, com 13 anos, a vida laboral, começando por fazer arquivo; um pouco mais tarde, fui começando a desenhar num gabinete de arquitetura e engenharia, enquanto seguia a minha vida académica. Com a simultaneidade da vida académica e profissional, embora com dificuldades inerentes à conjugação das duas, fui tendo uma noção mais clara da organização do tempo e da rentabilização do esforço. Tive a oportunidade e o privilégio de ter trabalhado nas maiores empresas de construção nacionais, quer em Portugal, quer em África, o que também me permitiu entender os vários tipos de funcionamento das diferentes organizações, conhecer muita gente no meio da construção civil e, ainda, conhecer outras culturas e outros países, com uma diversidade enorme.

Enquanto profissional de uma área onde os homens ainda estão em maioria, sente que o facto de ser uma mulher ajudou, em determinadas circunstâncias ou decisões que teve de tomar?

Acho que sim. Homens e mulheres têm características muito próprias e que permitem a cada um ter certas e determinadas atitudes em função dos desafios que surgem. Apesar de ser uma mulher muito racional, também sou muito emocional e o equilíbrio destas duas características permite-me a tomada de decisões avaliando os dois pratos da balança e transmitindo, de uma forma assertiva, aquilo em que acredito.

A de.Gaveto

Por que motivo optou por criar uma empresa própria?

No início de 2019, e após seis anos em África, julguei que seria altura de criar a minha própria empresa. Na altura, a Elsa, com quem tinha trabalhado nos últimos anos, também estava a repensar o futuro e, após algumas conversas, decidimos desenvolver um projeto em conjunto. Na verdade, uma das possibilidades que vimos até era mudar a área de atuação e fechar o ciclo das empresas de construção civil. No entanto, achámos que não fazia



Carla Borges
Engenheira e Sócia

sentido não aplicar a experiência que tínhamos numa empresa própria, e assim nasce a de.Gaveto.

Como caracteriza a de.Gaveto?

A de.Gaveto foi criada com o intuito de trazer inovação a um setor de atividade tradicional. Procuramos desenvolver todas as etapas do processo de investimento do cliente, desde a aquisição dos imóveis até à sua utilização pelo próprio ou terceiros, oferecendo um serviço de elevada qualidade técnica e organizativa de forma competente, eficiente e responsável.

Em que consiste o conceito “Value Engineering” que mencionam na vossa apresentação de serviços?

Consiste na otimização dos processos de forma a evitar custos desnecessários e na otimização dos custos necessários ao desenvolvimento de todas as atividades. Ao longo de todos os anos de experiência no setor, e até por ser um setor de atividade tradicional, que não se pode facilmente industrializar, fui desenvolvendo várias técnicas de trabalho, que permitam uma filosofia de “fazer as coisas apenas uma vez”, ou seja, se temos tarefas que serão repetidas, porque não as definir bem, otimizar a sua execução e assim minimizar os custos com as mesmas. Outro dos serviços que prestamos é a análise dos projetos e sua otimização, quer a nível de soluções, quer a nível de implementação das mesmas, sempre com o intuito de evitar os tais custos desnecessários.



+351 919 424 752
+351 916 704 061

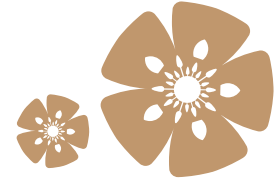
geral@degaveto.pt
Rua Alto do Castelo, n.º 230
2890-553 Alcochete



Elsa Teixeira
Advogada e Sócia

Como descreveria o seu percurso profissional, até ao momento de criar a O Pão da Mãe? O que a fez apostar num projeto como este?

Desde 2002 até 2019, desenvolvi a minha carreira profissional enquanto advogada interna de empresas de grande dimensão, a operar no setor da construção. Foi um percurso profissional intenso e diversificado, que me permitiu quer o envolvimento nalguns dos principais projetos que se desenvolveram em Portugal, quer ainda o contacto com profissionais e empresas de outras jurisdições, nomeadamente em África, Brasil, México e Colômbia. No final do ano de 2018, vi-me na necessidade de repensar o meu futuro profissional e, num primeiro momento, envolvi-me no desafio de criar a de.Gaveto, com a Carla Borges. Vivíamos os primeiros meses de atividade da de.Gaveto, quando surge a situação da pandemia. Nessa altura, colocou-se-me outro desafio - o de dar uma nova vida à Merceria da minha mãe. Aproveitámos os primeiros meses de confinamento para redefinir o layout interno, realizar algumas obras e repensar o conceito. E, em agosto de 2020, reabrimos com uma nova imagem e a marca "O Pão da Mãe". Procurei homenagear o passado, dado que este negócio familiar teve a sua génese no pão artesanal feito pelos meus pais, em forno de lenha. E, em paralelo, procurei criar as bases de um modelo de negócio tradicional sustentável, numa área - a da padaria e mercearia - que esteve sempre presente na minha vida e da qual sempre gostei.



Enquanto profissional, como avalia a importância da inteligência emocional e funcional na tomada diária de decisões?

Numa pequena organização, qualquer decisão tem impacto direto e imediato no cliente e nos colaboradores, pelo que considero que essas são valências fundamentais, tanto nas grandes organizações, como, em particular, nas mais pequenas.

O Pão da Mãe

A empresa O Pão da Mãe junta o conceito de padaria e mercearia com uma loja de produtos regionais. Quando foi criada, quais eram os objetivos a atingir junto dos clientes?

Desenvolvemos um conceito de negócio misto, que temos vindo a explorar e a aperfeiçoar, desde a reabertura, precisamente porque pretendemos alcançar um conjunto de clientes o mais amplo e diversificado possível. Temos uma oferta de bens indispensáveis para o dia a dia, com destaque para o pão, frutas e legumes e uma amostra diversificada de queijos, enchidos e vinhos. Os nossos clientes poderão, também, encontrar um conjunto de produtos de origem portuguesa, que podíamos encontrar em qualquer mercearia antiga e que nos remontam para "um outro tempo". Fomos, também, descobrindo e trazendo marcas portuguesas que se destacam tanto pela qualidade dos produtos, como pela sua imagem, e que nos permitem oferecer uma diversidade de licores, bolachas e biscoitos, queijadas, chás, compotas e mel, sal, chocolates... Ultimamente, temos vindo a compor o negócio com alguns produtos de mercearia fina. Temos, ainda, uma representação de marcas portuguesas de saboneteria e de cerâmicas.

Porque é que é crucial a aposta nos produtos regionais? Que conceitos apoiam, n'O Pão da Mãe?

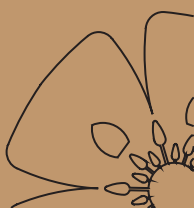
Procuramos apoiar quem nos rodeia e privilegiamos, na medida do possível, os produtos biológicos e locais. Entendemos que essa aposta é crucial, porque contribui para a sustentabilidade de alguns negócios locais e permite a divulgação e a valorização daquilo que tão bem se faz na região e no país, o que contribui para o reforço da nossa identidade coletiva. No entanto, é uma aposta que apenas ganharemos se conseguirmos trazer as pessoas de volta ao comércio tradicional - e é para isso que trabalhamos todos os dias.

919 477 793 | 916 704 061 | 919 424 752
opaodamae1510@gmail.com

 o pão da mãe
padaria & mercearia

212 318 007
Rua Gago Coutinho, n.º 151, Lj
2870-330 Montijo

 opaodamae  o pão da mãe



“A assessoria financeira é crucial em anos difíceis”

A UPGRADE-IT, empresa de consultoria financeira, completa este ano cinco anos de existência e Célia Garcia, sócia e fundadora da empresa, assume que este é um ano de reestruturação. Deixando claro que é uma empresa para quem as pessoas importam, Célia Garcia explica que o objetivo é sempre o crescimento dos seus clientes e colaboradores.



Célia Garcia
Fundadora

Começou por trilhar o seu caminho profissional enquanto professora, licenciada em Matemática. O que a fez enveredar, posteriormente, pelo setor empresarial?

Comecei como professora porque era apaixonada por Matemática. Na altura, vivia numa aldeia perto de Guimarães e as grandes profissões passavam por Engenharia, Medicina ou Ensino. Acabei por seguir a via do Ensino e dei aulas durante aproximadamente nove anos. No entanto, quando completei 30 anos, percebi que não era o que queria para o resto da vida. Então fiz mais um curso, desta vez Economia, porque queria e seria um desafio trabalhar na área da Consultoria. Comecei a tempo parcial, enquanto dava aulas, para tentar manter o rendimento, mas depois, com a crise, os

professores contratados perderam o seu lugar e optei por me dedicar a tempo inteiro ao curso de Economia. Acabei por encontrar trabalho na área, mas saí passado algum tempo, considerando que não me identificava com os valores da empresa. No entanto, foi aí que conheci o meu sócio, Pedro, e decidimos abrir uma empresa que verdadeiramente correspondesse ao que nós acreditávamos: ajudar as empresas a evoluir. Foi então que nasceu a UPGRADE-IT.

Como se descreve, enquanto profissional e diretora de uma empresa, considerando as competências que estão, normalmente, associadas à função?

A minha competência primordial é ser muito racional, o que se torna numa mais-valia no

mundo dos negócios. Eu tenho um perfil empreendedor, raramente recuso um bom desafio. Tive a sorte de encontrar um sócio com o mesmo perfil que eu.

A minha resiliência, dedicação e vontade de vencer faz-me enfrentar alguns desafios, nomeadamente o estigma ainda existente no mundo dos negócios, relativamente a mulheres em cargos de poder. Felizmente, é um paradigma que tem vindo a mudar.

Como avalia a importância da inteligência emocional e do capital humano para o bom desenvolvimento de uma empresa?

O crescimento de uma empresa é fruto de muito trabalho e de muitas frustrações que padecem de serem ultrapassadas. Muitas vezes devemos controlar as nossas emoções e conseguir, como eu lhe chamo, «ligar o botão off», terminar as tarefas, mesmo quando estamos na mó de baixo.

As empresas são constituídas pelas pessoas e, como tal, temos de ter uma capacidade de lidar com elas de forma diferente, não extravasar as nossas emoções e conseguir adaptar o nosso discurso para que a mensagem seja recebida de forma correta.

Em termos de capital humano trabalhamos com os nossos colaboradores de forma que estes tenham um plano de carreira e consigam perceber que têm um caminho a fazer connosco e que todos temos oportunidade de crescimento. Apostamos muito no desenvolvimento pessoal (temos uma coach a trabalhar individualmente com cada um deles) e proporcionamos-lhes formação contínua e à medida sempre que nos solicitam.

Desde a constituição da empresa que apostamos num modelo de trabalho responsável, pelo que todos os colaboradores têm a liberdade de fazer o seu horário, permitindo o «work life balance». Desta forma, temos colaboradores comprometidos com os resultados da empresa.

A UPGRADE-IT

Que importância lhe parece que terá, este ano, o acompanhamento que é prestado às empresas relativamente à Consultoria Financeira, na medida em que tal ajuda a reconhecer e a combater os efeitos resultantes da perda de rendimentos / capital?

Relativamente ao ano de 2023, prevemos que será um ano de desafios para as empresas, o que faz com que, na nossa ótica, o serviço da Assessoria Financeira, complementarmente com os Projetos de Investimento e Benefícios Fiscais, sejam ferramentas imprescindíveis na gestão de uma empresa. Estas permitirão colmatar eventuais perdas resultantes dos aumentos das taxas de juro e da quebra de vendas.

De salientar que o serviço que consideramos a base para uma boa gestão é a Assessoria Financeira, pois é neste serviço que olhamos para a empresa de uma forma clínica, fazendo análises exaustivas a todas as suas componentes financeiras e organizacionais. De uma forma simplificada, somos o Diretor Financeiro inexistente numa grande parte das PME's portuguesas.

Como caracteriza a vossa carteira de clientes?

Temos uma carteira diversificada em áreas de negócio, sendo que maioritariamente são empresas assumidas por uma nova geração de gestão, que quer investir, crescer e que olha para a empresa de uma forma diferente do convencional. Olha para o futuro e procura a nossa ajuda no âmbito da melhoria de resultados, pois têm a noção que não possuem o know-how suficiente na gestão financeira e organizacional do seu negócio. Assim, munem-se de profissionais especializados como nós. Mais do que um mero prestador de serviços, veem-nos como um parceiro.



Como antecipa a UPGRADE-IT este ano de 2023?

Antecipamos um ano cheio de desafios, no entanto estamos convictos que 2023 será um grande ano – reforçámos a equipa para podermos chegar a mais empresas. Com o PRR a decorrer e o Portugal2030 a iniciar, será um ano de várias oportunidades para todas as empresas.

Vamos lançar uma nova área de negócio, que não posso para já revelar. Posso assegurar que vai mudar o paradigma e a forma como vemos os nossos negócios.

Temos ainda a segunda edição do evento IMPROVE-IT, que na sua primeira edição contou com cerca de 700 participantes. O evento será realizado na EXPONOR no dia 16 de novembro de 2023.



UPGRADE-IT

ajudamos as empresas a crescer

Serviços:

ASSESSORIA FINANCEIRA
PROJETOS DE INVESTIMENTO
BENEFÍCIOS FISCAIS

Out of Home

Publicidade que acompanha a vida

A Cemark é um dos maiores operadores OOH em Portugal, onde já desenvolve atividade há mais de 25 anos. Presente em 34 concelhos, de norte a sul do país, tem vindo a fazer evoluir as suas soluções publicitárias, combinando-as com a tecnologia, para chegar ainda mais ao consumidor. A sales supervisor da Cemark, Teresa Carvalho, salienta a recuperação do setor em 2022, pós-pandemia e antecipa como será o ano de 2023 na área.

Como caracteriza a presença da Cemark no mercado nacional? Existem áreas geográficas onde a vossa presença é particularmente notória?

A Cemark está entre os maiores operadores de OOH do mercado nacional. Em 1993, definimos como estratégia estar presentes nos grandes centros urbanos de Lisboa e Porto, onde há mais pessoas, mais poder de compra e maior consumo. Após alcançar este objetivo, alargámos a nossa presença a outras zonas, nomeadamente ao Algarve.

Estamos presentes em 34 concelhos: Lisboa, Amadora, Odivelas, Oeiras, Sintra, Seixal, Setúbal, Barreiro, Montijo, Vila Nova de Gaia, Gondomar, Matosinhos, Santa Maria da Feira, Braga, Coimbra, Espinho, Estarreja, Famalicão, Ílhavo, Oliveira de Azeméis, Santo Tirso, Trofa, Valongo, Paços de Ferreira, Penafiel, Évora, Albufeira, Faro, Lagos, Loulé, Portimão, Silves, Tavira e Vila Real de Santo António.

A Internet fornece todo o tipo de informações e publicidade a todo o momento, com a desvantagem do pouco tempo que obtém de concentração por parte do consumidor. Como podem os serviços de publicidade OOH combater este fluxo de constante oferta de anúncios digitais (e a sua mensurabilidade)?

São momentos de consumo de publicidade totalmente distintos. A publicidade OOH está presente nas cidades 24h/dia, 365 dias/ano. Uma das principais características é a repetição, que juntamente com a construção de uma mensagem clara, eleva a eficácia do meio. Havendo atualmente um estudo de audiências, temos acesso a dados. Temos redes que numa semana atingem 2000 GRPs. Toda a flexibilidade que sempre tivemos, na construção de redes OOH formato mupi, permite-nos criar soluções diversificadas. As redes OOH da Cemark não são um produto fechado, temos múltiplas soluções. Conseguimos construir redes à medida e adaptar ao que cada marca pretende.

Que vantagens traz a tecnologia a este setor?

A tecnologia permite a evolução do meio e trouxe a interação entre marca e consumidor, num local inesperado. Ao longo dos últimos anos tivemos várias campanhas interativas: ter um ecrã onde se responde a questionários, onde se tiram selfies com mascotes; selecionar e ouvir música, entre outras. A campanha com mais interações esteve ligada ao futebol, onde o consumidor tinha várias caras de jogadores, selecionava o que pretendia, tirava uma selfie, inseria o seu email, recebia a foto e publicava nas redes sociais. Foi um sucesso que, sem a



Teresa Carvalho
Sales Supervisor da Cemark.

tecnologia, não teria sido possível. A impressão de um QRcode no cartaz para que o consumidor utilize o telemóvel é já bastante frequente.

É possível desenvolver ainda mais a aplicação da tecnologia a este setor, de forma a tornar estas publicidades OOH ainda mais interativas e interessantes para quem vê?

Sem dúvida que sim. Há muito mais opções que se podem implementar, tudo depende do objetivo da marca. Estamos sempre

recetivos a novos desafios e a desenvolver novas ideias.

Como avaliam a evolução do setor ao longo do tempo, sobretudo considerando a publicidade online, que entretanto surgiu, e as adaptações necessárias no OOH, para garantir que este tipo de publicidade continua a justificar-se?

Os consumidores percorrem as cidades e a publicidade OOH proporciona uma informação rápida e concisa, estando disponível 24h/dia, 365 dias/ano. É um meio que não requer atitude de seleção por parte do consumidor, ou seja, o consumidor não seleciona um canal, ou uma rádio ou um motor de busca/site; a publicidade OOH está presente, fazendo parte integrante do dia a dia do consumidor. Em 2022, de acordo com os dados BDO, o OOH cresceu 28%, mais que digital e que TV. Por razões óbvias, o período pandémico afetou bastante o meio, mas 2022 trouxe a recuperação. A recuperação só é possível porque as marcas reconhecem o valor do meio e a importância do OOH na estratégia de comunicação.

Sendo 2023 um ano que se espera difícil, como estão as empresas a olhar para as suas campanhas publicitárias?

2023 será um ano ponderado, em que mais uma vez será preciso ser eficaz na comunicação, avaliar as várias opções e decidir com base em dados. Temos grande flexibilidade na criação de redes OOH, conseguindo apresentar várias alternativas. Consideramos que ter um produto flexível e que pode ser criado à medida de cada momento de comunicação é um dos pontos fortes e que fará com que as marcas continuem a considerar o OOH na estratégia de comunicação. Associado a isto, temos o facto de o estudo de audiências de OOH trazer métricas de avaliação, permitindo a tomada de decisão com base em dados.

Redes OOH Standard ou Target, temos a solução que procura!

Cemark

www.cemark.pt

cemark@cemark.pt



Forward College escolhe Lisboa como HUB

A Forward College tem como objetivo reinventar o tradicional modelo de educação superior, combinando a excelência académica com o desenvolvimento de outras formas de inteligência - prática, social e emocional – para criar um novo tipo de liderança, mais humana e ética. O programa universitário de três anos, leva os seus estudantes a três capitais europeias e começa em Lisboa.

O Forward International Bachelor, programa universitário de três anos, permite aos alunos estudarem em três cidades europeias: Lisboa no primeiro ano, Paris no segundo e Berlim no terceiro. Turmas de pequena dimensão, aulas individuais e projetos aplicados à vida real.

O novo modelo educativo foi desenvolvido sob a direção académica da London School of Economics and Political Science e do King's College London, e credenciado pela University of London.

BOOST IT cresce 88,46% e alcança marco histórico

A BOOST IT alcançou em 2022 um marco histórico de crescimento, no valor de 24,5 milhões de euros, o que representa 88,46% de crescimento face ao ano anterior, 2021. Este valor superou, inclusivamente, as expectativas da empresa, que apontavam para uma faturação anual, em 2022, a rondar os 17,5 milhões de euros.

Os colaboradores também aumentaram substancialmente, com um crescimento de 80%.

Os resultados globais deixam Bruno Ribeiro, CEO da empresa, orgulhoso: *"Estamos extremamente satisfeitos com os resultados obtidos este ano. A estratégia de investimento na equipa, em infraestruturas físicas e na expansão da marca, tem-se mostrado bastante eficaz e eficiente. Contamos já com seis escritórios em Portugal e uma atuação consolidada nos mercados de atuação dos nossos clientes".*

Em 2023, a BOOST IT espera faturar 32 milhões de euros e pretende contratar, pelo menos, 250 pessoas. Para alcançar estes objetivos, a empresa planeia continuar a investir nos seus projetos de nearshore/extended teams em Portugal e no estrangeiro, mas também no crescimento da área de serviços ligados ao setor da transformação digital, e-Commerce e Cloud & Analytics.

