



MotorAll - Seguro Automóvel

É o mais completo seguro automóvel do mercado, com um vasto conjunto de coberturas que protegem o seu veículo. Descubra porquê. Contacte um Mediador Allianz ou fale connosco através do nº 21 316 53 00.

Allianz. Soluções de A a Z.

www.allianz.pt

Allianz

Nº 1261 / 22 Agosto de 2008 / Semanal / Portugal Continental 2,20€

DIRECTOR
João Peixoto de Sousa

VidaEconómica

EMPRESAS, NEGÓCIOS, INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

www.vidaeconomica.pt

PUB

SUPLEMENTO FRANCHISING

EMPREENDEDORISMO
JÁ TEM FORMAÇÃO
ELECTRÓNICA

FISCALIDADE

COMISSÃO EUROPEIA
QUER IVA DE 5%
NA RESTAURAÇÃO
PÁG. 31

IVA COMUNITÁRIO
NÃO ACEITE
COMO CUSTO FISCAL
PÁG. 31

EMPRESAS

Empresas firmam acordo
de intenções

GCT INTERESSADA
NA AQUISIÇÃO DO
GRUPO ALICOOP
PÁG. 5

PORTUGAL É PAÍS
DA UE COM MENOR
CAPACIDADE
EMPREENDEDORA
PÁG. 5

MERCADOS

Santander Totta marca
excepção no mercado
nacional

BANCA EM QUEDA
GENERALIZADA
PÁG. 33

A nossa análise

BPI COM DP A 6,5%
NA NET, MAS APENAS
ATÉ 15 DE DEZEMBRO
PÁG. 37



SCANFRONT 220 SCANNER DE REDE

Canon Portugal • Tel.: 214 704 000 • Fax: 214 704 002 • geral@canon.pt

you can
Canon



“Hoje, as reclamações são quase todas indeferidas mesmo quando a razão assiste completamente ao contribuinte”, afirma José Pinheiro Pinto.

José Pinheiro Pinto, professor da Faculdade de Economia do Porto, afirma

IRC tributa empresas acima da taxa nominal

O resultado fiscal das empresas é, normalmente, superior ao resultado efectivo – considera José Pinheiro Pinto, professor da Faculdade de Economia do Porto e especialista em fiscalidade.

A Administração Fiscal exclui cada vez mais custos efectivos das empresas, considerando que não são indispensáveis. As empresas são tributadas pelo lucro “ideal” e não pelos

resultados que efectivamente obtêm – considera Pinheiro Pinto, em entrevista à “Vida Económica”.

O Pagamento Especial por Conta também funciona como uma colecta mínima, na medida em que para a maioria das empresas a devolução do PEC obriga a pagar à Administração Fiscal o custo da fiscalização que, geralmente, é muito superior ao valor do imposto.

José Pinheiro Pinto subscreve a opinião do presidente do Supremo Tribunal Administrativo que acusou de Administração Fiscal de sacudir para os tribunais conflitos que não têm razão de ser. Para o professor de fiscalidade, quase todas as reclamações legítimas em que a razão assiste ao contribuinte são indeferidas sem fundamento.

PÁG. 8

Marcelino Pena Costa, presidente da APETT, afirmativa

“As políticas de emprego não podem ficar confinadas às mãos do sector público”

“O sector privado sabe fazer e tem as competências necessárias para dar a Portugal um contributo importante em matéria de emprego”.

Por esta razão, as políticas de emprego não têm que estar concen-

tradas exclusivamente no sector público. Esta é a opinião de Marcelino Pena Costa, presidente da Associação das Empresas de Trabalho Temporário (APETT).

PÁG. 24

Philippe Cabart, director-geral da Automóveis Citroën, defende

“Seria interessante que a fiscalidade fosse um pouco mais estável”

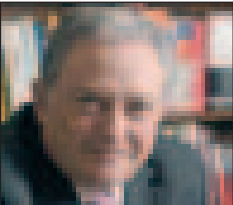
A fiscalidade “é um parâmetro do mercado” pelo que os operadores têm de saber viver com esta, afirma o director-geral da Automóveis Citroën, Philippe Cabart. O Governo tem de reconhecer que um cenário de maior estabilidade tributária seria positivo para o sector. “A fiscalidade faz parte do negócios e o importante é que a conheçamos bem”.

PÁG. 42



Abertura

CAUSAS DO DIA-A-DIA



ANTÓNIO VILAR
ADVOGADO
antoniovilar@antoniovilar.pt

SEMENTES DE VIOLÊNCIA

O grande dilema democrático está entre a preservação de uma sociedade aberta em que o património iluminista, com tudo o que tal significa, não se perca, e a necessidade de prever e reprimir sem limitações o crime.

Sem surpresa maior, neste Verão, a violência reacendeu-se designadamente nos chamados “bairros problemáticos” das nossas maiores cidades, evidenciando, também, velhos factores de instabilidade social, que, sendo, embora, irrefutáveis têm sido geralmente escamoteados da opinião pública e ignorados no diálogo democrático e na acção cívica. Agora que essa violência urbana – tanto quanto uma incomum criminalidade organizada e violenta - tomou conta dos órgãos da comunicação social, é improvável que se continuem a negar algumas evidências e, desde logo, a ignorar que há barris de pólvora prestes a explodir, aqui ou ali, também em Portugal, bem como novas manifestações de criminalidade marcadas pela violência e extrema diversidade.

A nossa sociedade está, de facto, a assistir ao crescimento de violência e à massificação da pequena e média criminalidade e, bem assim, ao aparecimento de novas manifestações de criminalidade organizada onde preponderam organizações dedicadas ao crime económico-financeiro e, também, organizações terroristas movidas por um “fundamentalismo assassino” (STEINER) e com meios e competências já ao nível de qualquer Estado. E, neste contexto, o grande dilema democrático está entre a preservação de uma sociedade aberta em que o património iluminista, com tudo o que tal significa, não se perca, e a necessidade de prever e reprimir sem limitações o crime.

Questões velhas, de resto, que exigem, porém, respostas novas e esclarecidas neste mundo globalizado, sem tempo nem espaço, em que vivemos. Questões do presente e, mais ainda, do futuro incerto e de alto risco que nos espera.

Ora, há respostas ao crime que, ainda que bem recebidas, por vezes, na sociedade, não terão, senão, efeitos centrífugos e esquizofrénicos. Não é, na verdade, apenas com mais cadeias, mais presos, mais polícias que se afasta a gravidade da situação acima enunciada. A banalização das ideias repressivas ignoram, geralmente, o que acontece nas cadeias e só cura de manter aí circunscrito, musculadamente, o pretensio criminoso a que, se não é retirada é, pelo menos, inviabilizada para o futuro, muitas vezes, a sua dignidade de pessoa. Sem se pretender afastar – longe disso – a necessidade de “vigiar e punir” (FOUCAULT) impõe-se, também, abordar, tentar perceber e, se possível, solucionar toda a problemática da criminalidade através de uma outra compreensão das diferentes políticas democráticas.

O ponto de partida de cada uma e de todas as políticas do Estado deveria assentar, sem hesitações, em valorizar algo que se sabe existir em todos os seres humanos, até no pior dos criminosos: um impulso interior para criar. Porque o Homem se realiza através daquilo que faz, que cria, que constrói, há que lhe reconhecer esse espaço vital e a sua relevância para a paz social. Mesmo no momento da punição e, até, através dela.

Não se trata, aqui, de fazer qualquer tipo de incursão sobre temas da criminologia, nem de, por óbvia falta de competência, os apreciar e comparar, mas, apenas, de ver, de outro sítio, improvável para muitos, a razão de tanta criminalidade. Como disse UNAMUNO “o maior dos criminosos pode ser, no fundo, um inocente, um homem bondoso, um santo”. Tê-lo sido e, até, voltar a sê-lo um dia, acrescentarei. Por mais razões que se possam dividir para explicar a génese de um crime, ninguém poderá excluir, com seriedade e racionalidade, que aí existiu uma vida sem sentido, sem esperança e sem amor.

Sei que esta perspectiva não bate certo com as altas reflexões daqueles que traçam os nossos destinos, a régua e esquadro, nos amplos gabinetes do seu longínquo poder e que, do lado da vivência e das representações colectivas, tudo isto poderá parecer música celestial. Não é! Posso testemunhar, a partir da minha vida profissional, que, até na criminalidade económico-financeira mais sofisticada (mas que não deixa manchas de sangue e por isso é, aparentemente, menos angustiante) – há uma não negligenciável omissão do espaço para o criminoso ser homem, ou seja, criar e ser reconhecido pela sua criatura.

VidaEconómica

EDITOR E PROPRIETÁRIO Vida Económica Editorial, SA DIRECTOR João Peixoto de Sousa COORDENADORES EDIÇÃO João Luís de Sousa e Albano Melo REDACÇÃO Virgílio Ferreira (Chefe de Redacção), Adérito Bandeira, Alexandra Costa, Ana Santos Gomes, Aquiles Pinto, Fátima Ferrão, Guilherme Osswald, Martim Porto, Rute Barreira, Sandra Ribeiro e Susana Marvão; E-mail redacao@vidaeconomica.pt; PAGINAÇÃO Célia César, Flávia Leitão, José Barbosa e Mário Almeida; PUBLICIDADE PORTO Rua Gonçalves Cristóvão, 111, 6º Esq 4049-037 Porto - Tel 223 399 400 • Fax 222 058 098 • E-mail: comercial@vidaeconomica.pt; PUBLICIDADE LISBOA Campo Pequeno, 50 - 4º Esq 1000-081 Lisboa • Tel 217 815 410 • Fax 217 815 415 E-mail publicidade@vidaeconomica.pt; ASSINATURAS Tel 223 399 456 E-mail assinaturas@vidaeconomica.pt; IMPRESSÃO Naveprinter, SA - Porto DISTRIBUIÇÃO VASP, SA - Cacém E-mail geral@vasp.pt • Tel 214 337 000 - Fax 214 326 009

EMPRESA CERTIFICADA

MEMBRO DA EUROPEAN BUSINESS PRESS

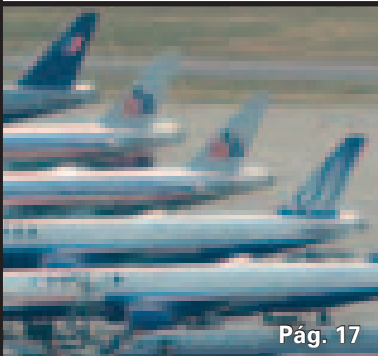
TIRAGEM CONTROLADA PELA:

TIRAGEM DESTA EDIÇÃO: 20.900

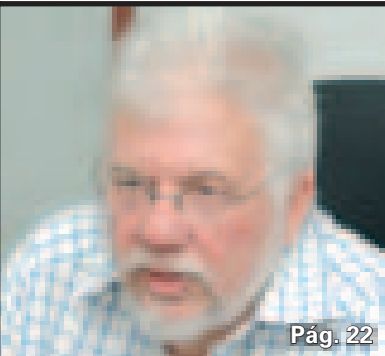
4000 Município (Porto) TAXA PAGA

Registo na D G C S nº 109 477 • Depósito Legal nº 33 445/89 • ISSN 0871-4320 • Registo do ICS nº 109 477

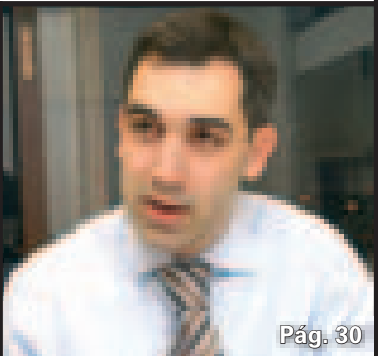
NESTA EDIÇÃO



Pág. 17



Pág. 22



Pág. 30

INTERNACIONAL

CONCENTRAÇÃO INTENSIFICA-SE NO SECTOR DA AVIAÇÃO

O preço do petróleo, a quebra no consumo e a incerteza dos investidores são três dos principais motivos que levam o sector da aviação a reagir. Mais uma vez, a estratégia passa pela concentração, por via de fusões e aquisições. E não há agora companhia que esteja a salvo de um processo de concentração. É mais um sinal dos tempos.

PME

“AS POLÍTICAS DE EMPREGO NÃO PODEM FICAR CONFINADAS ÀS MÃOS DO SECTOR PÚBLICO”

O sector privado sabe fazer e tem as competências necessárias para dar a Portugal um contributo importante em matéria de emprego. Marcelino Pena Costa, presidente da Associação Portuguesa das Empresas de Trabalho Temporário, lembra que a colocação temporária é um processo cada vez mais complexo.

PME

LICENCIAMENTO DAS EXPLORAÇÕES PECUÁRIAS ESTÁ MAIS FACILITADO

É com agrado que o secretário-geral da Fenalac interpreta o novo regime do exercício das explorações pecuárias. A análise conjunta das entidades sobre os processos individuais e a criação de período excepcional de licenciamentos das explorações já existentes são os pontos a destacar, pela positiva, no novo diploma.

HUMOR ECONÓMICO



EMPRESAS CITADAS

PricewaterhouseCoopers	03	Always Shoes	20
Grupo Amorim	03	Grupo Invictus.....	20
Brisa	03	Edifer	20
Oni.....	13	Mota-Engil	20
PT.....	13	Aquapor.....	20
Pikolin.....	14	Graveleau.....	23
Habiserve.....	15	Dachser	23
DBK	15	Lufthansa Portugal	26
British Airways	17	Jeep	26
Alliance&Leicester	17	Sogevinus	26
United Airlines	17	Ribatel	26
Lufthansa	17	Buondi	26
Astralpool	19	Billabong	26
Fluidra.....	19	Automóveis Citroen	42
DST.....	20	Opel	43
ABB	20	Chevrolet	43

BREVE

CÓDIGO DOS CONTRATOS PÚBLICOS TORNA ADJUDICAÇÕES DE OBRAS MENOS TRANSPARENTES

O Código dos Contratos Públicos está a suscitar fortes críticas por parte de toda a fileira da construção. Considera a indústria que não são asseguradas a simplificação e a transparência nas relações entre o Estado e as empresas privadas, para além de reduzir a responsabilização dos vários agentes envolvidos. O sector aponta como principais aspectos penalizados o regime para os erros e omissões dos projectos, a hipótese de recurso ao ajuste directo em obras até um milhão de euros, o regime previsto para os preços anormalmente baixos e as regras relativas aos concursos limitados com prévia qualificação.



QUADRO
DE REFERÊNCIA
ESTRATÉGICO
NACIONAL
PORTUGAL 2007-2013

Parceiros para a Inovação, Internacionalização e Desenvolvimento.

O Banco Espírito Santo apoia os seus projectos no âmbito do QREN.
Quem sabe, sabe. E as empresas que vão mais longe sabem.



**BANCO
ESPIRITO
SANTO**

O QREN constitui o enquadramento estratégico de aplicação da política comunitária em Portugal no período 2007-2013.

Este Quadro de Referência Estratégico visa a coesão económica e social através da valorização do conhecimento, da inovação e do desenvolvimento económico e sociocultural.

Para que a operacionalização do seu projecto no âmbito do QREN seja um sucesso, contacte o Banco Espírito Santo, parceiro de referência do tecido empresarial português, através do seu gestor ou do endereço qren@bes.pt.

Banco Espírito Santo, o seu parceiro no âmbito do QREN.

www.bes.pt/empresas/qren@bes.pt

30%

Descida nos preços dos genéricos a partir de Setembro



22,3%

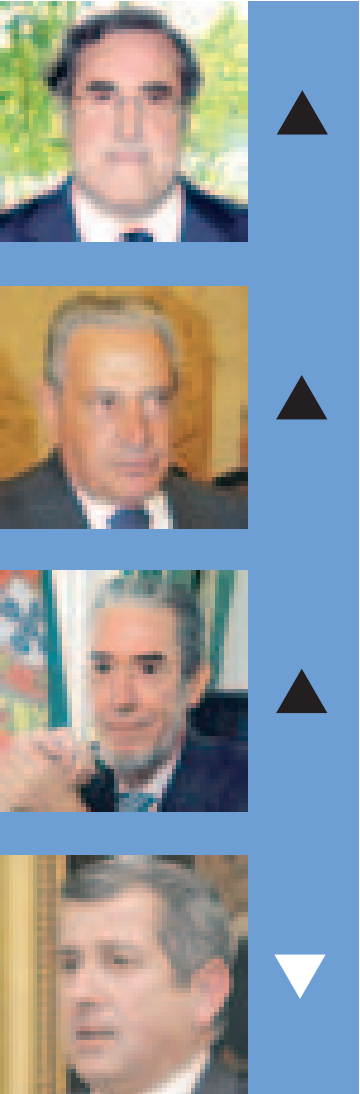
Peso da economia paralela no PIB nacional

60%

Aumento das reclamações sobre serviços bancários



ECONÓMETRO



REIS CAMPOS

Sem grandes alaridos, o presidente da AICCOPN e da Fepicop tem contribuído de forma decisiva para alterar o cenário da construção. Reis Campos tem centrado a sua actuação em aspectos muito concretos e de forma realista. Certo é que os prazos de pagamentos têm um normativo mais equilibrado e também a nível fiscal têm sido obtidas vitórias importantes. Para além de conhecer bem esta indústria, tem pautado a sua intervenção pelo bom senso, o que não é muito comum aos dirigentes associativos.

AMÉRICO AMORIM

O empresário soma e segue. A estratégia de diversificação tem dado bons resultados. Agora, Américo Amorim decidiu entrar em força no mundo da moda. Mas pelo caminho certo, através da aquisição de 25% de uma marca de luxo masculina nos Estados Unidos. A ideia é expandir a rede para os países emergentes. Afinal, a crise chega em último lugar – quando chega – aos produtos de luxo. O empresário continua a revelar grande atenção aos mercados, mesmo que no outro lado do Atlântico.

NASCIMENTO RODRIGUES

Tem razão o provedor de Justiça ao chamar a atenção para a necessidade do Governo introduzir alterações legislativas no que respeita aos cálculos de atribuição das bonificações no crédito à habitação. Não se pode aceitar que existam enormes diferenciações entre as categorias de contribuintes. Trata-se de uma questão da mais elementar justiça. Uma portaria saída em Julho está a ter graves consequências. Importa ter em conta que cerca de 400 mil famílias ainda beneficiam deste tipo de bonificações.

VASCO DE MELLO

A vida não está nada fácil para a concessionária de auto-estradas Brisa. A dívida já ascende a cerca de 3,7 mil milhões de euros. Um valor que se fica a dever às novas concessões. Ainda que o negócio tenda a recuperar, o endividamento está a um nível excessivo, pelo que a sua recuperação será sempre mais complicada. O seu presidente, Vasco de Mello, tem que encontrar soluções rapidamente.

FACTOS RELEVANTES

SECTOR DA SERRAÇÃO
VAI PASSAR POR PROCESSO DE REESTRUTURAÇÃO

O desenvolvimento de um programa para a reestruturação da serração portuguesa e a criação do pólo de competitividade da fileira de madeira e mobiliário são as duas principais linhas de actuação da nova direcção da Associação das Indústrias de madeira e Mobiliário de Portugal (AIMMP). Fernando Rolin foi reconduzido por mais três anos no cargo de

presidente daquela estrutura associativa.

No contexto do pólo que será criado, a associação estabelece como meta um aumento das exportações de 42% para 65%, “igualando a indústria de primeira transformação às práticas dos alemães e a indústria do mobiliário a 85% dos italianos”, de acordo com o dirigente. Mas a serração é um

segmento da fileira que necessita de uma profunda reestruturação.

A associação vai realizar visitas aos seus associados da serração para prestar aconselhamento e organizar reuniões a nível regional. A intenção é “sensibilizar os industriais para as actividades alternativas que constituem negócios de valorização dos subprodutos e resíduos da serração.

MERCADO DE MEDIA E ENTRETENIMENTO
CRESCER ACIMA DA MÉDIA EUROPEIA

A indústria nacional de media e entretenimento deverá registar um crescimento superior a 7% ao ano, atingindo os 5,3 mil milhões de euros em 2012. No presente exercício, o mercado nacional vai gerar receitas na ordem de 4,1 mil milhões de euros, de acordo com um relatório da consultora PricewaterhouseCoopers.

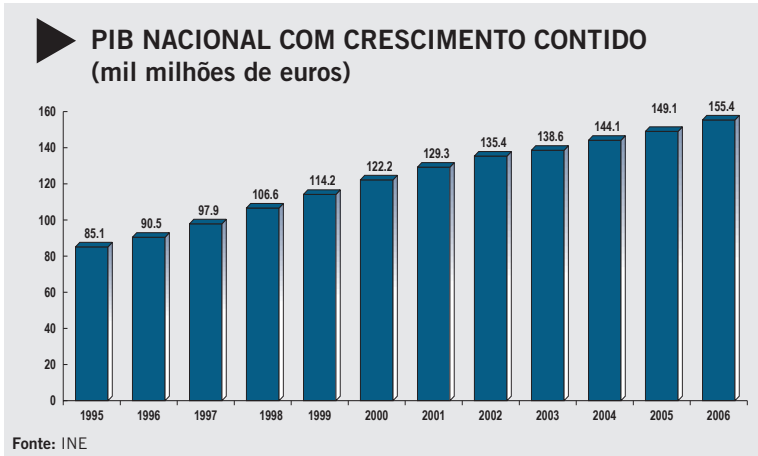
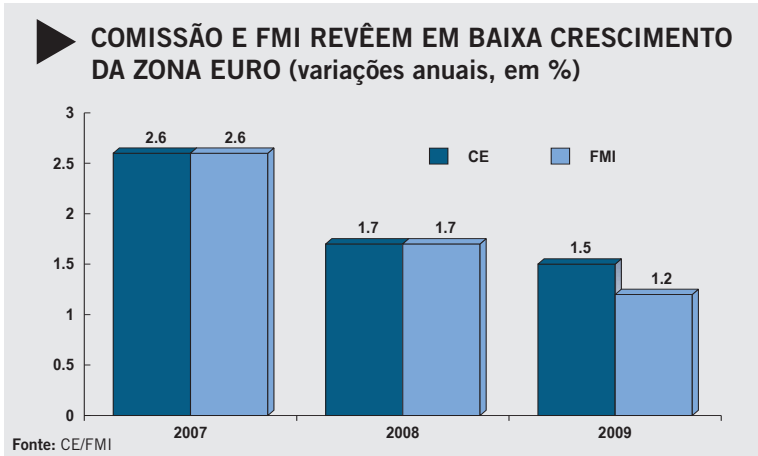
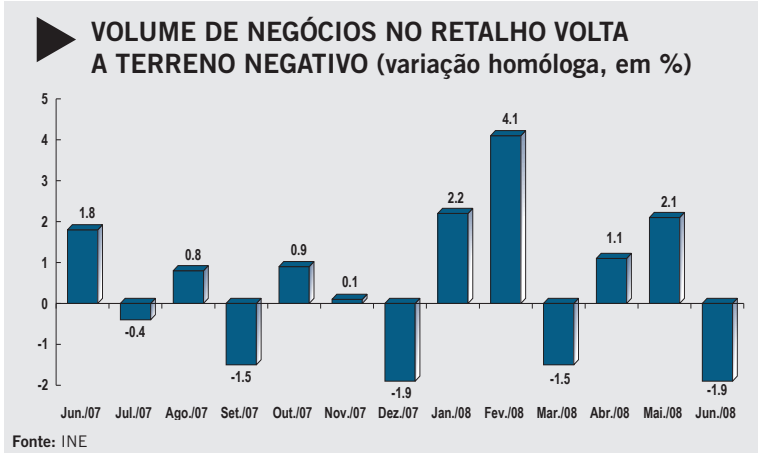
O rápido crescimento do mercado nacional, superior em dois pontos percentuais à média da Europa Ocidental, fica a dever-se sobretudo ao segmento de acesso

à internet, que deverá registar um acréscimo de quase 12%, aproximando-se de 1,9 mil milhões de euros, num período de cinco anos. O segmento relacionado com os gastos dos consumidores e utilizadores finais vai chegar quase a 2,2 milhões de euros, mais 6%, naquele período de tempo. Valor este que corresponde aos gastos com a aquisição de bilhetes para eventos desportivos, jogos de video, subscrição de canais de televisão, entre outros.

No caso das receitas publicitá-

rias, o ritmo de crescimento será bastante mais lento, mesmo assim o crescimento será de quase 3%, o que vai implicar uma valor próximo de 1,3 mil milhões de euros. “Está-se a assistir à consolidação de um novo modelo de negócio das empresas de entretenimento e media, que conjuga os segmentos de negócio tradicionais com a crescente solidez das tecnologias emergentes. Os desafios e as exigências são agora muito elevados”, de acordo com a consultora.

TENDÊNCIAS



REVISTA DE IMPRENSA

FINANCIAL TIMES
Empresas europeias antecipam abrandamento

As empresas europeias começaram a reduzir postos de trabalho, a baixarem a produção e não estão a contratar mais gente. Isto para baixarem o mais possível os seus custos. A realidade é que esperam um forte abrandamento na economia no final do ano. Os movimentos defensivos são evidentes desde os construtores automóveis até à aviação, passando pelos contabilistas e os bancos. Para algumas empresas está-se a viver um dos momentos mais difíceis de sempre, pelo que é necessário tomar as devidas precauções (...).

EXPANSIÓN
Países emergentes têm novo ranking para os investidores

O forte aumento nos preços das matérias-primas está na base do agravamento da inflação na China e na Índia. Nos últimos meses houve alterações na hierarquia dos países emergentes. A Rússia e o Brasil ganham mais atractividade face aos gigantes asiáticos. Estes últimos perderam peso nas carteiras dos gestores, sendo que as bolsas reflectem esta situação. Entretanto, os mercados emergentes continuam a aguentar melhor a crise financeira.

Apesar da melhoria ao nível das condições estruturais

Portugal é o país da UE com menor capacidade empreendedora da população

As condições estruturais do empreendedorismo, a nível nacional, registaram uma melhoria considerável entre 2004 e 2007, de acordo com o estudo realizado pela Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI), em parceria com o IAPMEI. São resultados que assumem especial importância, tendo em conta que o empreendedorismo está no centro das políticas económica e industrial.

Os aspectos considerados mais favoráveis na promoção do empreendedorismo foram o acesso às infra-estruturas físicas e o grau de abertura social e cultural para a inovação e a mudança. Outras melhorias significativas tiveram lugar em áreas como direitos de propriedade intelectual, apoio financeiro, políticas governamentais e valor da independência, enquanto norma social e cultural.

Mas também se continuaram a registar aspectos negativos. Destaque para a educação, em especial nos ensinos básico e secundário. Ainda assim, admite-se que houve uma evolução no bom sentido nesta área. Também é dada uma avaliação menos favorável no que respeita ao valor que o indivíduo atribui à sua

independência e à capacidade de responder a novas oportunidades.

De salientar que Portugal, entre um universo de 42 países, é tido como o país em que o impulso reformador das políticas governamentais mais influenciou a redução do período médio para a criação de um novo negócio. Neste contexto, a criação de um único ponto de acesso para a criação de empresas contribuiu para que o período de arranque fosse encurtado consideravelmente.

Mais estímulo para a capacidade empreendedora

O estudo refere que, em geral, os resultados obtidos na análise das condições estruturais portuguesas



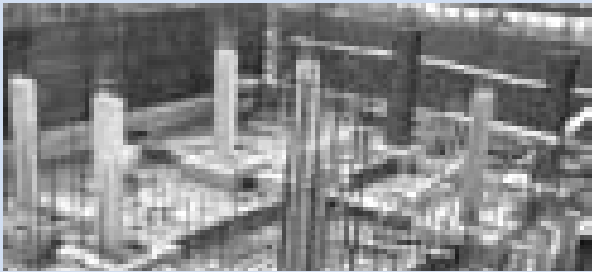
revelaram poucas diferenças relativamente à média dos países analisados, pelo que foi reduzido o elevado diferencial que se verificava há três anos. Pode-se concluir que as melhorias registadas deram um importante estímulo à actividade empreendedora no nosso país.

Basicamente, os especialistas apenas encontram atrasos significativos, relativamente à média dos restantes países, em duas das dez condições estruturais avaliadas, designadamente infra-estrutura comercial e

profissional e normas sociais e culturais.