As principais áreas de investimento para 2023 incluem projetos de inovação na área de e-commerce e tratamento de dados. A BOOST IT planeia também investir fortemente no mercado internacional, com um maior foco na Europa e em Israel, ampliando a sua presença global e expandindo o seu alcance para novos mercados.

visite-nos:



Construções Mecânicas | Construções Metálicas | Soldadura | Projeto/Desenho (CAD)
 Fabrico Assistido por Computador (CNC/CAM) | Eletricidade e Eletrónica | Mecatrónica
 Robótica (Colaborativa e Móvel) | Aeronáutica | Fabricação Aditiva | Competências Digitais
 Manutenção e Automação Industrial | Área de Gás | Energias Renováveis | Energia
 Qualidade e Ambiente | Organização e Gestão Industrial | Administrativo, Comercial e Marketing



CENFIM

CENTRO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL DA
 INDÚSTRIA METALÚRGICA E METALOMECÂNICA

21 861 01 50

dir@cenfim.pt

SEDE:
 Rua do Açúcar, 88 . 1950-010 LISBOA

João Teixeira
 Campeão do Mundo
 Desenho Industrial CAD
 Wordskills 2022 Special Edition

Formação para:

EMPRESAS

ADULTOS

JOVENS



“Mulheres em cargos de liderança ainda não é algo natural”

Madalena Costa Macedo é a administradora da TARGETING, uma empresa dedicada ao Marketing e ao Design. Durante o seu percurso enquanto Marketing Manager, trabalhou em empresas multinacionais e as capacidades que desenvolveu permitiram-lhe assumir, mais tarde, o projeto da TARGETING e recuperar, com a ajuda dos seus colaboradores e sócios, esta empresa, posicionando-a agora de uma forma atualizada no mercado.

É licenciada em Gestão e Administração de Empresas e assumiu a liderança de uma empresa na área do Marketing – a TARGETING. Como caracteriza o seu percurso profissional, até ao momento?

É um percurso pouco habitual, mas olhando para trás não mudava quase nada. Após a licenciatura, fui logo trabalhar. Comecei na Unilever, uma grande escola, depois ingressei na extinta Allied Domecq Spirits&Wines e, antes de iniciar este desafio, na Targeting, trabalhei na Pernod Ricard Portugal, tudo multinacionais que me permitiram crescer, trabalhar sob pressão e aprender muito. Nas funções que desempenhei, Trade Marketing e Marketing Manager, trabalhar o consumidor e a envolvimento deste com a marca era o que mais me motivava. Após definir quem é, como se comporta e o que o move, desenhar um plano para ATIVAR a marca e definir que EXPERIÊNCIAS proporcionar, levou-me à Targeting. Aqui trabalho no que mais gosto, para várias marcas, categorias e mercados onde se posicionam.

Quais as características pessoais que possui que acredita que fazem a diferença quando

transportadas para o lado profissional, enquanto líder?

Diria que ser responsável, resiliente, íntegra, autoconfiante, comunicativa e grata têm-me ajudado bastante nesta jornada. “Ser responsável” na tomada de decisões e gestão de todo o negócio; “resiliente” no que respeita à capacidade para me sobrepôr aos obstáculos, que vão surgindo pelo caminho; a “integridade”, valor que me foi transmitido pelos meus pais e que me permite colocar a cabeça na almofada e dormir tranquila; a “autoconfiança”, que me tem ajudado a acreditar que fazemos coisas boas e diferentes e que realmente ajudamos as marcas a atingir o seu potencial máximo; “comunicativa”, que facilita em muito a relação com os nossos clientes e com as pessoas que trabalham na Targeting; por último, mas não menos importante, a “gratidão”, capacidade que nos permite reconhecer o que é, e quem é, importante nas nossas vidas e dizê-lo várias vezes.

Que análise faz do mercado português, tendo em conta o aumento de mulheres em cargos de liderança empresarial ou mesmo a criação do próprio emprego, em que muitas apostam?



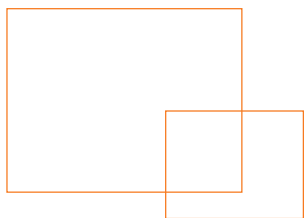
Madalena Costa Macedo
Administradora

Apesar de estar muito melhor, Portugal tem ainda um longo caminho a percorrer nesta área. Existe uma maior presença das mulheres em cargos de administração ou em cargos públicos, mas ainda não é natural, impõe-se quotas, fazem-se leis, etc... Não é de todo um mercado equitativo, as mulheres ganham menos do que os homens, apesar de a desigualdade salarial em Portugal ser punível por lei. Mas as desigualdades não passam apenas pelos salários. A disparidade entre homens e mulheres no mundo de trabalho passa também por estas estarem sub-representadas nas posições de poder nas empresas, assim como na discriminação nos processos de recrutamento e selecção.

Que caminho ainda é preciso trilhar para que se atinja o equilíbrio entre géneros no mercado laboral?

As igualdades de género e de oportunidades têm de ser reconhecidas como valores intrínsecos na nossa sociedade, não algo imposto. Acredito que estas novas gerações venham a assumir estes valores com muito mais naturalidade. Até lá, o caminho a percorrer tem que passar pela maior protecção da maternidade no trabalho, para que as mulheres não sejam prejudicadas em termos de progressão na carreira, maior flexibilidade laboral para um maior equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, igualdade na licença parental e por uma progressão de carreira baseada na meritocracia e não no género e compadrio.





A TARGETING

A TARGETING completa 15 anos em 2023 e é uma empresa dedicada ao Marketing e ao Design. Numa altura em que o digital sofreu um crescimento acentuado, face ao Marketing e Design físico, e as marcas tiveram de lidar com esse crescimento, como se posicionou a TARGETING para que os seus clientes pudessem obter sempre os melhores resultados?

A nova realidade em que vivemos trouxe, de facto, muitas e novas necessidades que têm sido abordadas através do digital. O cliente procura, cada vez mais, um parceiro a quem possa confiar a sua marca num todo, independentemente do canal onde queira comunicar (online e offline). No entanto, é no offline que nos diferenciamos e apostamos, assegurando o envolvimento do consumidor com a marca no local de compra ou de consumo e, nestes locais, proporcionar experiências únicas e memoráveis. Mas não queremos, nem podemos ficar de fora e perder



este comboio, por isso a Targeting inicia este ano com um novo posicionamento, que nos permite oferecer serviços integrados de comunicação, colmatando a lacuna que tínhamos na oferta de serviços na área do digital.

A TARGETING fez uma caminhada de esforço e


sucesso e chegou aos 15 anos como uma empresa bem-sucedida e com clientes fiéis. Enquanto líder da empresa, que avaliação faz do que foi alcançado? Que planos existem para 2023 de que nos possa dar conta?


Uma interjeição e uma palavra: "WOW" e "Incrível!". Quando aceitei este desafio, tinha dois filhos pequenos, uma posição confortável com muitas regalias e bem remunerada na empresa onde trabalhava. Vim para a Targeting e o que recebia quase que não dava para pagar as minhas despesas de deslocação, não havia clientes, os resultados eram negativos, não tínhamos crédito e éramos três pessoas (dois sócios+ um colaborador). Passados 15 anos, somos 10 pessoas (eu e nove colaboradores), os ratings da empresa são muito positivos, temos muito trabalho, os clientes que estão connosco estão há muito tempo, temos crédito e somos no momento uma empresa saudável. Planos? Não temos! Apenas vontades. Vontade de trabalhar mais e melhor, vontade de ajudar as marcas, vontade de facilitar a vida a quem as gere e vontade de manter este projeto que continua a seguir o seu caminho!



Your Brand's Best Friend

- Estratégia de Marca
- Design
- Ativação de Marca
- Campanhas Integradas
- Eventos

 www.targeting.pt

 +351 214 431 966

   /targeting.pt



A Arte aliada à Gestão e à Técnica Construtiva

A Gestart nasceu em 2022, através da junção de conhecimentos da engenheira Sylvie Gomes Pereira e dos seus sócios, Tânia Antunes e Luís de Matos, com o objetivo de fornecer um serviço que acompanhe um projeto desde o início até ao fim da obra. Em destaque, nesta entrevista, estará o percurso profissional de Sylvie Gomes Pereira e as razões que levaram os três profissionais a apostar num projeto próprio, já depois de terem know-how adquirido através de experiências nacionais e internacionais.

É formada em Engenharia Civil e tem particular experiência em Controlo e Gestão de Projetos. Além disso, foca o seu trabalho também na Gestão de Equipas. Quais as características que considera determinantes para uma boa gestão de equipas?

É fundamental dar o exemplo, respeitar cada um dos membros da equipa, estimular, criar oportunidades de crescimento, saber ouvir todas as opiniões, aplaudir as vitórias e partilhar as derrotas, sendo parte ativa na procura das soluções para as ultrapassar.

Enquanto mulher, em algum momento do seu percurso profissional sentiu que o seu género a obrigava a esforçar-se mais ou tornava mais difícil a progressão na carreira, considerando que as áreas da Engenharia e da Construção Civil são, ainda, dominadas por homens?

No início da minha caminhada profissional, entre 2004 e 2008, senti muita resistência para me aceitarem para entrevistas de emprego para direção de obra (adjunta, na altura). As empresas de construção que contactava encaminhavam-me sempre para entrevistas na área de orçamentação. Penso que, tendo em consideração que o ambiente de obra consegue ser muito duro e muito exigente, sem horário de trabalho definido, haveria o preconceito de que as mulheres não tivessem a dureza e resistência suficiente. Daí a decisão de sair do país, para fazer o que realmente aspirava. Hoje em dia esse paradigma



Luís de Matos, Sylvie Gomes Pereira e Tânia Antunes
Sócios

está a mudar, até porque há imenso trabalho, e dando-nos oportunidade de mostrar o que valemos, conseguimos dar provas que fazemos e fazemos bem.

Que problemas considera que o mercado de trabalho ainda apresenta – e que necessitam de ser eliminados – com vista a um maior equilíbrio entre as mulheres e os homens, no seu ambiente laboral?

Por princípio não defendo a

existência de cotas nas empresas. Defendo a meritocracia e a igualdade de oportunidades. Se as empresas implementarem estas boas práticas, estou convencida que serão mais justas, mais competitivas e com benefício de todos.

GESTART

A Gestart é um projeto recente, fundado em 2022. O que vos levou a criar um novo projeto, considerando os anos de

experiência e conhecimento de mercado nacional e internacional que já possuem?

Em conjunto, eu e os meus sócios temos experiência em projeto, orçamentação, produção, marketing e procedimentos e métodos. Por tal, julgámos que reuníamos as condições para disponibilizar um serviço completo aos nossos clientes.

Quais as mais-valias que o vosso processo de acompanhamento de um projeto tem para o cliente que vos contrata?

Cada vez mais é difícil tratar de um processo na área da construção em Portugal. Os nossos clientes deparam-se com muita burocracia, falta de confiança nas equipas de trabalho, tanto em termos de qualidade como em termos de custos finais, falta de conhecimento na área, com muitas exigências de decisão sem esclarecimentos do que são os prós e contras de cada solução. Com a Gestart, o investidor terá uma equipa especialista e experiente a garantir o bom andamento de todos os processos, e com constante feedback, podendo assim tomar facilmente decisões, baseadas em informação organizada e apresentada de forma clara e objetiva.

Como prevê que 2023 se comporte, a nível de projetos, considerando toda a conjuntura económica inerente?

Acredito que seja um ano com muitos desafios, contudo, para nós, numa StartUp com um ano de atividade, tudo são oportunidades para crescer e fazer melhor.

GESTART PROJECT MANAGEMENT

Gerir com Arte

geral@gestart.pt

(+351) 919 058 462
(+351) 965 473 265

Saiba mais em
www.gestart.pt

"É possível poupar até 60% nos seguros de Vida-crédito habitação"

Adriana Campos licenciou-se em Engenharia Química pela Universidade de Aveiro e trabalhou na indústria durante 13 anos. Em 2020, abraçou um novo projeto ligado aos seguros de proteção pessoal e mais tarde fez a formação necessária para desenvolver a atividade de intermediação de crédito. Atualmente, é especialista em seguros de Saúde, Vida e Acidentes Pessoais, enquanto agente exclusiva Real Vida Seguros.

É uma agente de seguros exclusiva Real Vida Seguros e especialista em seguros de Saúde, Vida e Acidentes Pessoais. O que a motivou a apostar na especialização nestas três áreas?

As pessoas. Quando ingressei na atividade de seguros, a minha intenção foi dedicar-me aos seguros de proteção pessoal: seguros de Vida, Vida Habitação, seguros de Saúde e de Acidentes Pessoais. É um tema bastante delicado que precisa de ser entendido no seu âmbito e ser bem comunicado. Uma correta análise de risco é uma garantia de estabilidade financeira nos momentos mais delicados da vida. O desafio é passar a mensagem de que, quando contrata um seguro de Vida, o principal benefício é a paz de espírito e a segurança financeira.

Considerando que o seguro de Vida é fundamental para quem quer contratar um crédito habitação, que impacto tem tido a questão da inflação e o cada vez menor rendimento disponível das famílias portuguesas na procura por este tipo de seguros?

A inflação tem um impacto grande no rendimento disponível das famílias. Tenho verificado uma crescente preocupação. Contudo, os clientes percebem a importância de ter os seguros de Vida associados ao seu crédito, por isso procuram soluções mais vantajosas. E aqui, verifico que ao termos produtos competitivos conseguimos ajudar os nossos clientes a combater a inflação.

Como podem as seguradoras ajudar a assegurar a possibilidade de que as famílias se mantenham com os seus seguros de Vida, apesar destas dificuldades mais intensas na questão do rendimento familiar?

As seguradoras estão cada vez mais sensibilizadas para a conjuntura nacional e as preocupações da sociedade, sendo proativas na resposta. O aumento da concorrência faz com que as seguradoras procurem dar uma melhor resposta na proteção aos consumidores, oferecendo melhor preço. Na minha opinião, uma das medidas possíveis, no âmbito da política de apoio às famílias com CH, poderá "obrigar" os bancos a cumprir o objeto do DL 222/2009, alínea d), onde se assegura a total liberdade aos clientes de procurar no mercado soluções

mais vantajosas. Verifico ser prática comercial de alguns bancos alegar condições contratuais que implicam revisões em alta de spread, caso decidam "retirar" o seguro de Vida associado ao CH, e assim, condicionam muito as opções dos clientes. A minha experiência mostra que existem situações que, decidindo pela subscrição dos nossos produtos, os clientes conseguem efetuar poupanças de 60%.

Como lida com a maior consciencialização das ofertas do mercado, por parte dos consumidores, e simultaneamente com a possibilidade de contratar um seguro totalmente online?

É um desafio. Tem havido um significativo aperfeiçoamento dos processos digitais. Eu trabalho com emissão totalmente online e observo a evolução da

tecnologia como uma mais-valia que, ao acelerar o processo, permite focar no essencial: as pessoas. Desta forma, consigo fazer um atendimento personalizado e estar disponível para ajudar e esclarecer alguns temas. É esta relação de confiança que procuro estabelecer com os meus clientes. Penso que tem de existir equilíbrio entre a vertente humana e as ferramentas digitais porque a área dos seguros é muito específica, muito técnica e com impacto na vida das pessoas - em casos de sinistro, é crucial uma correta análise de risco.

Como antecipa o ano de 2023, tendo em consideração a conjuntura económica deste

ano e as dificuldades que podem obrigar as famílias e as empresas a fazer escolhas relativamente às suas obrigações mensais?

É importante que as famílias e as empresas façam uma análise de custos e receitas e procurem ajuda de profissionais, de modo a existir uma avaliação e conhecer as alternativas existentes antes de chegar ao incumprimento. Nesta área que trabalho, existem estratégias que podem ser usadas para evitar situações de incumprimento e, muitas vezes, os consumidores não conhecem, porque ao ser tão técnico e dependendo de tantas variáveis, sentem-se bloqueados. Esse é o meu foco, arranjar soluções mais vantajosas para os meus clientes.



Adriana Campos
Agente Exclusiva da Real Vida Seguros



Adriana Campos
— SEGUROS E CRÉDITOS —

@ADRIANACAMPOS.SEGUROSECREDITOS
@ADRIANACAMPOS.SEGUROSECREDITOS

- SEGURO DE SAÚDE
- SEGURO DE VIDA
- SEGURO DE ACIDENTES PESSOAIS
- SEGURO DE VIDA CRÉDITO HABITAÇÃO
- GESTÃO DE CRÉDITO

ADRIANACAMPOS.CONSULTORIA@GMAIL.COM

918 126 824
(CHAMADA REDE MÓVEL NACIONAL)

MAIA

excelência empresarial

A Maia é reconhecida como um dos principais polos de atração de empresas ligadas à inovação e tecnologia.

A abertura da autarquia para apoiar projetos que visem o desenvolvimento económico e a aposta na criação de valor acrescentado é bem evidente e a localização geográfica estratégica da região é também um fator positivo para a fixação de empresas e população ativa. Aliás, o TECMAIA tem um impacto social para a região de 250 milhões de euros.

O município tem desenvolvido uma política de desenvolvimento sustentável e integrado, de forma a equilibrar a economia, a sustentabilidade social e o desenvolvimento humano.

O gabinete Maia Go é disso exemplo. Sob a tutela do Presidente da Câmara Municipal da Maia, António Silva Tiago, este é uma estrutura dedicada a ajudar as empresas a fixarem-se no território e, sobretudo, a trazerem consigo ativos qualificados e riqueza económica para o território. Nas palavras do próprio Presidente António Silva Tiago, na sua mensagem enquanto responsável do Maia Go: *"De um território com poucos recursos naturais, tivemos a capacidade de definir para o nosso concelho um desígnio de progresso e desenvolvimento que nos tornou o território apetecível e vibrante que somos hoje. (...) Fruto de uma sintonia coerente entre o pensar e o agir, concretizámos uma política de investimentos em capital humano e infraestruturas únicas, que nos permitiram captar mais investimento e melhor talento que todas as geografias circundantes. Vivemos hoje num ecossistema vibrante e magnético, envolto numa atmosfera amiga e responsável, onde todos contam e são importantes. Com vista a potenciar ainda mais o que somos, surge o Maia Go, cuja missão é consolidar e afirmar o território da Maia como destino internacional para o investimento, para a instalação e expansão de empresas, funcionando como elo de ligação direto entre a Câmara Municipal da Maia e os investidores, empresários e entidades económicas, criando oportunidades de emprego qualificado e geradoras de riqueza".*

MAIA

António Silva Tiago
Presidente da Câmara Municipal da Maia

Maia conta com mais um espaço inovador

Surgyline® inaugurou o primeiro Centro de Simulação de Cirurgia Endoscópica de Coluna em Portugal

Manuel Vaz é o CEO da Surgyline®, empresa responsável pela introdução da endoscopia de coluna em Portugal. Com as suas mais avançadas técnicas médicas e tecnologia de vanguarda, a Surgyline® representa as principais marcas de material e equipamento da área e inaugurou, recentemente, o primeiro Centro de Simulação de Cirurgia Endoscópica de Coluna em Portugal, situado na Maia. O CEO desta empresa nacional explica a importância deste espaço e o posicionamento da Surgyline® no mercado.

A Surgyline® é a empresa responsável, em grande parte, pela introdução da endoscopia de coluna em Portugal e pelo seu desenvolvimento. O que veio esta técnica alterar no que respeita à forma de tratamento de problemas da coluna?

Resumidamente, as vantagens da endoscopia de coluna, quando comparadas com as mais conservadoras são efetivamente muitas, a saber: procedimento minimamente invasivo; menos dor pós-operatória comparado à cirurgia convencional; menor incidência de complicações pós-operatórias; incisão cirúrgica pequena (1 a 2cm) com perda mínima de sangue; pequena cicatriz pós-cirúrgica; diminuição da

formação de tecido fibroso no espaço epidural; realizado com anestesia local e sedação (não necessita de anestesia geral, como a cirurgia convencional); tempo operatório reduzido; reabilitação e retorno às atividades diárias mais rápido; baixa taxa de infeção; procedimento pode ser realizado em regime de ambulatório. Em todo o caso, é imprescindível que o paciente seja sempre avaliado por um especialista de coluna (neurocirurgião ou ortopedista) e, desta forma, perceber se a patologia se adequa a este tratamento. Na maioria dos casos degenerativos isso acontece, mas o seu especialista tem sempre a última palavra.

A empresa situa-se na Maia, um

concelho conhecido por apostar na inovação e na tecnologia. Esta foi uma das razões para a localização escolhida?

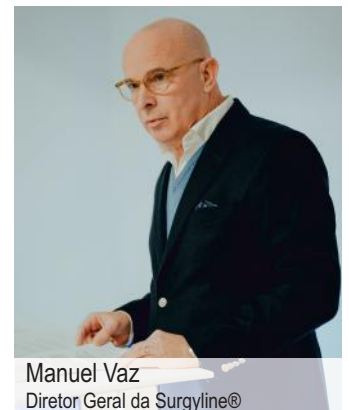
Em grande parte sim, mas não só. O concelho da Maia tem vantagens acrescidas relativamente a outros municípios. Desde logo, a proximidade com o aeroporto Francisco Sá Carneiro, os grandes centros logísticos e as vias de acesso em todas as direções.