Entre os países da UE, todavia, Portugal é uma das nações em que a capacidade empreendedora da população é das mais reduzidas. Exceptuando a Áustria, todos os outros países apresentam níveis mais elevados em termos de capacidade empreendedora. A melhoria mais visível registou-se no número de pessoas aptas a gerir um pequeno negócio, o que pode ser um reflexo das melhorias na educação e formação.

CONSTRUÇÃO PRETENDE ALTERAÇÃO DO REGIME DE REVISÃO DE PREÇOS



A Federação Portuguesa da Indústria da Construção e Obras Públicas (Fepicop) pretende que seja alterada a legislação que regula a revisão de preços das empreitadas de obras públicas e particulares e de aquisição de bens e serviços. Seria uma forma de fazer face às variações bruscas dos preços das matérias-primas e do petróleo.

“A necessidade de modificar alguns aspectos da lei decorre do facto do regime de revisão de preços aplicado à indústria da construção não prever período de turbulência de preços dos materiais nos mercados, mas apenas crescimentos regulares e contínuos. Quando a neutralidade de preços é quebrada abruptamente, o diploma em vigor revela-se incapaz de prosseguir os seus objectivos e de permitir aos empreiteiros ajustarem o valor das suas obras. O método utilizado leva apenas em conta pequenos desvios nos preços”, explica a federação. A proposta é no sentido da inclusão no caderno de encargos de dispositivos que possibilitem ao empreiteiro seleccionar, previamente, os materiais sujeitos a grandes variações de preços e aplicar-

lhes o método da garantia de custos, corrigindo-se as fórmulas aplicáveis para se evitarem duplicações. Aconselha também a apresentação, por parte do empreiteiro e de acordo com a regra fixada para o plano de pagamentos, do plano previsional mensal das quantidades e dos preços contratualmente garantidos dos materiais a rever pelo método da garantia de custos. E é proposta a redução para um por cento dos limites, superior e inferior, da variação dos custos dos materiais dentro do intervalo onde não há lugar à revisão.

Para dar conta destas propostas, num momento em que o sector da construção se defronta com sérias dificuldades a todos os níveis, a federação enviou uma carta ao ministro das Obras Públicas, transportes e Comunicações. Lembra ao poder político que produtos como o aço, os betumes e os cabos e condutores de cobre estão pressionados por uma forte componente especulativa. Considera a Fepicop que o DL nº 6/2004, de 5 de Janeiro, deve passar por alterações legislativas, tendo em conta a necessária adaptação à actual realidade do sector da construção.

As duas empresas firmaram já um acordo de intenções

GCT interessada na aquisição do grupo Alicoop

Estamos em tempos de concentrações, pelo menos, no sector da distribuição. É que tudo indica que a GCT, antiga Grula, vai adquirir o grupo Alicoop, também ele ligado à distribuição alimentar e detentor de empresas como a Alisuper.

Apesar do negócio não ser ainda uma realidade, uma coisa é certa: há ‘fumo no ar’, há negociações em curso que poderão, até ao final do ano, ditar a concentração entre os dois grupos, de um lado, a GCT, do outro, a Alicoop.

Disto nos deram conta as fontes da empresa compradora ao afirmarem que foi “assinado, no passado dia cinco de Agosto, um acordo de intenções com vista ao estabelecimento de uma parceria estratégica de consolidação e integração empresarial do grupo Alicoop no grupo GCT”. E como é que tudo isto se vai processar? Aqui, as mesmas pessoas acrescentam que o “modelo de operação e as respectivas opções finais estão agora a ser estudadas

pelo grupo GCT”. E as fontes do grupo GCT lembram ainda algo que escapa ao seu controlo: o aval que o Estado tem de dar a este negócio para que o mesmo se concretize. “O processo ainda terá que passar pela apreciação da Autoridade da Concorrência”, sublinham.

No mesmo sentido vão as palavras de José António Silva, o responsável do grupo Alicoop ao destacar, quando confrontado pela VE com este negócio, que aquilo que existe é “um acordo de intenções, uma parceria entre as duas empresas”. Será prematuro, disse ainda, “falar em vendas”. O processo, como acrescentou, está em fase de estudo. “Há um namoro entre as duas empresas”, referiu ainda José António Silva. Este empresário fala de um negócio que “nunca será concretizado antes do final do ano”. E o que leva uns e outros, de um lado a GCT, do outro, a Alicoop, a optar por esta solução?

Ora, enquanto os primeiros falam da GCT como “um gru-

po consolidador, na área da distribuição alimentar, que se encontra continuamente a analisar oportunidades e a sugerir integrações”, já José António Silva da Alicoop remete-nos para o facto “de todos os dias assistirmos à centralização, à promoção de parcerias”. Os orgulhosamente sós, destacou ainda à VE, “arriscam-se a ficar fora do mercado”. Sobre outros pormenores relativos a este negócio como a incorporação ou não das marcas Alicoop e Alisuper na GCT, a situação dos trabalhadores, José António Silva optou pelo silêncio, não avançando com mais informações.

Falando, agora, um pouco mais das empresas, do que as sustenta, lembramos ao leitor que o grupo GCT, como afirmam as suas fontes, é “uma holding de negócios que incorpora um conjunto de empresas que actuam nos sectores da logística e distribuição alimentar, nomeadamente nas áreas de retalho alimentar de proximidade/comunidade, ‘food

service’, cash & carry e vendas directas”. O que, em termos de números, significa que estamos perante uma empresa, na área de retalho alimentar de proximidade/comunidade, com uma rede – esta inclui lojas próprias e franqueadas – de 125 supermercados “Ponto Fresco”, tendo ainda uma outra com mais de 600 lojas, agora, da marca “Frescos & Ca”. Do lado grossista, o património da GCT inclui uma rede de 21 unidades com a chancela “Elos Cash & Carry”. O volume de negócios, esse, chegou, em 2007, aos 364,6 milhões de euros enquanto que o EBITDA se ficou pelos 18,6 milhões de euros.

Em relação à Alicoop, José António Silva fala de um grupo – este com implantação no Algarve – com uma facturação de 80 mil euros, 700 funcionários e uma rede de lojas que abarca 148 unidades: 98 próprias, 50 em regime de franchising.

SANDRA RIBEIRO
sandraribeiro@vidaeconomica.pt

Sector financeiro angolano em forte crescimento

Um sector financeiro em forte expansão. É isto que se pode dizer da banca angolana quando um estudo da Deloitte sobre o assunto – “Banca em Análise – Angola 2008” – vem dizer que este vai “continuar a dar provas de forte dinamismo, reforçando, assim o seu peso na economia”. Apesar de se ter verificado, como podemos ler em comunicado de imprensa, um “crescimento menos acentuado do que, em 2006, assistiu-se a um desempenho notável deste sector que se poderá manter nos próximos anos dado o crescimento do PIB projectado para 2008, 16%, e 2009, 13%”. Mas não só. Segundo a Deloitte, as oportunidades ligadas ao desenvolvimento de um mercado de capitais vão ter também uma palavra a dizer em toda esta expansão.

Resta dizer que este estudo foi realizado com base em informações disponibilizadas por 16 dos 17 bancos a operar em Angola, pela Banco Nacional de Angola, ministério das Finanças e ainda FMI e OPEP.

Este “crescimento deverá ser suportado pelo aumento das capacidades internas dos bancos”.

AEP, AIP e CIP, preocupadas com a crise energética, mostram-se ainda a favor da introdução do nuclear

Associação empresariais defendem harmonização do ISP a nível ibérico

A crise energética que o país vive e que afecta as empresas levou as três principais associações do país – AEP, AIP e CIP na voz dos respectivos presidentes – a falarem em uníssono e a defenderem uma série de medidas que permitam ultrapassar este problema. Uma delas consiste na harmonização do Imposto sobre os Produtos Petrolíferos (ISP) a nível ibérico.

É disto que nos dão contam no comunicado enviado à imprensa quando afirmam que “no sector dos combustíveis é também importante atenuar os factores que distorcem e penalizam a competitividade das empresas nacionais, principalmente nos caso em que um diferente enquadramento fiscal relativamente a Espanha coloca

sectores específicos numa situação particularmente grave”. E acrescentam: “No curto prazo e, sem prejuízo, de se caminhar no sentido da harmonização do ISP, tais casos deverão ser devidamente analisados e acautelados”. Mas a AEP, AIP e CIP não ficam por aqui no que diz respeito a este imposto. Para estas associações seria ainda interessante ponderar, como dizem, o

“aumento da isenção de ISP, no limite, até 100%, num período de tempo que pode ir até os três anos, para os novos projectos de biodiesel e bioetanol considerados relevantes”. Em relação aos biocombustíveis, estas entidades defendem ainda outras medidas, como por exemplo, a redução das taxas aduaneiras à importação da bioetanol ou a promoção do desenvolvimento de novas formas concorrenciais deste tipo de combustíveis.

Uma posição que se estende ao nuclear. A AIP, AEP e CIP afirmam, sem margem para dúvidas, que é preciso “avaliar a oportunidade de produção de energia nuclear em Portugal”. Estas consideram que, apesar do esforço político e empresarial que

tem sido feito no sentido de potenciar os recursos renováveis, estes não poderão satisfazer todas as necessidades do país e há, por isso, que equacionar esta energia. E explicam os motivos: “A energia nuclear, para além de já ser economicamente viável e de não emitir CO2, contribuiria para alterar a dependência energética do exterior com um melhor controlo da balança comercial, dan-

do também resposta ao aumento da procura de electricidade”.

É estas três associações falam, inclusive, de uma “coordenação entre Portugal e Espanha na produção de energia nuclear, designadamente, através do estímulo de consórcios luso-espanhóis para empreendimentos comuns”.

É preciso rever a definição das tarifas reguladas da electricidade e do gás

Um documento extenso que define um conjunto diversificado de medidas. É que, para além do que já dissemos, as três associações empresariais alertam ainda para o facto de muitas empresas lusas comprarem electricidade e gás a um preço mais elevado do que os espanhóis o fazem. Algo que afecta, como seria de esperar, a sua estrutura de custos e competitividade. A solução? Aqui, AEP, CIP e AIP falam na necessidade de rever “o processo de definição das tarifas reguladas da electricidade e do gás por forma a que exista uma maior equilíbrio entre a competitividade das empresas e os restantes objectivos relevantes nesta matéria”.

Na conclusão desta peça, o leitor fica ainda a saber que estas associações gostariam que existisse uma maior concorrência



nos sectores dos combustíveis e da electricidade. E porque as empresas também podem dar algo de si, CIP, AIP e AEP falam, por último, na “promoção da eficiência energética junto das empresas industriais e de trans-

portes, bem como do estímulo da poupança de energia, agora, nas empresas de serviços e micro empresas”.

SANDRA RIBEIRO
sandraribeiro@vidaeconomica.pt

AIMMP reclama apoios do Governo

Praga do pinheiro “infecta” sector das madeiras e leva ao aumento das importações e dos preços

Os efeitos da praga do pinheiro – esta doença dá pelo nome de nemátodo da madeira do pinheiro – já se fazem sentir junto das empresas do sector: aumento das importações e do preço final dos produtos.

É isto que a Associação das Indústrias de Madeira e Mobiliário de Portugal (AIMMP) revela, em comunicado, à imprensa ao afirmar que a “importação de outras espécies de madeira tratada, aumento do preço final dos produtos e perda de competitividade são algumas das consequências sentidas pela indústria do mobiliário português, resultantes das praga do nemátodo que ataca o pinheiro bravo”. Isto acontece, explica a AIMMP, num momento em que “muitos dos clientes já estão a fugir do pinho bravo, preferindo outras espécies de madeira como o pinho radiata de Bilbau e o pinho nórdico da Finlândia”. Um factor que obriga “os empresários portugueses a importar estas espécies de madeira tratada, o que culmina no encarecimento do produto final”, destacam ainda.

Um cenário que deixa, naturalmente, preocupados os empresários do sector das madeiras e mobiliário, os quais se queixam ainda da falta de informação. “Na sua maioria, as empresas queixam-se da escassez de informação, tendo de recorrer ao apoio da AIMMP para obter esclarecimentos”, sublinha esta associação.



Uma calamidade nacional

Para a AIMMP, não há margem para dúvidas: estamos perante uma “autêntica calamidade nacional” e há, por isso, que tomar medidas. Os custos de tratamento da praga, destacam, “devem ser financiados pelo Governo”, com vista, claro está, à manutenção da competitividade da indústria portuguesa.

E Fernando Rolin, o presidente da AIMMP, continua a reclamar a atenção do Governo, agora, para algo que é mais vasto do que esta praga do pinheiro. As suas palavras são esclarecedoras: “Assim como quem olha para a árvore, não vê a floresta,

e quem olha para esta, não vê a economia, se nos centrarmos apenas no nemátodo, o problema da economia vai persistir”. E este dirigente associativo faz ainda um outro apelo, desta feita, aos empresários do sector, ao referir que esta é “uma oportunidade derradeira de afirmação”. É nossa obrigação, conclui, “encarar o problema e definir estratégias de médio e longo prazo, numa perspectiva económica e empresarial que garantam o abastecimento de madeira e o desenvolvimento sustentado da indústria”.

Como actua a praga

Como é que surgiu esta praga, como é

que ela actua? Aqui, a AIMMP dá conta de “um organismo de quarentena” que se espalha com facilidade, na medida em que é transportado por um insecto vector que contamina as árvores por onde passa. “É um verme microscópico, sendo considerado um dos organismos patogénicos mais perigosos para as coníferas a nível mundial”, acrescentam. Este provoca a murchidão dos pinheiros, originando, como já se sabe, a morte das árvores afectadas.

A doença é oriunda do Canadá, onde, contudo, não causa problemas quer ao sector florestal quer à economia do país. A razão? O facto de existir um plano integrado, através do qual se abatem as árvores afectadas e se trata a madeira, valorizando e replantando, de seguida, as áreas alvo da doença.

Em Portugal, o primeiro foco do nemátodo verificou-se, na península de Setúbal, em 1999, tendo sido na altura implementadas uma série de medidas de controlo e erradicação do agente. Algo ficou, no entanto, por fazer: o controlo dos camiões para fora da zona afectada, alguns, claro está, com madeira doente. O resultado não se fez esperar: o surgimento de novos focos da praga na zona Centro e, por consequência, a classificação de todo o país como área afectada pelo nemátodo.

SANDRA RIBEIRO
sandraribeiro@vidaeconomica.pt

Viassa Monteiro, professor da AESE, explica segredo do sucesso

Economia indiana cresce a uma taxa média superior a 7%

“O papel crescente da economia indiana no contexto global e as ligações históricas de Portugal à Índia são motivo suficiente para que olhemos este país com particular atenção”, afirma à “Vida Económica” Viassa Monteiro, professor da escola de negócios AESE. “Na verdade, o progresso económico da Índia – a maior democracia do mundo – é um dos fenómenos mais marcantes do nosso tempo. Retirou milhões de pessoas da pobreza e revelou ao mundo os benefícios que podem advir do desenvolvimento económico”, acrescenta o mesmo responsável.

A Índia é, actualmente, a quarta economia do mundo em termos de Produto Interno Bruto medido em paridades de poder de compra (PIBppc) sendo que, nos últimos 10 anos, a economia indiana cresceu a uma taxa média superior a 7%, afirmando-se como um dos países que mais contribuem, em cada ano, para o crescimento da economia mundial. Assim sendo, quer como motor do crescimento económico mundial quer como mercado potencial, a economia indiana justifica uma atenção cada vez maior na Europa e em Portugal.

A exposição da economia indiana ao exterior aumentou de forma notória nos últimos anos. O peso das exportações em percentagem do PIB aumentou de 7% em 1994 para 19% em 2004, e o peso das importações subiu de 9% em 1994 para 23% em 2004. De igual forma, os valores do investimento directo estrangeiro na Índia passaram de cerca de 240 milhões de dólares em 1990 para cerca de 5.300 milhões de dólares em 2004. Testemunha deste sucesso, e uma das áreas de afirmação da Índia no panorama mundial, é, segundo Viassa Monteiro, a indústria tecnológica. “Trata-se de um dos países mais bem situados no ranking mundial das principais empresas tecnológicas, beneficiando da qualidade das suas universidades e da formação dada neste domínio”, afirma.

Disciplina e exigência dominam no sistema de ensino

Por outro lado, e paralelamente aos sucessos na área tecnológica, a aposta da Índia na formação dos recursos humanos é também um “exemplo inspirado”. “Logo após a independência, o Governo impulsionou o ensino, criando sete Indian Institute of Technology (IIT) e seis Indian

Institute of Management (IIM), para além do Indian Institute of Science que fora fundado pela família Tata, e de muitas de Medical Schools.” “Além disso, o modelo económico adoptado de 1947 até 1991 era socialista de tipo soviético, sem criação de empregos, com baixo crescimento da riqueza, minando toda a iniciativa e dominado pela burocracia do Estado, que provocava corrupção. As pessoas capazes e inteligentes, que não queriam vegetar, emigraram e tiveram cada vez melhor acolhimento nos EUA, onde, ainda hoje parte importante das ‘start-ups’ são de empresários-engenheiros indianos.”

“Com uma população superior a 1,1 mil milhões de pessoas, e onde a avidez de aprender e saber são características inatas, muitos são os que, desde sempre, desejaram completar a sua formação com um curso universitário. Assim, e dada a qualidade do professorado, das instalações e laboratórios dos IIT, existem muitos pedidos, entrando apenas os melhores e os mais preparados”, diz Viassa Monteiro.

Esta apertada selecção tem, segundo o mesmo responsável, “inconvenientes graves: muitos não aguentam a pressão familiar e social. Porém, tem vantagens: os restantes preparam-se arduamente, durante o ano inteiro, e quando procuram uma faculdade de engenharia alternativa, já estão com um nível de conhecimentos e uma preparação muito cuidada, que permite aproveitar bem o curso”.

“Na verdade, o ensino indiano em geral tem alguma qualidade e, sobretudo, exigência. As pessoas criam hábitos de trabalho, são exigentes e disciplinadas, trabalham horas a fio. Os estudantes sabem também que o único passaporte para melhorar a sua situação económica e da sua família é por via da aplicação nos es-

tudos. Disciplina e exigência são, portanto, os factores chave do grande sucesso da Índia. Posteriormente, e na vida profissional, os indianos reproduzem estes hábitos”, conclui.

Organização na base da ideia de superioridade tecnológica

O grande salto tecnológico da Índia ocorreu em 1991, ano que representou como que a queda do Muro de Berlim para a economia indiana. No entanto, “e como um alto responsável do organismo associativo indiano de software reconhece, apenas cerca de 25% dos 400 mil engenheiros formados anualmente na Índia são capazes de um bom desempenho em qualquer parte do mundo.



“Não subsistem dúvidas sobre a relevância crescente da Índia no contexto mundial”, afirma Viassa Monteiro.

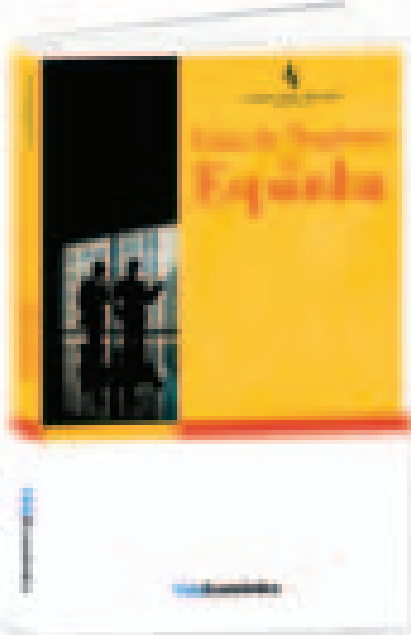
De facto, mesmo que outros 25% sejam normais, não tendo capacidades especiais, os restantes 50% ficam aquém”.

“Porém, com cerca de cem mil profissionais de categoria superior, e sendo eles quem aparece quando se tem de resolver algum problema especial, fora e dentro da Índia, acabam por ser estes os mais visíveis, deixando a ideia de que todos são especialistas”, explica Viassa Monteiro, que conclui: “Todos são, em geral, muito organizados e com disciplina de trabalho, daí esta ideia de superioridade face aos europeus e aos norte-americanos. Mas sobretudo, o nível de remuneração dos engenheiros indianos é substancialmente mais baixo”.

FERNANDA SILVA TEIXEIRA

PUB

NOVIDADE



GUIA DE NEGÓCIOS EM ESPANHA

**Uma perspectiva prática
Um mercado promissor**

Estrutura da Obra:

- Introdução
- Apresentação do país
- Economia
- Como se estabelecer em Espanha
- Sistema fiscal
- Sistema financeiro
- Aspectos laborais
- Sector imobiliário
- Incentivos
- Contactos úteis

Autor: António Vilar & Associados - Advogados
Págs.: 232 (15,5 x 23 cm)
P.V.P.: € 20

Há grandes investimentos em curso, ou em perspectiva, tanto em Portugal como em Espanha, em áreas do maior relevo para os empresários portugueses, em associação ou parceria com espanhóis ou, mesmo, isoladamente. Aqui relevam as áreas das infra-estruturas, dos transportes e da energia, mas inúmeras outras não serão de desprezar.

O propósito deste Guia é, então, contribuir para que os empresários portugueses ganhem, através da informação disponibilizada, capacidade para analisar, no plano jurídico, o mercado espanhol, assim se posicionando melhor para nele competir e vencer.

Porque o mercado espanhol não é uma ameaça, mas um desafio, sendo, ainda, uma plataforma de negócios atlântica da maior relevância.

Pedidos para:

Vida Económica - R. Gonçalo Cristóvão, 111, 6º esq. • 4049-037 PORTO
Tel. 223 399 400 • Fax 222 058 098 • E-mail encomendas: encomendas@vidaeconomica.pt

✂

Nome _____

Morada _____ C. Postal _____

Nº Contribuinte _____ E-mail _____

☐ Solicito o envio de _____ exemplar(es) da obra "GUIA DE NEGÓCIOS EM ESPANHA".

☐ Para o efeito envio cheque/vale nº _____, s/ o _____, no valor de € _____

☐ Deitem € _____, no meu cartão   com o nº _____

Cód. Seg. _____ emitido em nome de _____

e válido até ____ / ____.

☐ Solicito o envio à cobrança. (Acresem € 4 para despesas de envio e cobrança).

ASSINATURA _____



“Há cada vez menos razoabilidade na decisão sobre as reclamações apresentadas pelos contribuintes” – refere Pinheiro Pinto.

Vida Económica – Há uma degradação no relacionamento entre a administração fiscal e os contribuintes?

José Pinheiro Pinto – Nos últimos tempos, a relação entre a Administração Fiscal e os contribuintes piorou muito, devido às práticas discutíveis seguidas pelos funcionários da DGCI e à cobertura que lhes tem sido dada pelos seus superiores.

VE – Tem havido razoabilidade na apreciação das reclamações apresentadas pelos contribuintes?

JPP – Infelizmente tem havido cada vez menos razoabilidade. Um funcionário da administração fiscal que indefere um pedido legítimo de um contribuinte nunca é responsabilizado mas se lhe der razão fica logo sob suspeita. Existe um clima de medo na Administração Fiscal.

VE – Há casos em que os funcionários da Administração Fiscal não cumprem as leis em vigor?

JPP – Por vezes, a legalidade não é respeitada. São feitas liquidações sem a fundamentação adequada, não é dado o direito de audição aos contribuintes, não há resposta ao direito de audição e algumas liquidações manifestamente não têm fundamento nenhum.

“O RESULTADO FISCAL É SUPERIOR AO RESULTADO EFECTIVO”

VE – A taxa efectiva de imposto é superior à taxa nominal?

JPP – Claro. Tirando o caso dos bancos e outras entidades que têm um regime especial, o lucro fiscal tende a ser superior ao lucro contabilístico. Mas o grande perigo que estamos a correr é que progressivamente se está a pretender tributar o rendimento ideal, ou seja, tributam todos os meus proveitos e os custos indispensáveis para os obter. O que se está a querer fazer é tributar por aquilo que a empresa podia ter ganho.

VE – Os custos que não são fiscalmente aceites estão a aumentar?

JPP – Sim, o que significa que o resultado para efeitos fiscais é maior que o resultado real. Por força do modo como a contabilidade calcula o resultado, o resultado tende a ser superior ao resultado real. Porque o resultado corresponde a uma diferença entre proveitos e custos. Os proveitos são sempre medidos a preços do dia. Mas o custo da mercadoria vendida é sempre anterior Por seu turno, o resultado fiscal é superior ao contabilístico porque há os tais custos que por serem tidos como não indispensáveis não são aceites. Portanto o resultado fiscal tende a ser muito superior ao real.

VE – Algumas reclamações são indeferidas de forma injustificada?

JPP – Hoje, as reclamações são quase todas perdidas mesmo quando a razão assiste completamente ao contribuinte. Tenho um caso concreto recente de uma reclamação que ao fim de quase 10 anos de espera teve uma resposta de indeferimento com a única justificação a “falta de apoio legal”. Acresce que o contribuinte exerceu o direito de audição e na resposta recebe uma notificação dando-lhe conta do indeferimento com os fundamentos expostos na notificação em que lhe foi concedida a audição, por conseguinte o contribuinte nem sequer chegou a saber se teve o direito de audição. Nestes casos, o prazo para impugnar junto dos tribunais é de 15 dias. Acontecem muitas notificações de indeferimento que são feitas em Julho, o que significa que para ser contestada a decisão nos tribunais o prazo termina duas semanas depois, em pleno Agosto. Ao contrário das situações normais de tribunal,

José Pinheiro Pinto, professor da Faculdade de Economia do Porto, afirma

IRC tributa as empresas muito acima da taxa nominal

O Pagamento Especial por Conta tributa as empresas pelos lucros que, efectivamente, não têm - afirma José Pinheiro Pinto, professor da Faculdade de Economia do Porto. Teoricamente, as empresas podem obter a devolução do PEC se não tiverem lucros, mas o custo da fiscalização que lhes é cobrado pela Administração Fiscal é, na maior parte dos casos muito superior ao valor do imposto. Para este especialista em fiscalidade, há uma degradação no relacionamento entre a Administração Fiscal e as empresas.

“O funcionário da administração fiscal está sempre muito mais protegido se não atender a reclamação do contribuinte”, garante. Segundo refere, “o funcionário quando dá razão ao contribuinte sobre qualquer aspecto fica sob suspeita. Se com um atropelo de todas as leis não lhe der a razão que ele tem nunca lhe vai acontecer nada”.

não há férias judiciais. Portanto, há apenas 15 dias para fazer uma impugnação, que tem de ser elaborada por um advogado. E os advogados, normalmente, estão de férias os primeiros quinze dias de Agosto. Face ao modo como o fisco se tem comportado, tenho dúvidas que esta prática não seja intencional.

VE – Isso aumenta desnecessariamente os litígios em tribunal?

JPP – São litígios artificiais, porque não há razão nenhuma para o litígio. O contribuinte tem razão mas não se lhe pode dar. Provavelmente porque há objectivos a cumprir, há instruções e há receios. O funcionário está sempre muito mais protegido se não atender a reclamação do contribuinte. Posso-lhe dar outro exemplo. Uma reclamação que fiz de uma Sisa indevidamente liquidada, sem fundamento expresso e sem direito de audição. O cliente expôs-me o problema, era manifestamente ilegal e eu pedi-lhe para marcar uma reunião com o chefe da repartição. “Vamos falar com ele e expomos-lhe a situação” - disse-lhe eu.

E assim foi. Cheguei junto do chefe da repartição e expli-

VE – O Pagamento Especial por Conta vai no mesmo sentido impondo sempre uma tributação mesmo que não haja lucro?

JPP – Praticamente é. Tive recentemente de me pronunciar sobre uma situação e tive alguma dificuldade. Uma empresa que não tendo conseguido deduzir o PEC de 2003 até agora me pôs a questão de pedir o reembolso. A lei prevê esta possibilidade. Todavia o contribuinte tem de estar acima dos rácios do sector e tem de se sujeitar a uma fiscalização e tem de pagar. A maioria das empresas não pede uma fiscalização. Este caso que tenho está em causa um PEC de mais de 20 mil euros. O custo da fiscalização, pelas nossas contas, é de seis mil euros. Neste caso, vale a pena pedir o reembolso.

VE – Então se for uma pequena empresa o custo da fiscalização é superior ao custo do PEC?

JPP – Na esmagadora maioria é o que acontece. O próprio custo da fiscalização é superior ao PEC. O PEC não é mais do que uma das formas de colecta mínima, juntamente com o mínimo do regime simplificado.

quei-lhe que havia um despacho da DGCI que contrariava de forma evidente o fundamento da liquidação. “Já disse ao contribuinte que não adianta nada porque eu não vou fazer nada. Vai fazer a reclamação e eu vou mandar para o Porto, para a Direcção Distrital, com parecer favorável!” - respondeu. Isto é revoltante! Eu já não fui capaz de dizer mais nada. Porque revela a incapacidade do chefe da repartição. Este tem de ser uma pessoa capaz. Agora, dizer-me que vai dar um parecer favorável ao contribuinte quando foi o serviço que dirige que fez a liquidação... Um ano depois o contribuinte recebe uma notificação para exercer o direito de audição quanto ao indeferimento da audição, ou seja, o chefe não a mandou porque foi transferido e o processo seguiu sem ele. O que acontece é que quem indeferiu a reclamação foi exactamente o adjunto que foi quem tinha feito a liquidação. Dão-me o direito de audição e fui duro na resposta e ele optou por mandá-la para o Porto. Lá apareceu um funcionário competente que deferiu a reclama-

ção por falta de fundamentação, e nem se pronunciou sobre o resto.

VE – No passado quando foi técnico da DGCI aconteciam situações semelhantes?

JPP – Quando estive nas Finanças, o último exame à escrita que fiz foi na sequência de uma denúncia anónima. Nesse relatório que fiz, a primeira parte foi argumentar a atitude de atender a uma denúncia anónima. Ninguém me fez nada porque eu limitei-me a reproduzir a lei. Esta dizia que antes de se dar sequência a uma denúncia se deve lavrar um auto de identificação de denúncia. Não se cumpriu. Dizia a lei que sempre que se concluisse que não havia fundamento para a denúncia e que houve má fé tinha de se comunicar o acto do denunciante ao denunciado. Pergunto, se eu não tivesse descoberto nada, como é que se ia cumprir a lei? Actualmente, os funcionários da DGCI têm medo de seguir a lei quando o resultado é favorável ao contribuinte. Pelo contrário, se com o atropelo de todas as leis não lhe derem razão sentem que nunca lhes vai acontecer nada.

VE – Uma das fontes de conflito entre as empresas e a administração fiscal é o problema dos custos serem considerados indispensáveis ou não à actividade. Acha que o problema está no quadro legal, ou seja, a redacção da lei é infeliz ou é mais um problema de atitude e formação dos funcionários da fiscalização tributária?

JPP – Há aqui um problema de interpretação da lei. A ideia que tenho é que esta exigência da indispensabilidade foi criada para funcionar pela negativa, ou seja, no sentido de não aceitar custos que não sejam indispensáveis. Está-se a transformar numa preocupação contrária ao só se aceitar custos que sejam indispensáveis. Com uma interpretação da indispensabilidade que não está correcta no meu ponto de vista, este conceito tem de ser visto num quadro de solidariedade, isto é, das pessoas, não se esquecendo dos grandes objectivos do sistema. Tributar em IRC uma empresa significa o Estado se apropria de parte do lucro que a empresa consegue obter. Não podemos aceitar uma interpretação do conceito de indispensabilidade, no sentido que está a ser utilizado pelo fisco, de apenas serem dispensáveis aqueles custos que tenham um nexo de causalidade bem definido e claro com proveitos obtidos. Não é essa a ideia. A ideia é a funcionar pela negativa quando há custos que são particulares, por exemplo, e não para criar a tal ligação estreita entre custos e proveitos. Actualmente há uma tendência para só aceitar como custos fiscais as despesas que tenham dado origem a proveitos.

VE – Há custos efectivos que são indevidamente desconsiderados a nível fiscal?

JPP – Sim. Por exemplo, eu faço um e-mail a anunciar um curso que estou a organizar, e imaginemos que ninguém me responde. Ou faço um anúncio na Vida Económica a propor vender um livro e não vendo livro nenhum. Será que este custo foi indispensável? Foi na minha óptica ainda que raciocinando mal, e ainda que qualquer pessoa normal percebesse logo que o meu livro era de tal maneira fraco que ninguém iria comprá-lo por mais atractivo que fosse o anúncio. Mas eu fi-lo nessa expectativa e o Estado tem de ser solidário comigo. Vou almoçar fora e meto a despesa na empresa. O Estado vai-me pagar 27,5% ao aceitar-me isso como custo. Eu pago uma multa e dizem que as multas não são aceites como custos porque não são indispensáveis. Se fossem aceites o Estado estava a pagar 27,5% da multa. Este raciocínio está errado porque as pessoas estão-se a esquecer que o Estado não vai pagar parte da multa. O Estado vai-me é buscar 27,5% do meu lucro e se eu paguei uma multa o meu lucro foi mais pequeno.

Associação Luso-Chinesa promove intercâmbio empresarial



Y Ping Chow, administrador da Liga dos Chineses.

Respeitando a simbologia chinesa associada ao número 8, conotado com a prosperidade, a celebração iniciou-se precisamente às 08:08 horas da noite (hora de Lisboa), no passado dia 08, no Casino da Póvoa de Varzim. Acompanhada pelas imagens, a serem transmitidas em diferido, da cerimónia de abertura dos Jogos Olímpicos, em Pequim, os mais de 150 convidados presentes comemoraram, em

paralelo, a inauguração deste evento mundial e o nascimento de uma nova plataforma de ligação entre os dois países: a Associação Luso-Chinesa para o Desenvolvimento e Co-ope-ração.

Entre os convidados presentes, esteve Y Ping Chow, administrador da Liga dos Chineses. Questionado sobre o associativismo da comunidade chinesa radicada em Portugal, este empresário, com ligações ao nosso país há mais de três gerações, referiu que “a Liga dos Chineses é uma associação que pretende ser uma mini-federação, pois engloba várias associações com características de actuação diferentes”. Exemplos disso, são a Associação Industrial e Comercial dos Chineses, mais dedicada a matérias económicas e à área comercial, a Associação para a promoção da Paz, com caracterís-

ticas mais políticas e ainda a Associação dos Artistas Chineses, com uma vocação cultural”, sendo que, na sua maioria, estas iniciativas estão sedeadas no Grande Porto, uma vez que os seus responsáveis se encontram no norte do país.

Questionado sobre o sucesso dos mais de dez mil chineses registados no nosso país a resposta é clara, “os chineses sen-

tem-se bem em Portugal, vivem confortavelmente graças ao seu trabalho, à sua inteligência e ao seu esforço”, afirma Y Ping Chow.

Para esta comunidade “a união faz a força”, e é com este objectivo que Y Ping Chow e Xu Jun Bo, presidente da Associação Luso-Chinesa, pretendem juntar empresários chineses e portugueses de modo a dinamizarem possíveis investimentos. “O objectivo é chegar mais longe”, afirmam.

Com os olhos postos no futuro, esta associação Luso-Chinesa pretende fazer investimentos na China com capital português, sobretudo ao nível das infra-estruturas, da produção de energia eólica e a partir de lixo, desenvolvimento de parques industriais, e produção de componentes de aviação.

Esta iniciativa contou ainda com o apoio do Governo Civil do Porto, também presente no evento através de Miguel Lemos. “A nossa instituição assiste com todo o interesse a este tipo de associativismo. Este conjunto de emigrantes tem um peso significativo, que têm contribuído, e muito, para o desenvolvimento do distrito do Porto”, referiu este representante do Governo Civil.

Ainda segundo este representante, através de mútuos investimentos, quer na China quer em Portugal, “todos ficamos a ganhar. As trocas são fundamentais, embora a responsabilidade parta dos empresários e como tal, carece da nossa atenção quem assume o risco”, finalizou Miguel Lemos.

FERNANDA SILVA TEIXEIRA
fernandateixeira@vidaeconomica.pt

Alemanha, França e Itália arrastam economia da Zona Euro para terrenos negativos

Economia da Zona Euro está em queda. Estados Unidos e Japão - as duas maiores potências mundiais - também não apresentam cenários animadores. A descida do preço das matérias-primas e a queda do euro são a esperança para a recuperação.

São semanas de turbulência as que se têm vivido. A economia da Zona Euro caiu 0,2% no segundo trimestre do ano, relativamente ao trimestre anterior, informa o organismo estatístico europeu, Eurostat.

Depois de três meses em que registou um crescimento de 0,7%, a Zona Euro entrou em queda, com as economias da Alemanha (menos 0,5%), França (menos 0,3%) e Itália (menos 0,3%) – os três “pesos pesados” europeus – a serem decisivas para esta realidade.

Foi a primeira vez, nos últimos quatro anos, que a economia alemã sofreu uma quebra. O PIB diminuiu 0,5% em relação ao primeiro trimestre e expandiu-se 1,7% face a igual período do ano passado. Apesar de negativos, os resultados apresentados pela maior economia europeia acabam por se revelar uma agradável surpresa, já que se esperava um abrandamento maior, na ordem de 1%. O Governo alemão mantém as previsões de crescimento: para 2008, a economia deve alcançar 1,7% e no próximo ano poderá crescer 1,2%.

Também a França deu sinais de abrandamento (inesperado): uma quebra de 0,3% no segundo trimestre, relativamente ao primeiro, em que tinha crescido 0,4% e uma expansão de 1,1%, quando comparado com período homólogo do ano transacto.

A economia italiana não escapou ao “vermelho”, com uma variação negativa do PIB de 0,3% e Espanha abrandou e apresenta

o crescimento mais lento desde a recessão de 1993 (0,1% face ao primeiro semestre). O primeiro-ministro Zapatero fez mesmo uma pausa nas férias para uma reunião de emergência de onde saiu um pacote de medidas de estímulo económico: são 24 acções que terão impacto, sobretudo, nos sectores da habitação, transportes, energia, telecomunicações e meio ambiente.

Quando os Estados Unidos espirram o resto do mundo constipa-se

Podem as economias seguir fortes quando os Estados Unidos mostram sinais de fraqueza? Coincidência ou não, após o início da crise financeira em que os grandes sinais de abrandamento se davam nos EUA, a crise está, definitivamente, instalada na Europa.

É verdade que a situação nos EUA não é a desejável - no segundo trimestre do ano, registaram um crescimento de 0,5%, face ao primeiro trimestre - mas a realidade europeia é bem mais preocupante (um mero espirro nos EUA significa uma constipação no resto do mundo?).

E em relação ao resto do mundo, é importante falar, também, do Japão - a segunda maior economia mundial - que registou, para o mesmo período, uma quebra de 0,6 pontos percentuais (já se fala da primeira recessão do país, em seis anos).

A esperança depositada no euro, no petróleo e nos bens fundamentais

Devem ser estes os focos de atenção das economias mundiais por esta altura. Se a queda do euro face ao dólar se mantiver, se o petróleo continuar a cair e se os preços de bens fundamentais, como os cereais, mantiverem a tendência de quebra, as economias, sobretudo na Europa, podem respirar de alívio. Mas são muitos se's e há ainda um longo caminho a percorrer.

O euro, depois de duas semanas a cair face ao dólar, atingiu o valor mais baixo desde o dia 20 de Fevereiro - valia 1,467 dólares (a expectativa de recessão na Europa contribuiu, significativamente, para este resultado). O petróleo ronda, actualmente, os 113 dólares: valor mais baixo desde Maio e longe do máximo atingido em Julho (147 dólares). O abrandamento da economia está, sem dúvida, no topo da explicação para este fenómeno, mas a desvalorização do euro também ajuda (o petróleo sempre seguiu o sentido inverso do dólar). Curioso é notar que nem os combates na Geórgia - país com importante oleoduto no Mar Negro - impedem a queda do petróleo. Os cereais, por seu lado, atingiram preços muito baixos, para os quais também foi decisivo a queda do euro/subida do dólar.

Mais dois ‘ses’: Se estes cenários se mantiverem por um tempo significativo e se consolidarem, a economia vai recuperar. Os especialistas não chegam a consenso: resta esperar o desenrolar da história.

MARIANA PINTO
marianapinto@vidaeconomica.pt

Investimento supera 5 milhões

Portugal Telecom cria 1200 empregos em Santo Tirso

Na passada segunda-feira, o Primeiro-Ministro, José Sócrates, esteve em Santo Tirso onde presenciou as assinaturas de dois protocolos, um entre a PT e aque-



Primeiro-Ministro, José Sócrates.

la autarquia nortenha e outro entre a operadora e o Instituto de Emprego que visam a criação de um novo call center da Portugal Telecom. Ainda no âmbito do acordo assinado, o município irá ceder os terrenos para a construção de raiz do novo centro, com uma área total de 3700 metros quadrados.

Este centro, que deverá entrar em funcionamento dentro de 10 meses, irá contar com 600 posições de atendimento a clientes, o que representa cerca de 1200 postos de trabalho. O valor do investimento global ronda os cinco milhões de euros. Ainda segundo os responsáveis, será dada prioridade a candidatos que tenham o 12º ano, garantindo desta forma a contratação de “emprego qualificado”.

A nova estrutura irá albergar serviços de atendimento ao cliente e apoio técnico destinado aos clientes de Internet de banda larga Sapo ADSL, do Meo (serviço de televisão interactiva da PT), da banda larga móvel da TMN e dos serviços da PT para o segmento empresarial.

A Portugal Telecom explicou que este novo projecto insere-se na estratégia de descentralização da localização do conjunto de centros e reafirmou “o compromisso em investir na proximidade com os nossos clientes”, assegurou Zeinal Bava, Presidente do Conselho Executivo da PT.

O presidente da Câmara de Santo Tirso, Castro Fernandes, salientou que este projecto “vai diminuir a curto prazo em cerca de 25% a taxa de desemprego” local, que abrange actualmente cerca de 5500 pessoas no concelho.

Criados 133 mil novos empregos

O primeiro-ministro aproveitou a ocasião para reafirmar que “foram criados 133 mil empregos líquidos desde Março de 2005” e manifestou-se confiante no cumprimento da meta de criação de 150 mil novos postos de trabalho até final da legislatura.

“Apesar de todas as críticas e pessimismo dos que falavam em metas ambiciosas e impossíveis de realizar, a verdade é que estes números mostram como está ao nosso alcance esse objectivo”, declarou.

Este valor representa “emprego líquido”, salientou. “Descontados os empregos que se perderam, o saldo é positivo em 133 mil novos empregos”, assegurou.

De acordo com o primeiro-ministro, estes números resultaram da “actividade económica privada” e não do recrutamento de funcionários públicos. “Pela primeira vez desde há muitas décadas, o emprego público declinou”, disse, afirmando que, “hoje, o Estado tem menos 40 mil funcionários públicos do que em 2005”, com o consequente impacto positivo na despesa pública.

Para além dos dados favoráveis relativamente à evolução da inflação e ao crescimento económico, José Sócrates destacou como “mais importante” a baixa do desemprego.

FERNANDA SILVA TEIXEIRA
fernandateixeira@vidaeconomica.pt

Portuguesinho faroleiro

M. J. CARVALHO
Economista
lx1942@gmail.com



Dedico este artigo a um homem que não conheço - Vicente de Moura - e que não hesitou em dar um enorme exemplo de integridade e verticalidade pessoais, não pactuando com a farolice portuguesa. Bem haja, por isso!

Diziam que seria a melhor prestação de sempre. Prometiam vir de lá com, no mínimo, 4 - quatro - 4 medalhas. Um bacano defendia-se com o bloqueio pessoal ao entrar num estádio cheio, estranhando ter acabado a prova fresco, o que deve dar indicações preciosas à respectiva federação para o convocar, a partir de agora, exclusivamente para treinos fechados. A menina do triatlo confessava que era prata a valer ouro – talvez por causa dos fechos da época, ainda não foi recepcionado nenhum comunicado das forças vivas de Gondomar a agradecer a deferência mas a esclarecer o imbróglio.

Quem nos topa bem desde o primeiro momento é o Scolari: monta a tenda, lança autenticamente os foguetes antes da festa, faz o forró todo bem ensaiado e o portuguesinho, faroleiro por natureza, já chega ao resultado final cansado mas de barriga cheia, o que faz dispensar qualquer sentido crítico.

O portuguesinho faroleiro típico é o trolha em cima do andaime, a arrotar piropos de mau gosto à menina gira no

passoio. Nunca lhe passou pela cabeça nem há notícia de alguma vez ter subido na vida com o objectivo de a pedir em casamento. De cima e a falar de alto, nem que seja num andaime periclitante e provisório, essa é a posição e a atitude típicas e dominantes do faroleiro. O faroleiro tem, obrigatoriamente, lábia e desfaçatez - principalmente, para se desculpabilizar de tudo o que, como seria previsível, lhe corra mal e o faz prometer mundos e fundos.

Estamos no topo europeu e mundial da intenção de empreendedorismo de negócios mas também dos países onde é maior a desistência ao fim de poucos meses de farolice. Todas as semanas, as páginas de economia da imprensa enchem-se de entrevistas de publicidade paga encapota-da a desejos, sonhos, projectos, expectativas e estimativas avulsas sem qualquer continuidade assegurada na notícia e, muito menos, no investimento.

Somos, de facto, um país de faroleiros. Salazar – outro que nos conhecia de ginjeira! – optou pela pedagogia à sua própria moda: transformar a farolice no orgulho de ser o pobre que ninguém compreende. E deu-nos o fado e o Benfica – dizem as más-línguas, dois dos grandes alfobres de farolice deste país. E assim parece que vivemos mais ou menos

felizes durante quase cinquenta anos – o sonho reiterado de, um dia, a farolice se transformar em realidade manteve-nos como sonhadores vivos.

O nosso querido Mário Moniz Pereira – contraditório fadista que ainda é, acima de tudo!, um líder – chamou a tudo isto o síndrome Mamede. Mas olhem bem para o Fernando Mamede: apesar da falta do bigodinho à maneira, ele não é mesmo o retrato puro de um português típico?

Eu bem sei que alguns de nós também pegam toiros na arena. Mas a verdade, verdade, é que, tirando a excepção do Nuno Salvação Barreto em filme épico e único, sempre precisámos do público a puxar, das ajudas ao molhe e dos cornos serrados no inimigo – enfim, excelentes cenários para mais uma farolice à portuguesa. Nada, portanto e obviamente, como Pamplona.

No fundo, a tirada para a eternidade daquele grande pensador nortenho - prognósticos só no fim do jogo - é a de um inquestionável e assumido filósofo pessimista que já não acredita no português e se acautela contra a farolice. Sábia experiência e cuidadosa observação perante o que é a estruturalidade do pensamento nacional!

Aquilo que os economistas julgam que inventaram – a gestão de expectativas -,

enchendo milhares de livros, teses, papers, relatórios e entrevistas, é um puro e vergonhoso plágio da virtude de um povo infelizmente ainda não patenteada.

A arte portuguesa da farolice sustenta-se, exactamente, nessa capacidade única e inimitável de fazer da intenção uma verdade assumida, vendendo a ideia a incautos desprevenidos e encontrando, logo de seguido e instantaneamente, as desculpas necessárias e suficientes para justificar o fracasso.

Assim somos e, parece! assim também sempre seremos ... excepto se a Escola (e não os políticos, os juízes ou outros

quaisquer corporativistas nesta terra abandonada por Deus) considerar como a sua verdadeira prioridade o contributo nuclear e imediato para a mudança geracional dos quereres e poderes.

Mas não, não acredito. Os responsáveis por este último fracasso colectivo não serão demitidos nem se demitirão; os meninos e as meninas já aprenderam as manhas para fugirem às responsabilidades e manterem os subsídios que tanto jeito lhes dão e a grande parte do entourage jornalística só verdadeiramente se comove se houver pelo meio um qualquer escândalo e adereços correlativos da nereida de serviço.

Pois é, portuguesinho faroleiro.

Olhem bem para o Fernando Mamede: apesar da falta do bigodinho à maneira, ele é mesmo ou não o retrato puro do português típico?

De Portugal a Pequim

No momento em que escrevo estas linhas, os Portugueses ainda estão a acabar de “lamber as feridas” da primeira semana de desilusões com a prestação dos nossos atletas nos Jogos Olímpicos de Pequim.

Desde esta madrugada, porém, o bom desempenho da Vanessa – desculpem a familiaridade mas assim é que nós tratamos os nossos que ganham -, o promissor arranque do Nelson e os resultados positivos na vela fazem-nos supor que o quadro não acabará por ser tão negro quanto o estávamos já a pintar. E ainda falta a Naide!...

Sendo um extraordinário evento desportivo, as Olimpíadas são, como sempre foram, um veículo de afirmação da capacidade social, económica e até política de cada uma das Nações presentes.

Uma boa prestação dos atletas de cada País é, assim, uma manifestação de força da “raça” (se posso também usar o mote Presidencial) e um estímulo para o reforço do orgulho nacional.

Em épocas de especiais desencantos como aquela que hoje vivemos mais premente se torna a necessidade de encontrar vias alternativas de fortalecimento da alma mater lusitana.

Mas, pode perguntar-se: será efectivamente legítima a avaliação tão crítica que dirigimos ao grosso da representação nacional nos Jogos?

Pessoalmente, confesso que não deixei de contribuir para o engrossar do coro de impropérios e adjectivos menos simpáticos que foram dirigidos a muitos dos

nossos atletas, em especial àqueles em que depositávamos maiores esperanças na obtenção de bons resultados.

Fi-lo, todavia, por via desse maldito hábito de um adepto fervoroso do Desporto que sempre tenta assistir em directo às prestações dos representantes portugueses nestas competições.

Poucas horas depois, o duche matinal e o bom senso recuperado depois da noite mal dormida volta a trazer à liça a questão: seria expectável termos a nível desportivo uma prestação muito superior à que temos nos demais quadrantes da sociedade?

Quantos portugueses temos na elite mundial em cada uma das vertentes artísticas? Quantas são as personalidades políticas de referência no plano inter-



Ricardo Rio

rrio_dmecon@yahoo.com
http://econominho.blogspot.com

“As Olimpíadas são, como sempre foram, um veículo de afirmação da capacidade social, económica e até política de cada uma das Nações presentes”

nacional? Quantas das nossas empresas e gestores estão entre os melhores do seu sector a nível mundial? Em que lugar nos posicionamos nos rankings internacionais de competitividade, produtividade e demais indicadores de desempenho?

Será assim tão mau termos vários atletas entre os vinte, trinta ou quarenta melhores do mundo na sua especialidade? Neste prisma, o terem conseguido a qualificação para os Jogos é ou não a “medalha” a que muitos podem aspirar e que nos deve deixar satisfeitos?

Se uma empresa vê os seus resultados aumentar, se aumenta o seu volume de vendas, a quota de mercado, a qualidade ou notoriedade dos seus produtos pode ser criticada por não estar no topo do sector?

Se um atleta bate as suas marcas pessoais ou até recordes nacionais, ainda que fique em últimos nas suas provas, deve merecer qualquer reparo?

Há, também, as ditas desilusões, aqueles que se posicionavam no topo dos rankings mundiais, que acumulavam resultados de relevo e mesmo títulos internacionais e cujas prestações não corresponderam ao desejado.

Mas seremos assim exigentes no dia-a-dia das nossas vidas? Com os nossos governantes e autarcas? Com os gestores das empresas públicas? Com os empreendedores privados? Com as associações empresariais? Com os sindicatos? Com os trabalhadores em geral? Com cada um de nós?

Quantos não teriam que mergulhar diariamente no banho de humildade do “menos português” dos nossos e apresentar-se perante os seus pares, pedir desculpa pelas suas falhas e assumir, talvez, que é tempo de mudar de vida?

Desde que dêem o melhor de si, que deixem tudo o que têm nas piscinas, pistas, tapetes, campos e demais palcos das provas dos Jogos Olímpicos em que participam, creio que a resposta às questões que coloquei só pode ser negativa. E tal não se deve confundir jamais com a falta de ambição.

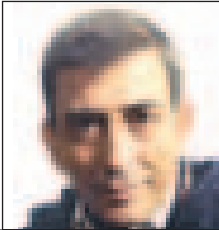
Aquilo de que tenho mesmo certeza é que, daqui por quatro anos, não voltarei a acordar de madrugada para ver provas de judo, atletismo, ciclismo, remo, triatlo, trampolins, esgrima, etc..

Afinal, os Jogos Olímpicos são em Londres...

Mal agradecida

A. MAGALHÃES PINTO
Economista

magpinto@netcabo.pt
http://poliscópio.blogspot.com



Eram duas notícias chocantes. Não apenas cada por uma por si mas, essencialmente, as duas em conjunto. Duas notícias tendo por nexo aquilo que parece ser a única bússola da governação corrente, o dinheiro do Orçamento Geral do Estado. Duas notícias por igual dolorosas, com a dor potenciada quando colocadas lado a lado. Duas notícias que mostram até que ponto vivemos numa Pátria mal agradecida. Só que a Pátria não tem rosto. Pátria é este conceito que nos une a todos, Portugueses, naquilo que de mais essencial temos: uma História comum, uma Língua comum, uma consciência colectiva de que fazemos uma unidade dentro da diversidade de povos do mundo, tradições e costumes comuns. Onde, a Pátria não tem rosto. Cada um de nós é uma célula do rosto da Pátria. Podemos estar em desacordo relativamente a muita coisa. Mas não temos desacordo nenhum quando Portugal é o tema e o motivo.

Mas a Pátria, se não tem rosto, tem, para alguns fins, donos. Donos são aqueles que, a cada momento, detêm o Poder de representar a Pátria. Sobre tudo, têm o Poder de fazer leis, de adoptar comportamentos, de provocar duas notícias, em nome da Pátria. E foram esses que, em nome da Pátria, ditaram

o conteúdo das duas notícias que me chocaram. Foram esses que, provavelmente, nem por um segundo estavam a dar à Pátria a legenda de mal agradecida.

Uma das notícias falava de uma censura do Tribunal de Contas aos governantes que temos neste momento, por não exigirem a uma grande empresa privada, aliás altamente lucrativa, investimentos num valor estimado em cerca de 26 milhões de euros. Isto para além de já lhe terem pago centenas de milhões de euros adicionais sobre os

orçamentos por mau cuidado na governação. A uma grande empresa que é agora gerida, em primeiro nível, por uma ex-estrela socialista, de seu nome Jorge Coelho. A outra notícia falava de que o Governo tinha redefinido os magríssimos complementos de pensão – o seu valor anual não chega para comprar dez litros de gasolina - que o Estado paga aos antigos combatentes da Guerra Colonial, com isso poupando cerca de 13 milhões de euros. Isto é, o governo dava de barato a uma empresa o equivalente a dois anos da “economia” que vai fazer nas pensões dos combatentes. Conhecer isto é penoso. Fazer isto é uma visão de Governo a todos os títulos censurável. Não há distribuição gratuita de “computadores” que apague a hediondez destes actos quando vistos em conjunto. É um insulto gratuito – no quadro das ofertas do Governo a certas empresas, 13 milhões de euros é uma gratuidade! – dirigido aos Portugueses que fizeram a guerra colonial.

Para o esforço desse mais de um milhão de Portugueses passado por África nas guerras coloniais, não importa se o tempo, neste canto da Europa, era de ditadura ou democracia. O que verdadeiramente deve estar em perspectiva é o seu denodado sacrifício. Levado a cabo

do jeito sempre usado pelos Portugueses. Com benevolência, com compreensão. Ainda nessas guerras esteve presente o espírito produtor da miscigenação. Os soldados portugueses demandantes de África na segunda metade do Século XX tiveram, com as populações nativas, de um modo geral, um comportamento nada

condizente com um ambiente de guerra. Houve mortos, feridos, estropiados, é verdade. De parte a parte. Houve, aqui e além, uma atrocidade, é verdade. De parte a parte. Mas, escoados os primeiros

momentos de terror e pânico, quando as atrocidades foram mais visíveis, não foi esse o tom geral da guerra. Esteve sempre presente, pelo menos entre os soldados — hoje ditos de ocupação e, então, de defesa — e as populações civis um clima de fraternidade. Sem prejuízo de uma ou outra excepção - isso mesmo, excepção - apenas os guerrilheiros eram tratados com alguma impiedade, sobretudo durante interrogatórios de guerra. Mas, mesmo assim, sempre procuraram os militares portugueses “recuperar” os prisioneiros. Muitos deles, depois de se terem batido no mato contra os brancos — o racismo, quando existia, tinha dois sentidos — perderam posteriormente a sua vida ou a sua integridade física nas milícias que, ao lado daqueles, combatiam os guerrilheiros da independência.