Foi inaugurado recentemente, em janeiro, o Centro de Simulação de Cirurgia Endoscópica de Coluna, localizado na Maia. Que vantagens traz este Centro à comunidade médica e aos doentes?

Tendo esta técnica uma curva de aprendizagem relativamente alta e sendo a Surgyline® a grande impulsionadora da endoscopia de coluna em Portugal, era por demais evidente a necessidade de criarmos condições para que os cirurgiões possam treinar sem comprometer, em termos de disponibilidade, a sua atividade cirúrgica nos seus hospitais. Desta forma, podem conciliar o seu tempo e usufruir do nosso centro de uma forma mais facilitada, além, obviamente, da vertente cirúrgica da aprendizagem, otimização e progressão da técnica, com todas as vantagens para os pacientes.

Que outras áreas desenvolve a Surgyline® e como podem ainda evoluir em Portugal?

Além da Endoscopia de Coluna, a



Manuel Vaz
Diretor Geral da Surgyline®

Surgyline® está presente nos hospitais portugueses nas áreas de Coluna, Unidade de Dor, Medicina Regenerativa e Otorrino. A nossa estratégia passa por representar exclusivamente técnicas diferenciadoras em prol do bem-estar dos pacientes e de fornecer aos cirurgiões assistência antes, durante e depois das cirurgias.

Como se posiciona a Surgyline® para 2023, no que respeita aos objetivos a atingir, que possa divulgar?

A Surgyline® faturou em 2022 cerca de dois milhões e oitocentos mil euros e pretendemos, em 2023, ultrapassar a fasquia dos três milhões de euros. Paralelamente, iremos investir em mais torres de endoscopia, instrumentais, módulos e outros dispositivos médicos, para fazer chegar à maioria dos hospitais portugueses as mais avançadas técnicas cirúrgicas.

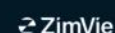


Centro de Simulação de Cirurgia Endoscópica de Coluna



Av. Dom Mendo 132 Sala 201 | 4470-038 Maia
Tel: +351 229440926 | surgyline@surgyline.pt

Endoscopia de Coluna
Coluna Cervical
Coluna Lombar
Radiofrequência
Medicina Regenerativa
Otorrino





SGS reforça posicionamento na região Norte

“A Maia é um dos mais importantes destinos de negócios do país”

João Marques
Presidente do Conselho de Administração

A SGS é líder mundial em inspeção, testes e certificação. No que respeita às suas localizações em Portugal, situam-se em Lisboa, Sines, Ponta Delgada, Funchal, Guarda, Bragança e Maia, na região Norte. João Marques, Presidente do Conselho de Administração da SGS Portugal, explica a importância do polo situado na Maia enquanto estratégico para a presença da SGS Portugal e acompanhamento dos seus clientes que operam nesta região.

Que motivos levaram a que a Maia fosse a localização escolhida por uma empresa de dimensão mundial? Que benefícios vos traz esta localização?

A região da Maia possui o maior parque industrial do país, destacando-se na área das infraestruturas tecnológicas. Atendendo à sua localização e ao elevado nível das suas acessibilidades, julgo que podemos afirmar que a região da Maia é uma verdadeira plataforma para todo o Norte de Portugal, bem como um dos mais importantes destinos de negócios do país. Inclusivamente, a SGS Portugal espera, ainda este ano, expandir os seus escritórios e laboratórios para mais de 800 m2 nesta região, aumentando a sua capacidade de resposta, em todas as suas áreas de negócio, para a zona Norte. A região urbana do Grande Porto tem-se constituído nos últimos anos como um hub tecnológico de relevância a nível nacional, tendo sido capaz de congrega grandes investimentos internacionais que potenciam a fixação de talento e contribuem para o desenvolvimento da oferta universitária a nível tecnológico. No seguimento desta dinâmica, a SGS Portugal criou recentemente o Digital Trust Lab – um laboratório com tecnologia de ponta que atua na área da segurança da informação e cibersegurança. Por outro lado, e no que à área dos dispositivos médicos diz respeito, a região da Maia assume também um papel estratégico para a SGS Portugal, já que nos permite ter a proximidade necessária para melhor responder aos desafios de muitos dos nossos clientes, aqui localizados, nos setores da indústria, distribuição e importação.

Sendo a Maia um polo tecnológico nacional, enquanto região, isso tem mais-valias para a SGS, no que respeita às parcerias que possam nascer?

Sem dúvida. Estando grande parte do tecido económico português localizado a Norte, acreditamos que as oportunidades de parcerias são inúmeras. Por exemplo, sendo um dos objetivos da SGS Portugal potenciar o desenvolvimento de serviços digitais inovadores, o facto de estarmos inseridos num polo tecnológico e empresarial de referência poderá facilitar o teste de novas ideias e conceitos, acelerando todo o processo de ideação e prototipagem. Por outro lado, a nossa presença num polo tecnológico nacional pode também representar uma mais-valia no que ao estabelecimento de parcerias estratégicas e inovadoras, na área dos dispositivos médicos, diz respeito.

Qual a importância de cada um dos serviços que prestam, na medida em que asseguram a segurança, a qualidade e a sustentabilidade dos respetivos produtos/serviços em causa?

A SGS posiciona-se em todas as cadeias de valor em que atua como uma terceira parte íntegra e imparcial, que procura acrescentar às várias atividades económicas um fator fundamental para a sua prosperidade: confiança. Certeza de que as melhores práticas de gestão, de segurança de informação, de segurança física e ambiental, de segurança alimentar, de certificação de dispositivos médicos, apenas para citar alguns exemplos, são cumpridas, contribuindo assim para o bom funcionamento de todas as cadeias de valor. As nossas competências em inspeção, testes e certificação são continuamente melhoradas e constituem referências nos segmentos em que atuamos. Como tal, os serviços que prestamos são a nossa essência.

Como é possível à SGS, enquanto empresa global e líder no vosso setor, manter todas as equipas inspiradas pela filosofia da empresa e, sobretudo, sempre a par de todas as atualizações dos respetivos países em que se encontram, tornando-se numa referência em qualidade e

integridade?

A nossa inspiração baseia-se em “dar, sempre, o nosso melhor”. Sendo a SGS uma entidade mundialmente reconhecida por estes dois vetores, os desafios que se nos colocam diariamente são inúmeros: as elevadas expectativas dos clientes, requalificação dos nossos colaboradores, etc. Nesse sentido, a nossa estratégia passa por evoluir e capacitar as equipas e aproveitar as sinergias das várias afiliadas da SGS a nível europeu e mundial, por forma a conseguirmos oferecer os serviços necessários aos nossos clientes, sem nunca desprezar os nossos pilares basilares, a qualidade e a integridade em tudo o que fazemos.

Considerando que o mundo está a caminhar para a utilização massiva da tecnologia e do digital, como podem adaptar os serviços que prestam ao âmbito digital? Tal levanta novos desafios de segurança e integridade da informação?

A transformação digital a que temos assistido nos últimos anos tem sido transversal a todos, desde cidadãos a empresas. Na SGS, essa transformação tem sido feita de forma muito natural, com a aposta em serviços cada vez mais digitais, sem nunca comprometer a segurança e integridade da informação. Por outro lado, a criação de laboratórios na área da segurança da informação e cibersegurança, como o Digital Trust Lab, ou do tratamento dos dados (Data Science, Data Analytics, IoT), como o Data CoLAB, o qual lidera, tem sido outro dos caminhos trilhados pela SGS.

Quais serão as áreas que se destacarão em Portugal e no mundo, e cujo apoio da SGS será estratégico?

Perante a atual conjuntura económica e social europeia, e mundial, diria que as áreas onde a SGS poderá ter um papel ativo serão a Cibersegurança e as Smart Cities. Já numa perspetiva macro, diria que a Saúde será sempre uma área onde poderemos ter uma contribuição positiva.

De forma mais detalhada, diria que o aumento da cibercriminalidade, provocado pelo cenário de conflito que vivemos atualmente bem como por dois anos vividos quase exclusivamente em modo digital, fez com que a Cibersegurança assumisse uma relevância ainda maior.

Por outro lado, outra área que terá um impacto profundo na forma como vivemos e garantimos a sustentabilidade dos recursos que temos à nossa disposição será a área das Smart Cities. Efetivamente, temos de olhar para as nossas comunidades urbanas e dotá-las de meios inteligentes de apoio à decisão e que simplifiquem a forma como vivemos, fomentando fatores como a inclusão, a sustentabilidade e a eficiência.

Também ao nível da Saúde, espera-se que a medicina continue a ter uma evolução galopante, não só no que diz respeito ao surgimento de novas técnicas como também na melhoria e recriação das já existentes. Tendo esta crença como ponto de partida, diria que a área dos Dispositivos Médicos será uma das áreas que vai continuar a receber investimentos significativos ao nível da investigação, produção, distribuição e importação em Portugal e no Mundo.

Que desafios antecipa que 2023 trará ao setor onde são líderes?

Num ano em que se fala de crise energética, escassez de matérias-primas, escalada da inflação, aumento generalizado dos custos de toda a cadeia de abastecimento, espera-se que uma eventual retração seja o principal desafio. No entanto, acreditamos que vingarão no mercado as empresas capazes de evoluir com sustentabilidade, certificar e ainda assim ter preços competitivos. Isto só será possível com uma boa gestão e dose de otimismo.

TECMAIA

Impacto social para a Maia é de 250 milhões de euros

O TECMAIA é um polo agregador de empresas inovadoras, que contribuem para um desenvolvimento sustentável da Maia e região circundante e para a qualidade de vida da população. O engenheiro Inácio Fialho de Almeida é o Presidente do Conselho de Administração da empresa gestora deste espaço e explicou as mais-valias desta infraestrutura.



Inácio Fialho de Almeida
Presidente do Conselho de Administração

Enquanto Presidente do Conselho de Administração da empresa gestora do TECMAIA, como avalia esta aposta? O que oferece a Maia a quem se fixa na região?

O Parque de Ciência e Tecnologia da Maia tem mais de 20 anos e foi um dos primeiros do género no nosso país. É um espaço incontornável no ecossistema de inovação e empreendedorismo da região Norte, até porque temos o privilégio de contar com um conjunto de empresas fortemente internacionalizadas e que privilegiam ambientes de trabalho cuidados ao mais pequeno detalhe. O TECMAIA é uma infraestrutura de um conjunto muito alargado de tantas outras que a Maia possui no seu território e que o tornam atrativo para a fixação de pessoas. Não nos podemos esquecer que a Maia está geograficamente muito bem posicionada. Ao lado da cidade do Porto e do Porto de Leixões, na saída para a Galiza... e até com um dos melhores aeroportos europeus no próprio município. Tudo isto são fatores que contribuem para posicionar este território como um dos mais dinâmicos nas exportações nacionais e na atração de investimento estrangeiro.

Quais as vantagens de congregar empresas de tecnologia num mesmo espaço? Como podem as mesmas retirar mais-valias desta proximidade?

Faz também parte da história e dinâmica do TECMAIA a existência de profissionais que chegam ao parque para trabalhar numa empresa e acabam por fundar a sua. Temos mesmo empresas que nasceram e continuam no TECMAIA com esse percurso. Estes factos são, por si, bastante expressivos da mais-valia que é segmentar um espaço para um determinado nicho de mercado.

Para a Maia, a criação de emprego qualificado é um fator-chave que é tido em consideração aquando do desenvolvimento de parques tecnológicos. Até ao momento, como beneficiou o concelho com esta estratégia?

Ainda há poucos dias foi noticiado que o Porto e a Maia são os municípios que mais atraem trabalhadores e estudantes. Quanto à Maia isso deve-se ao grande parque industrial e empresarial e também às instituições de ensino, como a Universidade e Politécnico da Maia. É óbvio que em todo o processo há dores de crescimento e essas têm sido combatidas. Mas a forma atenta com que o poder político do município tem cuidado desta realidade faz com que a Maia continue a ser um destino de eleição para este público.

Como descreveria o TECMAIA, enquanto espaço agregador de múltiplas empresas? Os serviços integrados que este polo oferece são essenciais para o sucesso deste espaço?

Sim, sem dúvida. O TECMAIA é representativo de um conceito muito próprio de campus empresarial. O objetivo é que os profissionais que cá trabalham tenham um conjunto de serviços que lhes permita um dia a dia facilitado e feliz. As zonas verdes, os espaços para desporto e cuidado pessoal são diferenciadores para empresas que promovem as

melhores condições de trabalho. De referir que, ainda este Verão, iremos ter em funcionamento um complexo de paddle com seis campos. Também os espaços que temos de auditório, para 300 pessoas, e salas de conferências são muito procurados, até porque potenciam o networking.

Em números, que impacto teve a criação do TECMAIA na fixação de empresas no concelho e na receção de trabalhadores qualificados?

Há uns meses, em parceria com a Associação Internacional de Parques de Ciência e Tecnologia, participámos num estudo académico que concluiu que o impacto social do TECMAIA se cifra em cerca de 250 milhões de euros. Um número que nos honra, mas que muito nos responsabiliza. Depois, temos também indicadores que sustentam que as empresas instaladas no parque devolvem muito mais em impostos do que benefícios ou fundos que tenham recebido. Como disse, são empresas multinacionais, algumas até de total gestão portuguesa, que continuam a crescer e à procura de talento. Aliás, neste momento, são mais de 100 as oportunidades de carreira em aberto para o total das empresas instaladas.

Acredita que a existência destes polos é a solução presente e futura para assegurar uma maior fixação das empresas nas diferentes regiões do país?

Creio que os Parques de Ciência e Tecnologia caminham para uma segmentação cada vez mais focada. Repare-se que a Área Metropolitana do Porto se tem posicionado para acolher grandes centros de serviços partilhados, por exemplo, tendo o TECMAIA dois deles. É um caminho. No entanto, o que gostava mesmo era que todo o tecido empresarial pudesse replicar as condições de trabalho e preocupação máxima com os colaboradores como as empresas instaladas no TECMAIA demonstram. Seria um ganho social absoluto.

MAIA

Temos o espaço certo para o seu evento.

Auditório, Salas de Conferência, Hall de Exposições e várias zonas de lazer no exterior.

Espaços preparados para acolher congressos, conferências, seminários, formações e workshops. Mas também espetáculos culturais e de convívio.

O TECMAIA Parque tem uma tradição de bem receber.

Venha descobrir este ambiente que respira ciência e tecnologia.

THE BEST PLACE TO WORK

www.tecmaia.pt

Entidade gestora:
Espaço Municipal, E.M., S.A. - Município da Maia



**TECMAIA
PARQUE**

“A Maia é, sem dúvida, um bom local para

A Maiadouro tem mais de seis décadas de existência, enquanto empresa familiar, e situa-se na Maia, um dos maiores polos industriais do país, embora trabalhe nacional e internacionalmente. Manuela Oliveira, Administradora/CFO da Maiadouro, realça os pontos fortes do concelho que justificam a localização da empresa, mas também deixa claros alguns problemas com os quais as empresas das mais variadas áreas se deparam atualmente, nomeadamente a questão da escassez de mão de obra especializada.



Estando situada na Maia, que vantagens isso traz no que respeita à integração num território largamente industrializado e, simultaneamente, com facilidade para exportar os produtos?

Estar na cidade da Maia é estar no nosso sítio natural, aqui nascemos, vivemos e trabalhamos e foi o berço da empresa há 62 anos, com o privilégio de estar em zona onde o espaço físico possibilitava escolha de instalações para a mesma. Temos o edifício-sede aqui desde 1980 e ampliamos em 2002. Há excelentes acessos pelas vias terrestres ligadas entre si para chegar a qualquer ponto do país e da Europa, e estamos a escassos minutos do aeroporto Francisco Sá Carneiro e do porto de Leixões.

A cidade da Maia e a periferia mais próxima são, sem dúvida, bons locais para viver e trabalhar. São tranquilas, com infraestruturas importantes, como a rede de água, esgotos e recolha seletiva de resíduos.

Têm o essencial para o conforto dos habitantes e utentes e estão a uns minutos de distância do Porto, com vasta oferta de lazer, diversão, cultura e comércio variado. Contudo, ainda há obra a fazer por todo o concelho, especialmente nas freguesias não tão desenvolvidas como as nucleares.

Enquanto gráfica, estão presentes de forma muito evidente e especializada na área cultural, produzindo para Portugal e o mundo. Quais as vantagens que esta especialização de serviços vos assegura?

Amamos o livro e somos gratos por sermos presenteados com vários projetos desafiantes ao longo destes anos. É um privilégio para nós podermos aliar o nosso conhecimento e vasta experiência na produção de livros às ideias criativas dos nossos clientes. Graças a essa simbiose, temos vindo a conseguir resultados surpreendentes. Referimo-nos aos livros, catálogos e brochuras

ligadas à cultura – sobre fotografia, arte, design, entre outros. Também uma boa percentagem da nossa produção é alocada à impressão de brochuras e catálogos institucionais, livros escolares, embalagens em cartolina e revistas.

Esta é uma empresa de carácter familiar. Como é que isso influencia, positivamente, a forma de estar no mercado e junto dos vossos colaboradores?

Prezamos os valores do respeito e do compromisso com as pessoas! Somos uma equipa de 70 pessoas, entre a nossa sede, na Maia, e departamento comercial, em Lisboa. Trabalha-se em equipa flexível, sem estruturas rígidas. O mesmo acontece com os clientes - estabelecemos relações de parceria de forma que eles obtenham a satisfação à sua expectativa quanto à boa realização da sua encomenda.

viver e trabalhar”

Com as dificuldades inerentes à contratação de mão de obra especializada que atualmente existem, como se revê a Maiadouro nesta realidade? É difícil contratar um profissional qualificado neste setor?

Sim, efetivamente estamos com graves problemas de contratação, a par de muitas outras indústrias e comércio, porque há profissões imprescindíveis totalmente vazias de interessados.

É um grave e grande problema. O robô não é a solução para todas as profissões, mas até parece ser o “trabalhador” em que se vai ter de apostar.

A realidade demonstra que os jovens desconhecem a existência de muitas outras profissões além das conhecidas especialidades de engenheiros e doutores, disto e daquilo. E, quando o jovem é confrontado com o mercado de trabalho, não há espaço para todos e são muito poucos os que estão dispostos a aprender algo novo e diferente.

A Maiadouro disponibiliza-se a formar os recursos humanos, considerando por um lado a ausência ou escassez de recursos humanos já formados nesta área e, por outro lado, a constante necessidade de novas formações, dada a atualização permanente dos equipamentos e das técnicas de impressão?

Cada equipamento necessita de operadores especializados e, não existindo operadores no mercado disponíveis, quando se tem a sorte de recrutar um aprendiz interessado, terá o seu primeiro contacto com determinada categoria e tem o acompanhamento e formação

ministrada pela nossa equipa de profissionais experientes. Sempre que há introdução de nova tecnologia, a formação é atualizada e fica a cargo das empresas fabricantes dos equipamentos. Os nossos profissionais aprimoram a técnica e melhoram o desempenho com a nova performance do novo equipamento. Outra componente onde se aposta é nos vários softwares de produção. Basicamente, uma unidade de produção simples é constituída pelo trabalhador experiente, hardware (máquina) e software incorporado na mesma e há outros softwares a ligar as várias unidades de produção. Por isso há sempre lugar à evolução e atualização nesta indústria.

Quão importante é a digitalização, numa empresa como a Maiadouro, pertencente ao setor gráfico, para uniformizar a rede informática e assegurar a disponibilidade dos projetos em qualquer momento, a partir de qualquer ponto da linha de produção?