Aos homens que fizeram a Guerra Colonial foram pedidos sacrifícios incontáveis. Mal preparados, mal equipados, mal alimentados, mal alojados, com uma logística militar apenas sofrível, esses homens disponibilizaram – para utilizar uma frase feita de bélico sabor – sangue, suor e lágrimas sem conta. Sofreram na pele as dores da metralha e no espírito o pavor do medo. Um medo que sempre sobrelevaram. Que dominaram. Para dele partirem para tantos actos de heroísmo, de fraternidade, de solidariedade. De uma solidariedade não esgotada no companheiro de armas e que, muitas vezes, tinha as populações locais por objecto. Fizeram-no sem esperar agradecimentos. Mas também não esperavam o insulto do labéu, a ofensa do esquecimento. Se foi possível, a Portugal, voltar a África e aos territórios libertados, escassa meia dúzia de anos depois do fim da guerra, a esses

homens e ao seu comportamento se fica a dever.

Os rostos actuais da Pátria decidiram, ao reduzir-lhes a pensão simbólica que a Pátria lhes pagava, insultar os militares portugueses da década de sessenta. Não reparando que, com isso, estavam a insultar impiedosamente não apenas os militares expedicionários, mas também as suas famílias, as suas mães, os seus pais, as suas mulheres e, sobretudo, os seus filhos. Com um afitivo impudor, os rostos da Pátria não pestanejaram sequer ao insultar a memória dos cerca de dez mil mortos portugueses provocados pela guerra colonial. Mortos aos quais, quer os “patriotas” queiram ou não queiram, a Pátria deve o sacrifício supremo das suas vidas.

Por isso escrevo estas notas. Para que, enquanto haja pelo menos um combatente da guerra colonial vivo, os insultos não passem calados. Por isso e para que os filhos e netos dos soldados que fizeram a Guerra Colonial saibam que os seus pais e avós – por mais insultados que sejam - foram heróis autênticos, amantes da Pátria, homens bons preocupados com os seus compatriotas, geralmente sem um átomo de racismo a toldar-lhes o espírito. Que fiquem a saber que eles, os seus pais e avós, tal como tantos outros feitos das mais belas páginas da nossa História, fazem jus à seguinte expressão, sem qualquer pudor, nesta circunstância, roubada aos lugares comuns da ditadura: ditosa Pátria que tais filhos tem.

Que pena tenho de que, apesar de ter rasgado o jornal que trazia as duas notícias e de, simbolicamente e com desprezo, o ter lançado no balde do lixo, a memória daquelas duas notícias não abandone o meu pensamento.

“Aos homens que fizeram a Guerra Colonial foram pedidos sacrifícios incontáveis”



AZUIL BARROS

Especialista no Crescimento de Negócios
Partner & Director Geral da Quantum Portugal

www.QuantumCrescimentoNegocios.com

Como se assumir como um líder no seu negócio...

Se é empresário ou gestor, vou ajudá-lo a descobrir quais são as competências que deve ter, no mundo real, para ser um verdadeiro líder. Refiro-me a qualidades de liderança necessárias para ser bem sucedido: as acções, os princípios e as competências que devem reunir para que a liderança funcione para si!

Crie um ambiente favorável onde os

“Coloque-se no lugar dos seus colaboradores e ajude-os, encoraje-os. E, não se esqueça de os premiar. Não é obrigatório que seja com dinheiro. Faça com que cada elemento da sua equipa se sinta com valor”

seus colaboradores gostem de trabalhar. Assegure-se que os empregados podem terminar as suas tarefas e sintam orgulho e satisfação nisso. Faça com que os deveres, as tarefas e os projectos não constituam uma forma opressiva e stressante para quem os executa.

Se os seus empregados não gostarem de si, acredite que dificilmente o considerarão um líder. Aliás, se você não fosse o patrão despediam-no. Deverá fazer com que os seus colaboradores gostem e acreditem em si.

As pessoas necessitam de se sentirem confortáveis no desempenho das tarefas que lhes forem atribuídas. Por isso, assegure-se que cada um dos seus colaboradores está “ajustado” às funções que ocupa na sua organização. Além disso, deverá ser claro e preciso na definição das tarefas ou funções de cada elemento e na definição clara sobre a direcção que deverão tomar.

Assegure-se que todos os empregados conhecem bem as suas responsabilidades e como devem desempenhá-las. E, não se esqueça que eles também percebem e

visualizam como o contributo individual se encaixa no todo de uma organização.

Peça aos seus elementos para fixar e partilhar os objectivos consigo. Depois discuta-os e ajuste-os conjuntamente. Este procedimento fará com que os seus colaboradores acreditem que vão conseguir atingir as metas propostas.

Pague com justiça e instigue a sensação de segurança na sua equipa. Não seja incrédulo, o dinheiro conta!

Coloque-se no lugar dos seus colaboradores e ajude-os, encoraje-os. E não se esqueça de os premiar. Não é obrigatório que seja com dinheiro. Faça com que cada elemento da sua equipa se sinta com valor.

Elogie a sua equipa. Elogie o seu trabalho. Elogie os esforços. Elogie quando as metas são atingidas.

Claro que, não é demais salientar-lhe, se quer que os seus colaboradores sejam dedicados, eles também têm de ver a sua dedicação. Se é você que dirige o “barco” e faz com que as “coisas” aconteçam, será respeitado, seguido e até mesmo considerado um HERÓI por aqueles

“Claro que, não é demais salientar-lhe, se quer que os seus colaboradores sejam dedicados, eles também têm de ver a sua dedicação. Se é você que dirige o ‘barco’ e faz com que as ‘coisas’ aconteçam, será respeitado, seguido e até mesmo considerado um HERÓI por aqueles que trabalham consigo”

que trabalham consigo.

Comece já e coloque a Sua Empresa um passo à frente da sua concorrência!

QREN incentiva “excelência urbana”



O Mais Centro, Programa Operacional Regional do Centro 2007-2013, lançou um novo concurso no âmbito da política de cidades. A iniciativa conta com 35 milhões de euros do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) e pretende valorizar e incentivar áreas de excelência urbana, como os centros históricos e as frentes ribeirinhas e marítimas. As candidaturas devem ser encabeçadas pelas Câmaras Municipais, mas têm que conter iniciativas de parceiros que assumam compromissos específicos num protocolo de parceria local: serviços da administração central, outras entidades públicas, associações empresariais, empresas privadas no quadro de parcerias público-privadas lideradas por entidades públicas, instituições de ensino e formação profissional, centros de I&D, organizações Não Governamentais (ONG) e fundações e associações sem

fins lucrativos. Esta iniciativa financia operações como a modernização das infra-estruturas urbanas, a melhoria do ambiente urbano, a valorização de frentes ribeirinhas e marítimas, a melhoria da acessibilidade e mobilidade, a recuperação de edifícios e espaços para a instalação de novas actividades económicas, o apoio a iniciativas económicas das populações locais, o desenvolvimento de novas oportunidades de qualificação, de auto-emprego e de empreendedorismo, a qualificação e modernização dos serviços de interesse colectivo, a criação/remodulação de equipamentos e de serviços de proximidade, a dinamização de actividades recreativas e desportivas, a recuperação e valorização do património cultural e a dinamização das actividades culturais. O concurso está aberto a 25 cidades da Região Centro até ao dia 24 de Outubro.

PUB

PORTO

WWW.VIDAECONOMICA.PT

CURSOS SETEMBRO/DEZEMBRO

- **CRIAÇÃO DE EMPRESAS EM ESPANHA*** (8h)
15 Setembro - 09h00-18h30
- **COACHING PARA A DIRECÇÃO DE PESSOAS*** (15h)
17 e 19 Setembro - 09h30-18h30
- **CONTABILIDADE ESPANHOLA-PORTUGUESA*** Comparativo - (15h)
24 a 26 Setembro - 09h30-18h30
- **FISCALIDADE ESPANHOLA-PORTUGUESA*** Comparativo - (12h)
29 a 30 Setembro - 09h30-18h30 e 09h30-13h30 - (Dia e meio)
- **EXECUTIVE DE FINANÇAS PARA NÃO FINANCEIROS*** (15h)
1 e 2 Outubro - 09h30-18h30
- **AVANÇADO DE ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA*** (35h)
7 Outubro - 6 Novembro - 17h00-20h30 - (10 sessões: às 3^{as} e 5^{as})
- **ATENDIMENTO DE EXCELÊNCIA** (8h)
22 Outubro - 09h30-18h30
- **PRÁTICO DE INTELIGÊNCIA EMOCIONAL** (14h)
10, 12, 14 e 17 Novembro - 17h30-21h00
- **PRÁCTICO DE CONTABILIDADE** (28h)
25 a 27 Novembro e 2 a 5 Dezembro - 09h00-13h00 - (7 sessões)

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES

VIDA ECONÓMICA
Departamento de Formação
Rua Gonçalo Cristóvão, nº 111, 6º Esq.
4049-037 Porto
TELEFONE: 223399457/00
FAX: 222058098
E-mail: dep.formacao@vidaeconomica.pt

VidaEconómica



*Formações *Executive*: nos formatos de dia inteiro incluem almoço; os formatos de tarde ou pós-laborais incluem um jantar de boas-vindas ou de fim de curso. As formações *Executive* incluem um conjunto de serviços gratuitos de valor acrescentado. Consultar detalhes para cada uma das formações.

CONSULTÓRIO DE FUNDOS COMUNITÁRIOS

APOIOS À CONTRATAÇÃO

Montei há cerca de três meses uma loja de vinhos e de produtos alimentares regionais (queijos, enchidos, mel, etc.). O investimento está concluído, mas agora estou a pensar contratar 3 pessoas, de modo a alargar o horário de funcionamento e a libertar-me para funções externas de compras e de angariação de clientes-empresa. Posso candidatar-me a algum fundo?

RESPOSTA

O investimento que já efectuou poderia ter sido objecto de uma candidatura ao Sistema de Incentivos a Projectos de Modernização do Comércio (MODCOM), cuja 3ª fase de candidaturas terminou no passado 18/7/08. Se, porventura, fosse desempregado involuntário ou jovem à procura do 1º emprego poder-se-ia ter candidatado ao programa ILE- Iniciativas Locais de Emprego, que apoia financeiramente o investimento e a contratação de postos de trabalho. Inviabilizadas que estão as candidaturas ao MODCOM e ao ILE, resta apresentar uma candidatura ao Apoio à Contratação do Programa de Estímulo à Oferta de Emprego. O Apoio à Contratação visa estimular a criação líquida de postos de trabalho, apoiando as entidades que celebrem contratos de trabalho sem termo, a tempo inteiro.

1. Definição

Consiste na contratação sem termo e a tempo inteiro de: desempregados de longa duração; jovens à procura do 1º emprego; desempregados com idade igual ou superior a 45 anos; trabalhadores em risco de desemprego; pessoas com deficiência; beneficiários do Rendimento Social de Inserção.

2. Apoios

Estão previstos apoios técnicos (selecção e recrutamento de trabalhadores desempregados) e apoios financeiros:

- subsídio não reembolsável, por cada posto de trabalho a criar, igual a 12 vezes o indexante dos apoios sociais, desde que preenchido por desempregados de longa duração, jovens à procura do 1º emprego, ou desempregados com idade igual ou superior a 45 anos, ou beneficiários do rendimento social de inserção.
- subsídio não reembolsável, por cada posto de trabalho a criar, igual a 18 vezes o indexante dos apoios sociais, desde que preenchido por pessoa com deficiência.
- prémio de igualdade de oportunidades (entre sexos e para pessoas com deficiência) no montante de 10% do valor total do apoio concedido sempre que os projectos de emprego originem a criação no mínimo de 5 postos de trabalho e os mesmos não sejam preenchidos, em mais de 60%, por pessoas do mesmo sexo, ou quando, pelo menos, 40% deles sejam preenchidos por pessoas com deficiência.
- majoração de 50% do total dos apoios para a criação de postos de trabalho em profissões significativamente marcadas por discriminação de género.

3. Beneficiários

Podem candidatar-se entidades empregadoras até 50 trabalhadores, ou entidades com mais de 50 trabalhadores, desde que os postos de trabalho a criar sejam preenchidos por:

- pessoas com deficiência;
- beneficiários do rendimento social de inserção;
- desempregados com idade igual ou superior a 45 anos, inscritos nos Centros de Emprego há mais de 18 meses.

4. Condições de acesso

Os candidatos devem reunir as seguintes condições:

- a) apresentarem projectos que originem a criação líquida de postos de trabalho;
- b) estarem regularmente constituídos, registados e licenciados para o exercício da actividade;
- c) terem a situação regularizada perante o Fisco, a Segurança Social, o IGFSE e o IEFP;
- d) não terem salários em atraso;
- e) cumprirem as disposições de natureza legal ou convencional, relativas ao trabalho de menores e à não discriminação no trabalho e emprego, nomeadamente em função do sexo;
- f) cumprirem as disposições de acesso ao exercício de profissões regulamentadas;
- g) cumprirem as condições ambientais e de higiene e segurança no trabalho;
- h) Terem a contabilidade organizada;
- i) Terem a situação económico-financeira equilibrada;
- j) Comprometerem-se a manter o nível de emprego, por via do apoio a conceder, pelo prazo mínimo de 4 anos.

5. Fases

Não há fases de candidatura, pelo que estão sempre abertas, mas o pedido de financiamento deve ser apresentado até 60 dias após a celebração do contrato de trabalho sem termo.

Colaboração:

www.sibec.pt
sibec@sibec.pt
Tel.: 228348500

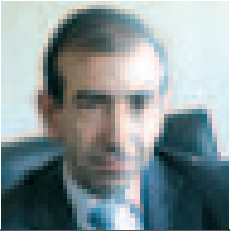
BPI contrata empréstimos na linha PME Investe/QREN

O BPI não perdeu tempo e é o primeiro banco a contratar empréstimos na linha PME Investe/QREN. A linha de crédito está dotada de um montante máximo de 750 milhões de euros e destina-se a pequenas, médias e microempresas. A taxa de juro a praticar nos financiamentos enquadrados nesta linha é da Euribor a três meses, menos 1,25%, actual-

mente na ordem dos 3,75, sem quaisquer comissões. A linha PME Investe/QREN é bonificada através de verbas do referido programa e beneficia do sistema de garantia mútua. O BPI está a dinamizar a linha junto dos seus clientes, tendo já em processo de aprovação, nas sociedades de garantia mútua e no QREN, mais de 250 operações de financiamento.

Uma estratégia “Obamizada” para as redes de nova geração

**XAVIER
RODRÍGUEZ-
MARTÍN,**
presidente da Oni



Considero-me um optimista irrecuperável. Vejo sempre o copo meio cheio. Nunca espero pelos resultados, tento ir à procura deles com energia e com paixão.

1 Pretendo, neste artigo e com este enquadramento, expressar os meus pontos de vista sobre as redes de acesso de nova geração (referidas em inglês como NGAN ou “Next Generation Access Networks”), que julgo ser a questão mais actual e polémica a marcar a agenda do sector das telecomunicações na Europa.

De forma sintética, as NGAN são redes de fibra óptica preparadas para suportar serviços de grandíssima largura de banda, que são chamadas a substituir a velha rede de cobre. Cada uma destas redes, no caso de existirem várias, poderá custar, em Portugal, entre 1000 e 3000 milhões de euros e poderá demorar até cinco anos a atingir uma cobertura geograficamente alargada. Existem, actualmente, incertezas significativas em relação às melhores tecnologias a utilizar, aos serviços concretos que estas redes suportarão, à urgência ou não que existe na sua instalação e aos modelos de negócio para as explorar. Perante estas incertezas, e considerando o impacto deste investimento nas contas

dos operadores, os constrangimentos nos mercados de dívida, a queda do preço das acções dos operadores e a grande percentagem que este investimento representa sobre o valor total das empresas, os investidores têm adiado qualquer investimento significativo em NGAN na Europa. Como diz um amigo meu banqueiro, “é urgente esperar”.

Não existem dúvidas, no entanto, em relação ao impacto definitivo que o modelo regulatório a adotar para estas redes terá no desenvolvimento da concorrência em

Portugal. Assim, as condições que se determinarem para a interligação e para o acesso dos operadores às NGAN dos outros operadores consolidarão, ou não, a situação de vantagem histórica que o operador actualmente dominante na rede fixa, a PT, acumulou durante décadas de monopólio.

Na minha opinião, a polémica em redor das NGAN é uma luta de interesses mascarada de um confronto de princípios.

Nesta base, permitam-me uma tomada de posição clara e explícita em relação às NGAN. Em Portugal só há espaço para uma ou, no limite, duas redes fixas de nova geração. Não é economicamente viável uma multiplicidade de NGAN, da mesma

forma que não há espaço para várias redes de distribuição de electricidade, de gás ou de auto-estradas, ou não tem havido historicamente, no domínio das telecomunicações, para várias redes de cobre para serviços de banda estreita.

É preciso concretizar, com urgência, uma visão para o sector e para os paradigmas tecnológicos que queremos fomentar em Portugal, não numa perspectiva dirigista, mas sim criando condições para canalizar esforços e evitar sobreposições e destruição de valor com investimentos redundantes. Na minha visão, a coordenação dos operadores com capacidade, com activos e com ambição para investir em redes permitiria materializar a separação funcional entre as actividades de serviços grossistas vendidos e operacionalizados em condições competitivas e as actividades de produção e integração de serviços finais vendidos aos clientes residenciais e empresariais.

Esta situação evitaria, no futuro, pôr em risco a concorrência ao nível dos serviços e da inovação, pelo facto de se estar a desviar excessivos recursos, potencialmente sobre-

postos, para investimentos maciços em NGAN, acabando, simultaneamente, com a “unilateralidade” imposta pela história de juntar num só operador a prestação de serviços grossistas e retalhistas. Começaria, assim, uma nova era de redes “multilaterais”, partilhadas ou “Obamizadas”, abusando da extrapolação duma postura política ao domínio empresarial.

“If you go alone, you go faster. But if you go together, you go further”. Acho que Obama concordaria.

concretizar, a ideia, uma mudança no sector e paradigmas que os que comentam a situação”

Voltando ao otimismo, e para acabar, lembro que foram pessoas otimistas as que acharam que podíamos voar e inventaram os aviões. Os pessimistas inventaram os pára-quedas. E ambos são necessários para que a indústria funcione.

“Em Portugal
só há espaço
para uma ou, no
limite, duas redes
fixas de nova
geração”

“É preciso concretizar, com urgência, uma visão para o sector e para os paradigmas tecnológicos que queremos fomentar em Portugal”

UB

Com o apoio:

 www.holmesplace.pt

EMOÇÃO QUE
SE SENTE!

ONE LIFE.
LIVE IT WELL.

HOLMES
PLACE

Health Clubs

Este ano, em Portugal, entre os meses de Junho e Agosto, a “Campanha Colchão Solidário”, reverte um valor por cada colchão vendido a favor do “Movimento Vencer e Viver” do Núcleo Regional do Sul da Liga Portuguesa Contra do Cancro.



“São necessárias medidas concretas no plano legislativo” afirma Joaquim Bragança

Vida Económica – O investimento na reabilitação e na conservação de edifícios em Portugal ainda é reduzido. Qual é a sua opinião relativamente a esta realidade?

Joaquim Bragança – É tudo uma questão de mercado. A reabilitação implica forçosamente a existência de um mercado potencial que tenha capacidade e meios económicos para uma aposta deste género. O interesse do mercado existe, há de facto mercado para a reabilitação urbana e acreditamos seriamente nesta via.

VE – Em Portugal, quais são os principais desafios que as empresas do sector da construção enfrentam na área da reabilitação urbana?

JB – Estão em causa prédios de interesse arquitectónico e cuja antiguidade acarreta obrigatoriamente algumas dificuldades. Falamos de questões estruturais da própria habitação, materiais utilizados, aspectos arquitectónicos vários, cuja manutenção implica um forte investimento financeiro.

VE – Os incentivos por parte da Administração Central são suficientes? Que medidas consideraria importantes serem tomadas para ajudar as autarquias e as empresas do sector da construção a desenvolverem o seu trabalho nesta área?

JB – A reabilitação das cidades deve ser um desígnio nacional. Por isso, o Estado deveria ter um grau de envolvimento muito superior ao que tem. O Estado não tem que promover medidas para ajudar as empresas, deve antes estimular os cidadãos a voltarem à cidade através de políticas e investimento que a requalifiquem, do ponto de vista físico e do ponto de vista da segurança. Deve ainda estimular os cidadãos a optarem pela cidade, promovendo incentivos fiscais e políticas sociais para a compra e para o arrendamento de habitação que se traduzam em vantagem económica.

VE – Acredita que o Plano Estratégico da Habitação, cuja proposta foi recentemente apresentada, poderá vir a consolidar o sector da reabilitação urbana como uma verdadeira estratégia futura de mercado?

JB – Este documento integra um diagnóstico importante sobre as questões da habitação na Europa e em Portugal. Não creio que só por si possa consolidar o sector da reabilitação urbana. Para isso são necessárias medidas concretas no plano legislativo que estimulem os agentes que no terreno deverão promover projectos concretos.

O debate é essencial para se gerarem consensos e se consolidarem ideias. Mas também aí, tal como no futebol, devemos pugnar por um bom índice de eficácia, dando o uso adequa-

Joaquim Bragança, administrador da Habiserve, afirma

“Reabilitação das cidades deve ser desígnio nacional”

Actualmente, o grupo Habiserve está a desenvolver três projectos de reabilitação urbana no centro da cidade do Porto, que totalizam um investimento de 3,7 milhões de euros. O arquitecto Joaquim Bragança, que integra o Conselho de Administração da Habiserve, partilhou com a “Vida Económica” a visão do grupo sobre o sector da reabilitação urbana, seus problemas e principais desafios.

O recentemente proposto Plano Estratégico da Habitação poderá conceder um forte impulso a este sector porém, no entendimento de Joaquim Bragança, “o Estado deveria ter um grau de envolvimento muito superior” ao actual, sendo necessárias “medidas concretas no plano legislativo que estimulem os agentes”.

do ao produto resultante do debate, em tempo útil, num processo real de intervenção que, mais do que nunca, urge.

VE – Durante a apresentação deste programa foi sugerido por Helena Roseta, vereadora por Lisboa e ex-presidente da Ordem dos Arquitectos, “que as políticas nacionais de habitação consagrassem a figura da requisição pública de imóveis devolutos, à semelhança do que acontece em Inglaterra”. O que pensa desta sugestão?

JB – Estou absolutamente de acordo. O respeito pela propriedade deve ser protegido mas não pode constituir impedimento ao desígnio nacional que é a necessidade imperiosa de promovermos a reabilitação e a requalificação das cidades como espaços físicos, sociais, económicos e culturais, imprescindíveis ao nosso bem-estar enquanto comunidade.

VE – Que balanço faz, mais de dois anos após, da entrada em vigor da nova lei das rendas? Concorda com as associações de inquilinos que consideraram que, quanto à reabilitação urbana, “a não publicação do respectivo regime legal de apoio atrasou sobremaneira e desnecessariamente a urgente intervenção nesta área”?

JB – Considero que existem condições objectivas para que o mercado de arrendamento possa funcionar. Apenas a circunstância do arrendamento ter caído em desuso no passado,

por razões políticas que se sobrepueram às razões de mercado, pode justificar que não exista suficiente oferta deste serviço. De facto, os agentes económicos estão ainda um pouco recalcados e os níveis de confiança para o desenvolvimento desta actividade são ainda muito baixos.

A actividade imobiliária em Portugal terá que evoluir para a adopção de processos técnicos e instrumentos financeiros mais sofisticados e nesse quadro estou certo que o arrendamento irá impor-se, até porque responde melhor à necessidade de mobilidade que hoje se impõe aos cidadãos, em função dos desafios da sociedade global em que vivemos.

VE – A aposta na reabilitação urbana é para a Habiserve uma prioridade? Ou é vista apenas como uma oportunidade de nicho de mercado?

JB – A Habiserve Reabilitação é uma empresa de promoção imobiliária vocacionada para a reabilitação de edifícios com interesse arquitectónico, localizados essencialmente nos centros urbanos do Porto e Lisboa, mas tem outros projectos em carteira que estão, neste momento, em análise.

A cidade do Porto nesta primeira fase e a de Lisboa no futuro serão, para já, as cidades onde vamos desenvolver projectos nesta área, por serem centros urbanos onde esta necessidade é mais sentida e onde se sentem mais os efeitos de não haver uma estratégia na recuperação dos centros urbanos.

FERNANDA SILVA TEIXEIRA
fernandateixeira@vidaeconomica.pt

“JOVENS IRÃO GERAR VIVÊNCIA NA BAIXA DA CIDADE”

VE – De uma maneira geral, quais são as características dos edifícios que procuram preservar e que elementos inovadores pretendem introduzir?

JB – Procuramos sempre edifícios com interesse arquitectónico e histórico para a cidade. Por outro lado, e não esquecendo a qualidade de vida de todos nós, o nosso objectivo é contribuir para o “renascimento” dos centros urbanos, hoje em dia votados ao abandono e à degradação e transformados em grandes vazios urbanos. Devolver estes espaços à cidade e à sua população é o nosso primeiro objectivo.

VE – Que projectos estão a ser desenvolvidos actualmente? Em termos de obras no terreno, o que está a ser feito?

JB – A obra de reabilitação já arrancou em dois dos três edifícios no coração da cidade portuense: na Rua do Almada e na Rua Álvares Cabral. Na Rua S. João a obra arrancará brevemente A reabilitação destes empreendimentos irá colocar no mercado mais de 50

apartamentos T0 e T1, dirigidos a um público jovem e dinâmico. É fundamental dar vida ao centro da cidade, e os jovens são os únicos que podem abrir caminho para esse objectivo.

Esses jovens irão gerar vivência na baixa da cidade. Estas obras, cujo termo está previsto acontecer entre Setembro e Novembro do próximo ano, representam um investimento de 3,7 milhões de euros.

A intervenção da Habiserve Reabilitação neste domínio é continuar a apostar na inovação, ao apresentar um produto revolucionário: soluções de design de mobiliário, que fazem parte integrante do imóvel, tornam os apartamentos versáteis: podem funcionar, simultaneamente, como habitação e atelier.

Dirigido a um público jovem, é o nosso objectivo desenvolver formas verdadeiramente atractivas, versáteis e modernas de se viver e trabalhar, conferindo aos edifícios um aspecto urbano em que se reúne todo o conforto de uma casa cidadina, adaptada às necessidades actuais de habitação.

Construção recupera ainda este ano

Após cinco anos consecutivos de quebra, as previsões apontam para o início de uma fase de recuperação, ainda no presente exercício, do sector nacional da construção. O que se ficará a dever à edificação não residencial e à reactivação no segmento das obras públicas. Está previsto um crescimento real da produção de cerca de 2%, tendência que se deverá manter nos próximos dois anos.

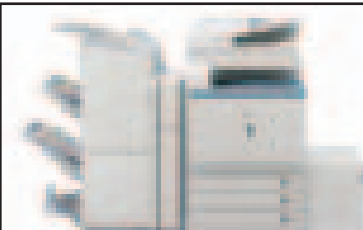
A actividade no segmento da construção civil será beneficiada,

segundo a DBK, pelo início de grandes projectos de infra-estruturas. A edificação não residencial registará o comportamento mais favorável a curto prazo,

num contexto de dinamismo nos segmentos comercial e turístico. A redução no número de licenças concedidas para habitação, no ano transacto, e o aumento

das taxas de juro vão continuar a penalizar a actividade no mercado residencial. Pelo que se deverá verificar uma quebra entre 2% e 3%, em termos reais. A

manutenção das estratégias de internacionalização e diversificação vai impulsionar uma maior concentração da oferta, nos curto e médio prazos.



SOLUÇÕES GLOBAIS DE IMPRESSÃO

Canon Portugal • Tel.: 214 704 000 • Fax: 214 704 002 • geral@canon.pt

you can
Canon

A definição estratégica da empresa familiar



Jesus e Francisco Negreira del Rio. Professores da Escuela de Negocios Caixanova

Os planos de acção de uma empresa não podem ser analisados a longo-prazo, seria inútil, a dinâmica dos mercados é actualmente muito elevada e é preciso ser extremamente cuidadoso com o planeamento. Jack Trout descreve, com o seu estilo pessoal, o cenário actual de uma forma simples: “Todo o mundo vai atrás dos negócios de todo o mundo em todo o mundo, durante

24 horas por dia e 365 dias por ano”.