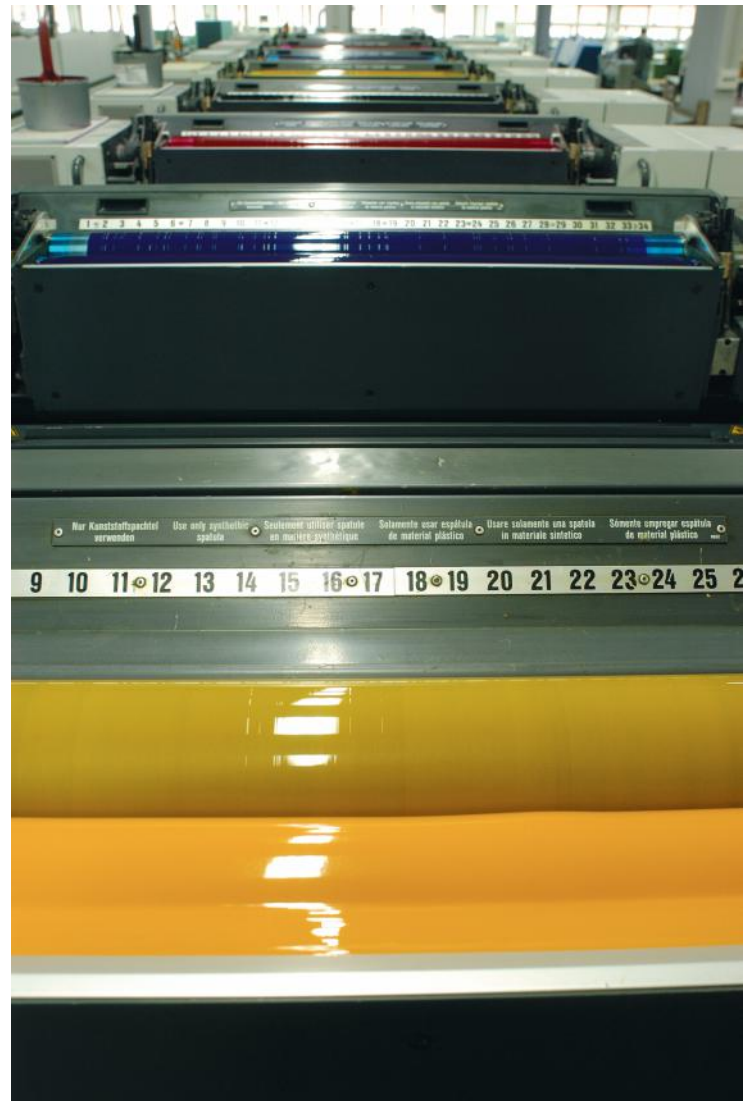
Bastante importante. Ter dados certos e reais ajuda na gestão e organização dos recursos dos equipamentos, materiais e força humana. Existe fluxo de informação, quer do estado de produção, dos equipamentos, quer do financeiro e chega a quem dela precisa, para tomar decisões ao seu nível. O nosso preço de produção é calculado ao minuto, pelo que o “desperdício” é coisa séria.

Considerando a realidade conjuntural esperada para 2023, como se preparou a Maiadouro para a enfrentar?

A equipa de gestão da Maiadouro sempre foi e é preocupada com o futuro, pelo que acompanha as alterações e evoluções e baseia as suas decisões com ponderação. As

situações anómalas e imprevistas, que possam impactar a nossa empresa, são igualmente vistas com esse sentido de análise e urgência e procura-se a melhor solução disponível. Face às preocupações da atualidade, salienta-se os preços descontrolados. Estamos mais atentos, sobretudo, ao custo da energia, que, na Maiadouro, contamos

mantenha-se moderado graças aos painéis fotovoltaicos instalados em 2020. Por outro lado, desde 2022 a variação dos preços das matérias-primas é uma constante e cabendo 90% a importação, não há alternativas de momento.



15 anos a trabalhar para a sustentabilidade do território nacional



Paulo Reis
CEO do Grupo Terris

A Ecorede desenvolve atividade nas áreas da energia, servidões, silvicultura e exploração florestal, tecnologia de informação geográfica e gestão de informação e design e integra o Grupo Terris, cuja atividade é mais ampla, mas sempre centrada na Gestão Sustentável do Território, nas suas variadas vertentes. Lília Costa, a administradora da Ecorede, e Paulo Reis, CEO do Grupo Terris, explicaram as mais-valias de terem os serviços centrais localizados na Maia e o porquê da Gestão Integrada do Território ser uma área crucial para o desenvolvimento do país.



Lília Costa
Administradora da Ecorede

Tendo em consideração que o ambiente é crucial para o futuro do planeta, e que Portugal se empenha nos objetivos de desenvolvimento sustentável, como se posiciona a Ecorede enquanto player de uma economia sustentável?

A Ecorede como empresa, e tendo acionistas, tem como objetivo a obtenção do "Lucro". Assim, e tendo em conta que uma economia sustentável não é mais do que o uso responsável dos recursos existentes, com um modelo que visa o lucro, mas que tem consciência de que os recursos são finitos. No que respeita ao "impacto que a nossa atividade tem no meio ambiente", e sendo a Ecorede uma

empresa cuja atividade core é a silvicultura e exploração florestal, tentamos equilibrar a nossa atividade com a preservação da biodiversidade, da proteção das espécies e garantir que o que fazemos se destina a um bem comum, não indo somente ao encontro das necessidades do nosso cliente.

Completaram, no dia 28 de janeiro, 15 anos. Como avalia esta caminhada, considerando a evolução que se foi sentindo, no que respeita às preocupações ambientais?

Os pilares da Ecorede são alicerçados na sustentabilidade do território. Desde a sua fundação até aos dias de hoje a Ecorede orgulha-se de manter a identidade da empresa. É no seguimento dessa

visão que desenvolvemos toda a nossa atividade, nomeadamente na floresta, através dos sobrantes florestais que são usados tanto na produção de biomassa, que serve para o aquecimento das nossas casas, até à produção de energia para a indústria; na produção de fertilizantes naturais para o substrato, permitindo a adubação natural do solo, possibilitando o crescimento das espécies autóctones e/ou de valor económico. O ordenamento do território florestal permite-nos adequar a gestão da plantação, visando melhorar a qualidade do solo, do ar e trazer benefícios económicos à população, através dos recursos florestais. A Ecorede é certificada em Ambiente desde 2010, pelo que é inequívoca a nossa preocupação com este tema.



Grupo Terris

Onde o todo é maior do que a soma das partes



Os vossos serviços centrais estão localizados na Maia. Que mais-valias oferece este concelho para a instalação desta vossa infraestrutura na região?

A Ecorede é uma empresa cuja atividade não se esgota no local onde tem as suas instalações, pelo que a excelência das suas vias de comunicação foi um fator preponderante. Mais importante do que o número de quilómetros percorridos, é o tempo que demoramos a fazer o trajeto, e nesse aspeto

conseguimos chegar facilmente a qualquer lado. Além disso, estamos muito perto do Porto, onde temos acesso a todas as instituições. Alguns dos nossos maiores clientes estão sediados no Porto, o que é uma vantagem para ambas as partes.

Como caracterizaria o nosso país, no que respeita às políticas de gestão integrada do território, a nível de sustentabilidade?

Paulo Reis: Portugal tem excesso de legislação e diagnóstico. A gestão sustentável do território é prova disso mesmo. Infelizmente, esta prática e cultura que se adota ao longo dos anos não nos permite assumir níveis de desenvolvimento superiores. O desafio é o de sempre: evitar o peso do Estado no desenvolvimento da nossa economia e acrescentar valor, com níveis superiores de valor acrescentado nos produtos e serviços que trabalhamos.

Como se posiciona a Ecorede para o futuro, considerando o seu posicionamento atual no mercado e a sua importância estratégica junto dos seus parceiros?

A Ecorede, como estratégia a curto prazo, pretende abarcar novas áreas de negócio, sendo que todas as novas áreas são no domínio da sustentabilidade, tais como a bioengenharia, onde iremos conjugar as melhores técnicas de engenharia com o meio envolvente do local, com o objetivo de criar mais-valias para a população.



Aprender com o passado para preparar o futuro

Definitivamente, o ano de 2022 foi um período agitado em termos de cibersegurança a nível global. É nossa opinião que foi o ano em que a cibersegurança se consolidou claramente como um tema que ultrapassa a tecnologia e exibe uma influência cada vez mais ampla, abrangendo contextos sociais, políticos e económicos.

Na área tecnológica, observamos um crescimento de ataques, mas não necessariamente um aumento nos tipos de ameaças. As consequências destes ataques na sociedade são variadas, incluindo perdas financeiras para pessoas e empresas, repetidas violações à privacidade, e instabilidade política e económica.

Se quisermos destacar um evento que reflita a abrangência do tópico da cibersegurança, o ataque à Costa Rica pelos grupos criminosos Conti e Hive, e a consequente declaração de emergência nacional pelo presidente Rodrigo Robles seria uma opção apropriada. O ataque foi planeado e realizado durante várias semanas causando prejuízos financeiros estimados em cerca de 30 milhões de dólares por dia e afetando seriamente a capacidade de funcionamento das instituições governamentais do país, com graves consequências para a sua população. Destas, destacamos as falhas no sistema de saúde da Costa Rica e nos pagamentos de salários a funcionários públicos bem como a quase paralisação das infraestruturas de apoio ao comércio internacional. Dezenas de milhares de pessoas foram diretamente afetadas durante este período.

Não podemos também deixar de referir a relevância destes temas no conflito entre a Ucrânia e a Rússia em que a utilização do ciberespaço tem um papel relevante. Ambos os lados estão envolvidos em ações de ataque e defesa no mundo digital, procurando assegurar qualquer vantagem, a par das movimentações realizadas no mundo físico. Isto não se traduz apenas em ações de apoio às tropas no terreno, mas também a campanhas de desinformação e controlo de informação. Adicionalmente ressalvamos também a forma como este conflito extravasou para a esfera social com diversas ações de hacktivismo executadas por apoiantes de ambos os lados com o intuito de obrigar empresas e governos a tomar uma posição clara no conflito.

Portugal não é exceção a esta nova realidade e os números que têm sido compilados e disponibilizados pelo Observatório de Cibersegurança do CNCS assim o demonstram. Durante o ano de 2022 diversas entidades públicas e privadas foram vítimas de ataques que visavam o roubo de informação, a extorsão ou espionagem política. As consequências destes ataques variaram entre falhas de serviço até perda de reputação do nosso Estado. Acreditamos que o ano passado foi provavelmente o ano em que o vocábulo “cibersegurança” mais terá sido mencionado nos órgãos de comunicação



Jorge Pinto
Presidente da Direção da AP2SI - Associação Portuguesa para a Promoção da Segurança da Informação

social.

À medida que a sociedade evolui e assenta, cada vez mais, o seu funcionamento na tecnologia digital, a cibersegurança assume um papel crítico. Apesar dos alertas das últimas duas décadas, existe ainda uma grande discrepância na forma como as organizações e o Estado enfrentam os riscos relacionados com cibersegurança nas suas várias dimensões. A AP2SI desafia os decisores em Portugal, tanto públicos quanto privados, a reconhecer a necessidade que têm de contratar profissionais capacitados para lidar com estas questões.

Em resumo, à medida que a sociedade depende cada vez mais do digital, a resiliência aos riscos não se pode resumir apenas a investimento financeiro e compra de soluções tecnológicas, mas tem de incluir também elementos estratégicos e políticos e, acima de tudo, a presença de pessoas capacitadas para fazer face aos desafios futuros de uma sociedade digital, sejam eles tecnológicos, sociais, políticos ou económicos.

Conheça melhor a AP2SI em <https://ap2si.org>

Mais formação e melhores infraestruturas essenciais no combate ao cibercrime

O Centro Nacional de Cibersegurança divulgou o seu relatório sobre cibersegurança, onde se lê que as PME são as empresas que mais assumem ter sofrido ciberataques. Joana Lobo, Unit Leader IT Security da APCER identifica as tendências relativamente à preocupação das PME com a questão da segurança digital e explica em que consiste o Selo Digital de Cibersegurança, que certifica as empresas por boas práticas nesta área.

Considera que, no caso das PME, ainda há muitas delas que não reconhecem a importância da cibersegurança ou não consideram reais este tipo de ameaças?

Segundo os dados reportados pelo Centro Nacional de Cibersegurança, as PME portuguesas reconhecem que são alvos de cibercrimes e revelam mais preocupações quanto aos riscos associados, quando comparadas com a média da União Europeia. Assim, apesar de as organizações portuguesas atribuírem importância à cibersegurança, têm dificuldade em fazer face às ameaças e acelerar as oportunidades da transformação digital, uma vez que não dispõem de meios físicos e humanos com capacidade e competências necessárias.

Como define o Selo Digital de Cibersegurança? A sua criação revela, por si só, um cuidado particular na definição de medidas de segurança digitais para as empresas?

As medidas que se encontram definidas na certificação do Selo de Maturidade Digital, na componente de Cibersegurança, procuram mitigar um número elevado de riscos de cibersegurança, tornando as organizações mais resilientes, preparando-as para os riscos de eventuais paralisações em consequência de ataques ou de outros problemas de cibersegurança. Estas medidas têm um impacto imediato e significativo na abordagem dos riscos de cibersegurança mais comuns e prejudiciais, bem como na melhoria da prevenção e proteção das redes e da informação das organizações.

Que tipo de certificações existem, no que concerne à atribuição do Selo Digital de Cibersegurança, que possa detalhar?

A certificação do Selo de Maturidade Digital de Cibersegurança é concebida pelos seguintes níveis



Joana Lobo
Unit Leader IT Security da APCER

de certificação: Bronze, destinado a organizações mais pequenas ou com menores capacidades em termos de recursos humanos e técnicos, sendo considerado o patamar basilar da certificação; Prata, destinado a organizações de média dimensão que tenham capacidades de cibersegurança para além das elementares, ou com mais necessidades de cibersegurança, pela sua atividade; Ouro, destinado a um conjunto mais específico de organizações, mais capacitadas em termos de cibersegurança e com necessidades prementes na proteção das suas redes e da sua informação.

A quem se destinam as diferentes certificações?

A certificação de Selo de Maturidade Digital é aplicável a todas as organizações nacionais com atividade em território português,

independentemente do seu setor de atividade, tipologia, dimensão, tendo especial foco nas micro, pequenas e médias empresas públicas ou privadas, que pretendam demonstrar a sua conformidade no pilar da cibersegurança.

Como avalia o interesse que este Selo Digital tem suscitado junto das empresas?

Em setembro de 2021 a APCER apresentou esta certificação ao mercado, tendo recebido inúmeras manifestações de interesse e pedidos de esclarecimentos sobre o processo de certificação. Até à data, a APCER já atribuiu certificações nos níveis de maturidade digital de cibersegurança prata e ouro. Recentemente, foi publicada, pelo IAPMEI, a orientação técnica no âmbito do PRR, associada à componente 16 – Catalisação da Transição Digital das Empresas, que inclui a medida “Selos de Certificações de Cibersegurança, Privacidade, Usabilidade e Sustentabilidade”, definindo os valores elegíveis para apoiar os custos relacionados com auditorias e emissão das certificações. Estão previstas 15 mil certificações até ao ano de 2025.

Portugal está no caminho certo no que respeita ao reconhecimento da importância da cibersegurança?

De acordo com os dados do Eurobarómetro de 2022, verifica-se que apenas 22% das PME portuguesas proporcionaram ações de formação ou de consciencialização sobre os riscos do cibercrime aos funcionários, durante 2021. Ainda assim, Portugal está acima da média da UE, que é de 19%. Existe um longo caminho a percorrer pelas organizações em matéria de cibersegurança. Para além do investimento em infraestruturas de segurança, há também necessidade de investir na formação dos seus utilizadores e em soluções que, preventivamente, detetem ataques.

CERTIFICAÇÃO
SELOS DE
MATURIDADE
DIGITAL



apcer
PODE CONFIAR.

www.apcergroup.com

AEG

Há mais de 100 anos a ditar tendências de inovação em eletrodomésticos

Ângela Pereira
Marketing Manager Portugal

A AEG foi considerada Escolha do Consumidor 2023. Ângela Pereira, Marketing Manager Portugal, explicou a importância que esta distinção continua a ter para a marca, mesmo considerando que é a oitava vez que vence este prémio. O destaque desta entrevista vai para os eletrodomésticos que ajudam as famílias a ter um melhor desempenho na cozinha ou em tarefas como a lavagem da roupa e que são, por isso, parte integrante da estratégia de inovação e sustentabilidade da AEG.

Já é o oitavo ano consecutivo que são distinguidos como Escolha do Consumidor. Esta distinção ainda continua a ser importante para a marca? Que insights se podem retirar desta vitória?

Ser Escolha do Consumidor, ano após ano, continua a ser importante, pois contribui para reforçar a comunicação da AEG enquanto marca premium. É o reconhecimento do nosso esforço constante para desafiar as mais elevadas expectativas do consumidor, contribuindo para nos posicionar como uma marca preocupada em responder às necessidades do consumidor, para que obtenha sempre uma experiência culinária de nível superior.

De que forma podem os consumidores sentir a proximidade da marca, e a segurança de comprar um produto AEG, numa época em que muitas compras já são efetuadas online?

Acreditamos que a inovação passa por disponibilizar produtos desenhados com o foco nas necessidades do consumidor. Isto requer ouvir o consumidor, pelo que antes de lançarmos um novo produto no mercado, este tem de ter recolhido a preferência de pelo menos 70% dos consumidores inquiridos, comparativamente à oferta dos principais concorrentes. Para além da qualidade dos produtos que colocamos no mercado, acreditamos que a capacidade de integrar novas funcionalidades ao serviço de uma cada vez melhor experiência contribui também para que o consumidor se sinta seguro ao escolher um eletrodoméstico. Assim, em 2023 pretendemos alargar a oferta do nosso programa AEG Rewards, através da oferta de serviços e benefícios a um maior número de produtos. Refiro-me a serviços e benefícios exclusivos, entre os quais uma chamada de boas-vindas e demonstrações de produto presenciais.

A sustentabilidade e poupança nos eletrodomésticos são dois conceitos fundamentais para quem compra. Como vem a AEG respondendo a esta demanda do mercado?

Como empresa e marca podemos contribuir através da utilização de mais

materiais reciclados, garantindo que os produtos podem ser reciclados quando chegam ao fim do seu ciclo de vida e ainda usando mais energias renováveis. Mas queremos que o consumidor tenha um papel ativo, pelo que disponibilizamos produtos que lhe permitem fazer uma utilização mais sustentável. No território do sabor, destaco os nossos frigoríficos e combinados, que garantem o nível de humidade correto para manter os legumes frescos durante muito mais tempo, assim como os fornos a vapor, para regenerar a comida do dia anterior, mantendo nutrientes e sabor ao melhor nível. No que se refere ao tratamento da roupa, temos a máquina de lavar roupa Softwater, que faz um pré-tratamento da água, assegurando os melhores resultados de lavagem a temperaturas mais baixas, com um menor desgaste das fibras da roupa. Adicionalmente, as máquinas de lavar roupa com tecnologia ProSteam desafiam o consumidor a refrescar as suas roupas que não necessitam de uma lavagem completa, com menos 96% de consumo de água, poupando o meio ambiente e a roupa. A este respeito, importa ainda referir que, segundo o estudo da Consumer Choice, os atributos mais valorizados pelo consumidor num forno são eficiência energética, durabilidade na resistência e facilidade na operação - categorias nas quais a AEG obteve uma classificação superior a 8. O destaque dado pelo consumidor ao atributo eficiência energética subiu face ao ano anterior e revela a preocupação do consumidor por e com produtos mais sustentáveis, indo ao encontro do posicionamento da AEG no mercado.

Como avalia a AEG o seu posicionamento no mercado português, tendo por base a sua evolução até ao momento?

A marca AEG tem vindo a trabalhar para reforçar o seu posicionamento enquanto marca premium, reconhecida pelos seus produtos inovadores e focada em manter consumidores satisfeitos. Esta estratégia tem permitido alcançar um crescimento sustentado e saudável, graças aos valores que transporta para o mercado há mais de 135 anos - inovação, qualidade e responsabilidade ambiental - e que têm merecido a confiança dos consumidores.

AEG

PORQUÊ PENSAR EM GRAUS

Faça o pedido ao seu forno da mesma forma que pediria num restaurante.
Selecione mal passado, médio ou bem passado para obter resultados
perfeitos em casa, sem nunca ter de pensar em graus.
Porquê conformar-se com um forno que não está à altura das suas expetativas.

CHALLENGE THE EXPECTED

AEG.COM.PT

AEG

KuantoKusta venceu prémio Escolha do Consumidor 2023

“Quem consulta, poupa!”

O QuantoKusta venceu novamente o prémio Escolha do Consumidor 2023, na categoria Comparativos de Preços, alcançando uma nota global de 85,8%. Só no mês de novembro de 2022, a poupança dos utilizadores deste site ultrapassou os 100 milhões de euros. Razões para uma entrevista com Paulo Pimenta, CEO e cofounder desta plataforma, que desde 2018 é também um Marketplace que zela pela segurança e boa experiência de compra dos utilizadores.

O QuantoKusta foi considerado uma marca Escolha do Consumidor 2023. Que estratégias seguidas pela empresa justificam esta aceitação por parte dos consumidores?

Esta distinção tem um valor especial, uma vez que é uma escolha direta dos consumidores. No nosso dia a dia, estamos constantemente à procura de novas features e novos serviços para o utilizador, para que ele se sinta mais acompanhado, seja mais fácil e seguro comprar online. Ao longo de 2022, apostámos ainda em campanhas de sensibilização para a comparação de preços e passámos por um rebranding, apresentado na data do 17º aniversário.

Por que é importante o prémio, sobretudo para um site como o QuantoKusta, que está no mercado há 18 anos e já impacta mais de 2 milhões de utilizadores?

O prémio é importante pelo reconhecimento da missão que ele acarreta. O QuantoKusta nasceu com um propósito: trazer maior transparência para o processo de compra e potenciar a poupança dos consumidores. Este prémio é mais um indicador de que estamos no bom caminho. Além disso, o estudo realizado pela Consumer Trust é uma ótima forma de auscultar os nossos utilizadores e obter insights que nos permitem direccionar melhorias, orientando os objetivos do negócio com as expectativas dos nossos utilizadores.

Quais são os maiores desafios que enfrentam, de forma a assegurar que a informação que passam a quem vos visita é acurada e de fácil percepção, de forma a garantir uma boa experiência ao utilizador?

Trabalhar mais de dois milhões de produtos distribuídos por mais de 1300 lojas é a nossa mais-valia e o nosso maior desafio também. Para além de comparador, desde 2018 que o QuantoKusta é também um marketplace. A grande mais-valia é que a experiência de compra é totalmente feita dentro do ambiente QuantoKusta, com garantias para o comprador. Os utilizadores do Marketplace QuantoKusta têm a garantia de que estão a fazer uma compra segura, num site seguro. Têm



Paulo Pimenta
CEO e cofounder

também várias modalidades de pagamento, de acordo com as preferências, e ainda podem optar pela modalidade de fracionar o pagamento em três partes ou de financiamento. Soma-se um apoio constante ao longo de toda a jornada de compra. A nossa equipa de atendimento é muito focada no cliente e em ouvir as suas questões para lhes dar a melhor, mais rápida e satisfatória resposta.

Que avaliação é possível fazer do mercado nacional? Em 2022, existiu uma maior preocupação dos consumidores com os seus gastos?

Podemos dizer que sim, que há uma maior preocupação dos consumidores com os seus gastos. No último trimestre de 2022, impulsionado pela preocupação com as compras de Natal, notámos a antecipação das compras. Um exemplo claro deste tópico foi o aumento da procura por jogos e brinquedos ainda no início de novembro. Verificámos também uma mudança de comportamento na blackfriday. A procura e as compras acabam por se diluir pelo mês de novembro e já não estão concentradas num único dia. Esta é uma tendência que se intensificou consideravelmente este ano. Outro indicador é o

tipo de produtos que foram procurados: os consumidores pesquisaram mais por pequenos eletrodomésticos, úteis para a casa e para o dia a dia e verificámos uma menor aquisição de pequenos luxos, como as consolas e os jogos.

Que impacto terá esta conjuntura interna e a perda de poder de compra dos portugueses no próprio ano do QuantoKusta, nas vendas e no tráfego, inclusivamente?

Com a continuidade da guerra da Ucrânia e seus efeitos adversos na economia nacional, é observável uma desaceleração do crescimento do e-commerce em Portugal e a nível mundial. Tornar-se-á cada vez mais evidente a necessidade de otimizar orçamentos, fazer compras acertadas e garantir a poupança. Mais do que recorrer a promoções, o consumidor vai estar atento à evolução dos preços e às reais oportunidades para poupar. Estimamos, por isso, o aumento na comparação de preços, acompanhado por uma crescente procura de soluções de pagamento que facilitem a gestão do orçamento dos consumidores.

ÓCULOS PARA TODOS distinguida como Marca Recomendada

A referência em qualidade a baixo preço

A ótica ÓCULOS PARA TODOS foi distinguida de novo, em 2023, como "Marca Recomendada" pela Consumers Trust. Alexandre Lopes, CEO e Fundador, fala sobre a relação com os clientes, da importância da proximidade entre as partes e do conceito Smart Cost no desenvolvimento desta marca.

Que características estruturais da empresa acredita que possam contribuir para esta política junto dos consumidores?

A distinção Marca Recomendada, pela Consumers Trust, da qual nos orgulhamos, é fruto do trabalho de toda uma equipa atenta e dedicada ao cliente. Personalizando em atendimento de qualidade, fidelizamos clientes satisfeitos com o processo da sua compra e serviços pós-venda, através da criação de uma relação de confiança entre as partes que, desta forma, se prolongará no tempo.

Que conceito é o "Smart Cost" pelo qual a ÓCULOS PARA TODOS se destaca?

A ÓCULOS PARA TODOS nasce da consciência social de que grande parte da população não tem rendimentos para fazer a compra dos seus óculos, para muitos um bem essencial no dia a dia. Ao vender serviços e produtos óticos de qualidade e certificados ao preço justo e mais baixo do mercado, numa nova e inovadora abordagem, contrariamos o tradicional mercado existente. Aliamos um grande stock, reduzida margem de lucro e equipamento próprio com o objetivo único de conseguir chegar a todos os portugueses de forma eficaz, satisfazendo as necessidades financeiras de cada cliente.

Estando o país a atravessar um período de dificuldades financeiras, acredita que este conceito possa ser a solução para ajudar muita gente que necessita de cuidados visuais?

Acreditamos que o conceito "Smart Cost" faz parte de uma nova exigência de mercado numa difícil conjuntura económica onde o consumidor valoriza, nos seus hábitos de consumo, a aquisição de produtos e serviços de qualidade a preços justos e equilibrados, tendo por base uma qualidade superior de produtos e serviços, como atendimento presencial, pós-venda e loja online com elevados índices de satisfação, expressos desde a distinção Marca Recomendada 2023 pela Consumers Trust ao prémio de Produto do Ano 2023.

Além do vosso conceito "Smart Cost", têm também armações Eco-Friendly. Quão importante é que o conceito de sustentabilidade se alie aos óculos que são, para muita gente, uma peça de uso diário ao longo da vida?

A sustentabilidade ambiental é um dos assuntos que mais nos preocupa, tendo-se assim justificado a criação de uma gama de produtos amiga do ambiente, com o objetivo de diminuição da pegada ecológica no setor da ótica. Com a gama Eco-Friendly (armações em acetato biodegradável) preenchemos uma lacuna no mercado, tornando estes produtos acessíveis à generalidade dos consumidores pela escolha de produtos amigos do ambiente, com o conseqüente contributo direto na diminuição da pegada ecológica. Cada consumidor, na aquisição de produtos Eco-Friendly da ÓCULOS PARA TODOS, além de participar diretamente na proteção ambiental,



Alexandre Lopes
CEO e Fundador

contribuirá de forma direta na florestação de áreas sinalizadas através de protocolo iniciado com uma associação para plantação de árvores.

Que importância atribuem ao digital e à vossa loja online, enquanto forma de muitas pessoas vos conhecerem e se tornarem vossas clientes?

O grande impacto do digital expressa-se na possibilidade de chegar ao público-alvo de forma diferenciada e ter uma comunicação e relação ajustadas a cada tipo de consumidor obtendo, assim, infinitas possibilidades em termos de divulgação de produtos e serviços, num serviço personalizado, obtenção de feedback "just in time", ajustamentos diários da comunicação empresarial e gestão de programas de fidelização individualizados, fundamentais na construção de confiança com os consumidores.

Como acredita que 2023 se desenrolará, para a ÓCULOS PARA TODOS? Quais os objetivos que estão definidos para este ano que possa revelar?

Acreditamos que 2023 será um ano próspero para a ÓCULOS PARA TODOS. A notoriedade construída com a confiança dos nossos clientes não só premiou a marca com algumas das distinções mais honrosas, como também o nosso cliente e as suas escolhas, mostrando que este está certo na aposta pela nossa marca. Num espírito de melhoria contínua, o objetivo primordial passa por manter os altos índices de qualidade, no intuito de sermos uma empresa digna dos prémios obtidos através da avaliação das escolhas do consumidor.



ÓCULOS PARA TODOS®
Porto - Lisboa

www.oculosparatodos.pt

ÓCULOS MONOFOCAIS

desde 9,99€

ÓCULOS PROGRESSIVOS

desde 29,99€



CRN-CONTABILIDADE

2023 é o ano da internacionalização

Rúben e Cátia Nunes são os administradores da CRN-Contabilidade, uma empresa recentemente certificada pela norma de qualidade ISO 9001 e que está agora a testar o modelo de trabalho de quatro dias, que implica mais tempo de trabalho diário, mas, por outro lado, um dia a mais de descanso para os colaboradores. Este será também o ano para a internacionalização da CRN-Contabilidade.

A CRN-Contabilidade está a testar o modelo de trabalho de quatro dias. Quando começou a experiência?

Este modelo de trabalho de quatro dias, por sua vez, mais extensos, está a decorrer desde o início do ano de 2023.

O que vos levou a aderir?

Uma das prioridades da CRN-Contabilidade é o capital humano, de modo a promover de futuro um maior equilíbrio da vida pessoal e profissional, com o objetivo de atingir níveis de produtividade diferenciadores.

Até ao momento, que aspetos considera serem mais positivos?

Presumo que seja prematuro para tirarmos elações consideráveis para uma avaliação, mas a

implementação é reavaliada periodicamente, mediante objetivos definidos.

Quais as dificuldades, relativamente à adaptação ao novo modelo, que estão a perceber? Como estão os clientes a reagir?

De momento, como constatamos na questão anterior, é prematuro fazer uma análise concreta, contudo podemos adiantar que a experiência está a ser positiva e ganhamos uma hora por dia.

A CRN-Contabilidade já implementou há algum tempo o arquivo digital. Que vantagens trouxe isso à equipa e aos clientes?

A versatilidade de opções tecnológicas aumentou o dinamismo dos nossos serviços, bem como o acompanhamento diário, de certo modo, promovendo mais eficácia e eficiência para as

partes interessadas.

Considerando a semana de quatro dias, que estão agora a testar, mais a questão do arquivo digital, estes são dois aspetos que trouxeram mais qualidade de vida à equipa CRN?

Diria que a motivação e qualidade de vida da equipa refletem-se na satisfação dos nossos clientes, que nos recomendam ano após ano.

No último ano, a CRN-Contabilidade conseguiu conquistar a certificação ISO 9001. Que impacto teve esta conquista na equipa, nos clientes e na comunidade que vos possa procurar?

O impacto é muito positivo para o nosso setor, sendo que proporcionamos serviços de contabilidade, processamentos de salários e fiscalidade certificados na qualidade e sentimo-nos motivados com processos definidos e organizados para recebermos, processarmos e entregarmos com mais qualidade no presente e futuro olhando sempre na necessidade da comunidade que nos procura.

Como antecipam o ano de 2023, financeira e contabilisticamente, para as empresas nacionais? E para a CRN, quais os objetivos para este ano que possa divulgar?

As empresas nacionais serão resilientes, mas em alguns aspetos de tomada de decisão será primordial uma maior prudência ou mensuração detalhada no respetivo setor de atividade em que atuem, de modo a definir eventuais novos investimentos, mesmo sendo cirúrgicos. A CRN-Contabilidade irá conectar-se ao mercado internacional.



Cátia e Rúben Nunes
Administradores



“Relato não financeiro” é o novo valor acrescentado da Contabilidade

A DOURADOTOC desenvolve atividade nas áreas da Contabilidade, Consultoria e Apoio à Gestão. Patrícia Dourado, a diretora da empresa, acredita que a palavra-chave, para 2023, será “multidisciplinaridade” e diz que o relato não financeiro pode ser o próximo “valor acrescentado” que os contabilistas certificados têm para oferecer.

A DOURADOTOC celebra, em 2023, 10 anos de existência. Quais os pontos que destacaria ao longo destes anos de atividade e que lhe parecem relevantes para aquilo que a DOURADOTOC é hoje?

Celebramos 10 anos de sucessos, aprendizagens e, sobretudo, de impacto na economia nacional, onde, com **humildade**, podemos sentir um orgulho enorme, pois tornámo-nos **parceiros de todos os nossos clientes**, através da combinação de um **trabalho multidisciplinar** desenvolvido pela nossa equipa em conjunto com os nossos clientes. Pela via da contabilidade tempestiva, do relato financeiro, pelo apoio nas **boas práticas de gestão** apontamos os melhores caminhos e propomos as melhores soluções. Atingimos este marco de 10 anos de existência com distinções como a que atingimos em 2021, com a atribuição do selo de idoneidade atribuído pelo Jornal de Negócios e pela Informa DB, e a que atingimos em 2022, onde fomos distinguidos pela SCORING com a Certificação “TOP 5% MELHORES PME DE PORTUGAL”, edição 2022, pois apresentamos um Índice de Desempenho e Solidez Financeira superior a 80%, evidenciando ainda consistência nas vertentes económica e financeira, o que só é acessível a menos de 5% das empresas nacionais.



Aquando da nossa última entrevista, referiu que a DOURADOTOC ia apostar mais nas tecnologias. Tal veio a verificar-se?

A DOURADOTOC tem, atualmente, ferramentas

digitais que fazem integração automática de documentos, o que nos permite minimizar o tempo perdido em tarefas rotineiras, deteção e correção de erros automatizada. Permite-nos focar nas análises financeiras do negócio dos clientes, **criando valor**. Temos também um CRM que nos permite otimizar processos e recursos, com vista à melhoria do fluxo de trabalho e processo de Gestão. Temos toda a informação necessária num único local: dados de clientes, senhas, mapas de gestão, planeamento/análise de processos, tempos e rentabilidade de avenças, obrigações fiscais, histórico de conversação e anexos a clientes.

Que impacto terão as alterações presentes no OE2023 no próximo ano contabilístico?

O OE2023 podia ter ido mais longe nas medidas de apoio e incentivo às empresas e aos empresários. É muito parco em medidas de apoio efetivo. Ressalvo algumas medidas positivas: Impacto em IRC – Taxa de IRC passa a ser de 17% até €50.000,00 de matéria coletável (era até €25.000,00 até 31/12/2022); Eliminação do limite de reporte de dedução dos prejuízos fiscais; Diminuição das taxas de tributação autónoma para as viaturas híbridas plug-in; A introdução de um regime extraordinário de apoio a encargos suportados com eletricidade e gás – possibilidade de majoração em 20% dos gastos e perdas incorridos ou suportados referentes a consumos de eletricidade e gás natural. Ressalvo algumas medidas negativas: Tributação autónoma para viaturas movidas exclusivamente a energia elétrica quando o custo de aquisição seja superior a €62.500,00 (10%); A (des)evolução da isenção de IMT na aquisição de imóveis para revenda - alteração do artigo 7.º, n.º 3 do CIMT. As sociedades de compra e venda de imóveis só conseguem isenção de IMT nas compras, caso comprovem que, em cada um dos dois anos anteriores, foram revendidos prédios antes adquiridos para esse fim. Já com impacto mesmo em quem tem menos de 2 anos de existência. Anteriormente bastaria uma compra ou uma revenda no ano anterior. Em suma, irá ser



Patrícia Dourado

Sócia-Gerente e Diretora da DOURADOTOC.
Licenciada em Contabilidade, Pós-Graduada e Especializada em Fiscalidade, Contabilista Certificada, Consultora de Gestão e Negócios e Cronista.

significativamente alterado o modo de acesso a um benefício que, até agora, se encontrava fortemente consolidado no nosso sistema fiscal.

Como antecipa a DOURADOTOC este ano de 2023?

Os vários stakeholders exigem bem mais do que informação financeira, o relato não financeiro é o novo valor acrescentado da nossa profissão. A DOURADOTOC, que se assume como um dos agentes económicos mais importantes para a sociedade, nesta área de contabilidade e consultoria de apoio à gestão, sente-se a trilhar numa crescente responsabilidade nos domínios do ambiente, social e boa gestão. No final do ano vamos aumentar as nossas instalações, integrando novos serviços e melhorando os atuais. Palavra-chave do nosso negócio: **Multidisciplinaridade**.



“A saúde mental não impacta só pessoas, é destrutiva para a economia”

A Saúde Mental era, antes da pandemia, uma área de que pouco se falava. Havia muito preconceito sobre o tema. Todavia, pós-pandemia a realidade mudou e o ministro da Saúde anunciou que o PRR tem destinados 88 milhões de euros para esta área. O psicólogo Afonso Herédia, diretor da Clínica Mais Saúde & Melhor Vida explica o impacto que a saúde mental tem na vida de pessoas e empresas e a importância de estarmos atentos a possíveis sinais de alarme.

A Saúde Mental está a ter a atenção que merece. Quão importante é esta abertura para falar sobre Saúde Mental e a sua importância na vida dos seres humanos?

Penso que é fundamental. Diversas publicações da OMS e da OCDE enfatizam que promover a saúde mental e o bem-estar não é apenas uma questão individual, mas uma das principais metas sociais, ainda longe de alcançar. E, atualmente, é urgente o seu reforço. Basta analisarmos o impacto que a doença mental tem na economia, para além do sofrimento pessoal que provoca. O aumento de custos para as empresas, devido a quadros como stress, ansiedade, depressão e burnout é perceptível. Segundo o recente relatório da OPP, cerca de dois em cada cinco trabalhadores apresentaram sintomas e isso representou custos de cerca de 5,3 mil milhões de euros, os quais poderiam ser muito mais reduzidos, se houvesse investimento na prevenção e promoção da saúde mental.

A Clínica Mais Saúde & Melhor Vida sentiu o impacto desta mudança social na forma como se aborda a Saúde Mental?

O aumento da discussão sobre a importância da saúde mental permite reforçar a nossa missão, de dar uma resposta integrada a nível da saúde, adotando uma abordagem biopsicossocial. Para isso, apostamos não só nas áreas de saúde mental como a Psicologia, Psiquiatria ou Neurologia, mas também noutras especialidades com que se relacionam. Tentamos ajudar a pessoa no seu todo. Para nos posicionarmos como uma referência na prestação de cuidados humanizados e personalizados, investimos numa relação de proximidade com os pacientes.

É crucial que a pessoa reconheça os seus sintomas para procurar a ajuda de um especialista. Todavia, parece-lhe que todos têm capacidade para reconhecer quais os sintomas a que devem estar atentos e procurar, quando

os reconhecem, ajuda especializada?

Em verdade, não existem doentes mentais, mas pessoas com doença mental. Por isso, a sua vivência difere de pessoa para pessoa. Muitas doenças causam sofrimento e as pessoas procuram ajuda. O melhor é fazerem-no desde o início para beneficiar



Afonso Herédia
Diretor e psicólogo

atempadamente de uma intervenção e não só quando já não conseguem gerir o mesmo. Por vezes, o desconhecimento ou o receio impedem que isso aconteça. O importante é que as pessoas estejam atentas a diferenças na sua forma de pensar, sentir e agir. Também existem quadros em que as pessoas não reconhecem a sua disfuncionalidade, sendo necessário que o pedido

de apoio venha de quem lhes for mais próximo.

A pandemia contribuiu para uma maior abertura relativamente à Saúde Mental, mas teve um impacto sólido na degradação da condição mental de muitas pessoas, sobretudo os adolescentes. Como analisa este impacto? Que diferença pode fazer no futuro dos jovens?

A pandemia prejudicou muito a vida das pessoas, impactando, em particular, algumas camadas sociais mais frágeis como as crianças, os adolescentes e os seniores. Para muitos jovens, o isolamento, a vivência de um contexto de adversidade, incerteza, mortes, conflitos familiares afetaram não só a sua saúde mental, como também o seu neurodesenvolvimento. Vários estudos científicos recentes corroboram-no. No último ano tenho tido pedidos de pais e dos próprios adolescentes para ajudá-los em quadros de depressão e ansiedade. É importante que nestes casos se recorra a ajuda especializada.

Como se posiciona a Clínica Mais Saúde & Melhor Vida relativamente ao apoio prestado a quem possa ter algumas dificuldades financeiras?

A Clínica tem como missão promover a qualidade de vida e o bem-estar dos seus pacientes e cuidadores e ajudar a desenvolver comunidades mais saudáveis e sustentáveis. Apostando na inovação social, criou-se um gabinete de projetos sociais para assumirmos um papel ativo na criação e apoio de soluções promotoras de saúde e bem-estar junto de diversas instituições solidárias.

Além de consultas de Psicologia com valores de respostas sociais para os utentes destas IPSS, ajudamo-las na criação e implementação de projetos com vista a serem económica e socialmente sustentáveis.

Além disso, facilitamos condições de acesso através do estabelecimento de diversas parcerias com outras entidades.