Visto que não podemos trabalhar com cenários a longo prazo, devemos construir a nossa empresa de acordo com o andamento? Não, precisamos de guias, de regras que nos permitam a curto-prazo ajustar a um determinado ritmo, é como a bússola que nos indica uma informação mesmo que as circunstâncias sejam adversas como uma tempestade, neve intensa.... e com dificuldades, mas seguimos caminho.

Este conjunto de variáveis que constituem a nossa bússola particular constitui a definição estratégica da empresa, e é, fundamentalmente, composta pela Visão, Missão, Posicionamento dos clientes, Posicionamento dos colaboradores e Valores. Estes cinco aspectos são complementados pela Estratégia. Vejamos cada um deles detalhadamente.

O que é a Visão e para que serve?

A Visão é uma declaração concisa do que se quer ser a longo-prazo. É a representação do sonho que vive na mente dos proprietários da empresa. De certa forma é a visualização, a imagem, do futuro do negócio. A Visão é esse futuro da empresa que o fundador tem nos seus sonhos de empresário.

Tem uma importância radical, é o que chamamos de “Guia inconsciente do empresário” já que não é pensada de um modo “consciente” no trabalho e no entanto exerce uma grande influência sobre as decisões importantes. O dia-a-dia ocupa o nosso tempo e os nossos esforços (a encomenda do fornecedor que não chega, os colaboradores que não vieram trabalhar, a máquina que não está a funcionar adequadamente...), todavia os nossos pensamentos em momentos de ócio sobre para onde devemos orientar a fábrica, sobre determinadas questões estratégicas, serão orientados por esse guia inconsciente.

Vejamos um exemplo, se decidimos montar uma loja de roupa de mulher no Porto e o nosso sonho como empresários é que a loja

seja uma referência para as mulheres da cidade, os meus pensamentos sobre decisões a longo prazo devem estar centrados na procura de uma boa localização, em conseguir uma reunião com o representante no país de uma marca de prestígio, ... e a mente do ser humano funciona desta forma, se nos focarmos na procura de um bom local conseguiremos encontrá-lo, e se pelo contrário estamos focados noutra direcção (por exemplo uma Visão de expansão geográfica do negócio em vez de nos tornarmos na loja de referência na cidade) não “veremos” boas oportunidades de locais no Porto. É ou não verdade que as mulheres grávidas acham sempre que vem mais grávidas do que nunca na rua? Não é que seja verdade, o que acontece é que têm a sua mente focada, e preparada para isso.

Qual é o seu sonho de empresa?, Já o partilhou com a sua família e os seus directores? Sem sonhos não há futuro, devemos imaginá-lo e trabalhar para o conseguir construir, e para o poder alcançar devemos dizer ao nosso cérebro não consciente, ao da nossa família e ao dos nossos colaboradores, em que direcção a empresa deve trabalhar.

Do provérbio "Pai rico, filho nobre, neto pobre" à análise "... De cada 100 empresas familiares que alcançam a 2ª geração apenas 30 sobrevivem e, destas, apenas 15 continuam activas na 3ª geração."
Dyer, W.G.

CURSO O Protocolo Familiar Estrutura e um modelo de implementação

O nosso objectivo é mudar o destino da Empresa Familiar

Destinatários

Accionistas, gestores ou quadros superiores de Empresas Familiares; e membros de famílias empresárias (a trabalhar ou não na empresa).

Objectivos Gerais

- Compreender as especificidades da Empresa Familiar;
- Conhecer o Protocolo Familiar e a sua importância para a empresa e família;
- Desenvolver um modelo de implementação de um Protocolo Familiar.

Programa

- A importância e especificidades da Empresa Familiar;
- O bom governo da empresa e da família;
- A propriedade da empresa e a relação família-empresa;
- As gerações familiares e suas especificidades;
- A sucessão na Empresa Familiar;
- A estrutura dum Protocolo Familiar;
- Um modelo de implementação do Protocolo Familiar.

Formador

António Nogueira da Costa

Sócio e consultor da EF-consulting, empresa especializada em consultoria a empresas familiares em Espanha e Portugal. Doutorando em Gestão com tese na área da sucessão das empresas familiares, Executive MBA e Programa de Alta Dirección da Escuela de Negocios Caixanova. Experiência profissional nas áreas de gestão e marketing, áreas em que é professor em diversas instituições do ensino superior e escolas de negócios.

CONSULTÓRIO DA EMPRESA FAMILIAR

■ **Tenho dois filhos mas não pretendo deixar-lhes a empresa em partes iguais. Conheço casos de irmãos que a determinada altura se começaram a dar mal ou tiveram problemas na empresa, e a situação terminou da pior forma possível. Que alternativas tenho? O que me aconselham?**

A situação em que dois accionistas (ou conjuntos de accionistas) são cada um proprietário de 50% do capital da empresa é realmente bastante delicada, de facto na literatura sobre empresa familiar pode encontrar diversos capítulos sobre este assunto. Miguel Angel Gallo, no seu livro “La sucesión en la empresa familiar” refere-se especificamente a esta conjuntura. O facto de haver dois proprietários com partes iguais pode ser complicado para a administração empresarial, com uma praticamente certa situação de bloqueio das decisões no caso de conflito entre ambos. Ainda que a geração anterior tenha conseguido resolver com êxito este difícil equilíbrio, porque aqueles irmãos (ou apenas sócios com partes iguais) foram capazes de se entender e dar prioridade às necessidades da empresa em vez de considerações particulares, se se repetir a situação de “empate técnico” no futuro, é só uma questão de tempo até haver novo bloqueio. Há vários tipos de actuação que podem ajudar a evitar este problema: do ponto de vista da tomada de decisões da empresa deve-se avançar com a profissionalização dos órgãos de administração (com a incorporação de Conselheiros Independentes, a delegação da autoridade do dia-a-dia nas mãos de um director-geral externo que dirija a empresa ao mesmo tempo que garante o envolvimento dos proprietários e a formação da próxima linha de proprietários de acordo com os desafios que terão de enfrentar); do ponto de vista da propriedade pode ser viável, e nesse caso seria aconselhável agir neste sentido, preparar a empresa do ponto de vista do negócio (inclusive a nível de activos) para uma possível futura segregação, e talvez a alternativa mais eficaz embora possa ser a mais difícil de aceitar em termos de família: incorporar um terceiro sócio com uma percentagem significativa que traga estabilidade à empresa e impeça situações de bloqueio.

Abel Maia

Envie-nos as suas questões para consultorio@efconsulting.es

Lisboa
02 Outubro

Porto
09 Outubro

Duração
8 horas

Inclui
Coffee-breaks, almoço, documentação e livro:
“Eu não vendi. Não o façam vocês”

REALIZAÇÃO CONJUNTA:

VidaEconómica
OPINION, POLICY, ANALYSIS & CONSULTING

ef CONSULTING
especialista em Empresa Familiar

Para mais informações sobre formações agendadas ou para solicitar um plano de formação para a sua empresa visite-nos em: www.vidaeconomica.pt ou contacte-nos Lisbeth Ferreira - Telef.: 22 33 99 456 • Fax: 22 205 80 98 • Email: dep.formacao@vidaeconomica.pt

Especialistas na Consultoria a Empresas Familiares e elaboração de Protocolos Familiares

www.efconsulting.es
Santiago Compostela – Valencia – Porto
efconsulting@efconsulting.es



Reino Unido e Espanha reforçam “alianças”

O Reino Unido e a Espanha jamais estiveram tão próximos em termos empresariais. Os casos mais recentes foram a British Airways e a Iberia e o Santander com a aquisição do Alliance&Leicester. São muitas as empresas espanholas a investirem na Grã-Bretanha e o inverso não é menos verdade. A questão que se coloca é o que está a sustentar esta atracção mútua.

A filosofia empresarial dos dois países é bastante idêntica. Têm uma visão liberal da economia, ao contrário do que sucede com outras nações, por exemplo a França. Se o Reino Unido já era um país receptivo a fusões e aquisições, a Espanha também começou a trilhar o mesmo caminho.

A Itália já tem ido pela via contrária, com um forte pendor proteccionista. A realidade é que o maior liberalismo tem resultado no sucesso de muitas operações.

Uma outra razão poderá explicar este “namoro”. A crise estará na base de muitas das operações realizadas entre os dois países. Há sectores que atravessam momentos complicados, o que faz com que procurem fusões defensivas. Sectores como o bancário, o energético ou a aviação estão em processo de concentração, face às adversidades económicas que se verificam.

Várias fusões e aquisições em perspectiva

Concentração intensifica-se no sector da aviação

O preço do petróleo, a quebra generalizada do consumo e a incerteza dos investidores são os três principais motivos que estão a fazer com que as companhias aéreas procurem sinergias com as suas concorrentes. Não se excluem novos movimentos por parte das norte-americanas United Airlines e Continental Airlines e da europeia Lufthansa.

A realidade é que o mercado aéreo está sobrelotado. A presença de várias empresas de dimensões pequena e média é insustentável. É inevitável que, no médio prazo, se verifique uma aceleração no processo de concentração. A sobrevivência das companhias norte-americanas não está a ser nada fácil. Mesmo aquelas com maior solidez estão a ter dificuldades em continuarem a voar. Ainda que a situação seja mais grave nos Estados Unidos, a Europa não escapa às dificuldades. A tendência é para os gigantes europeus – Air France, Lufthansa e British Airways – absorverem as congéneres de dimensão reduzida.

As próprias linhas de baixo custo podem constituir um alvo apetecível. Muitas estão a deba-



ter-se entre a vida e a morte. Depois ainda há aquelas companhias nacionais de pequena dimensão. Um outro aspecto que vai ser determinante, no futuro próximo, será a capacidade das companhias aéreas europeias para negociarem e voarem nos céus dos Estados Unidos. O acordo abriu um “colaboração desenfreada” entre os membros das três grandes alianças (Oneworld, Star Alliance e Sky Team), no sentido de conquistarem os voos entre os dois

lados do Atlântico.

De referir que todos os acordos realizados até ao momento têm lugar no quadro das alianças em causa. De facto, é possível garantir enormes sinergias e, se possível, obter a tão necessária quota de mercado nas rotas mais importantes. Aliás, as alianças sempre foram tidas como o primeiro passo para eventuais fusões ou aquisições futuras. Certo é que nada será como dantes também neste sector de actividade.

Sector do aço com excelentes perspectivas

As perspectivas dificilmente poderiam ser melhores para o sector do aço, pelo menos nos três próximos anos. As dificuldades na produção e a forte procura vão representar preços e lucros elevados para as empresas deste sector de actividade. A situação é de grande consistência para a indústria.

Ainda que se tenham registado abrandamentos na procura nalgumas regiões, os mercados emergentes estão a compensar plenamente a situação. De parte está a possibilidade do sector do aço passar por tempos mais complicados, tendo em conta a turbulência nos mercados financeiros. As perspectivas apontam para crescimentos na procura entre 3% a 5% anuais, nos próximos cinco anos. O que é positivo, face ao crescimento médio de 7% nos últimos sete anos.

Caso estas estimativas batam certas, então o mundo terá que encontrar uma capacidade adicional de 50 a 75 milhões de toneladas de aço por ano, durante um período relativamente longo. Entretanto, está cada vez mais complicado aumentar a capacidade, face aos investimentos e às autorizações necessários para criar uma fundição. Mesmo a matéria-prima tem aumentado de preço de forma continuada, o que representa um problema adicional. Seja como for, as empresas do sector têm motivos para estarem bastante satisfeitas.

INTERNATIONAL EXECUTIVE

MBA

MASTER EM DIRECÇÃO GERAL DE EMPRESAS

Outubro 2008 | Lisboa e Porto

- Diplomas com reconhecimento na Europa
- Experiência profissional prevalece à Licenciatura
- Estudo de Casos
- Corpo docente internacional com vasta experiência de gestão
- Aulas sexta-feira à tarde e sábados de manhã
- Áreas de formação:
 - Direcção Geral e Estratégia
 - Marketing e Comunicação
 - Finanças e Controlo de Gestão
 - Recursos Humanos
 - Operações e Tecnologia

APRENDA A EXPORTAR

MCIM

MASTER EM DIRECÇÃO DE COMÉRCIO INTERNACIONAL E MARKETING

Fevereiro 2009 - 2ª edição | Lisboa e Porto

- Diplomas com reconhecimento na Europa
- Experiência profissional prevalece à Licenciatura
- Estudo de Casos
- Corpo docente internacional com vasta experiência de gestão
- Aulas sexta-feira à tarde e sábados de manhã
- Áreas de formação:
 - O Mercado Internacional e o seu Envolvimento
 - Finanças Internacionais
 - Autodiagnóstico das Empresas para a sua Internacionalização
 - Processos Internos e de Aprendizagem

eudem

ESCOLA DE NEGÓCIOS

Inscrições abertas para 2008

→ MBA International Executive

Master em Direcção Geral de Empresas

Outubro 2008 - 14ª edição

→ MCIM

Master em Direcção de Comércio Internacional e Marketing

Fevereiro 2009 - 2ª edição

Informações:

Lisboa 214 137 160
934 220 074

Porto 226 006 699

www.eudem.pt

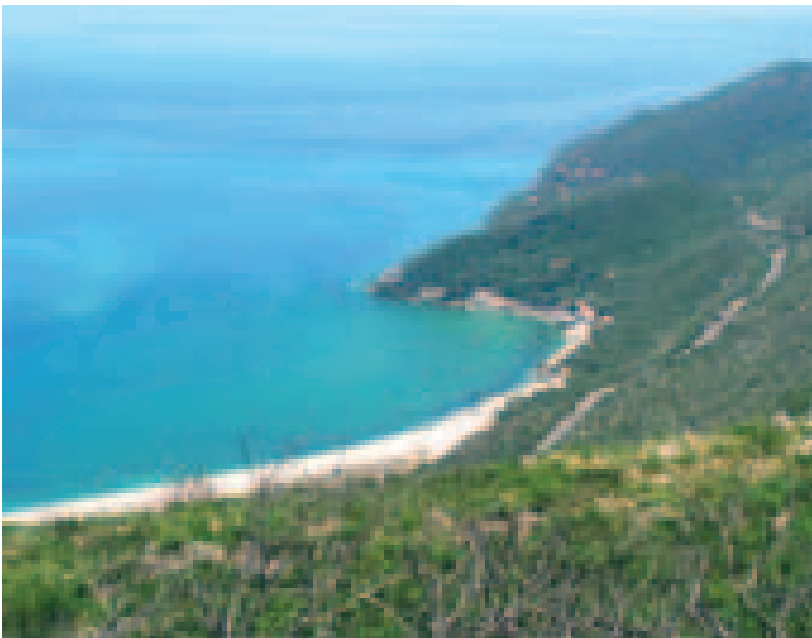
Turismo de Lisboa cresce no primeiro semestre

Os resultados de hotelaria de Lisboa, no primeiro semestre de 2008, revelam crescimento nos principais indicadores referentes à ocupação, ao preço médio por quarto vendido (Average) e ao preço médio por quarto disponível (RevPAR). A síntese das três categorias de estabelecimentos considerados – três, quatro e cinco estrelas – apresenta, em termos de preço médio por quarto disponível, aumentos de 5,7% na cidade, 6,2% na região e 6,8% para a Área Promocional, face ao mesmo período de 2007.

A maior subida no RevPAR foi protagonizada pelos hotéis de três estrelas da Área Promocional de Lisboa, com 9,9% (de 28,54 para 31,37 euros).

No tocante ao preço médio por quarto vendido, a síntese mostra subidas de 6,4% na Cidade, 5,8 na Região e de 6,5 na Área Promocional. O aumento mais significativo neste indicador coube aos hotéis de quatro estrelas da Cidade, com 9,3% (68,74 para 75,11 euros).

A Portela recebeu mais 0,8% de voos durante a primeira metade do ano, face ao primeiro semestre de 2007, totalizando 68.410. Da mesma forma, o número de passageiros subiu 4,9% para 6,4 milhões. Por outro lado, Lisboa recebeu 140 navios de cruzeiro, face a 102 no mesmo período do ano passado, o que equivale a um aumento de 37,3%.



PUB

Galileo/Travelport apostam no mercado chinês

A Galileo/Travelport firmou um acordo com a TravelSky, o único sistema computadorizado de reservas na China para com-



panhias aéreas locais, que providencia cerca de 6500 agentes de viagem no país, com ligações globais. Segundo o protocolo, a TravelSky vai implementar o Travelport's Reservation Sales Solution, permitindo aos agentes de viagem aceder aos conteúdos das companhias aéreas (reservas, e-tickets) em tempo real.

A primeira fase da colaboração arrancou em Maio deste ano e implicou a implementação do e-ticketing em duas centenas de transportadoras, directiva imposta pela IATA, para entrar em vigor no passado dia 1 de Junho. "A segunda fase do projecto será implementada até ao final do ano e tem como meta, entre outras tarefas, permitir reservas interactivas de lugares disponíveis nos agentes ligados à TravelSky", afirmou António Loureiro, director-geral da Galileo Portugal e da Galileo Brasil.

NH Hoteles cresce 7,5% em 2008

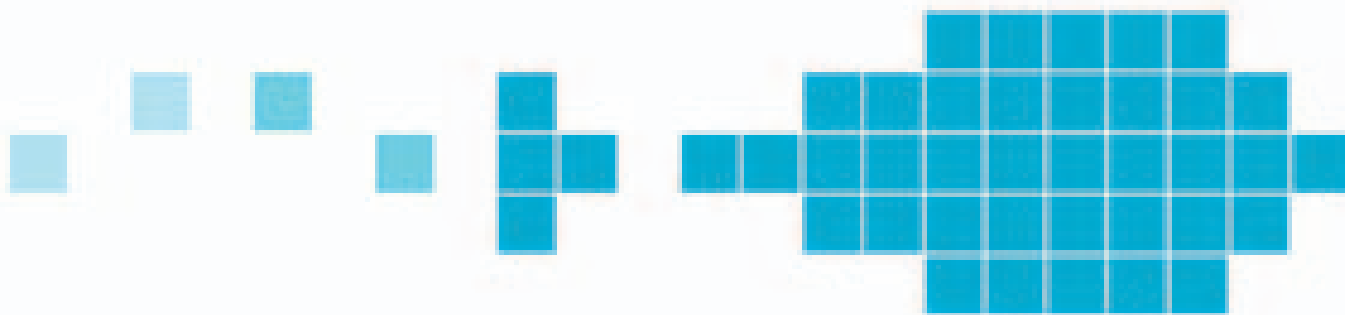
No primeiro semestre de 2008, a facturação do grupo NH Hoteles cresceu 7,5%, até aos 771 milhões de euros. A actividade hoteleira apresentou um aumento de 10,2% em vendas. A evolução praticada pelos hotéis de todas as unidades de negócio está reflectida num crescimento de 11,7% do EBITDA da actividade hoteleira.

O RevPAR comparável cresceu cerca de 2% até Junho, em comparação com o mesmo período do ano anterior. Este aumento baseia-se, fundamentalmente, num aumento do ADR (preço médio) de 2,8%. As unidades da Alemanha, Europa Central e de Leste e da América experimentaram crescimentos de RevPAR superiores a 10%.

Na Península Ibérica, o grupo registou um crescimento do ADR em cerca de 2,2% em hotéis comparáveis face ao mesmo período do ano anterior. Sem contar com as receitas de novas aberturas, Espanha vê ligeiramente reduzida a sua contribuição para as vendas da cadeia, fundamentalmente pelos resultados obtidos no mesmo período em 2007, aquando da celebração da Copa América e outros eventos em Valência.

Desde o início deste ano, a NH Hoteles incorporou na sua carteira 1683 novos quartos. Em 2008, a NH Hoteles começou a operar em localizações onde ainda não tinha presença como Savona, Linate (Itália), Cáceres, Monterrey (México), Nunspeet (Holanda) e Bávaro (Rep. Dominicana). Adicionalmente, a cadeia reforçou a sua posição em Haia, Bérghamo e Madrid, com a abertura de quatro novos hotéis.

CONHEÇA OS SEGREDOS DO OCEANO DIGITAL



Na era da informação global
o mundo transformou-se
num imenso oceano digital.
Conheça os seus segredos
navegando
no novo guianet.

guianet é um serviço
guião sa
desde 1998

guianet
o seu portal de negócios

→ www.guianet.pt



IDEIA ATLÂNTICO[®]

CENTRO DE INCUBAÇÃO DE EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA



O EDIFÍCIO

- Edifício moderno, de grande sustentabilidade energética e com gestão térmica automatizada;
- Rede de comunicações - Voiz e Data, centralizada ou independente;
- Rede de segurança: Security e Safety (CCTV, controlo de acessos, incêndio e emergência).



AS INSTALAÇÕES

- Escritórios, mobiliário e equipamentos para 1 a 10 colaboradores;
- Salas de reuniões: formais e informais (flexi-meeting points);
- Salas de formação e informática;
- Espaço de exposições e eventos;
- Auditório central convertível em auditório para 200 pessoas sentadas ou para outros eventos culturais, exposições, etc...;
- Estacionamento subterrâneo com capacidade para 117 veículos.

Localização

Em BRAGA, beneficiando de excelentes acessibilidades, situada na Vianeta do Fogo. Dá-se a o local perfeito para instalar a sua empresa. Uma Zona de grande dinamismo, com estacionamento privado, próximo da Universidade do Minho (UM) e do Laboratório Nacional Internacional de Nanotecnologias (IN4).

Contactos

Email: geral@ideiaatlantico.pt
Tel./Fax: 253 609 985
url: www.ideiaatlantico.pt

Coordenadas GPS, IA

41° 33' 39.58" N
8° 23' 08.71" O



SERVIÇOS INTEGRADOS DE APOIO

- Secretariado;
- Telefonia personalizada (vários idiomas);
- Consultoria especializada;
- Serviço de officinay / oficina;
- Biblioteca e sala de documentação;
- Reprografia e papeleria;
- Equipamentos audiovisuais;
- Design / publicidade / marketing;
- Cafeteria / bar;
- Serviço de segurança, limpeza e manutenção.



ESCritÓRIO VIRTUAL

- Todos os serviços de apoio disponíveis, sem espaço reservado no IDEIA ATLÂNTICO.



JUNTE-SE AO CLUSTER DA INOVAÇÃO NO NORTE

Empresa presta serviços e tem marca própria

Always Shoes reforça posições em nichos de mercado do calçado

A Always Shoes, empresa de calçado de Felgueiras, distingue-se pelo facto de ocupar nichos de mercado muito específicos. Para além de deter uma marca própria, presta serviços de desenvolvimento de colecções a entidades estrangeiras. Num momento em que se espera um abrandamento das exportações, Paulo Martins, sócio-gerente da empresa, está optimista, na medida em que disponibiliza serviços que serão ainda mais procurados. O negócio tem decorrido da melhor maneira possível, pelo que foi criada uma empresa em Espanha, num processo de expansão, sob a designação de CataMartins. “O nosso negócio tem duas vertentes principais, uma que é a venda de calçado no exterior, com a marca própria Catarina Martins, e a outra passa pela prestação de serviços de desenvolvimento de colecções a outras marcas, bem como de produ-

to. A empresa espanhola faz a distribuição de produto, sendo que o processo implica um acompanhamento constante das necessidades dos clientes.” Paulo Martins considera que o sucesso tem sido garantido pelo facto de estar em nichos de mercado muito específicos. Basicamente, “são marcas estrangeiras

Marcas estrangeiras procuram a colocação do artigo no mercado nacional

que procuram a ligação entre o produtor e a colocação do artigo no mercado. As empresas são adaptadas ao produto necessário, isto é, as empresas estrangeiras são guiadas no mercado nacional”.

Quanto à marca própria, a produção destina-se, na sua totalidade, à exportação. Apenas existe um ponto de venda multimarca do produto em Portugal, por uma questão de prestígio, na capital. A comercialização no mercado nacional não será intensificada. Os principais mercados são a Espanha, a Itália e a Grécia. “Neste momento, não pretendemos expandir o negócio para além da Europa. Só depois da efectiva consolidação é que avançaremos para outros mercados.” Certo é que facturação consolidada já se cifra em 10,6 milhões de euros, num crescimento sustentado e continuado. A empresa-mãe, entretanto, é a principal fornecedora da subsidiária espanhola, à qual presta também presta alguns serviços. Neste caso, trata-se de garantir sinergias e aproveitar as oportunidades que se colocam no país vizinho.

O sector “está cansado” O empresário admite que exis-



tem muitos problemas no sector que urge resolver. Uma das situações que levanta problemas tem a ver com o facto de existir alguma falta de capacidade de gestão por parte dos industriais do calçado. O que significa que “o sector está cansado”, precisa de uma renovação geracional e de competências. “O empresário, muitas vezes, tem uma atitude castradora. Esta é uma área de actividade em que se exige muito método e competência de organização.” A realidade é que ainda se nota falta de empenhedorismo, numa altura em que tal é essencial.

A própria banca tem uma atitude que não é a desejável. Ape-

nas apoia as empresas que já estão bem implantadas no mercado. O risco não é assumido em conjunto com o investidor. E a situação, na óptica de Paulo Martins, não é melhor no que respeita à fiscalidade. “A carga fiscal é excessiva e, claramente, retira competitividade às empresas nacionais.” Com a agravante que a situação económica do país é complicada e não estão a ser encontradas soluções para tornar as empresas mais concorrenciais, sobretudo face às congéneres europeias. Por outro lado, as empresas deveriam estar mais abertas e susceptíveis a estabelecerem parcerias, quer interna, quer externamente.

A desenvolver a sua actividade com pouco mais de uma dúzia de funcionários, no segmento de calçado de senhora das gamas média e alta, no âmbito da vertente dos serviços, a Always Shoes considera que ainda há outras oportunidades para alavancar o negócio. Neste momento está em conversações com uma marca nacional de calçado, a qual pretende reforçar a sua posição no mercado interno. O que significa que mesmo as mesmas empresas nacionais podem recorrer a este tipo de serviços para garantirem um posicionamento mais adequado, isto é, a possibilidade de dar resposta às exigências que se colocam.

Grupo Invictus centra atenção na zona Sul

A Invictus, empresa que compra empreendimentos imobiliários para revenda, adquiriu 15 imóveis no primeiro semestre, num investimento de 34 milhões de euros. Até ao final do ano, as previsões apontam para um investimento na ordem dos 70 milhões de euros. Actualmente, o grupo detém 100 milhões de euros de imóveis em carteira.

A estratégia, no segundo semestre, vai sofrer alterações. Cerca de 70% das aquisições, nos seis primeiros meses, foram realizadas na zona Norte, pelo que, no segundo semestre, a intenção é apostar mais no Sul. A intenção é equilibrar a oferta. No caso de Lisboa, estão a ser analisados negócios na Expo, na Lapa, Picoas, no Restelo, em Telheiras, Cascais, no Estoril, em Oeiras e Parede. O modelo de negócio vai manter-se no segmento “premium”.

O grupo adquire imóveis, conseguindo vendê-los, em média, com um valor 20% abaixo do valor de mercado. No ano passado, a facturação cifrou-se em 12 milhões de euros, o que se traduziu num aumento de 120%, face ao exercício anterior. As expectativas apontam para que o ano seja encerrado com cerca de 200 milhões de euros de activos em venda.

Construtoras nacionais procuram entrar no mercado indiano

A Edifer e a Mota-Engil estão bem posicionadas para entrarem no mercado indiano, podendo “arrastar” outras empresas nacionais para um país em rápido desenvolvimento e com evidente falta de infraestruturas. A Edifer lidera um consórcio



para a construção de um aeroporto em Goa, enquanto a Mota tenciona entrar por mar, através do porto de Ennore.

Quanto ao aeroporto, trata-se de um

investimento no valor de 255 milhões de euros e do consórcio liderado pela Edifer fazem parte a Soares da Costa, a Iberpartners, o banco Efisa e a ANA, bem como a Parque Expo. De notar que há a possibilidade de toda a parte envolvente da

infra-estrutura aeroportuária passar por um processo de requalificação, o que significará outros negócios. Este projecto integra-se no Plano de Desenvolvimento de Infra-Estruturas lançado pelo Governo indiano, a operar em regime de parceria público-privada.

A Mota-Engil lidera um dos seis consórcios pré-qualificados no concurso internacional para a atribuição da construção e concessão do porto de Ennore, no sudeste da Índia. Consiste num projecto que envolve cerca de 382 milhões de euros. Também é uma área em que muito há para fazer, pelo que se abre todo um leque de oportunidades às empresas de construção nacionais.