MAIS SAÚDE E MELHOR VIDA

PSICOLOGIA | NEUROLOGIA | PSIQUIATRIA | CARDIOLOGIA | E MUITO MAIS

geral@maissaudemelhorvida.pt Avenida 5 de Outubro 122, 4º Esquerdo - Lisboa 217 970 250

DESCUBRA MAIS NO NOSSO SITE
www.maissaudemelhorvida.pt



CLÍNICA
MAIS SAÚDE &
MELHOR VIDA

Novo visto CPLP

mais rápido e menos burocrático

Portugal é um país com uma grande necessidade de mão de obra e está muito recetivo à chegada de imigrantes. O novo visto para cidadãos da CPLP foi criado para assegurar uma maior facilidade de entrada em Portugal e as advogadas Roberta Ramos e Thamyres de Figueiredo, da Nelson Ramos Lawyers, explicam as suas vantagens.

Quão oportuna foi a criação deste visto da CPLP?

Entre 2011 e 2021 a população portuguesa teve uma redução de cerca de 200 mil pessoas. Perdemos população, tanto pela via da emigração, quanto pela via natural. O visto CPLP foi criado num momento bastante oportuno, uma vez que a sua reestruturação tem, precisamente, como objetivo, o incremento do fluxo migratório no país. Impulsionará o aumento da população economicamente ativa e, conseqüentemente, o volume de impostos arrecadados para o Estado. Para além de que a imigração legal em Portugal acelera a chegada de mão de obra e, por conseguinte, de mais consumidores, o que proporciona o crescimento da economia do país.

Como se caracteriza este visto? A quem é destinado e porque se afirma como um visto mais fácil de conseguir e menos demorado de obter?

Trata-se de um visto exclusivo para cidadãos pertencentes à CPLP cujo objetivo é a simplificação da obtenção de autorização para entrada e permanência no país, através da desburocratização e flexibilização nos pedidos de concessão. O visto é solicitado no país de origem do requerente,

analisado pelo serviço consular competente que, no caso de deferimento, comunica ao SEF a referida concessão. A principal vantagem deste visto está prevista no Decreto Regulamentar n.º 84/2007, de 05/11, que determina que os processos devem ser liminarmente deferidos, se não houver impedimento à entrada do requerente no espaço Schengen, o que torna o procedimento manifestamente mais célere.

Quais as vantagens diretas da criação deste visto para os cidadãos de países da CPLP?

A celeridade, pois o pedido de visto CPLP deve ser analisado dentro de 60 dias; a desburocratização, pois é dispensado o parecer prévio do SEF para a concessão do visto, assim como a apresentação de alguns documentos (seguro de viagem, comprovativo de meios de subsistência, viagem de regresso e comprovativo de alojamento), se o requerente estiver munido de um termo de responsabilidade, nos termos da lei; possibilidade de reagrupamento familiar; possibilidade de obtenção do estatuto de RNH.

Com uma abertura maior por parte de Portugal a pessoas residentes noutros países de Língua Portuguesa, que



Roberta Ramos e Thamyres de Figueiredo
Advogadas

problemas poderão surgir, aos quais é importante dar resposta?

A única forma de garantir que a conceção dos novos vistos tenha êxito é considerar essa como uma prioridade nacional e adotar uma política de imigração ativa. É preciso salientar que não se trata apenas da concessão de vistos, pelo que o país deverá proporcionar políticas adequadas, realizar investimentos nas infraestruturas das cidades e nos serviços públicos, a fim de receber o fluxo migratório dos diversos países.

Há também um novo visto que se destina especificamente à procura de trabalho por parte destes cidadãos. Este pode ter um contributo real e efetivo para a diminuição do problema da mão de obra (qualificada e não qualificada) de que Portugal sofre?

Sem dúvida. É necessário estimular a vinda de cidadãos estrangeiros, mas para que isso aconteça é imperativo

oferecer-lhes condições de atratividade e segurança. A finalidade do novo visto é a promoção das migrações seguras e o combate à escassez de mão de obra, no sentido em que habilita o seu titular a entrar, permanecer em território nacional e a exercer atividade laboral dependente.

Sentem que, com a criação deste visto, o interesse das pessoas provenientes dos países de língua portuguesa em Portugal aumentou? É essa a tendência para o futuro?

Na verdade, a alteração da Lei n.º 23/2007, de 04/07 e a atualização do Decreto Regulamentar n.º 84/2007, de 05/11 são muito recentes, tendo ocorrido apenas no final do ano de 2022, pelo que é impossível ter já uma perceção realista das suas repercussões práticas. Contudo, acreditamos que, para alguns casos, pela sua facilidade e celeridade, o recurso ao visto será a melhor opção.

"O mercado está inflacionado em parte pela falta de oferta"

A Miravillage situa-se em Vila Nova de Milfontes, uma região conhecida pelas suas praias e paisagens convidativas para um passeio ao ar livre. Marcos Arocha, o diretor desta agência de mediação imobiliária, não acredita que Portugal venha a deparar-se com uma "bolha" no setor, mas assume que pode acontecer e até ser útil uma correção do mercado.

Como foi o ano de 2022, para a Miravillage?

2022 foi um ano excelente, à semelhança dos últimos cinco a sete anos, mas, num contexto de mercado com assimetrias profundas, provocadas em grande parte pela escassez de imóveis para venda, sentimos alguma dificuldade em angariar imóveis para promover e, acima de tudo, por valores de venda "equilibrados". Não só, mas também por essa razão, temos vários negócios fechados com imóveis ainda em construção. Apesar da entrega do bem não ser imediata, este modelo de negócio será uma tendência, que fará cada vez mais sentido.

Alguns problemas que surgiram no mercado imobiliário prendem-se com as demoras nos processos burocráticos, a menor construção de imóveis destinados à classe média e o investimento dos estrangeiros, que é apontado como uma das causas para a subida dos preços dos imóveis. Para si, que problemas lhe parecem importantes de resolver rapidamente?

Tocámos num ponto sensível, que importa salientar: a compra pelos não residentes foi e é bastante importante e vital para o setor. É absolutamente crítico que não se atribua o rótulo desse investimento ter sido o causador da subida de preço das casas. A importância do investimento estrangeiro é vital para todos os setores económicos da sociedade. Investimos tantos anos e dinheiro para promover Portugal como sendo um destino apetecível, para agora virmos considerar que os investidores não residentes são culpados da situação do mercado. Na verdade, o que torna os imóveis caros é a procura, face à escassez de oferta. Em qualquer produto, quando a procura excede a oferta, os valores tendem a subir. Há também outras

questões associadas, como o brutal aumento do custo da construção, especialmente após o início da guerra na Ucrânia.

Há maneira de minimizar esse impacto da



Marcos Arocha
Diretor

subida de preços? Nomeadamente para os jovens casais?

O cenário idílico seria o de ajudar as empresas a serem mais produtivas, e como consequência, poderem pagar melhores salários. Com esses salários, existir uma poupança significativa, que permita o investimento num imóvel, seja na entrada, seja numa alfomada de conforto, para pagamento das prestações ao banco, em caso de acontecer um imprevisto. Outra solução que poderia ser equacionada era ajudar e proteger as classes mais baixas, nomeadamente os casais jovens, na compra de casa para habitação própria e permanente. Vejamos: para uma simulação, um imóvel a ser adquirido, no âmbito da habitação

própria e permanente pelo valor de 250 mil euros, tem um IMT+IS (Imposto Municipal sobre as Transações Onerosas de Imóveis + Imposto de Selo) de aproximadamente 9.954,82 euros. Se for para habitação secundária/arrendamento, o IMT+IS serão de 10.925,46 euros. Há uma diferença de apenas 970,64 euros, entre um investidor, seja ele residente ou não, e alguém que quer comprar a sua casa de morada de família.

Parece-lhe que, considerando a conjuntura, vamos ter uma bolha imobiliária?

Ao dia de hoje, com os elementos que tenho, não acredito numa bolha imobiliária. Acredito muito mais numa correção, e que até pode ser útil. Nada pode crescer de forma sistemática e contínua ano após ano. O mercado tem de se reequilibrar e é fundamental comercializar os imóveis ao seu real preço.

O que podemos esperar, para 2023, do mercado imobiliário?

Será seguramente um ano desafiante. Saímos (aparentemente) de uma pandemia, teve início uma guerra na Europa, com vários constrangimentos, resultantes desse infeliz acontecimento, uma hiper-inflação e uma política de subida dos juros. Por isso estamos a lidar com tempos de mudança e de incerteza. Acredito, em parte pela incerteza do momento, que o imóvel irá ser um bem de cada vez maior valor. O verdadeiro ativo de refúgio. A conciliar isso com a continuidade da não desburocratização dos processos administrativos e licenciamento, a escassez de terrenos com edificabilidade dentro das zonas urbanas, e o elevado preço do custo da construção, irão fazer com que a construção para venda seja cada vez mais escassa. Por outro lado, Portugal, e em particular a nossa zona, vai continuar a ser atrativa para o investimento.



Miravillage Mediação Imobiliária Lda
www.miravillage.net | Rua Custódio Brás Pacheco, lote 4, loja 4 - 7645- 253, VILA NOVA DE MILFONTES
 Telefone: +351 283 997 032 Telemóvel: +351 918 816 867 | email: comercial@miravillage.net
 (Chamada para rede fixa/móvel nacional)

“Acredito que 2023 seja um ano de equilíbrio do mercado”

A Efikaz Imobiliária trabalha a região geográfica do Algarve e está situada em Quarteira, numa das localidades com mais fluxo de residentes estrangeiros ou habitações que funcionam como segundas residências. A somar a isso, é também uma das zonas imobiliárias mais caras do país. A diretora, Telma Vieira, acredita que este será um ano de equilíbrio do mercado e que, por esse motivo, a classe média pode ter a sua oportunidade de comprar casa.

Tendo em conta o impacto da inflação e o aumento dos preços associados a esta conjuntura nacional e internacional, que análise faz desta conjugação de fatores para o mercado imobiliário?

Ao longo de 2022, fomos vendo um aumento na inflação, o que originou a subida das taxas de juro. Penso que terá de haver uma correção de preços e um aumento da oferta.

Existe, a seu ver, a real possibilidade de haver uma bolha imobiliária, novamente, neste setor?

Creio que não, no entanto, para o setor residencial de segmento médio/baixo faz com que o sonho de comprar uma casa seja cada vez mais difícil e muito desafiante.

Até ao momento, o impacto da subida dos preços não se reflete na estagnação do mercado. Todavia, estes preços serão comportáveis pela população portuguesa? Ou o mercado nacional está, neste momento, apetecível a estrangeiros que optam por viver em Portugal?

Há impacto sobre o setor residencial português, todavia desconheço alterações, até ao momento, no mercado de estrangeiros que optam por viver em Portugal, sendo eles representados no mercado imobiliário em Quarteira/Vilamoura em cerca de 80% dos investimentos imobiliários. O mercado está, assim, dinâmico na entrada de 2023.

Parece-lhe que, apesar do crescimento absoluto dos preços em todo o país, é possível



que os clientes nacionais encontrem soluções mais à sua medida nas zonas mais periféricas das principais regiões do país (particularmente do Algarve)?

O Algarve, é sem dúvida, uma referência nacional de investimento imobiliário e um excelente lugar para viver e investir. Contudo, as zonas mais periféricas têm tendência para os valores de mercado serem mais baixos. Assim, é possível encontrar soluções à medida dos clientes nacionais. A falta de preços acessíveis nas grandes cidades e zonas de praia levaram a que muitas pessoas questionassem a sua habitação. Cada vez mais, vemos pessoas a procurar concelhos onde podem ter uma qualidade de vida adequada, sem que precisem de se sujeitar à vida das grandes cidades. Está na hora de pensarmos que Portugal não é simplesmente Lisboa, Porto ou Algarve, mas sim um vasto território com fantásticas vilas e aldeias de norte a sul do país, onde se pode encontrar uma excelente qualidade de vida.

Considerando a ausência de oferta imobiliária, a solução passaria pela construção de imóveis novos? No entanto, como seria possível garantir que esses imóveis estariam acessíveis à

classe média?

A ausência da oferta imobiliária não passa, a meu ver, pela construção de imóveis novos, mas sim pelo equilíbrio do mercado imobiliário nos valores de venda dos imóveis. Penso que 2023 será um ano de equilíbrio do mercado, para que todas as classes tenham poder de compra.

Como se prepara a Efikaz Imobiliária para 2023, considerando esta conjuntura muito particular que se vive atualmente?

Estando há vários anos no mercado, a Efikaz foca-se essencialmente no mercado de Quarteira/Vilamoura. Estamos em fase de expansão atualmente e temos prevista a abertura de uma nova loja para 8 de março 2023. Estamos situados no centro da cidade, a 30 metros da linha do mar, com uma loja física aberta desde 2018, mas, devido à elevada procura dos nossos serviços, entendi abrir uma nova loja, com o objetivo de abranger uma outra zona de Quarteira. Acredito que o que se vive atualmente é apenas um ciclo, que ultrapassaremos da melhor forma possível. Sou bastante otimista e acredito que o mercado imobiliário, sendo trabalhado com paixão, determinação e transparência poderá atingir um futuro promissor.

Mercado deve optar por estratégia a médio-longo prazo

Há 35 anos que a SMI Imobiliária trilha o seu caminho na área da mediação imobiliária. De cariz familiar, os sócios-gerentes Pedro Lemos Costa (P.L.C.) e Mariana Lemos Costa (M.L.C.), juntamente com Maria João Lemos Costa (M.J.L.C.), responsável pelo departamento jurídico e sócia constituem a base desta empresa que conhece profundamente o mercado da região norte, particularmente do Porto e, por isso, reconhece os problemas existentes no mercado imobiliário de uma grande cidade.



Teresa Barbedo (departamento administrativo), Pedro Lemos Costa (sócio-gerente), Mariana Lemos Costa (sócia-gerente) e Maria João Lemos Costa (departamento jurídico e sócia)

A SMI Imobiliária completa, em maio, 35 anos de atividade. Temos, atualmente, um mercado imobiliário diferente daquele que existia há 35 anos?

M.L.C.: Sem dúvida. Além da conjuntura socioeconómica ter mudado, também o acesso à informação gratuita permitiu um maior leque de players a título individual presentes ativamente no mercado, além das próprias empresas mediadoras.

P.L.C.: O mercado generalizou-se em demasia. No que respeita ao cliente, por um lado é bom, porque tem diversidade de produtos – pode não encontrar aqui e vai procurar noutra agência. Mas por outro lado, o cliente gosta de uma relação de confiança e isso só quem está há mais tempo no mercado consegue transmitir.

A SMI é uma imobiliária de cariz familiar e com clientes antigos, que trabalha de perto com muitos investidores. Portugal ainda se posiciona como um país atrativo

para este lote de clientes?

P.L.C.: O mercado nacional continua atrativo, porque ainda é mais barato do que países como França ou Inglaterra, por exemplo. A segurança, o clima, a gastronomia são um grande atrativo para os investidores. O lado negativo é a questão da burocracia administrativa e a elevada carga fiscal. Da parte da SMI, sempre trabalhamos com pequenos, médios e grandes investidores, para variados tipos de investimentos, mas não queremos apostar exclusivamente neste mercado, pois continuamos a acreditar no mercado nacional de que tanto necessitamos.

Quais os motivos pelos quais os imóveis estão a ser vendidos a preços tão elevados?

P.L.C.: Há uma maior procura, o que por si só tende a aumentar os preços; por outro lado, a procura internacional que teve um aumento exponencial, impulsionado pelo seu poder de compra, leva à subida dos preços dos imóveis; a própria recuperação

económica sentida nos últimos sete anos, impulsionou o mercado imobiliário.

M.J.L.C.: Na sequência destes fatores, temos ainda os efeitos provocados pela pandemia Covid-19, em que todos esperavam que finalmente os preços no mercado iriam abrandar e até mesmo corrigir o seu crescimento exponencial, e tal não aconteceu, é uma vez mais o próprio mercado a ditar o seu próprio ritmo e, por consequência os seus preços. De realçar que até 2020 a grande aposta da construção (na base da reabilitação) seria os apartamentos T0-T1 com foco no Alojamento Local, hoje em dia são o alvo dos nómadas digitais que a Covid-19 trouxe para Portugal, em que surgimos como um ex-libris pela segurança e estabilidade que o nosso país tem, mas ao invés tornou o mercado de arrendamento inacessível para a classe média, e entretanto, as taxas de juro do crédito habitação começaram a subir e a possibilidade de as famílias se financiarem só diminuiu.

O mercado dá resposta a estas necessidades, nomeadamente da classe média?

M.J.L.C.: Na nossa opinião há um desinvestimento no mercado nacional, o que é justificado pela maior rentabilidade que a procura internacional dá em contraste com a procura nacional, do lado de quem investe/constrói. O mercado está a pensar a curto prazo, e não a médio-longo prazo, isso terá as suas consequências. Incentivos fiscais ou até mesmo a sua revisão no mercado imobiliário são necessários, pois para a classe média além dos preços praticamente inacessíveis para habitação própria, ainda acresce a elevada carga fiscal correspondente, o que por si só é mais um elemento de desincentivo.

Como antecipa que 2023 se comporte, considerando a conjuntura económica que vivemos, a diminuição do rendimento disponível das famílias e o maior escrutínio da Banca, aquando dos pedidos de crédito bancário?

P.L.C.: No final de 2021 as previsões para 2022 eram de um mercado continuamente crescente, mas non início de 2022, com o despoletar da guerra entre Ucrânia-Rússia, o mercado soube reagir, não caiu, apenas teve um crescimento menor do que se esperava e mais gradual. Para 2023 acreditamos que os preços se irão ajustar, e já se nota, quer no mercado de compra e venda, quer no arrendamento. Como é óbvio, tudo dependerá do desenrolar da guerra e, eventualmente, da forma como irá terminar.



“A eficiência térmica não depende da gama dos equipamentos”

A Bronzimática dedica a sua atividade à comercialização e instalação de equipamentos de refrigeração e climatização. Wagner Santos, o gerente da empresa, explica que desde 2021 que os stocks de equipamentos e peças são geridos de forma diferente, o que tem sempre permitido cumprir os prazos com os clientes. Ainda assim, assume que se o crescimento continuar, ver-se-á obrigado a definir uma área de especialização para a empresa.

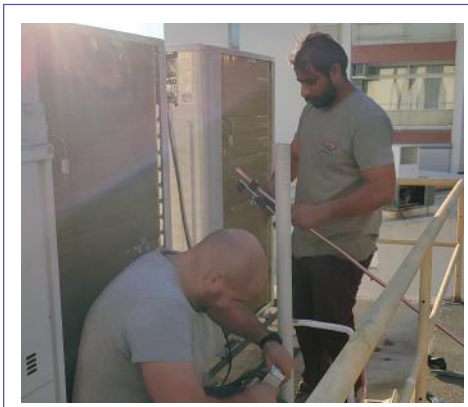
Tendo em conta a questão energética, cujo aumento foi significativo, tal refletiu-se na procura de equipamentos mais económicos?

Sim, houve procura, e temos clientes que perguntam regularmente pela classe energética dos equipamentos, o que indica o cuidado no investimento e a preocupação na aquisição. Por outro lado, também temos tido um aumento da procura da “gama de entrada” dos equipamentos. O preço desta gama é uma ajuda para tentar colmatar a diminuição do poder de compra. Os clientes passaram a restringir-se à função desempenhada pelo equipamento. Importa realçar, porém, que os equipamentos de “gama de entrada” já apresentam bastante qualidade no que respeita à eficiência energética. Quase todos eles já têm categorias A e A+ (note-se que, para que uma instalação seja eficiente, ela depende de fatores que se interligam, tais como os materiais empregues, que contribuem para a eficiência térmica, e do equipamento implementado, que assegura a eficiência energética). Claro que uma gama superior pode ser um pouco mais eficiente, mas o preço mais elevado deve-se sobretudo a outros atributos, como o design.

Considerando os desafios que a guerra na Ucrânia e a anterior pandemia colocam, no que respeita à escassez de peças e componentes, a Bronzimática ressentiu-se de um problema semelhante?

A questão do aumento do custo e tempo de entrega das mercadorias sentiu-se em 2021. Com isto presente, passámos a olhar para o stock sob o ponto de vista do tempo de entrega e não tanto pela rotação do mesmo. Essa decisão manteve-se até fevereiro de 2022, quando se iniciou a guerra na Ucrânia. Isso levou à subida dos preços da energia. A partir daí, utilizámos a cautela, a negociação de prazos e a reformulação de planos de execução, de forma a cumprir o nosso propósito de fornecer, instalar e manter equipamentos térmicos para obtenção de temperatura definida em espaços de conservação de alimentos ou conforto humano.

De que gamas dispõem, considerando que



trabalham para clientes nos setores doméstico, empresarial e institucional?