Aquapor concorre a concessões e privatizações

O consórcio DST/ABB pretende transformar a Aquapor na primeira empresa nacional no sector da água. Depois da aquisição por quase 63 milhões de euros, os objectivos passam por ganhar 30% dos concursos em que estiver presente e iniciar o processo de internacionalização.

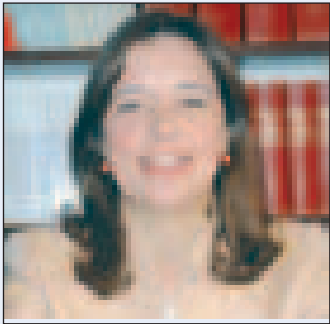
A Aquapor vai concorrer a todas as concessões e privatizações que tiverem lugar no mercado nacional nos sectores da água, dos resíduos e higiene e limpeza das cidades, assim como nos sistemas de tratamento de águas e esgotos. No que respeita à área internacional, a estratégia passa por entrar nos PALOP e no Brasil. A intenção é chegar também ao mercado líbio, onde há a possibilidade de entrar numa nova área de negócio, o tratamento da água por dessalinização.

Estão aparcados na Aquapor todos os negócios da DST e da ABB na área do ambiente e derivados. Um outro negócio será iniciado, a gestão de resíduos de demolição e construção. É objectivo do consórcio potenciar as competências da Luságua, prestadora de serviços na óptica da gestão das estações de tratamento de água e de águas residuais, para entrar no mercado internacional.

NOTAS SOBRE CONTRATOS PÚBLICOS

Regime jurídico da responsabilidade por danos ambientais

ANA MEDEIROS
Advogada



No passado dia 29 de Julho foi publicado o Decreto – Lei nº 147/2008, de 29 de Julho que estabelece o Regime Jurídico da Responsabilidade por Danos Ambientais e entrou em vigor logo no primeiro dia útil do mês seguinte ao da sua publicação, isto é, no dia 1 de Agosto.

Este diploma transpôs para a ordem jurídica interna a Directiva n.º 2004/35/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 21 de Outubro, que aprovou, com base no princípio do poluidor-pagador, o regime relativo à responsabilidade ambiental aplicável à prevenção e reparação dos danos ambientais, com a alteração que lhe foi introduzida pela Directiva n.º 2006/21/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, relativa à gestão de resíduos da indústria extractiva

O novo regime jurídico surge na sequência da necessária evolução do dano face ao Estado de direito ambiental e ao desenvolvimento sustentável. E, assim, da concepção tradicional baseada no dano causado às pessoas e às coisas,

bem como da sua reparação, acabou por resultar a inevitável autonomização do dano ecológico.

De acordo com o novo entendimento passam, agora, a ser considerados os danos causados à natureza em si, ao património natural e aos fundamentos naturais da vida.

Com o novo diploma, a par da responsabilidade civil subjectiva e objectiva - de acordo com a qual os operadores-pagadores ficam obrigados a indemnizar os lesados pelos danos sofridos - surge a responsabilidade administrativa - em que a reparação dos danos ao ambiente abarca toda a colectividade e a Administração tem como tarefa a garantia da tutela dos bens afectados.

A fim de evitar as dificuldades dos regimes da responsabilidade ambiental, prevê-se actualmente a responsabilidade solidária para duas situações distintas: tanto nos casos em que a actividade lesiva seja imputável a pessoas colectivas como, também, nos de comparticipação.

Na primeira hipótese, as obrigações previstas no diploma incidem solidariamente sobre os directores,gerentes ou administradores da pessoa colectiva.

Ademais, se se tratar de uma sociedade comercial que esteja em relação de grupo ou de domínio é certo que, quando exista utilização abusiva da personalidade jurídica ou fraude à lei, a responsabilidade se estende à sociedade-mãe ou à sociedade dominante.

Na segunda situação, os comparticipantes também são solidariamente responsáveis, seja a culpa de um ou vários, existindo direito de regresso entre eles. Porém, se não for possível individualizar o grau de participação de cada um daqueles operadores existe uma presunção da responsabilidade em partes iguais.

Outro aspecto a considerar com a entrada em vigor do novo diploma é a “garantia financeira obrigatória” imposta a determinados operadores (ex: operadores que exerçam actividades ocupacionais de gestão de resíduos, incluindo a recolha, transporte, recupera-

ção e eliminação de resíduos perigosos; actividades de exploração de aterros, de incineração de resíduos, de descargas para águas interiores de superfície que requeiram autorização prévia, de captação e represamento de água sujeitos a autorização prévia, etc).O objectivo de tal obrigação é permitir que os operadores assumam a responsabilidade ambiental que é inerente à actividade que desenvolvem.

Tais garantias podem constituir-se através da subscrição de apólices de seguro, da obtenção de garantias bancárias, da participação em fundos ambientais e, ainda, da constituição de fundos próprios reservados para o efeito.

Apesar da referida obrigatoriedade só ser exigível a partir de 1 de Janeiro de 2010, data a partir da qual se considera que o mercado financeiro estará apto a fornecer as soluções adequadas aos operadores, nada impede que os operadores comecem, desde agora, a constituir esses mecanismos.

ANTONIOVILAR&ASSOCIADOS
ANA.MEDEIROS@MAC.COM

PUB

CICLO DE CONFERÊNCIAS PARA
A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

"COMPETIR COM MARCA:
DA MARCA COMERCIAL
À MARCA PAÍS"

10. SETEMBRO.08 | 10:00

AUDITÓRIO DAS CAVES CÁLEM
Av. Diogo Leite, 344 Vila Nova de Gaia

JULIO CERVIÑO FERNÁNDEZ
ORADOR

Graduado em Ciências Económicas pela Universidad de Santiago de Compostela e Doutor em Ciências Económicas e Empresariais pela Universidad Autónoma de Madrid. Profesor de International Business and Affairs, Washington University, USA e IESE - Dirección Internacional, IADE-UBA.

Profesor colaborador de Marketing Internacional na Universidad Carlos III de Madrid. Autor de numerosos artigos e livros relacionados com o gestão de empresas e o marketing. Depois de uma grande experiência em empresas privadas (Philips e Douglas Corporation, USA, Caterpillar Inc., USA e Pirelli Ltd., Reino Unido), passou a seu trabalho como docente universitário com a participação em numerosos eventos de negócios e universidades, tanto expostas como estrangeiras. É também participante do "Foro de Marcas Reconstruídas Esquecidas", consultor senior de Marketing Systems e parte em avaliação de marcas nas influentes empresas de Madrid.

escuela de negocios
caixanova



Para mais detalhes sobre o evento dirigam-se a: www.escuelanegocioscaixanova.com, onde poderão encontrar todos os detalhes e formas de acesso ao evento.

1000 PARTICIPANTES NA ESCUELA DE NEGÓCIOS CAIXANOVA
Av. Diogo Leite, 344 Vila Nova de Gaia | 4702-001 Porto | T. 918 981 000 | info@escuelanegocioscaixanova.com

Está a sentir a crise em Espanha? (I)

ANTONIO VIÑAL
MENÉNDEZ-PONTE
Antonio Viñal & Co.
Abogados. Lisboa
lisboa@avinalabogados.com



É, sem dúvidas, uma das notícias que estão na moda e não é difícil perceber porquê. Com umas vendas para Espanha que entre os meses de Janeiro e Março deste ano quase atingiram 2400 milhões de euros, as empresas portuguesas têm cada vez maior presença no mercado espanhol. Por esse motivo, e mais do que nunca, convém apontarmos algumas dicas que permitam defrontar com sucesso as dificuldades que possam existir na altura de cobrar os nossos produtos ou serviços.

Podemos dividir estas ideias em genéricas (aquelas que servem de boas práticas para qualquer mercado) e específicas (aquelas que dizem respeito ao mercado espanhol). No primeiro grupo encontramos algumas perguntas que cada empresa deve fazer-se a si própria: Estou a controlar de forma correcta a facturação do cliente? Tenho os contactos certos (morada, telefones, e-mail)? Estou a falar com a pessoa que tem capacidade de decisão no assunto que quero resolver?

Embora pareça (e de facto são) questões bastante óbvias, a verdade é que, com alguma frequência, encontramos

problemas a este nível. Às vezes, a solução está nos pequenos detalhes. Ainda devemos considerar outras situações, por exemplo a gestão do timing. Deixo passar muito tempo até tentar resolver o assunto? É já tarde quando decido tomar a iniciativa?

Finalmente, não podemos esquecer a importância de manter um processo completo: troca de correspondência, guias de transporte, facturas, títulos de crédito... Devemos conservar qualquer documento relacionado com o nosso cliente e, ao mesmo tempo, redigir com absoluta clareza todas as comunicações dirigidas a ele.

No segundo grupo de questões, aquelas que dizem respeito de forma específica ao mercado espanhol, podemos considerar as seguintes: conheço a forma jurídica adoptada pelo meu cliente? Peço garantias ao cliente e de que tipo? A dívida, caso exista, está correctamente reconhecida? Conheço os diferentes tipos de acções que existem caso seja necessário recorrer à via judicial?

A primeira pergunta é fundamental porque pode dar-nos informação valiosa. Por exemplo, estamos perante uma comunida-

de de bens ou uma sociedade por quotas (sociedad limitada)? A comunidade de bens não tem a obrigação de apresentar as contas anuais (a sociedade por quotas sim); e se quisermos iniciar algum tipo de acção judicial precisamos dos dados individuais das pessoas singulares que compõem a comunidade de bens (o que não acontece no caso da sociedade por quotas).

Igualmente, devemos estar informados sobre o tipo de garantias que posso pedir (fianças, hipotecas, garantias bancárias) e as consequências jurídicas de cada uma delas. No caso das fianças com vários fiadores, em princípio apenas podemos reclamar a cada um deles a parte proporcional do crédito. Só poderemos exigir o pagamento da totalidade a qualquer um deles se tiver sido acordada expressamente a solidariedade.

Um acordo de reconhecimento de dívida não é, por si só, um título executivo. Para isso a assinatura do devedor tem que ser autenticada por um notário. Nesse sentido, um instrumento destas características pressupõe uma resposta positiva por parte do devedor.

E chegamos, portanto, à última questão,

talvez a mais difícil já que iniciar acções judiciais em outro país pode sempre provocar algum receio. Devemos saber, porém, que pode resultar um instrumento táctico de singular eficácia. Atacar o contrário no seu próprio terreno pode dar-nos uma importante vantagem em termos de tempo (podemos executar antes o nosso título) e de dinheiro (o menor tempo de espera permite reduzir o risco de fuga do devedor).

Aqui temos que avaliar que tipo de acção é a mais conveniente: uma injunção (“monitorio”)? Uma acção ordinária (“juicio verbal” ou “ordinario” conforme o valor da dívida)? Uma acção executiva? Uma acção “cambiaría” (acção executiva especial)?

A gestão deste tipo de processos exige, em consequência, um trabalho contínuo e pertence a cada empresa decidir qual a melhor organização interna para isso. Às vezes bastará uma única pessoa, outras será necessária a ligação entre vários departamentos, em ocasiões o trabalho deve ser externalizado... A única regra segura é que a eficiência nas cobranças depende em grande medida de nós: da nossa organização, do conhecimento do cliente e do mercado.

Empresa da multinacional espanhola Fluidra, especializada na concepção, produção e distribuição de sistemas e componentes para piscinas

Astralpool abre filial em Luanda no final do ano

SUSANA MARVÃO
s.marvao@vidaeconomica.pt

AstralPool, empresa da multinacional espanhola Fluidra, especializada na concepção, produção e distribuição de sistemas e componentes para piscinas, vai abrir uma filial em Luanda no final do corrente ano. Em declarações à “Vida Económica”, António Candeias, director-geral da empresa no nosso país, confirmou o investimento e revelou as intenções da estrutura lusa em continuar a liderar o mercado nesta área de actividade. Das quatro áreas onde a empresa actua (piscina pública, piscina privada, “wellness” e climatização), cerca de 70% do negócio em Portugal é obtido pelo sector das piscinas, quer pública quer privada.

Hoje, os custos de construir uma piscina privada estão longe de se poderem comparar aos de há uns anos atrás. O mercado amadureceu e a oferta é já vasta, apesar de António Candeias admitir que esta actividade tem ainda um espaço importante de progressão. “Hoje, uma piscina poderá e deverá ser considerada um equipamento que representa para o seu utilizador mais um complemento que contribui de forma muito positiva para a sua saúde e bem-estar. Construir hoje uma piscina, para quem tenha as condições adequadas, é um investimento importante como imobiliário mas mais importante ainda para a excelência da qualidade de vida que pode trazer ao seio da sua família”. Aliás, o director-geral garante que a chamada piscina standard com dimensões de 10x5 tem um custo inferior ao de um automóvel de gama média e uma manutenção muito menor. “Existe também a oferta de linhas de crédito para a sua construção”.

Quanto à concorrência, o responsável prefere falar em “amigos e dignos parceiros de negócio”: “Eles existem e temos

uma coexistência pacífica tratando com todo o respeito o mercado bem como a gestão das nossas actividades comerciais. Poderemos dizer que temos um par de empresas mais próximas do nível da Astralpool-Marazul e depois uma dispersão importante de pequenas empresas de distribuição de monoprodutos que, de certa forma, causam alguma ‘mossa”.

Com os objectivos de facturação para este ano a rondarem os cerca de 14 milhões de euros, os resultados esperados são na ordem de um milhão de euros antes de impostos.

Relativamente a dificuldades que enfrentem no mercado português, sendo basicamente uma empresa de distribuição, não “temos nada de importante a destacar, contudo, os nossos clientes têm. Nomeadamente, o tempo necessário para obtenção de licença de construção, na legislação adequada que contudo está a ser tratada, na aprovação de importantes projectos turísticos, etc.”

A evolução deste mercado, segundo António Candeia, tem sido de forma positiva, embora condicionada à actividade de construção civil, bem como ao bom ou não andamento da economia, que, “como sabemos, tem sofrido altos e baixos nestes últimos anos, não permitindo, assim, que em termos de facturação exista um crescimento mais linear”, diz o responsável.

A empresa dispõe no nosso país de quatro armazéns de distribuição, para distribuir os seus produtos e equipamentos através da sua rede de distribuidores, sendo que estes são na sua maioria instaladores na área da hidráulica e climatização, bem como empresas especializadas na construção de piscinas.

Os escritórios e armazéns centrais estão localizados em Trajouce/Cascais, que dispõem de uma área total de cinco mil



António Candeias, director-geral da Astralpool.

m2. “Temos ainda um armazém em Santo Tirso para cobrir a zona norte com área de dois mil m2 e um outro em Leiria servindo a zona centro com 1800 m2. Por último, as instalações de Alcantarilha no Algarve, recentemente inauguradas, encontram-se implantadas em terreno com cerca de 6000 m2, 200 m2 de escri-

tório e 600 m2 de exposição, a maior de SPA e Saunas de Portugal e (com 2000 m2 de armazém).

Conjuntamente com Espanha, Itália e França, Portugal representa cerca de 70% da facturação do grupo Fluidra, ao qual pertencem e que prevê uma facturação de cerca de 700 milhões de euros.

BOLSA DE OPORTUNIDADES

Especialistas na Compra e Venda de Empresas.

CONTACTE-NOS:
707 200 297

www.nbbrokers.com



National Business Brokers
Selling Businesses Confidentially

OPORTUNIDADE DE VENDA DE EMPRESAS

GRANDE PORTO

Restaurante no Porto. Cozinha tradicional portuguesa. Excelente notoriedade. Boa localização. Pratos premiados em Concursos Gastronómicos. Ref. PT 003 PG 020 0304

Health Club. Localização privilegiada no Grande Porto. Reputação e Experiência Preço de pedido: €550.000. Ref. PT 0004 MCA 0049 1107

Escritório de Contabilidade – Grande Porto Norte. 20 anos de actividade; carteira de 120 clientes fidelizados; mercado do Grande Porto. EBITDA: €41.000; Valor pedido: €190.000. Ref. PT 0004 TSA 0052 0208

Empresa concessionária de uma marca de automóvel, com experiência de mais de duas décadas e líderes no mercado em que actua – Grande Porto. Preço pedido: €3.800.000. Ref. PT 004 HB 023 0205

2 Pastelarias de Renome no Grande Porto. Empresa opera em 2 Estabelecimentos com excelente localização no Grande Porto e elevada Notoriedade. 20 Anos de Experiência. Oferta diversificada e de excelência. Óptima Carteira de Clientes. Vários Prémios. Preço pedido: €2.500.000. Ref. PT 004 JP 040 1106

SPA de Requite e Charme – Litoral Norte. Preço pedido: €300.000. ref. PT 0004 MCA 0054 0508

Região Demarcada Vinhos Verdes: Várias marcas de vinho conceituadas e premiadas; Boa carteira de clientes no mercado interno e externo; Imagem de marca e qualidade. Valor sob Pedido. Ref. PT 005 PR 004 0503

Fabricação e Comercialização de Produtos de Colchoaria. Irreverência e Diferenciação; Expansão notória; Grande Potencial de Crescimento; Várias lojas próprias. Vendas: €2.250.000. Ref. PT 005 PR 015 0906

Restaurante com ambiente acolhedor e sofisticado. Elevada rentabilidade. Potencial de crescimento. Vendas: €900.000. Equipamento na ordem dos €800.000. Ref. PT 005 PR 013 0606

Loja Gourmet muito bem localizada no Grande Porto; Vendas: €160.000; Venda de vinhos, produtos Gourmet e serviços complementares. Stock: €120.800; A carteira de clientes fiel. Preço pedido: €150.000. Ref. PT 0005 AES 0016 0608

NORTE

SUL

CENTRO

Laboratório de análises técnicas na área das águas, alimentos, ar e ambiente. Laboratório certificado, realização de ensaios, bem equipado e estruturado. Preço sob Pedido. Ref. PT 0011 RCO 0001 0108

Comercialização e fretagem de iates. Representante oficial de um fabricante europeu de veleiros. Presente em Portugal, Caraíbas e Brasil. Ref. PT 003 GK 023 07 04

Empresa líder regional de Gestão de Resíduos Industriais, situada no centro do país, em forte crescimento. Vendas 2006: €1.500.000. Ref. PT 0003 HBE 0054 0807

Construção Civil Alvará Classe 5 – Aveiro. Vários activos e projectos em carteira. Ref. PT 005 PR 003 0303

Indústria de calçado de protecção. Preço pedido: €1.650.000. Ref. PT 0014 VFE 0010 0607

Manutenção Industrial Electrónica e Pneumática em grandes unidades industriais. Preço pedido: €2,000,000. Ref. PT 0014 VFE 0007 06 07

Empresa de fabricação de artigos em plástico. Ref. PT 0014 VFE 0011 0807

Comércio de equipamento industrial para hotelaria e restauração. Preço pedido: €10.000.000. Ref. PT 0014 VFE 0019 1107

Indústria Metalomecânica – Máquinas e Serralharia em Inox. Preço sob Pedido. Ref. PT 0014 VFE 0015 1007

Terreno c/ projecto p/ parque comercial e serviços. 10.000m2. Preço pedido: €1,100,000. Ref. PT 0014 VFE 0005 0407

Industria de Cerâmica Decorativa. Preço sob Pedido. Ref. PT 0014 VFE 0029 0708

Empresa de transformação e aplicação de vidro. Preço sob Pedido. Ref. PT 0016 FMV 0009 0608

Indústria de Ferragens. Fabricação de fechaduras,Dobradiças e Outras Ferragens. Ref. PT 0016 FMV 0003 0108

Fundição manual de metais não ferrosos. Peças destinadas a aplicações em louças e outros, ferragens para a construção civil. Ref. PT 0016 FMV 0004 0208

INTERNACIONAL

LISBOA E VALE DO TEJO

Hotel 4 Estrelas na Bahia – Praia do Forte – Brasil. Localização privilegiada, 32 apartamentos, perto da praia, instalações novas e arquitectura muito atraente, excelente taxa de ocupação e qualidade dos serviços. Ref. BR 0001 FAG 0007 1007

Industria Metalúrgica. Localizada em São Paulo – Brasil. Fabricação de acessórios de alumínio, aço inoxidável, nylon e outros para esquadrias de janelas e portas de alumínio, PVC e madeira. Excelente imagem no mercado e produtos de qualidade. Ref. BR 0001 FAG 0011 0108

Empresa organizadora e decorativa de eventos. Apoia na organização de eventos desde o início até à sua conclusão. Excelente reputação no mercado, qualidade e profissionalismo dos serviços prestados. Preço Pedido: €3,400,000. Ref. PT 0003 PGU 0004 0408

Agência de Viagens e Turismo e de Outras Actividades de Apoio. Vocacionada para o segmento corporate/empresarial, organização de congressos e eventos. Preço pedido: €1.200.000. Ref. PT 004 JP 044 0107

Comércio a retalho de vestuário e calçado. 14 lojas na Grande Lisboa, com excelentes localizações e rendas extremamente baixas. Preço

de pedido: €5.000.000. Ref. PT 004 JP 043 0107

Indústria de Transformação de Acrílicos. Muito rentável. Volume de vendas €670.000. Ref. PT 0009 JCL 0005 0907

Empresa Manutenção Industrial, Certificada, localizada em Lisboa. Vendas: 1,9M Euros. Boa Carteira de Clientes. Ref. PT 009 JC 028 0506

Espaço comercial com excelente localização na Baixa Lisboaeta. Área Total 168m2. Preço Pedido: €1.1000.000. Ref. PT 0009 JCL 0007 1007

Cabeleireiro e Centro de Estética, em Lisboa,

numa zona privilegiada e em franca expansão. Ref. PT 0009 JCL 0032 0208

Restaurante em Zona Privilegiada de Cascais. Ref. PT 0009 JCL 0034 0608

Restaurante no Centro de Lisboa. Excelente localização. Conceito totalmente inovador a nível mundial. Ref. PT 0009 JCL 0011 1007

Terreno e Projecto Aprovado para Clínica de Saúde. Excelente localização nos arredores de Lisboa. Ref. PT 009 JC 029 0606

Comércio por Grosso de Produtos Farmacêuticos. Preço pedido: €750,000. Ref. PT 0014 VFE 0016 1007

COMPRA-SE

Empresas de Segurança com ligações a Centrais Receptoras de Alarmes (CRA). Tipo de clientes: empresariais e/ou particulares. Ref. PT 0009 JCL 1014 0308

Empresas de Vending Alimentar com mais de 100 máquinas instaladas. Só interessam empresas que se dedicam à distribuição (não fabricantes). Ref. PT 0009 JCL 1012 1007

Inflação anual na Zona Euro estabiliza nos 4%

A taxa de inflação anual na Zona Euro fixou-se, em Julho, nos 4%, informa o organismo estatístico europeu, Eurostat.

As taxas anuais mais baixas registaram-se nos Países Baixos (3,0%), Portugal (3,1%)

e Alemanha (3,5%), e as mais elevadas na Letónia (16,5%), Bulgária (14,4%) e Lituânia (12,4%).

Os valores da inflação quase duplicam os verificados no ano passado, situando-se acima do limite dos 2%, definido pelo Banco Central Europeu como o número mais desejável para a estabilidade dos preços.

Os preços dos transportes (subida de 7,2%) e da alimentação e alojamento (mais 6,7%) foram as variações mais significativas, estando os preços das comunicações (menos 2,2%) e o vestuário (menos 0,5%) a contrariar a inflação.

Portugal investe três milhões na promoção do turismo

Portugal vai contar, já a partir de Setembro, com 11 coordenadores de equipas de turismo no estrangeiro, responsáveis pela promoção dos destinos nacionais em 17 países. O investimento anual, informa o secretário de Estado do Turismo, Bernardo Trindade, será de três milhões de euros.

A agência Turismo de Portugal vai trabalhar em parceria com a rede externa da Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP) e com a rede de diplomacia económica no exterior. O Reino Unido é o primeiro mercado emissor de turistas em Portugal, seguido por Espanha, França e Alemanha.

SERVIÇOS E PRODUTOS PARA EMPRESAS

LF

TRADUÇÕES

QUALIDADE E SIGILO...

www.lf-traducoes.com.pt
info@lf-traducoes.com.pt
Telefone: 919393459

BDR

Bandeiras e Mastros, SA

Comercializa todo o tipo de bandeiras e mastros aparece no mercado com o objectivo de ser reconhecida e certificada, garantindo a total satisfação dos seus clientes. presta um serviço da melhor qualidade ao melhor preço, Procura a evolução e tendência da sua área de mercado."

Rua Gonçalves Zarco, n.º 1129F Loja 23 Leça da Palmeira
4450-685 Matosinhos Tel: 22 999 59 09 Fax: 22 999 59 10
E-mail : bdr@bdr.pt ; comercial@bdr.pt



“Não há sectores que não recorram ao trabalho temporário”, sublinha Marcelino Pena Costa, presidente da APETT

Vida Económica - O trabalho temporário é algo de vasto. Que tipo de serviços prestam, hoje, às empresas que recorrem ao outsourcing nesta área? Que dúvidas é que estas apresentam?

Marcelino Pena Costa - Uma ETT presta serviços cada vez mais completos aos seus clientes, mas não de outsourcing. A colocação temporária é um processo cada vez mais exigente e complexo que tem levado as ETT a melhorarem os seus procedimentos ligados à gestão dos Recursos Humanos (RH) e todos os outros de uma forma geral, através da aplicação de soluções mais simples e céleres. Lembro ainda que as empresas utilizadoras, muitas delas, questionam as ETT sobre qual deve ser a melhor opção contratual, pelo menos, aquelas que são estruturadas e socialmente responsáveis.

VE - Há algum sector de actividade que se destaque pela forma como recorre ao trabalho temporário?

MPC - Não há sectores que não recorram ao trabalho temporário organizado, embora os serviços ocupem hoje a maior fatia do mercado. O sector industrial e da construção civil põe às ETT problemas muito específicos, os quais têm sido, aliás, resolvidos através da incorporação de técnicos dessas mesmas áreas de actividade económica nos seus quadros ou por via de parcerias e ainda através do “benchmarking”.

“Enquadramento legal é demasiado pesado”

VE - O enquadramento legal que existe à volta do trabalho temporário é o mais favorável para todos os envolvidos: empresas de trabalho temporário, clientes e profissionais?

MPC - O enquadramento legal existente peca por ser demasiado pesado. E isto devido às exigências burocráticas, mas não só. Na nossa opinião, este ficou também aquém das expectativas dos três grupos envolvidos e, isto porque as propostas de alteração a articulados que apresentámos, na fase de discussão pública, foram na maioria negligenciadas. Mas disto já falámos, em devido tempo. Pena é, que, mais

de um ano passado, os erros de revisão ortográfica ainda não tenham sido corrigidos.

VE - Há um número crescente de empresas especializadas no segmento do trabalho temporário? Estamos a falar de um mercado em evolução? A ser afirmativa a resposta, o que justifica este movimento?

MPC – Estamos a falar de um mercado em crescimento e expansão. O facto de as empresas terem crescido em profissionalismo e saberes abriu-lhes novos mercados e novas janelas de oportunidades. Algo que os nossos associados têm aproveitado para crescerem de forma sustentada. A Associação Portuguesa da Empresa do Sector Privado de Emprego (APESPE) tem, aliás, desenvolvido várias campanhas junto das instituições oficiais e do público em geral no sentido de os informar acerca dos compromissos éticos e de responsabilidade social que existem ligados ao desenvolvimento sustentável. Algo, devo dizer, que as empresas suas associadas têm implementado nestes dois últimos anos.

VE - Nos dias que correm, temos profissionais mais informados sobre a realidade do trabalho temporário ou ainda existe um grande desconhecimento à volta do assunto?

MPC - Penso que os profissionais que escolhem o trabalho temporário como modo de vida ou aqueles que, em momentos da sua vida e carreira profissional, abordam as nossas associadas para encontrarem uma solução de emprego ou para simplesmente mudarem de situação, estão conscientes dos seus direitos ou deveres. E se não o estão, são informados sobre o assunto.

Uma questão que entronca na figura do “Provedor do Trabalhador Temporário”. Este, através do seu manual, “esclarece qualquer dúvida sobre direitos e obrigações, exercendo, igualmente, a sua influência sobre as empresas aderentes para que não cometam erros ou ilegalidades.

VE - A flexissegurança é um tema que tem estado em cima da mesa. Como olha para este conceito? Este

Marcelino Pena Costa, presidente da APETT, destaca as competências do sector privado nesta área

“As políticas de emprego não podem ficar confinadas às mãos do sector público”

O trabalho, o emprego é algo de fundamental para os indivíduos e para a sociedade de uma forma geral. E tanto assim é que Marcelino Pena Costa, presidente da Associação Portuguesa das Empresas de Trabalho Temporário (APETT), em entrevista ao nosso jornal, afirma que as “políticas de emprego não podem ficar confinadas às mãos do sector público de emprego”. Afinal, como destaca a seguir, o sector privado que representamos “sabe fazer e tem as competências necessárias para dar a Portugal um contributo importante em matéria de emprego”.

poderia ser aplicado à realidade portuguesa?

MPC - Olho para a flexissegurança sem medos ou receios e penso que é um conceito que deve ser aplicado, em Portugal, com as devidas medidas segundo com a nossa cultura e envolvente social. Não pode é ser um processo de “copy-paste”. O que seria condenável e estaria condenado ao insucesso. Agora, uma coisa é para nós certa e fundamental: as políticas de emprego ou a introdução de medidas de flexissegurança não podem ficar confinadas às mãos do sector público de emprego. O sector privado que representamos sabe fazer e tem as competências necessárias para dar a Portugal um contributo importante em matéria de emprego. De costas voltadas, não se faz nada, ninguém ganha, perdemos todos.

VE - As empresas recorrem, de forma crescente, ao outsourcing na área dos recursos humanos? A ser verdade, o que as motiva a fazê-lo?

MPC - Sim é verdade, o outsourcing está a concorrer com a cedência temporária de trabalhadores por parte das Empresas de Trabalho Temporário (ETT). Isto de uma forma crescente e, diria mesmo, de um modo irreversível. São várias e diferenciadas as razões.

A primeira, do nosso ponto de vista, prende-se com a “miopia” do legislador que anda sempre a correr atrás das ocorrências e nunca a actuar, preventivamente, como deveria na defesa da concorrência e da livre iniciativa. O legislador, como sempre dizemos, não tem de legislar para corrigir abusos instalados, para isso existem as diversas inspecções, mas sim prever as medidas que permitam que utilizadores, fornecedores e trabalhadores tenham relações comerciais e laborais claras e transparentes. A segunda está relacionada com a impossibilidade que existe por parte das ETT de passarem os seus trabalhadores “temporários” a permanentes para além do quadro de dois anos. Algo que não acontece nos outros tipos de serviços às empresas, como será o caso da segurança, da limpeza ou da assistência técnica permanente.

A terceira razão prende-se com o facto desta figura que, tem espaço e consistência para existir no mercado, acabar por ser utilizada e abusada como forma de omitir verdadeiras condições de estabelecimento de contratos de cedência temporária.

SANDRA RIBEIRO
sandraribeiro@vidaeconomica.pt

UM MERCADO EM EXPANSÃO

O que se pode dizer do trabalho temporário? Ora, que é um mercado em crescimento. Pelo menos, é isto que nos diz Marcelino Pena Costa, presidente da APETT, quando afirma que esta é uma área “em expansão”. Os motivos? Aqui, o dirigente máximo da associação de empresas de trabalho temporário destaca a evolução registada por estas empresas em termos de “saberes e profissionalismo”. A reacção do mercado foi, por isso, natural, com a abertura, como destaca, de “novas janelas de oportunidades”.

E, apesar de todas as organizações recorrerem ao trabalho temporário, ainda se nota uma predominância daquelas que estão ligadas aos serviços. Uma coisa é certa: a colocação temporária é um processo cada vez mais exigente e complexo. Pelo menos, é esta, de novo, a opinião de Marcelino Pena Costa ,que adianta ainda que as empresas do sector tentam ultrapassar estes desafios, através da simplificação, aceleração e melhoria dos seus processos. Quanto aos trabalhadores, como é

que estes encaram o trabalho temporário? Sobre este assunto, a resposta do presidente da APETT remete-nos para o facto de as pessoas estarem cada vez mais informadas sobre os seus direitos e deveres. Ou não existisse o chamado “Provedor do Trabalho Temporário”. Este, através do seu manual, “esclarece qualquer dúvida sobre direitos e obrigações, exercendo ainda a sua influência sobre as empresas aderentes para que estas não cometam erros ou ilegalidades”, destaca Marcelino Pena Costa.



O preço médio da habitação em oferta na AML no 1º trimestre 08 ascendeu a 1.649€/m²

Imobiliário

A taxa de variação mensal do Índice Confidencial Imobiliário em Junho foi de -0,4%

Índice Confidencial Imobiliário divulga resultados de Junho

Mercado residencial português trava valorização mensal

De acordo com os últimos resultados do Índice Confidencial Imobiliário (ICI), o mercado residencial português registou uma travagem na sua valorização mensal em Junho, interrompendo, desta forma, a linha crescente verificada desde o início do ano.

A taxa de variação mensal do Índice Confidencial Imobiliário (ICI) em Junho foi de -0,4%, contrariando o forte crescimento ocorrido desde início do ano, mas não influenciando significativamente a taxa de valorização média anual, que continuou a beneficiar do ritmo de valorização registado nos meses anteriores e que sofreu apenas uma desaceleração de ritmo de crescimento. Em Junho, essa taxa foi de 2,3%, num aumento de 0,2% face à taxa alcançada no mês de Maio. Não obstante, se, nos meses de Verão, a rota de correcção iniciada em Junho persistir, a valorização média anual da habitação acabará

por estagnar ou mesmo descer. Os últimos resultados do ICI traduzem um sentimento de incerteza quanto à evolução futura do mercado, tendo em conta factores como o aumento das taxas de juro, o abrandamento económico, o aumento da inflação e a incerteza económica internacional que se têm reflectido nos níveis de confiança das famílias. Só nos próximos meses se poderá averiguar se o mercado resiste ou não a estas pressões, ou seja, se o comportamento de Junho persistirá. O mercado de habitação nova foi o que mais sentiu esta «travagem», com o ICI a registar uma

valorização média mensal de -0,8% em Junho. Ainda assim, e à semelhança do total do ICI, este segmento continuou a verificar uma valorização média anual em crescimento (2,6%). Quanto aos fogos usados, assistiu-se igualmente a uma descida mensal (-0,1%), embora neste caso seja já o segundo mês consecutivo em que se verifica uma quebra. Este é um dos sinais a reter, já que, desde final de 2006, que não se registavam dois meses consecutivos de descida do ICI. No mercado de usados, a taxa de valorização média anual foi de 2,0% em Junho.

Valorização na Área Metropolitana de Lisboa cai pelo terceiro mês

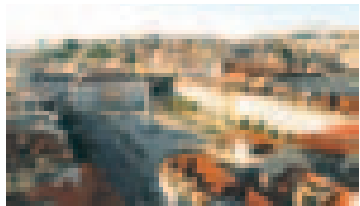
Também na Área Metropolitana de Lisboa (AML) se verificou um arrefecimento, com as taxas de variação mensal do ICI a caírem pelo terceiro mês conse-

cutivo, ou seja, traduzindo uma inversão bastante mais acentuada do que o geral do mercado. Nos últimos três meses, o mercado habitacional da AML teve variações mensais negativas, num total acumulado de -0,8%. Em termos médios anuais, o ICI valorizou 1,7% na AML em Junho.

Refira-se ainda que foram também divulgadas, recentemente, as principais conclusões das estatísticas CI/LardoceLar.com, relativas ao mercado habitacional da AML no 1º trimestre de 2008, de acordo com as quais, o preço médio da habitação em oferta na AML atingiu os 1.649€/m², sendo que, no final do período, o número de fogos para venda nesta região totalizava os 213 mil.

Lisboa é o concelho onde os preços médios da habitação em venda atingem os valores mais elevados da Área Metropolitana, acima dos 2.300€/m², seguindo-se Oeiras e Cascais, onde os preços

médios superam os 1.900€/m². Em conjunto, Lisboa, Cascais e Oeiras concentram 38% dos alojamentos em oferta. Na Margem Norte (Sintra, Vila Franca de Xira, Amadora, Loures, Odivelas e Mafra), que reúne uma oferta



de 70 mil fogos (33% do total da AML), os valores médios de habitação em oferta rondam os 1.450€/m².

A Margem Sul (Almada, Seixal, Setúbal, Montijo, Moita, Alcochete, Sesimbra, Palmela e Barreiro) é a região da AML com os preços médios da habitação em oferta menos elevados, não ultrapassando os 1.200€/m².

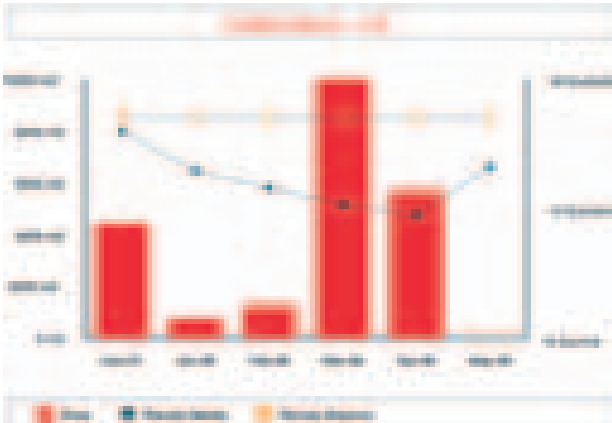
LPI*

Lisbon Prime index

Semestre encerra com grandes negócios

O Lisbon Prime Index vai fechar o primeiro semestre com um valor de absorção total a rondar os cem mil m2, um número expressivo no meio do ano e que vem dar nova vitalidade ao mercado de escritórios de Lisboa. Para este grande volume de área arrendada, o mês de Junho é fundamental, com muitos negócios de edifícios completos e com grandes ocupações de edifícios parciais dentro de Lisboa. O maior negócio registado em Junho é o registo de uma transacção na Avenida José Malhoa, com uma área disponível de escritórios de cerca de 12.800 m2. Este negócio passa a ser o segundo maior, em termos de área colocada, dos últimos dois anos só ultrapassado pela colocação da

Petrolgal nas Torres de Lisboa. Com menos área mas com a colocação total dos edifícios, ficam também registados em Junho a instalação do Barclays Bank no edifício Palmela, em cerca de 5300 m2, para a centralização e instalação da nova sede em Portugal e a colocação da Sony Portugal em 2000 m2 do edifício Rock One no Parque das Nações, transferindo de instalações dentro da mesma zona mas para um novo espaço. Com ocupações parciais de edifícios fica o registo da instalação de uma empresa de multimédia no edifício América, em cerca de 8300 m2, e de uma instituição pública em 4000 m2, da Torre A no Edifício Adamastor.



Proibida a reprodução do LISBON PRIME INDEX

Tel.: (+351) 218 912 416

www.chamartinimobiliaria.com

Residencial · Escritórios ·

D O L C E

V I T A

SHOPPING

Inovação na Lufthansa Portugal permite importante redução de custos

Os serviços de aeroporto da Lufthansa Portugal obtiveram o mais importante prémio, no âmbito da qualidade, atribuído pela administração da companhia aérea germânica. O galardão ficou a dever-se à implementação do “web check-in” em Lisboa e no Porto e à criação, em parceria com empresas nacionais, de um protótipo de uma máquina para esse efeito. As primeiras encomendas já seguiram para Espanha e alguns países escandinavos.



A Lufthansa desenvolveu, a nível nacional, a Direcção-Geral de Operações e Serviços de Aeroporto. O seu responsável, Paulo Geisler, revela-se satisfeito com a decisão. “A divisão opera de forma autónoma e permite encurtar a cadeia de decisão e a implementação de medidas inovadoras de serviço ao passageiro, de forma rápida e eficiente.” Os resultados têm ficado acima das expectativas. De facto, foi possível garantir uma redução de 20% nos custos

da escala de Lisboa, ao mesmo tempo que o número de atrasos foi substancialmente reduzido, a título de exemplo. Nos três aeroportos portugueses, a Luftansa aumentou as receitas extraordinárias em cerca de 32%, sendo que se criaram novos postos de trabalho.

Entretanto, Paulo Geisler chamou a atenção para o projecto-piloto, na capital, de uma nova ferramenta de formação interactiva, orientada para o pessoal da companhia e para os seus fornecedores de serviços. “Trata-se de uma plataforma de interacção e treino online, que possibilita uma maior flexibilidade e aproveitamento do tempo. A formação constante e continuada é um dos nossos principais factores de competitividade”, de acordo com aquele responsável.

Vários projectos estão a decorrer, neste momento, prevendo-se a sua conclusão até ao final do ano. Estão definidas diversas acções de melhoria e dinamização do serviço de terra, a criação de um canal prioritário para embarque ou o aumento do número de balcões de “check-in” disponíveis para “business class” e “star gold”. Num sector cada vez mais competitivo e que atravessa dificuldades decorrentes da actual situação económica, é determinante a diferenciação, que, segundo Paulo Geisler, “passa sobretudo pela inovação, a par de um investimento constante na qualidade e na segurança, a todos os níveis”.

EMPRESAS PORTUGUESAS RECORREM POUCO A SERVIÇOS EXTERNOS DE GESTÃO DE CRÉDITO

São menos de 10% as empresas nacionais que recorrem a serviços externos de gestão e de recuperação de crédito. Portugal é, a par da Espanha, Bélgica e República Checa, o país da Europa que menos aposta neste tipo de serviço e um dos que apresenta maior índice de risco de incumprimento. As taxas de risco estão acima dos 170 (numa escala de 120 a 200), segundo dados da Intrum Justitia, multinacional sueca.

“Em Portugal, o total das despesas envolvidas na gestão de crédito nas empresas ascenderam a 50 mi-

lhões de horas por ano”, informa o director-geral ibérico da Intrum Justitia, Luís Salvaterra. A relação entre os custos e a gestão de crédito para as empresas assume um papel importante: “Acreditamos que para essas empresas [PME] a profissionalização e o recurso a serviços externos são fundamentais”, conclui.

A Suécia e a Finlândia, países que mais recorrem a estes serviços (mais de 25% das empresas), são os que apresentam riscos de incumprimento mais baixos de toda a Europa.

JEEP PROMOVE MODELO WRANGLER NA ERICEIRA

A marca Jeep, com o modelo Wrangler, está presente no maior evento de surf, o Buondi Billabong Pro Portugal, a decorrer até ao final de Agosto, na Ericeira. Em competição estão quase duas centenas de surfistas. Todos os

visitantes podem participar na experiência promovida pela Jeep. O veículo é conduzido por monitores profissionais num pequeno circuito. O objectivo é dar a conhecer as capacidades todo-o-terreno do Jeep Wrangler.

“AJUDA DE CUSTO TIR” ESTÁ EM RISCO

A atribuição da “Ajuda de Custo TIR” está em vigor há duas décadas, isenta de contribuições para a Segurança Social, a todos os motoristas de transportes internacionais. No entanto, o actual Governo coloca em causa tal procedimento, lamenta a transportadora João Pires.

A medida terá consequência muito gravosas e vai contra o que foi acordado em 1988, pelo que se estará perante “um acto da maior injustiça”. Aliás, a empresa já está a ser afectada, não podendo fazer licenciar novas viaturas ou fazer cursos de formação profissional.

Sistema de monitorização promove bem-estar dos atletas



Foi lançado um sistema de monitorização inovador do corpo humano. O Zephyr Team System permite a monitorização remota de mais de 20 parâmetros comportamentais do corpo humano, em tempo real e até 64 pessoas, simultaneamente. “O ritmo cardíaco, o ritmo respiratório, a postura, a aceleração e a temperatura corporal são apenas alguns dos parâmetros monitorizáveis por este sistema que tem múltiplas aplicações, em particular nas áreas do desporto, da saúde e do bem-estar”, explica Armando Leal Rosa, administrador da Ribatel, empresa que representa o produto em Portugal, Espanha e no Brasil. Depois de analisar os dados referidos, o equipamento procede ao cruzamento gráfico e imediato de variáveis como o tema, a actividade, a situação e o tempo, aumentando a qualidade e variedade dos dados de análise recolhidos, explica O responsável informa, ainda, que esta análise “permite impulsionar o desempenho e prevenir lesões, reforçar cuidados preventivos, monitorizar o sucesso de reabilitação e aprofundar as investigações, contribuindo para um aperfeiçoamento eficiente da performance dos atletas e para a gestão da sua saúde e forma física”.

Segundo o empresário, o sistema de origem neozelandês destina-se, essencialmente, a clubes desportivos, clínicas de fisioterapia e ainda centros de investigação. Armando Leal Rosa adianta que “um sistema completo de monitorização simultânea de 16 pessoas rondará os 800 euros por licença”.

PATRICIA FLORES
patriciaflores@vidaeconomica.pt

SOGEVINUS LANÇA KOPKE RESERVA BRANCO

Foi lançado no mercado um novo Douro DOC da marca Kopke, o Reserva Branco 2007. O lançamento faz parte da estratégia da Sogevinus para reforço da marca, tendo em conta a intenção de fortalecer o negócio nos vinhos de denominação de origem.

É um vinho adequado aos dias mais quentes e distribuído pela UVA, com um preço de venda ao

público recomendado de dez euros. O lançamento é da responsabilidade do enólogo Francisco Gonçalves. Acompanha, sobretudo, com peixes gordos assados, bacalhau e carnes brancas.



GAIA DESENVOLVE CAMPANHAS DE DEFESA AMBIENTAL

O Cidadómetro – Unidade Móvel de Sensibilização – está na cidade de Gaia. Consiste num espaço de interacção que aborda temáticas que visam a adopção ou o treino de comportamentos de cidadania activa. A unidade as-

senta numa intervenção multifacetada, já que pressupõe a realização de actividades de exterior e interior. A empresa, em parceria com a Câmara Municipal está também a desenvolver uma campanha ambiental na orla costeira.

AIMMP faz apelo

Sobrevivência do mobiliário de madeira depende da concentração

As operações de concentração representam um dos maiores desafios que se colocam ao sector do mobiliário de madeira nacional. A Associação das Indústrias de Madeira e Mobiliário de Portugal (AIMMP) teme a perda de controlo do sector para investidores estrangeiros ou o mero desaparecimento de grande parte desta indústria, face à falta de escala e

competitividade.

A associação preconiza as ideias avançadas por Michael Porter há mais de uma década, a concentração das empresas em determinadas zonas geográficas, de forma a permitir a partilha de infra-estruturas, mercados de trabalho e serviços, ou seja, a constituição dos chamados “clusters”. Actualmente, não restam dúvidas que a

sustentabilidade do sector depende das exportações e, preferencialmente, para novos mercados.

Mas, adianta a AIMPP, “para obter economias de escala, que induzem a redução de custos, aumentos de produtividade e massa crítica, o caminho é a concentração”. Só desta forma será possível aumentar as exportações dos actuais 42% para 65% da produção

global, como definido durante o terceiro Congresso das Indústrias de Madeira, Mobiliário e Afins. “Se o sector não se preparar para a concentração, corre o risco de ser controlado por investidores estrangeiros, que têm capital disponível e que vêm nesta indústria factores de atractividade.”

Para a TemaHome, empresa exportadora de mobiliário de

madeira, o que acontece é que os empresários, muitas vezes, têm expectativas exageradas do valor do seu negócio. Também querem garantir o controlo absoluto dos seus negócios e o estatuto social que detêm na empresa e na região onde a mesma está implantada. “Mas é preferível perder-se algum poder e ganhar-se em capacidade de sobrevivência e competitividade

**Pedidos para: Vida Económica -
Editorial S.A.**
Rua Gonçalo Cristóvão, 111 - 6º Esq. •
4049-037 Porto • Tel.: 223 399 400
Fax: 222 058 098
Email encomendas:
encomendas@vidaeconomica.pt
Website:
www.vidaeconomica.pt/livraria



Unicer investe 15 milhões em restyling e nova garrafa

A introdução da nova garrafa de Tara Retornável da Super Bock arrastou consigo um ajuste gráfico para modernizar a imagem da marca e aproximá-la do seu público-alvo mais jovem. Com a nova campanha, a Unicer aproveitou para lançar um conjunto de iniciativas, mais uma vez, com o segmento jovem em mente. A “Vida Económica” falou com Paulo Valentim, director de marketing de cervejas da Unicer, para conhecer melhor a estratégia da empresa.

Paulo Valentim - Como é prática na gestão da marca Super Bock, as decisões são tomadas com base em “inputs” dos seus consumidores. Considerando que o último restyling da marca foi efectuado há quase uma década, é normal que estivessem reunidas condições para a marca fazer um ajuste à sua expressão gráfica. Considerando também que uma mudança de Tara Retornável é um processo extremamente oneroso e que acontece de forma pontual (a última TR tinha já 40 anos), fazia todo o sentido aproveitar o lançamento da nova garrafa TR para ajustar a expressão gráfica da marca, havendo uma conjugação de dois importantíssi-

VE - Porquê este novo formato da garrafa? O que há de diferente nele?

PV - A Unicer fomenta a introdução de boas práticas de laboração industrial, que traduzem uma preocupação com o Am-

A acrescentar, ainda, o facto das novas garrafas e grades serem produzidas através da incorporação a 100% do material reciclado obtido a partir das garrafas e grades antigas, como os consequentes ganhos ambientais e de custos totais do projecto.

“A Super Bock estabelece as suas actividades e a sua comunicação em função da relevância que pode ter para os seus consumidores e não em função da sua concorrência”

PV - A campanha decorreu de forma normal, sendo executada nos “timings” e nos locais estabelecidos.

TIAGO ROCHA
redacao@vidaeconomica.pt

WWW.VIDAECONOMICA.PT

CURSOS

SETEMBRO/DEZEMBRO

• PRÁTICO DE CONTABILIDADE E ANÁLISE DE BALANÇOS (44h) (22 sessões: de 2ª a 5ª)	8 Setembro 14 Outubro	18h00-20h00
• PRÁTICO DE CONTABILIDADE E ANÁLISE DE BALANÇOS (44h) (18 sessões: de 2ª a 5ª)	de 9 a 22 Set. das 9h00 às 12h00 9 Setembro a 14 Outubro 23 Set a 14 Out. das 9h00 às 11h00 (interrupção na semana de 29 Set. a 3 Out.)	
• AVANÇADO DE ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA* (35h) (8 sessões: de 2ª a 5ª)	15 a 25 Setembro	17h00-21h30
• MARKETING MANAGEMENT* (15h)	24 e 25 Setembro	09h30-18h30
• CONTABILIDADE ESPANHOLA-PORTUGUESA* Comparativo - (15h)	1 a 3 Outubro	09h00-17h30
• CRIAÇÃO DE EMPRESAS EM ESPANHA* (8h)	13 Outubro	09h00-18h00
• EXECUTIVE DE FINANÇAS PARA NÃO FINANCEIROS* (15h)	15 e 16 Outubro	09h00-18h00
• PRÁTICO DE CONTABILIDADE E ANÁLISE DE BALANÇOS (44h) (22 sessões: de 2ª a 5ª, <i>O CURSO DE MANHÃ COMEÇA UM DIA MAIS TARDE</i>)	20 Outubro a 25 Novembro	09h00-11h00 ou 18h00-20h00
• TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO (15h)	23 e 24 Outubro	09h00-18h00
• AVANÇADO DE ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA* (35h) (10 sessões: de 2ª a 5ª)	27 Outubro a 11 Novembro	17h00-21h30
• GESTÃO DE EMPRESAS: CURSO INTENSIVO DE IRC (15h)	4 e 5 Novembro	9h00-17h30
• FISCALIDADE ESPANHOLA-PORTUGUESA* Comparativo - (12h) (Dia e meio)	10 e 11 Novembro	09h00-17h30 e 09h00-13h30
• PRÁTICO DE INTELIGÊNCIA EMOCIONAL (14h)	20 e 21 Novembro	9h00-18h00
• GESTÃO DE EQUIPAS* (15h)	24 e 25 Novembro	09h00-18h00
• PRÁTICO DE CONTABILIDADE E ANÁLISE DE BALANÇOS (44h) (11 sessões: de 2ª a 6ª)	2 a 17 Dezembro	09h00-13h00 ou 18h00-22h00
• EXCEL PARA CONTROLO FINANCEIRO* (15h)	3 e 4 Dezembro	09h00-18h00
• GESTÃO DE EMPRESAS: CURSO INTENSIVO DE IRC (15h)	9 e 10 Dezembro	09h00-18h00

INFORMAÇÕES
E INSCRIÇÕES

VIDA ECONÓMICA
Departamento de Formação
Rua Gonçalo Cristóvão, nº 111, 6º Esq.
4049-037 Porto
TELEPHONE: 223399457/00
FAX: 22058098
E-mail: dep.formacao@vidaeconomica.pt

VidaEconómica

Abstract The purpose of this study was to determine the effect of a 12-week, low-intensity, supervised walking program on the physical and psychological health of sedentary, middle-aged women. The study was a randomized, controlled trial. The subjects were 40 sedentary, middle-aged women who were randomly assigned to either a supervised walking program or a control group. The walking program consisted of 12 weeks of supervised walking, 3 times per week, for 30 minutes per session. The control group consisted of 20 women who did not participate in the walking program. The subjects were assessed at baseline and at 12 weeks for physical and psychological health. The physical health assessment included measures of body mass index (BMI), waist circumference, and blood pressure. The psychological health assessment included measures of self-esteem, anxiety, and depression. The results of the study showed that the walking program had a significant positive effect on the physical and psychological health of the subjects. The subjects in the walking program had a significant decrease in BMI, waist circumference, and blood pressure compared to the control group. The subjects in the walking program also had a significant increase in self-esteem, a significant decrease in anxiety, and a significant decrease in depression compared to the control group. The results of this study suggest that a 12-week, low-intensity, supervised walking program can improve the physical and psychological health of sedentary, middle-aged women.

* Formações *Executive*: nos formatos de dia inteiro incluem almoço; os formatos de tarde ou pós-laborais incluem um jantar de boas-vindas ou de fim de curso. As formações *Executive* incluem um conjunto de serviços gratuitos de valor acrescentado. Consultar detalhes para cada uma das formações.

António Raposo Subtil analisa Novo Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos

“É necessário separar componente imobiliária da turística”

O novo regime jurídico dos empreendimentos turísticos, aprovado em Dezembro de 2007, esteve pendente até Fevereiro deste ano, e entrou em vigor recentemente. Agora levantam-se muitas questões acerca do que este novo diploma veio alterar ou revogar em relação aos anteriores. Tendo estes objectivos em mente, a revista Vida Judiciária promoveu recentemente um debate subordinado ao tema “Balanço do novo regime jurídico dos empreendimentos turísticos”, que teve como oradores convidados os advogados António Raposo Subtil, João Nóbrega e Sandra Neves e contou com uma assembleia, maioritariamente, composta por advogados e juristas. Uma das alterações que o diploma trouxe foi uma nova designação para empreendimento turístico: estabelecimento que se destina a prestar serviço de alojamento mediante remuneração, dispondo para o seu funcionamento de um adequado conjunto de estruturas, equipamentos e serviços complementares (art.

2.º). “A questão central que se coloca agora é que temos de separar a componente imobiliária da componente turística”, defendeu António Raposo Subtil. O novo regime instituiu também novas tipologias de empreendimentos, que agora passam a dividir-se em: estabelecimentos hoteleiros; aldeamentos turísticos; apartamentos turísticos; conjuntos turísticos (resorts); empreendimentos de turismo de habitação; empreendimentos de turismo no espaço rural; parques de campismo e caravanismo e empreendimentos de turismo da natureza, tendo sido introduzida uma nova figura – o alojamento local. “Esta divisão simplifica em tudo o processo”, destacou o orador convidado. Uma das novidades mais significativas do novo diploma prende-se com a estipulação das competências, que passam agora a distribuir-se entre o Turismo de Portugal a as Câmaras Municipais. Assim, o Turismo de Portugal tem ao seu cuidado estabelecimentos hoteleiros (hotéis,

aparthotéis e pousadas); aldeamentos turísticos; apartamentos turísticos; conjuntos turísticos (resorts) e hotéis rurais. Por sua vez, as autarquias ficam responsáveis pelo turismo de habitação, turismo rural (excepto hotéis rurais e parques de campismo e caravanismo) e o alojamento local (licencia, fixa a capacidade e atribui classificação). A nível do processo de classificação de empreendimentos, esta passa a ser obrigatória de quatro em quatro anos, e tem de ser pedida pelo interessado seis meses antes do final do prazo. No campo dos benefícios fiscais, estes contemplam três áreas específicas: internacionalização, investimentos estratégicos e empreendimentos declarados de unidade turística, sendo que os apoios financeiros criados e a criar recaem sobre produtos, destinos e pólos – através de, por exemplo, protocolos bancários ou pelo QREN –, e inovação e competitividade.