As gamas para o setor doméstico oscilam entre o ar condicionado e as águas quentes sanitárias; nas empresas, as gamas passam pela refrigeração para conservação de produtos alimentares para processos de confeção e distribuição ao consumo; na climatização (e coloco aqui também a ventilação, que é uma área que está a começar a ter alguma expressão), as gamas são para espaços comerciais industriais, como a ventilação em clínicas ou espaços de confeção de comida com ambiente controlado. A ventilação está a aumentar, provavelmente ainda como consequência da pandemia. Trabalhamos agora com um novo tipo de consumidor, que tem algumas especificações, às

quais procuramos dar resposta.

Aquando da nossa última entrevista, frisou que havia a necessidade de crescer, por parte da Bronzimática, sobretudo no que concerne à equipa. Tal já aconteceu?

Considerando que aumentámos a oferta de serviços e o leque de clientes, a estrutura teve de crescer. Contudo, a refrigeração tem tendência para absorver os recursos quase todos da empresa – provavelmente devido ao meu foco nesta área, já que é um negócio de família, e desde sempre me recorde de conviver com equipamentos de refrigeração. Esta questão resolve-se delegando a gestão destes artigos e criando departamentos que os possam expandir. Eu estou agora a aprender a delegar e está a ser uma experiência positiva. No entanto, se continuarmos a crescer, iremos ter de analisar bem os serviços que prestamos e, eventualmente, tornarmo-nos especialistas em refrigeração, que é a área mais representativa na nossa faturação (cerca de 80%).

Enquanto empresário, como antecipa que 2023 se revele, para os objetivos da Bronzimática?

O nosso objetivo é sempre crescer. Pretendemos gerir o número de trabalhos a executar de modo a que as nossas metas sejam atingidas. Fala-se em recessão, mas vamos procurar alternativas e soluções, de modo a conseguirmos manter o que temos definido.



Bronzimática
Refrigeração e Climatização, Lda.

Solar, bombas de calor e sistemas smart ajudam a poupar

A Sanitop desenvolve atividade nas áreas da climatização, sistemas sanitários, ventilação e piscinas. O diretor-geral da Sanitop, Johan Stevens, fala da realidade de consumo em Portugal e da importância da poupança energética para as famílias e as empresas.

Considerando que a energia subiu o seu custo, que soluções têm as empresas e particulares para conseguirem levar a cabo a sua produção, no caso das empresas, e desenvolver a sua rotina diária, no caso das famílias?

É um facto que a subida de preços da eletricidade é uma preocupação de todos os portugueses. A fatura mensal continua a subir e nos meses de maior frio e calor essa subida é ainda mais significativa, daí

a necessidade de começar a fazer contas e ver formas de poder minimizar essa despesa, quer para as famílias, quer para as empresas. O recurso a energias renováveis é sempre uma ótima opção, pois, além de ajudar nessa poupança, são amigas do ambiente. A principal solução aconselhada e utilizada hoje em dia é o recurso a painéis solares para produção de energia (painéis solares fotovoltaicos) ou para o aquecimento de água (painéis solares térmicos), para além das bombas de calor, que podem ser integradas em sistemas de aquecimento e arrefecimento.

A Sanitop reconhece um aumento da procura por soluções de painéis solares (fotovoltaicos e térmicos), quer a nível empresarial, quer a nível particular? Quando uma empresa ou uma família opta por este tipo de solução, quanto pode poupar na sua fatura energética?

A instalação de painéis solares fotovoltaicos é uma excelente solução quer para particulares, quer para empresas, que podem ver as suas faturas a reduzir. Essa redução depende sempre de cada situação. Atualmente existem soluções com uma excelente relação qualidade-preço que permitem o aproveitamento da energia solar para autoconsumo instantâneo (direto) ou híbrido, que, através do recurso a baterias, permitem armazenar a energia produzida para utilização nas horas em que não há incidência solar. Ambas as soluções garantem poupança na fatura mensal de eletricidade. O recurso a painéis solares térmicos é uma solução já bastante recorrente há vários anos, mantendo-se a sua procura pela mesma, dado a poupança que oferece e o seu forte benefício enquanto energia renovável e amiga do ambiente.

Além dos painéis solares, que outras soluções existem, para aquecimento da habitação que possam ajudar a poupar e manter a habitação quente?

Uma das soluções que tem vindo a ganhar força são as bombas de calor, uma tecnologia que ultrapassa

a capacidade de produção energética de combustíveis sólidos, pois permite obter três a cinco vezes mais energia do que aquela que é necessária para o seu funcionamento. Altamente eficiente, se combinarmos esta solução com painéis fotovoltaicos, poderemos obter uma solução ainda mais sustentável.

Que impacto lhe parece que os chamados “equipamentos inteligentes” (tecnológicos) possam ter no futuro da poupança e do consumo de recursos tão importantes como a energia e a água?

Os sistemas smart para a gestão e controlo de consumos são um excelente aliado para essa poupança, não só pelos custos, mas também pela escassez dos recursos. Atualmente existem já muitas soluções que ajudam neste objetivo, quer associadas diretamente a produtos individualmente (como, por exemplo, torneiras com tecnologia de poupança de água), quer a sistemas integrados (como, por exemplo, sistemas de regulação e controlo de aquecimento e refrigeração).

Como antecipa que 2023 se comporte, no que respeita à procura das empresas e das famílias por soluções que os ajudem a manter a qualidade de vida e de trabalho, mas que permitam poupar?

A transição energética é uma realidade. E o contexto atual de inflação generalizada tem-na acelerado. As famílias e as empresas procuram alternativas para poupar nos seus consumos energéticos e simultaneamente dar um contributo positivo para o meio ambiente. Esta é uma realidade que cresceu na altura dos confinamentos, em que as pessoas olharam mais para as suas casas e repensaram o conforto dentro das mesmas, e que, agora, ganha ainda mais força, pela necessidade de encontrar alternativas eficientes e menos dependentes da eletricidade e dos combustíveis fósseis.



Johan Stevens
Diretor-geral

// BOAS ENERGIAS

INSUATHERM

SOLUÇÕES RENOVÁVEIS E EFICIENTES

sanitop



SOLUÇÕES

ENERGIA SOLAR // BOMBAS DE CALOR
LENHA E PELLETS // VENTILAÇÃO DOMÉSTICA

visite-nos em:

www.insuatherm.com

“2023 é um ano de contenção e oportunidades”

Tiago Vilaça
CEO

Com cerca de 20 anos de experiência na área da Banca, Tiago Vilaça reconheceu que era o momento de colocar o seu conhecimento ao serviço das empresas, sobretudo da região onde se insere – Vale do Ave. Assim, em 2017 fundou a MATFIN, uma empresa direcionada para a Consultoria Financeira, cujo principal objetivo é diminuir a diferença negocial que existe entre as instituições financeiras (maioritariamente Bancos) e as empresas que assessoram – PME e Micro Empresas.

Com mais de 20 anos na Banca, enquanto gerente, Tiago Vilaça percebe bem as expectativas de um empresário que entra num banco e espera ser ajudado pela instituição: “Sempre vi este aconselhamento prestado aos empresários como uma grande responsabilidade e percebi que devia colocar a minha experiência com a Banca ao serviço direto das Micro Empresas e PME”. São estas empresas que constituem mais de 90% do tecido empresarial nacional, mas também são elas que têm maior dificuldade em negociar com as instituições bancárias: “Foi para colmatar esse fosso de capacidade de negociação entre Banca e PME que nasceu a MATFIN, em 2017”.

Fundada depois da crise do subprime norte-americano, a MATFIN nasceu com a experiência de 20 anos da sua equipa e com um saber feito de experiência: “Essa crise do imobiliário tinha-nos ensinado que devíamos ter sempre uma reserva. Devemos estar preparados para qualquer imprevisto que possa acontecer, na vida e nas empresas. Essa foi uma lição que ficou e apliquei mais tarde, aquando da Covid-19, onde fiz com que os meus clientes ficassem com uma almofada financeira tão grande quanto possível”.

Falta profissionalizar a informação financeira

Nas Micro empresas e nas PME, a maioria dos empresários tem um conhecimento profundo do

seu produto, dos seus fornecedores, dos seus clientes e das respetivas preferências, mas não está tão preparado para responder a perguntas quando o tema passa pelas Finanças da empresa: “Em Portugal, e sobretudo nas empresas mais pequenas, ainda falta profissionalizar a informação financeira. Esse é o nosso papel, enquanto consultores”.

Tiago Vilaça explica que o objetivo último da MATFIN é garantir aos seus clientes o melhor contrato de crédito possível. Para isso, há que negociar com as nove instituições bancárias de quem são parceiros, mas, para que tal seja bem-sucedido, é crucial preparar a informação técnica e financeira que coloque o Banco à vontade para decidir: “O Banco precisa de segurança, para saber que, de acordo com vários indicadores financeiros, o solicitante do crédito tem, de facto, capacidade para ressarcir a entidade bancária. É por isso que a informação financeira organizada e clara é fulcral para uma pré-aprovação bancária. Muitas vezes, o empresário senta-se à mesa com muita conversa, mas sem peças técnicas que demonstrem a realidade da empresa – de onde vem, para onde vai, qual o risco associado, de forma a que os analistas de risco possam considerar ou não a viabilidade do projeto. O nosso objetivo é enviarmos peças quantitativas, onde a Banca consiga compreender o racional. Só assim conseguimos passar à Banca as garantias que ela precisa”.

Esta clarificação da informação financeira é positiva inclusivamente para o empresário: “A MATFIN também ajuda o empresário, de forma pedagógica, a ter consciência de que a informação é muito importante e de que ele tem de estar muito bem assessorado. Nós, MATFIN, sozinhos, teríamos também muita dificuldade em chegar a bom porto. Por isso trabalhamos de perto com a Contabilidade do cliente, com a Revisão de Contas, com a Auditoria e o Departamento Jurídico”.

Quando questionado sobre o que 2023 reserva às empresas nacionais, Tiago Vilaça é perentório em afirmar que esta é uma nova fase de contenção: “As pessoas devem compreender e aceitar que nós passámos um certa euforia pós-Covid (férias, carros, compras) e, para muitas, também o investimento, nomeadamente no imobiliário. Isso preocupa-me, agora, tendo em conta a forma como está o setor atualmente. Já ouvi situações de pessoas que iam fazer as escrituras das suas novas casas, e não o conseguiram fazer porque o Banco se negou a contratualizar o empréstimo, considerando as subidas das taxas EURIBOR, o que desqualificou o cliente. O meu alerta passa pela contenção. É fundamental, para pessoas e empresas, controlar os gastos, não estar totalmente dependente do financiamento e aproveitar as oportunidades, quando surgirem”.

O seu parceiro na área financeira

matfin

www.matfin.pt

geral@matfin.pt | 252 166 615
(chamada para rede fixa nacional)

“Contratar crédito pode não ser um problema mas uma solução”

A LISLIF é uma empresa de intermediação de crédito que assegura aos clientes uma experiência profissional assente numa equipa com muito know-how e anos de experiência. Filipe de Almeida é o diretor desta instituição de intermediação de crédito, que tem como compromisso o servir bem o cliente e assegurar bons negócios aos seus parceiros financeiros.



Filipe de Almeida
CEO e cofounder

Com base no vosso conhecimento, que avaliação faz do mercado e da evolução do mesmo ao longo dos 18 anos de existência da LISLIF?

Ao longo destes 18 anos da nossa existência, temos assistido a várias oscilações no mercado financeiro relativamente à concessão de crédito aos particulares e empresas e referente ao papel da figura do intermediário de crédito. Nos inícios, e ao invés do que sucedia noutros Estados-Membros da União Europeia, em Portugal a atividade desenvolvida pelos intermediários de crédito não era objeto de regulação, nem estava sujeita a um quadro normativo específico. Existiam apenas um conjunto de deveres, sobretudo ao nível da prestação de informação. Atualmente a atividade é totalmente regulada, carece de vários requisitos previstos, destacando-se em particular a necessidade de obtenção de autorização para o exercício da atividade e a inscrição em registo junto do Banco de Portugal. A LISLIF Intermediários de Crédito foi das primeiras empresas a quem o Banco de Portugal emitiu a autorização para, no nosso caso, continuar com a atividade que já laborava há vários anos...Relativamente à nossa posição face ao mercado financeiro, constatámos que, ao longo destes anos, o nosso papel enquanto mediadores especialistas em crédito tem sido premiado com um crescimento contínuo ano após ano, tanto de uma forma quantitativa como qualitativa. Sendo que estes resultados de excelência ficam diretamente relacionados com a nossa intervenção e apoio prestados aos nossos parceiros e clientes, empresas e particulares, que efetivamente acabam por ver os seus resultados variar na razão direta relativamente aos nossos e assim, desta forma, com foco e dedicação diária, conseguimos contribuir para um crescimento económico e social do nosso país.

Como considera que evoluiu o conhecimento dos portugueses relativamente ao papel de um intermediário de crédito?

Estou certo que atualmente já existe um número considerável que sabe efetivamente dos serviços que prestamos, e das vantagens de recorrer aos mesmos. No entanto, penso que ainda existem muitos particulares e empresas que não têm o conhecimento real do nosso papel no mercado financeiro. Importa salientar, e a título informativo, que na LISLIF Intermediários de Crédito o nosso serviço passa pela mediação entre o cliente e ou a empresa, e o banco ou instituição financeira. Na prática, tratamos de todo o processo de crédito, eliminando assim toda a burocracia, e de uma forma completamente gratuita. Trabalhamos em parceria com várias empresas fornecedoras de bens, que necessitam de

financiar os mesmos aos seus clientes, e diretamente com o cliente final, particular ou empresa, que precisa de acompanhamento para qualquer tipo de investimento. O que todos eles têm a ganhar é basicamente o mesmo, serviço de apóio e consultoria gratuito, processos tratados de forma mais célere, simplificada, e ajustados às necessidades de cada cliente, e por fim e muito importante, beneficiam do nosso poder de negociação junto dos bancos ou instituições financeiras, e assim usufruem de condições negociais bem mais vantajosas, do que se o tratassem diretamente.

Há, neste momento, muitas famílias que já recorrem aos vossos serviços de consolidação de créditos?

Sim. Neste momento é crescente o número de famílias que nos procuram para a consolidação dos créditos. Este é um produto que pode ser vantajoso contratar para famílias que, no final do mês, veem o seu orçamento mensal bastante reduzido depois de pagarem várias prestações de créditos contraídos. No entanto, o acesso ao mesmo nem sempre é simples.

Qual é a análise que, de acordo com os indicadores que possuem, podem fazer sobre a situação de endividamento das famílias?

Sobre a taxa de endividamento das famílias, atingiu os valores mais elevados em junho de 2022, mas desde então tem havido um decréscimo da mesma. O endividamento das famílias, na minha análise, não é um problema, quando este é feito de uma forma consciente e controlada. Aliás, é através do endividamento que os clientes particulares conseguem antecipar situações de obtenção de algo, que de outra forma nunca o conseguiriam, ou, demorariam anos. Relativamente às empresas, é a forma de obterem um investimento para o seu negócio de forma imediata, que visa num curto e/ou médio prazo criar emprego, ou conseguirem manter a sua estrutura e, dessa forma, continuarem a contribuir para o aumento do PIB. De salientar,

ainda sobre o tema do endividamento, que o Banco de Portugal tem a função de promover a estabilidade económica e financeira do país, e nesse sentido, lança todos os anos várias medidas e recomendações, tais como o DSTI, que, tentando explicar de uma forma simples, é a percentagem limite permitida de endividamento das famílias

"Se procuram alguma solução, ou têm alguma dúvida relativa à contratação de crédito, ou na dinamização do seu negócio, procurem-nos e, de uma forma gratuita, teremos uma resposta assertiva no âmbito de cada um".

face ao seu rendimento mensal líquido. Neste momento a recomendação para a Banca e instituições financeiras é que não concedam crédito a quem tiver um DSTI de 50%. Desta forma, a taxa de endividamento em excesso neste momento já não é exequível.

Quão importante seria que a população fosse mais literada, no que respeita aos conceitos económicos e financeiros e à forma como estes conceitos podem afetar a sua vida?

Sobre literacia, considero que em Portugal ainda existe muito a falta dela, não só relativamente a conceitos económicos e financeiros. Quando há falta de literacia ficamos em desvantagem perante

a sociedade, no entanto, não é fácil estar-se constantemente informado sobre a situação económica e financeira, que sofre oscilações diárias, e acaba por ser um tema com alguma complexidade. Consequentemente, é aqui que o papel da LISLIF intermediários de Crédito é fundamental nos serviços que presta, apoiando e promovendo dia após dia a educação financeira dos nossos clientes particulares e empresas, e aos nossos parceiros, que vendem os seus bens aos seus clientes, e que são o nosso core business, executamos um trabalho de assessoria, que lhes permite auferir de tempo extra para se focarem nas suas vendas, e assim catapultar o seu negócio para um nível superior.

Que conselhos importa deixar às famílias e empresas, a nível de gestão, numa altura como a que vivemos?

Os conselhos de gestão financeira numa altura de incerteza como a que vivemos, onde tantas condicionantes se misturam, como a crise global, as mudanças geopolíticas, a guerra na Ucrânia, etc... Poderia deixar aqui uma lista extensa, no entanto, na LISLIF intermediários de Crédito, quando analisamos gráficos, nunca nos esquecemos que cada linha ou cada ponto representa uma pessoa ou uma empresa, e os conselhos não podem ser dados a todos de igual forma, porque em cada família ou em cada empresa existem realidades totalmente diferentes, e para que esses conselhos tenham resultados objetivos, cada família ou empresa será um caso diferente que tem de ser analisado, e a solução para cada um será à medida das suas necessidades e capacidades. Porém, há um conselho que pode ser aplicado a todos, e sem qualquer prejuízo. Se procuram alguma solução, ou têm alguma dúvida relativa à contratação de crédito, ou na dinamização do seu negócio, procurem-nos e, de uma forma gratuita, teremos uma resposta assertiva no âmbito de cada um.





Joaquim Pereira
Diretor

“É possível poupar muito dinheiro no crédito habitação”

A DS Intermediários de Crédito de Joane, em Vila Nova de Famalicão, ainda não completou um ano de existência, mas posiciona-se já como uma empresa capaz de ajudar os seus clientes a concretizar os seus créditos, sobretudo o crédito habitação. Joaquim Pereira, o diretor desta agência – que assume querer crescer online e poder ajudar pessoas de todo o país – centra a sua entrevista nas dificuldades causadas pela inflação e perda de rendimentos e como podem as famílias e empresas fazer frente às mesmas.

Quais as vantagens de que os clientes beneficiam, quando trabalham com um intermediário de crédito?

A equipa DS Intermediários de Crédito de Joane foi criada com o objetivo de ajudar os seus clientes em todo o tipo de operações de crédito bancário. Nesse sentido, tenho uma equipa que está em constante formação e que trabalha todos os dias para estar a par das melhores opções de financiamento que o mercado tem para oferecer nas diferentes instituições bancárias, e nos diversos tipos de financiamento, desde o crédito ao consumo até ao crédito hipotecário, como é o caso do crédito habitação. Este trabalho e este estudo contínuo, dia após dia, permite-nos ter um maior poder de negociação face ao consumidor comum, e consequentemente encontrar a melhor solução de financiamento face ao que o cliente procura. Prestamos um acompanhamento em todas as fases do processo, desde a abertura de

conta até à Escritura, e isso permite que os nossos clientes se sintam seguros das suas decisões, que o processo seja mais célere, e claro, acima de tudo, que poupem em simultâneo tempo e dinheiro.

Têm protocolos com 12 instituições bancárias. Isso facilita na hora de oferecer várias soluções aos clientes?

Sem dúvida. Os nossos protocolos permitem-nos recolher essas simulações em 48 horas, reunir as propostas mais vantajosas e que vão ao encontro do que o cliente procura, analisar cada uma delas individualmente e em conjunto, perceber os prós e os contras. No final, efetuamos um mapa comparativo que permite ao cliente perceber quais as condições que terá caso opte por cada uma das instituições bancárias que lhe estamos a apresentar.

Qual o impacto que nota no facto de as famílias terem cada vez menos dinheiro disponível e as taxas EURIBOR continuarem a subir, influenciando as prestações da casa?

Apesar de sentirmos que já existe bastante procura e preocupação por parte das famílias em encontrar soluções para a redução de liquidez mensal que enfrentam, existem ainda muitas pessoas que desconhecem que podem renegociar as condições do seu crédito habitação, ou transferi-lo para outra instituição bancária. É possível poupar muito dinheiro no crédito habitação, uma pequena diferença no spread e/ou nas condições e produtos contratados pode gerar uma poupança de centenas de euros por ano. Por outro lado, uma grande parte das pessoas tem esse conhecimento, mas fica reticente, pensa que o nosso trabalho tem um custo associado ou que terá que pagar uma nova escritura, o que não acontece na grande maioria dos casos. É igualmente importante frisarmos que o nosso trabalho é totalmente gratuito para o cliente.

Quais as dificuldades que existem na contratação do crédito para construção/reconstrução?

No chamado crédito autoconstrução ou reconstrução existem diversas soluções, adaptáveis a cada tipo de

cliente. Por exemplo, os clientes podem financiar-se a 90% para aquisição de um terreno, e nesse mesmo terreno financiarem-se a 90% para a construção da sua habitação. Neste tipo de financiamento, a grande dificuldade são os aumentos constantes dos materiais, o que dificulta na obtenção de orçamentos e cumprimento dos mesmos.

Como antecipa que 2023 se comporte relativamente às dificuldades de cumprimento das obrigações bancárias?

Sabemos que irá ser um ano atípico. Para as famílias que já estavam sobrecarregadas no orçamento familiar em 2022, este ano será ainda mais difícil conseguirem fazer face a todas as responsabilidades. Aconselho que procurem a ajuda de um profissional especializado na área para reavaliação de todas as suas responsabilidades, e juntos encontrarem a melhor solução, de forma a garantir que continuam a ter capacidade de cumprir os seus compromissos mensais.



Daniela Milhazes

danielamilhazes@dscredito.pt

+351 917 027 954
(chamada para rede móvel nacional)
Diretora Comercial



Eduarda Pereira

eduardapereira@dscredito.pt

+351 916 295 173
(chamada para rede móvel nacional)
Gestora de Crédito



Vanessa Ferreira

vanessafferreira@dscredito.pt

+351 930 653 777
(chamada para rede móvel nacional)
Gestora de Clientes



famalicaojoane@dscredito.pt

+351 928 115 214
(chamada para rede móvel nacional)

Oportunidade Favorável, Unipessoal, Lda.,
registada no Banco de Portugal, como
intermediário de crédito vinculado, sob o
n.º06330...
Verificável em
www.bportugal.pt/intermediarios-credito.

Intermediário de crédito

Um parceiro da sua saúde financeira

Paulo Gradim é fundador e sócio maioritário da ActualTarget, Lda, Intermediário de Crédito, empresa detentora por cedência, da marca Empréstimo Urgente, que ajuda os clientes a conseguirem aceder a crédito, de forma simples e rápida, sempre com acompanhamento da sua situação. No contexto em que se inicia 2023, Paulo Gradim explica a importância de um intermediário de crédito para ajudar quem necessita de liquidez financeira.

A ActualTarget foca-se em ajudar pessoas que necessitam de solucionar problemas urgentes e precisam, por isso, de disponibilidade financeira. Como caracteriza o mercado nacional e os clientes que recorrem a este tipo de empréstimos?

Considero que estamos numa fase crescente de maior responsabilidade financeira e que, de uma forma positiva, as pessoas começam a estar mais preocupadas com o endividamento do seu agregado familiar, buscando soluções para melhorar a sua qualidade de vida.

Como se pode pedir um empréstimo urgente? Em quanto tempo se consegue obter resposta?

Basta apenas entrar em contacto connosco, quer através de email, quer telefonicamente, uma vez que temos uma equipa sempre disponível para prestar toda a atenção e apoio incessante a todos os nossos clientes. Relativamente ao tempo de resposta, varia de caso para caso, sendo que a pré-análise da proposta de crédito é transmitida ao cliente aquando do primeiro contacto telefónico, tendo em conta o questionário efetuado.

Como é feita a avaliação de casos mais extremos e complicados, no que respeita à atribuição desse mesmo crédito?

A primeira análise é sempre feita pelas nossas analistas de crédito. Todos os casos são tratados da forma mais célere possível e com o mesmo acompanhamento personalizado, do início até à conclusão e contratação do crédito, incluindo a explicação pormenorizada de todos os passos do mesmo.

Atualmente, e com as dificuldades que o ano de 2023 parece aportar ao rendimento familiar, já é possível verificar uma maior procura por parte dos clientes de uma solução de crédito consolidado, por exemplo?

Sim, desde o último trimestre de 2022 que se verifica um aumento na procura da solução de crédito consolidado, principalmente por parte dos casais que, tendo crédito habitação e com os consecutivos aumentos da taxa de juro, se depararam com aumentos significativos no valor da respetiva prestação, ficando na maior parte dos casos quase incomportável fazer face ao pagamento da mesma, conjuntamente com as restantes linhas de crédito que também contrataram (crédito pessoal, facilidade de descoberto, cartões de crédito, etc). O crédito consolidado ajuda na medida em que o mesmo visa a junção de vários créditos num só, com taxas de juro e spreads o mais reduzidos possível, diminuindo significativamente o valor da prestação mensal.

Quão importante é que as pessoas se informem sobre as condições dos seus créditos e recorram a intermediários de crédito (função que a ActualTarget também desempenha) para assegurar que têm os créditos controlados e a sua situação financeira saudável o suficiente para enfrentar o que aí vem?

É extremamente importante que as pessoas se informem e recorram a intermediários de crédito. E, respondendo apenas pela ActualTarget, pelos seguintes fatores: porque somos regulados e



Paulo Gradim
Fundador e sócio maioritário

supervisionados pelo Banco de Portugal; porque toda a nossa equipa se empenha de forma árdua, total e com a maior rapidez possível para apresentar aos nossos clientes as melhores simulações do mercado; pelo acompanhamento personalizado com horário mais flexível para que possam contactar fora do horário laboral; pela informação e explicação constante e célere de toda a linguagem bancária, tornando mais fácil a compreensão, para que não restem dúvidas; por ser a ponte importante e idónea entre o cliente e o banco; e para que assim possam estar devidamente preparados e convictos de que financeiramente conseguirão enfrentar o que está por vir.

Como se prepara a própria ActualTarget para o ano de 2023? Prevê uma diminuição dos pedidos de crédito ou, pelo contrário, uma menor liquidez de rendimento familiar obriga a recorrer a créditos?

A ActualTarget prepara-se através de uma busca exaustiva por melhores soluções junto dos nossos parceiros, bancos e instituições de crédito, para este ano desafiante. Prevemos um acréscimo considerável nos pedidos de informação sobre soluções de crédito, tendo em conta a perda de poder de compra e a redução da liquidez das famílias.

EMPRÉSTIMO URGENTE

Empresa autorizada pelo Banco de Portugal nº 1618

“As solicitações de crédito vão ser menores em 2023”

José Pinto Hespanhol é o diretor da Yes Crédito, uma empresa de intermediação de crédito que é especializada em crédito automóvel. Embora deixe bem claro que o crédito bancário não deve ser visto como um problema, este empresário alerta para a importância de uma política de boa gestão, por parte das famílias e das entidades bancárias, para fazer frente às dificuldades que este ano pode trazer.

O crédito é uma solução muito usada por quem pretende efetuar alguns projetos maiores na sua vida. Como avalia a situação atualmente, considerando toda a conjuntura que o país vivencia?

Começamos por um ponto muito importante: há uma noção generalizada de que muitas pessoas recorrem ao crédito de uma forma irresponsável e o crédito é qualquer coisa de maléfico, algo sobre o qual as pessoas não pensam bem. Eu considero que esse é um preconceito que tem de ser ultrapassado. Neste caso, a conjuntura do país influencia a concessão de crédito em duas vertentes: a primeira, a subida das taxas de juro veio fazer com que o rendimento disponível das famílias seja menor – vão pagar prestações mais altas por um crédito que já tinham contraído; simultaneamente, o acesso ao crédito fica ainda mais limitado, dado que o limite de taxa de esforço das famílias é facilmente atingido. Numa segunda vertente, existe por parte das entidades financeiras algum conservadorismo e prudência que se impõem, precisamente por estarmos num período de incerteza, o que fará com que revejam as suas políticas de concessão de crédito, na medida em que têm de prevenir futuras situações de incumprimento.

O crédito automóvel é um dos principais créditos contratados pelas famílias portuguesas. Tendo em mente toda a nova cultura de deslocações “verdes”, bem como as alternativas que hoje existem para deslocações, tudo isto teve impacto na procura de crédito para compra de automóvel próprio?

As pessoas vão passar a ter o sentimento de usufruto de um bem e não o da sua posse. Hoje já é isso que se passa, no caso do crédito habitação. Grande parte dos créditos habitação não chegam à sua maturidade, porque as pessoas vendem as casas antes de pagarem o crédito e amortizam-no com o produto da venda da casa. O mesmo acontecerá, cada vez mais, com os automóveis.

Para viaturas novas, já existem produtos definidos, que estipulam a utilização dos veículos e não a sua posse. No entanto, no que respeita a viaturas usadas – o mercado para o qual estamos vocacionados – ainda não existem produtos definidos para este fim, pelo que o crédito automóvel continua a ser o mais utilizado, mas com o mesmo fim, o usufruto, tendo em consideração que os contratos de crédito automóvel, que são feitos por prazos bastante alargados, não atingem, na maioria das vezes, a sua maturidade.

Qual a importância de ter um intermediário de crédito envolvido num processo de negociação de créditos e que impacto isso pode ter na negociação final?

O intermediário de crédito dá ao cliente uma perspetiva muito mais abrangente do mercado e dos produtos que tem ao seu dispor, muitas vezes permitindo ao cliente contratar soluções que, se não tivesse o apoio do intermediário de crédito, não contrariaria.

Essa procura pelos vossos serviços já se nota?

Continua a haver um preconceito muito grande face à profissão de intermediário de crédito, devido ao seu passado – ela nasceu de uma atividade de freelancers com algum grau de amadorismo e não especializados, que cometeram alguns erros e hoje ainda lidamos com essa herança. Pelo lado do consumidor, não acredito que saibam a importância dos intermediários de crédito; e, por parte das entidades financeiras, ainda existem algumas reticências face a um histórico da atividade que não foi o mais positivo. Deveria haver uma associação que promovesse a atividade e, quando assim for, estou convencido de que teremos uma imagem completamente diferente no mercado.

Neste ano, que tendências de crédito poderemos esperar?

Diria que o que irá acontecer é que as solicitações de crédito vão ser menores, o ticket por solicitação



José Pinto Hespanhol
Diretor da Empresa

– o valor médio solicitado – vai baixar, porque as pessoas vão adquirir bens ou serviços de valor mais baixo, para terem um montante financiado mais adequado à sua situação e a qualidade das propostas vai ser afetada porque teremos clientes com mais dificuldade em apresentar rendimentos de acordo com o montante de crédito que estão a solicitar. O mercado automóvel está muito dependente do produto de crédito, pelo que é fundamental que os clientes possam continuar a ter acesso ao crédito.

yes. crédito

“Procuramos opções financeiras para ajudar a tomar decisões informadas e melhorar as condições de crédito”

Rita Catita é intermediário de crédito e aposta na simplificação da vida financeira dos seus clientes. É fundamental uma negociação atenta dos créditos bancários e o reconhecimento antecipado para o atual impacto da subida das taxas de juro, com renegociações de crédito apoiadas por especialistas desta área.

Atualmente, vivemos uma situação de grande inflação e incerteza que pode dificultar o investimento por parte de famílias e empresas. Como pode um intermediário de crédito ajudar numa conjuntura como esta?

Sim, vivemos uma situação de inflação, incerteza e risco de incumprimento, quando muitas das economias ainda nem recuperaram do impacto motivado pela pandemia. A ajuda do intermediário de crédito é procurar opções financeiras, para ajudar as famílias a tomar decisões informadas e melhorar as condições de crédito nos financiamentos em curso e em caso de novo financiamento.

Recentemente, o Conselho de Ministros aprovou o Decreto-Lei que estabelece medidas de acompanhamento e mitigação do aumento da taxa de esforço em contratos de crédito destinados a habitação própria permanente, mas há quem se queixe de que os Bancos não mostram a abertura necessária e quem receie que o seu nome fique negativamente registado no Banco de Portugal. Este tipo de renegociação é mais fácil quando envolve um intermediário de crédito?

Trabalhamos com vários bancos e instituições financeiras, o que nos permite apresentar uma ampla gama de opções de financiamento e conhecer o âmbito de todas as renegociações. Para além disso a nossa profissionalização e o contacto com múltiplas ofertas para a mesma necessidade é, sim, facilitadora na obtenção de respostas efetivas para as necessidades de cada cliente. Existe abertura dos Bancos, mas o rendimento disponível das famílias é menor. Esta combinação, no imediato, obriga a condições de renegociação mais exigentes, considerando a política macro prudencial.

A aprovação do DL que refere, exige uma análise detalhada e casuística, para que, caso existam dificuldades e risco de incumprimento se admita

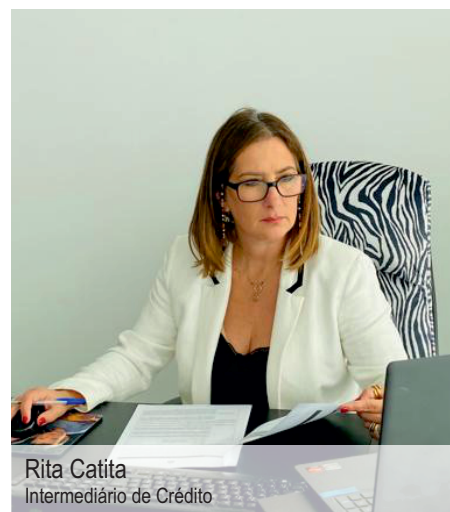
uma proposta negocial, como por exemplo o alargamento do prazo, a consolidação, um novo crédito ou a redução da taxa de juro durante um determinado período. Acredito que o tipo de renegociação “Renegociação regular” ou “Renegociação por incumprimento” é que define a comunicação ao Banco de Portugal. Destaco a suspensão temporária da comissão liquidação antecipada do crédito (independentemente do montante) nos contratos com taxa variável, que permite melhores condições para amortizações ou a transferência do crédito, processo que pode, e deve, ser assegurado por nós, intermediário de crédito, sem qualquer custo para os clientes.

Sentiu um aumento da procura para casos como o anterior e/ou uma diminuição da procura de pedidos de créditos novos considerando a menor disponibilidade financeira das famílias?

Sim, sentimos um aumento da procura por parte de famílias para renegociar os seus empréstimos, mas também nos dedicamos proactivamente a apresentar essa possibilidade à nossa carteira. Grande parte das famílias já sentiu o agravamento do seu encargo mensal, mas quem tem os seus financiamentos indexados à Euribor a 12 meses vai sofrer o maior impacto a partir de Abril, considerando a variação YTD. Quanto à procura por novos empréstimos, dependem naturalmente da conjuntura mas também das condições económicas locais e da situação financeira individual. Ainda existe capacidade de investimento. Independentemente da tendência geral, temos sim visto uma procura crescente por soluções financeiras personalizadas e adaptadas às necessidades específicas de cada cliente.

Como é que a Rita se prepara para enfrentar 2023? Há novos projetos a realçar?

Enfrentamos diversos desafios este ano. A inflação, a incerteza nos mercados, a subida das taxas de juro e o aumento do endividamento são alguns deles. O planeamento é fundamental. Cada família tem a sua história financeira, não existem “dicas”



Rita Catita
Intermediário de Crédito

genéricas, mas considerar melhores opções de crédito será uma, com toda a certeza.

Preparamo-nos para lidar com a situação atual, como nos preparámos em anos anteriores, mantendo-nos atualizados sobre as tendências e desenvolvimentos no mercado financeiro, reforçando as nossas relações comerciais, diversificando os nossos serviços e apresentando soluções financeiras cada vez mais flexíveis, abrangentes e personalizadas.

Procuramos sempre novos projetos e oportunidades, que possam ajudar as famílias a lidar com os desafios atuais e a alcançar os objetivos financeiros, e os nossos também!

Que possa antecipar, temos em desenvolvimento:

- Oferecer soluções financeiras digitais e on-line
- Expandir os nossos serviços, atuando no nosso mercado, com clientes em todo o mundo.
- Consolidar parcerias estratégicas ou estabelecer novas, com instituições financeiras, incluindo bancos, mediadores de seguros, apoio jurídico, etc.



Intermediário de crédito vinculado autorizado pelo Banco de Portugal nº0006491

Escritório: Urban Gardens, Rua Actor António Sacramento, lote 2A 1º andar, escritório 8, 2770-183 Paço de Arcos

☎ 214 430 689 Custo de chamada para rede fixa nacional ✉ geral@ritacatitacredito.com 🌐 Rita Catita-Intermediário de Crédito 📷 ritacatita_credito

“As famílias já estão a apostar na consolidação de créditos”

A Orbiscrédito é um intermediário de crédito vinculado com registo no Banco de Portugal e que exerce atividade nas áreas da intermediação de crédito, nomeadamente no que respeita ao crédito aos consumidores e ao crédito habitação. João Ramos é o responsável comercial por esta empresa e garante que os portugueses já começaram a procurar, particularmente, as soluções de crédito consolidado, para fazer face às prestações mensais.

Que impacto se sente na procura, por parte dos clientes, por um crédito habitação?

A procura de crédito habitação para novas aquisições tem diminuído desde o início do último semestre de 2022, essa diminuição no meu ponto de vista deve-se a múltiplos fatores como o aumento das taxas de juro, aumento da inflação e a pouca oferta no mercado. Se a estes multiplicadores negativos adicionarmos ainda a continuidade de grande procura de imóveis em Portugal por cidadãos estrangeiros com outra capacidade financeira, aumentando o seu valor no mercado para valores recorde, torna muito difícil às famílias portuguesas, principalmente jovens, a

aquisição de habitação.

A inflação e as dificuldades resultantes da perda de rendimento são motivos pelos quais a procura pelos créditos pessoais tem aumentado ou, pelo contrário, as famílias retraem-se e preferem apostar numa solução de crédito consolidado para as prestações já existentes?

Pelo contrário, as famílias estão a apostar mais numa solução de consolidação de dívidas existentes, concentrando tudo num só produto, dilatando tanto quanto possível o prazo, numa tentativa de reduzir ao máximo o impacto da perda de rendimento real nas suas vidas.

Qual o impacto que, a longo prazo, a inflação e a perda de rendimentos poderão ter na vida de famílias e empresas?

Acredito que, a longo prazo, o impacto não será negativo pois, com o panorama atual, serão obrigadas, no curto prazo, a acomodar os aumentos das prestações dos financiamentos, seja por via de renegociações, seja pela redução de novos contratos, deixando-as mais capacitadas para o futuro.

Como pode um intermediário de crédito posicionar-se no mercado tendo em conta a atual conjuntura económica?

Na ótica da Orbiscrédito, com a conjuntura atual, o posicionamento de um intermediário de crédito no mercado deve centrar-se, principalmente, na ajuda aos consumidores, seja na procura de novas soluções, seja na melhoria das atuais. Para nós, quer opte por transferir os seus créditos habitação, consolidar a totalidade dos créditos ou renegociar os seguros obrigatórios existentes,

comprometemo-nos com uma tentativa constante de diminuir o peso dos financiamentos no orçamento familiar, sem um único custo adicional.

Parece-lhe que o atual momento que a economia nacional atravessa é semelhante ao momento vivido aquando da crise do imobiliário, há cerca de 10 anos, ou estamos a lidar com uma situação económica diferente?

No meu entender, o momento atual que a economia vive é em tudo diferente quando comparado com o do início da década anterior. Se analisarmos os indicadores isolados, verificamos que mais diferente seria impossível. Em 2010, tínhamos a inflação em valores historicamente baixos e controlados, economia com crescimentos residuais ou negativos, desemprego elevado e mercados sem liquidez. No momento atual, a economia portuguesa tem liquidez, o emprego é historicamente baixo, o crescimento económico e a inflação mais altos dos últimos 30 anos. O grande problema, e único ponto em comum, é o forte endividamento da economia portuguesa, que nos expõe a esta enorme subida das taxas de juro, consumindo uma enorme fatia dos baixos rendimentos das famílias.

Como lhe parece que 2023 se vai desenrolar, no que respeita aos negócios que dependem de crédito, como a compra de casa?

Acredito que todos os negócios que dependem diretamente do crédito vão sofrer uma desaceleração generalizada durante 2023. Essa diminuição no crédito é motivada não só pelo aumento dos preços dos bens de consumo e do imobiliário, como também pelo receio da continuidade de subida das taxas de juro, adiando essas aquisições para o futuro.



João Ramos
Responsável Comercial



Serviços de
Impermeabilizações

Telas asfálticas

PVC

Rufos

(zinco, alumínio, chapa lacada, entre outros)

Poliureia

Painel



IMO CONCLUSÃO
BY GRUPO IMPERLOUSA



LOUSATRUCKS
BY GRUPO IMPERLOUSA

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