SÓNIA DE ALMEIDA
redacao@vidaeconomica.pt



António Raposo Subtil

Vodafone investe mais de 2,4 milhões de euros em responsabilidade social

A Vodafone e a sua fundação investiram, no decorrer de ano fiscal de 2007, mais de 2,4 milhões de euros no desenvolvimento das suas actividades. O relatório de responsabilidade social do operador fala da aplicação destas verbas em áreas como a saúde, segurança, ambiente, educação, cultura ou solidariedade social. Um dos exemplos é o projecto de monitorização remota da epilepsia pediátrica lançado, em Fevereiro de 2008, em conjunto com o centro hospitalar de Lisboa Ocidental. O objectivo? Aumentar o número e a capacidade de êxito das intervenções cirúrgicas em crianças epilépticas. E, porque estamos em tempo de férias, a Vodafone e, já pelo segundo ano consecutivo, pôs em marcha o chamado “Verão de Campeão”. Este um projecto de sensibilização dos mais novos para as regras essenciais de segurança e defesa do ambiente nas praias. Na área do ambiente, o destaque do operador vai para – uma iniciativa que contou ainda com a participação da câmara de Valongo, Águas de Valongo e faculdade de Engenharia do Porto – a despoluição do rio Leça e requalificação das suas margens. A isto acrescem ainda outros projectos como o financiamento de todos os custos de produção de manuais escolares digitais para alunos com deficiência visuais no âmbito de uma parceria com o ministério da Educação e Porto Editora, o “CyberMoving” – este visa promover a mobilidade sustentável em meios citadinos – ou ainda a própria gestão ambiental das actividades da Vodafone. Estamos, por exemplo, a falar da diminuição das emissões de CO2 do grupo em 50% até 2020.

Portojóia sob o signo dos diamantes sintéticos

O que vai marcar a Portojóia – a feira da Exponor ligada aos sectores da joalheria, ourivesaria e relojoaria – deste ano? Ora, podemos dizer que os diamantes sintéticos, produzidos em laboratório. Segundo os especialistas, um nicho de mercado em ascensão a que a Portojóia – o certame vai realizar-se de 24 a 28 de Setembro e já vai na 19ª edição – quer dar visibilidade. “Ultrapassadas que vão progressivamente sendo as barreiras económicas nos seus custos de produção, nunca os diamantes de laboratório estiveram tão perto do mercado de joalheria, sendo expectável que, a breve trecho, cheguem aos mercados europeus, em geral, e português em particular”, destaca Rui Galopim de Carvalho, gemólogo e representante no nosso país de uma associação internacional ligada ao sector. Algo que acontece, segundo este perito, graças ao “abaixamento progressivo dos custos de fabrico, às novas tecnologias de crescimento de cristais com qualidade gemológica

e ainda ao aumento significativo da produção”. Mas não só. Como em relação a qualquer outro produto, a sua expansão vai estar muito marcada por coisas como o marketing, a marca ou pelo crescente consumo de diamantes em mercados como a China ou a Índia. O que se pode esperar da Portojóia em termos de presenças? Ora, aqui, as expectativas voltam a ser elevadas com os responsáveis a falarem na participação de duas mil empresas e na visita de 100 mil pessoas. Uns e outros vão ter a oportunidade de associar-se a iniciativas como o “Espaço Criadores” ou o “Espaço Escola”. Enquanto que o primeiro acolhe designers e autores de jóias, já o segundo pretende ser uma mostra do sector formativo ligado a esta área. A estas iniciativas juntam-se ainda outras, agora, ligadas à necessidade de debater os temas “quentes” do sector.

SANDRA RIBEIRO
sandraribeiro@vidaeconomica.pt

Vendas da Multipessoal ultrapassam os 24,3 milhões de euros

A Multipessoal, empresa de recursos humanos e trabalho temporário do grupo Espírito Santo, viu, no primeiro semestre deste ano, as suas vendas ascenderem a 24,3 milhões de euros. Uma subida de 15% face a período homólogo do ano passado. O que está por trás desta evolução? Aqui, a Multipessoal destaca o crescimento, mais 19% do que em 2007, das áreas de outsourcing e trabalho temporário. “Pese embora a situação económica desfavorável, os crescimentos verificados no primeiro semestre do ano dá-nos a garantia do que os objectivos fixados para 2008 serão atin-

gidos. Para isso vamos continuar com o nosso plano de expansão e crescimento”, destaca, em comunicado, Afonso Batista, presidente da empresa. E tanto assim é que a Multipessoal se prepara para abrir mais quatro “Espaço Emprego” ainda neste terceiro trimestre. E, porque o território desta empresa do grupo Espírito Santo não se limita a Portugal, convém ainda acrescentar que a Multipessoal continua os seus projectos de desenvolvimento, em Cabo Verde, estando parra breve – algo que se deverá realizar, em 2009 – o arranque das operações, em Angola.

Salão Mondial Coiffure Beauté muda localização

O salão Mondial Coiffure Beauté decorre no Palácio dos Desportos , na Porte de Versailles, em Paris. De 13 a 15 de Setembro, o evento conta com uma nova localização para satisfazer os clientes e apresentar um programa de shows de penteados inéditos, perante mais de quatro mil espectadores. Mas o MCB tem também um programa de conferências dedicado aos negócios durante três dias. Por outro lado, têm lugar vários concursos internacionais. Existem três universos distintos no espaço, um local destinado às compras, um outro com animações técnicas e um terceiro onde se privilegiam os contactos comerciais. Em Portugal, este salão é promovido pela Promosalons.

Repsol disponibiliza descontos a taxistas

A petrolífera espanhola Repsol e a Associação Industrial de Táxi da Região Autónoma da Madeira (AITRAM) assinaram uma parceria, em que são oferecidos descontos no abastecimento de combustíveis. Através do cartão de associado AITRAM/Repsol, o



desconto é de três cêntimos por litro. A parceria entre as duas entidades inclui ainda uma promoção de lubrificantes com a oferta de um vale de desconto de 10% em toda a gama de lubrificantes adquiridos nos postos Repsol da região. A petrolífera possui uma rede de 21 postos de abastecimento, localizados nas principais estradas e localidades. De notar que aquele cartão também pode ser utilizado no Continente.

Secretário-geral da Fenalac em entrevista

Licenciamento das explorações pecuárias está mais facilitado

Ultrapassado o projecto inicial do Governo, que previa “regras ambientais muito rígidas” que “praticamente inviabilizavam a produção de leite nas principais bacias leiteiras”, o novo regime do exercício das explorações pecuárias, aprovado em Conselho de Ministros a 3 de Julho, traz “algumas vantagens aparentes”, que a prática se encarregará de confirmar, explica o secretário-geral da Fenalac (Federação Nacional das Cooperativas de Leite e Lacticínios), Fernando Cardoso, em entrevista à “Vida Económica”. A análise conjunta das diversas entidades sobre os processos individuais e a criação de um período excepcional de licenciamento das explorações já existentes são os pontos mais positivos do diploma.

Vida Económica – O Governo aprovou em Conselho de Ministros, em 3 de Julho, um decreto-lei com o novo regime do exercício das explorações pecuárias, entrepostos e centros de agrupamento. Que comentário lhe merece o diploma?

Fernando Cardoso - A sua aprovação vem resolver uma questão jurídica muito séria que se coloca às explorações leiteiras,

as quais, de acordo com o regime legal em vigor, teriam que estar licenciadas até ao final de 2008. Tendo em conta que a referida legislação foi publicada no final de 2005 e, passados alguns meses, iniciou-se o processo de harmonização da legislação que só agora foi concluído, na prática, a mesma não permitiu o licenciamento das explorações, pois criou a expectativa de uma iminente reformulação legal, atrasando o avenço dos processos. Este diploma vem acrescentar um período excepcional de licenciamento das explorações já existentes, durante o qual lhes é concedido um título provisório de actividade e, assim, a continuação da produção até ao final do processo de licenciamento.

VE – Concorde com a manutenção da obrigatoriedade de licenças prévias para a obtenção do licenciamento?

FC - No caso de novas explorações, faz sentido que, previamente à instalação das mesmas, seja assegurada a regularidade dessa instalação, até para que posteriormente não seja posta a causa a sua legalidade. No entanto, no regime excepcional previsto para as explorações já existentes, as quais, estando já instaladas, beneficiam de um regime transitório, a questão é colocada de modo diferente, pois a análise individual do processo determinará as medidas necessárias para a sua adaptação.

VE - Numa entrevista à “Vida Económica” em Novembro, disse que a Fenalac estava “muito preocupada” com o licenciamento e com a questão,



“Inicialmente, foram propostas regras ambientais muito rígidas, cuja aplicação praticamente inviabilizava a produção de leite nas principais bacias leiteiras”, explicou Fernando Cardoso.

paralela, dos apoios ao licenciamento e às questões ambientais. Este diploma resolve os problemas do sector?

FC – Este diploma apenas toca no licenciamento e não nos apoios. Quanto ao licenciamento, há algumas vantagens aparentes, como a análise conjunta das diversas entidades sobre os processos individuais, evitando

os pareceres contraditórios e um maior detalhe no processo administrativo e burocrático. No entanto, só após a sua entrada em vigor será possível avaliar da sua conveniência. Por outro lado, falta a publicação de portarias anexas ao decreto-lei, nomeadamente a que estabelece as regras ambientais, pelo que ainda não é possível avaliar o impacto das

mesmas na produção. O certo é que, inicialmente, foram propostas regras ambientais muito rígidas e cuja aplicação praticamente inviabilizava a produção de leite nas principais bacias leiteiras, mas, entretanto, foi suavizado o nível de exigência através de normas mais razoáveis.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

APOIOS AO LICENCIAMENTO ESCASSEIAM

O principal problema que continua a colocar-se às explorações leiteiras de concelhos como Vila do Conde, Póvoa de Varzim, Barcelos, Santo Tirso, Trofa, entre outros, na sua maior parte de reduzida dimensão, é a “adaptação às regras ambientais” e ao “licenciamento das construções”, explica Fernando Cardoso, secretário-geral da Fenalac (Federação Nacional das Cooperativas de Leite e Lacticínios), à “Vida Económica”.

É que, se o primeiro problema se resolve através do “apoio público ao investimento”, algo que, “infelizmente a tutela ainda não assumiu”, a resolução do segundo problema passa pela “sensibilização das câmaras municipais para o ajustamento dos instrumentos de ordenamento do território em função da existência das explorações agrícolas”. E, neste particular, “a concorrência pelo território com o espaço industrial e urbano tem criado à agricultura sérios problemas de sobrevivência”, diz Fernando Cardoso. Assim, a Fenalac defende mais “empenho político para inverter esta tendência e manter uma actividade com importância económica e social muitas vezes desvalorizada”.

Questionado sobre o facto de os regimes de licenciamento da actividade passarem a seguir procedimentos diferentes consoante a classe em que a actividade se integra, o secretário-geral da Fenalac não se opõe, concordando com uma “gradação das

obrigações em função da dimensão do efectivo”, disse à “Vida Económica”.

Recorde-se que, de acordo com o novo diploma, as explorações de classe 1 (exploração intensiva com mais de 260 cabeças normais) ficam sujeitas ao regime de autorização prévia, as de classe 2 (explorações extensivas e intensivas até 260 cabeças normais) ficam sujeitas ao regime simplificado da declaração prévia e as da classe 3 (as explorações até 5 cabeças normais de uma espécie ou até 10 no caso de várias espécies) ficam obrigadas ao simples registo.

E é precisamente em relação às regras para as explorações de classe 3 que a Fenalac está mais reticente. “Parece-nos que essa classe podia ser mais abrangente, beneficiando assim mais explorações”, explicou Fernando Cardoso à “Vida Económica”.

Para este responsável, o regime de licenciamento das explorações da classe 3, que implica um simples registo, “podia ser estendido até ao limite de 20/30 cabeças normais”, o que implicava “uma menor burocracia para os produtores e para o Estado”. Tanto mais que estas unidades produtivas já “lutam com problemas de competitividade económica”, os quais acabam “agravados” com as obrigações do licenciamento.

Todos os contras somados, diz Fernando Cardoso, este “pode constituir o derradeiro argumento para o fim da actividade”.

Êxito do “Balcão Único” em dúvida

O diploma aprovado em Conselho de Ministros de 3 de Julho, que estabelece o novo regime do exercício das explorações pecuárias, entrepostos e centros de agrupamento, prevê a criação de um “balcão único”, com o objectivo de “aprofundar o papel da entidade coordenadora como interlocutor único no âmbito do controlo prévio das explorações”. Questionado pela “Vida Económica” sobre a eficácia desta medida, o secretário-geral da Fenalac mostra-se reticente. “Este conceito de balcão único já existia desde 2005, mas nunca funcionou plenamente, na medida em que as câmaras municipais e outras autoridades frequentemente emitiram pareceres directamente ao produtor, inviabilizando, assim, o carácter coordenador do “balcão único””. Por outro lado, diz Fernando Cardoso, “esses pareceres eram frequentemente contraditórios entre si”, razão pela qual “existe alguma desconfiança se, ao abrigo da nova legislação, este conceito essencial finalmente vingará”. “Fazemos votos nesse sentido”, diz o secretário-geral da Fenalac.

PUB



• Rua do Bolhão 221

www.hoteldomhenrique.pt •

• alem-mar@hoteldomhenrique.pt

a l é m m a r
R E S T A U R A N T E

T 22 340 1616 •



• HOTEL DOM HENRIQUE
★★★★



Portugal não levantará entraves à negociação da proposta apresentada pelo executivo comunitário

Fiscalidade

A taxa de 12% actualmente aplicável tem sido um dos factores de perda de competitividade

Comissão Europeia quer IVA de 5% na restauração

A Comissão Europeia pretende que os serviços de restauração, alguns serviços de trabalho intensivo e os produtos de higiene absorventes, incluindo as fraldas de bebé, passem a ser tributados em IVA pela taxa reduzida de 5%.

Porém, e uma vez que as questões de politica fiscal necessitam de votação unânime dos países membros, antevê-se que não será tarefa fácil para a Comissão obter o consenso dos 27 países que compõe a União Europeia à volta da sua proposta e dessa forma ver aprovada a redução da tributação em IVA desses bens e serviços.

A Alemanha é um dos países que será mais difícil de convencer uma vez que a aceitação da redução da taxa do IVA implicará uma perda significativa de receita para os cofres da Angela Merkel. Do lado oposto à França que há muito que insiste na aplicação da taxa reduzida de IVA ao sector da restauração.

Portugal, e no que ao sector da restauração diz respeito, não levantará entraves à negociação da proposta apresentada pelo executivo comunitário uma vez que tem sido recorrente o argumento de que a taxa de 12% actualmente aplicável às prestações de serviços de alimentação e bebidas tem sido um dos factores de perda de competitividade do sector perante Espanha

onde a taxa de IVA vigente é de 7%.

De acordo com a proposta da Comissão, que, a ser aprovada, entrará em vigor em 1.1.2011, a lista de produtos e serviços aos quais os governos da UE podem aplicar taxas reduzidas será alargada aos seguintes casos:

- serviços ligados ao sector da habitação (construção, renovação, reparação, transformação, manutenção e limpezas);
- serviços de restauração e catering (com exclusão das bebidas alcoólicas);
- serviços prestados localmente (quando o prestador e o cliente se encontram numa zona geograficamente limitada), tais como os pequenos serviços de reparação (calçado, vestuário, computadores, etc.), limpeza e manutenção de bens (lavagem e engomagem de roupa, entre outros), cuidados pessoais (cabeleireiro, estética, etc.), bem como serviços de jardinagem e paisagismo.

Recorde-se que, com base no argumento da necessidade de criação de postos de trabalho Portugal já beneficia, desde 2000, a aplicação de taxa reduzida de IVA de 5% às obras de reparação de residências particulares (excluindo os materiais que representam uma parte significativa do valor do serviço prestado) e aos serviços de assistência ao domicílio.

IVA comunitário não aceite como custo fiscal

Por força da 8ª Directiva do Conselho (79/1072/CEE), de 6 de Dezembro, os sujeitos passivos de IVA estabelecidos em território português têm direito ao reembolso do IVA suportado em operações efectuadas noutros estados membros da União Europeia.

Ora, existindo dúvidas do tratamento fiscal a dar, em sede de IRC, ao IVA suportado em virtude de não ser solicitada a sua restituição ao abrigo da referida 8ª directiva, a Administração Fiscal expressou recentemente através de uma Circular o entendimento de que o IVA suportado por um sujeito passivo, em virtude de não ter exercido o direito à sua restituição, não é dedutível para efeitos de determinação do lucro tributável em IRC, porquanto não se verifica o requisito de indispensabilidade exigido pelo nº 1 do artigo 23º do respectivo Código.

Segundo esse preceito do Código do IRC são considerados indispensáveis para a realização dos proveitos ou ganhos sujeitos a imposto, nomeadamente os encargos relativos à produção ou aquisição de quaisquer bens ou serviços, os encargos de distribuição e venda, e os encargos de natureza financeira e os encargos de natureza administrativa.

Refira-se que, segundo a administração fiscal, idêntico tratamento deve ser adoptado na determinação dos rendimentos empresariais e profissionais dos sujeitos passivos do IRS, por força da remissão prevista no artigo 32º do CIRS.

PRÁTICA FISCAL

PEC

Uma empresa que não cessou actividade e que neste exercício de 2007 não vai utilizar o pagamento especial por conta efectuado no ano 2004, pode pedir o reembolso após a entrega do IRC de 2007.

Resposta do Assessor Fiscal

1. No que respeita a empresas não cessadas, o n.º 1 do artigo 87.º do Código do IRC estabelece que o pagamento especial por conta (PEC) pode ser deduzido à colecta apurada no próprio exercício a que respeita ou pode ser deduzido até ao quarto exercício seguinte, observando os condicionamentos aí referidos.

2. Em alternativa, se o sujeito passivo não for susceptível de ser abrangido pelo regime simplificado, ou seja, se não reunir as condições que o levariam a ficar abrangido pelo regime simplificado – se não tivesse optado pelo regime geral –, pode ser reembolsado da parte do PEC não deduzida à colecta do exercício,

Tenho uma factura de alojamentos na net, em que a entidade é americana, e factura a um sujeito passivo de IVA português. Como se deve proceder em termos de IVA?

A questão também se prende em saber se o serviço é considerado como prestado fora da UE.

Resposta do Assessor Fiscal

Na situação descrita, trata-se de um serviço prestado por via electrónica, caso em que, sendo

se a situação que deu origem ao reembolso for considerada justificada por acção de inspecção feita a pedido do sujeito passivo formulado nos 90 dias seguintes ao termo do prazo de apresentação da declaração modelo 22 relativa ao exercício em que o pagamento foi efectuado. A inspecção a pedido do sujeito passivo encontra-se prevista no Decreto-Lei n.º 6/99, de 8 de Janeiro, sendo devida, pela sua realização, a taxa que se encontra definida na Portaria n.º 923/99, de 20 de Outubro.

3. No caso que nos foi apresentado, o pagamento especial por conta foi efectuado em 2004, pelo que a possibilidade de solicitar a acção de inspecção que podia originar o reembolso se esgotou no final de Agosto de 2005.

4. Logo, a sua recuperação só pode ser feita por via da dedução à colecta respeitante ao exercício de 2007 ou de 2008, verificados os requisitos a que refere o n.º 1 do artigo 87.º.

o adquirente um sujeito passivo do IVA em território nacional, considera-se o serviço prestado em Portugal, e, nesta circunstância, é o adquirente do serviço que assume a posição de sujeito passivo da operação, com direito a dedução, nos termos da alínea c) do n.º 1 do artigo 19.º e alínea a) do n.º 1 do artigo 20.º, ambos do CIVA. (alínea a), in fine, do n.º 1 do artigo 2.º e alínea n) do n.º 8 do artigo 6.º, ambos do CIVA).

AGENDA FISCAL

AGOSTO

Até ao dia 20

- **IVA - Imposto sobre o valor acrescentado**
- Regime dos pequenos retalhistas – Pagamento do imposto apurado relativo ao 2º trimestre de 2008. A obrigação de envio da declaração periódica do imposto subsiste caso no período em referência não haja operações tributáveis.
- **IRC - Imposto sobre o rendimento das pessoas colectivas**
- Entrega das importâncias retidas no mês de Julho sobre os rendimentos sujeitos a retenção na fonte de IRC. (Artº 75º do CIRC)
- **IRS - Imposto sobre o rendimento das pessoas singulares**
- Entrega, pelas entidades obrigadas a efectuar retenção, do imposto deduzido em Julho pela aplicação das taxas liberatórias previstas no artº 71º do CIRS. (artº 98º nº 3 do CIRS).
- Entrega, pelas entidades que disponham ou devam dispor de contabilidade organizada, das importâncias deduzidas em Julho sobre rendimentos de capitais e prediais e rendimentos de propriedade intelectual ou industrial e prestações de serviços (Cate-

- goria B), (artº 98º nº 3 e 101 do CIRS).
- Entrega do imposto deduzido em Julho sobre os rendimentos do trabalho dependente e de pensões, com excepção das de alimentos (artº 98º nº 3 e 99º do CIRS).
 - **Imposto de Selo**
Entrega, por meio de guia, nas tesourarias da Fazenda Pública, do imposto cobrado em Julho, pelas entidades a quem incumbe essa obrigação.
- #### Até ao dia 31
- Imposto Único de Circulação**
Liquidação, por transmissão electrónica de dados, e pagamento do Imposto Único de Circulação – IUC (que substitui o Imposto Municipal sobre Veículos e os Impostos de Circulação e Camionagem), relativo aos veículos cujo aniversário da matrícula ocorra no mês de Agosto.
- #### SETEMBRO
- ##### Até ao dia 10
- **IVA - Imposto sobre o valor acrescentado**

- Periodicidade Mensal – Envio obrigatório via Internet da declaração periódica relativa às operações realizadas no mês de Julho. O pagamento pode ser efectuado através das caixas automáticas Multibanco, nas Tesourarias de Finanças informatizadas e nos balcões dos CTT. O pagamento pode ainda ser efectuado via Internet. Conjuntamente com a declaração periódica deve ser enviado o Anexo Recapitulativo, referente às transmissões intracomunitárias isentas,
- #### RESTITUIÇÃO DO IVA – 8ª DIRECTIVA
- ##### Custos ou perdas de IRC
- A administração fiscal veio esclarecer, através da Circular 14/2008, do dia 11 de Julho, que, sempre que os sujeitos passivos não exerçam o direito à restituição do IVA que lhes é conferido pela 8ª Directiva do Conselho (79/1072/CEE), de 6 de Dezembro, o montante do IVA contabilizado como custo não é dedutível para efeitos de determinação do lucro tributável em IRC, porque não se verifica o requisito de indispensabilidade exigido pelo nº 1 do artigo 23º do respectivo Código. Idêntico tratamento deve ser adoptado na determinação dos rendimentos empresariais e profissionais dos sujeitos passivos do IRS, por força da remissão prevista no artigo 32º do CIRS.
- Até ao fim do mês: Liquidação, por transmissão electrónica de dados, e pagamento do Imposto Único de Circulação - IUC, relativo aos veículos cujo aniversário da matrícula ocorra no presente mês (substitui os anteriores Imposto Municipal sobre Veículos e os Impostos de Circulação e Camionagem). As pessoas singulares poderão solicitar a liquidação em qualquer Serviço de Finanças.

- efectuadas no mês de Julho.
- **IRS - Imposto sobre o rendimento das pessoas singulares**
Os notários, conservadores, secretários judiciais e secretários técnicos de justiça devem entregar à Direcção-Geral dos Impostos a relação Modelo 11 relativa os actos praticados no mês anterior, susceptíveis de produzir rendimentos sujeitos a IRS. (Artº 123º do CIRS)

Enquadramento dos estágios profissionais está tipificado em sede de IRS

Rendimento obtido na frequência de estágio profissional sujeito à natureza dos contratos, às obrigações e aos direitos dos formandos e entidades formadoras.

Caso uma empresa tenha a colaborar consigo um técnico contratado no âmbito de um estágio profissional, pagando-lhe um salário mínimo nacional (isento de IRS) mais subsídio de alimentação, e o Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP) salário mínimo nacional mais subsídio de deslocação, deve a empresa entregar ao colaborador a declaração de rendimentos? Em que termos? O colaborador deve preencher a declaração de IRS? Qual o valor a colocar?

Apenas podem estar sujeitos a IRS os rendimentos previstos nas normas de incidência deste imposto. Dito de outra forma, perante um determinado rendimento, teremos de verificar se o mesmo se enquadra em alguma das categorias previstas nos artigos 2.º a 11.º do Código do IRS (CIRS) e, em caso afirmativo,

se está ou não excluído de tributação nos termos do artigo 12.º do CIRS.

Seguindo esta metodologia, quanto ao rendimento que tenha sido obtido na frequência de um estágio profissional, terá de se verificar se a natureza dos contratos estabelecidos, as obrigações e os direitos dos formandos e entidades formadoras permitem concluir pela tipificação como rendimentos do trabalho dependente (categoria A), isto porque muitos dos estágios são realizados em contexto real de trabalho, podendo os formandos serem realmente chamados à prestação efectiva de trabalho.

A informação vinculativa (Despacho do SDGCI, de 08/07/03), cuja divulgação vem clarificar o enquadramento dos estágios profissionais em sede de IRS estabelece um método claro de destrinça da tipificação dos rendimentos, deixando de a subordinar apenas ao tipo de le-

gislação que regula os estágios.

Interessará, em primeiro lugar, determinar se os estagiários/formandos executam quaisquer tarefas de que resultem mais-valias para a entidade de acolhimento, pois em caso afirmativo estamos perante uma relação laboral.

Por outro lado, se o estágio consiste na mera aquisição de conhecimentos teóricos, e uma eventual participação dos formandos na produção de bens e serviços seja considerada como economicamente irrelevante, então os rendimentos que sejam obtidos nesse estágios não são tributados, pois não se inserem na previsão de nenhuma das normas de incidência do IRS.

Quanto aos estágios que não assumam estas características, existindo subordinação à orientação e direcção de um superior hierárquico, não há dúvida que estaremos perante a prestação de trabalho dependente, o que obriga o estagiário/formando a declarar esses rendimentos no anexo A da declaração modelo 3, à semelhança dos restantes rendimentos desta categoria.

Esta qualificação dos rendimentos também obriga a entidade pagadora dos rendimentos a proceder à retenção na fonte, de acordo com a tabela aplicável, relevação desses rendimentos na declaração modelo 10 a entregar até final de Fevereiro do ano seguinte ao do pagamento e entrega de uma declaração dos rendimentos pagos aos estagiários.

Mesmo que uma parcela do valor pago ao estagiário seja financiada pelo IEFP, não afasta a tributação dessas quantias como rendimento do trabalho dependente. A empresa vai reter na fonte apenas sobre o valor que esta deve ao estagiário, ainda que parte desse montante tenha sido subsidiada pelo IEFP. Se esse montante é entregue directamente pelo Instituto ao estagiário, é nosso entendimento que a empresa não tem de proceder à obrigação de retenção e declarativa sobre essa parcela.

INFORMAÇÃO ELABORADA PELA CTCOC — CÂMARA DOS TÉCNICOS OFICIAIS DE CONTAS

Opinião

O dever de lealdade

FILIPA RODRIGUES PEREIRA

Jurista da Câmara dos Técnicos Oficiais de Contas



O Técnico Oficial de Contas, doravante TOC, na qualidade de profissional que exerce funções de indiscutível interesse público, tem o dever geral de contribuir para o prestígio da profissão, desempenhando consciante e diligentemente as suas funções e não colocando em causa a dignidade destas mesmas funções, nos termos do art. 52.º, n.º 1, do Estatuto dos Técnicos Oficiais de Contas, adiante denominado ECTOC.

Ora, neste seguimento, é importante clarificar o dever de lealdade que deve ser cumprido entre os TOC. Assim, de harmonia com o disposto no art. 56.º, n.º 2, do ECTOC, o TOC tem o dever de, quando assumir a responsabilidade por contabilidades anteriormente a cargo de outro TOC, se certificar que os valores provenientes da sua execução estão inteiramente satisfeitos ao TOC cessante, sob pena de se assumir perante este pelos montantes em falta. Este preceito deve ser conjugado com o art. 17.º, n.º 2, do Código Deontológico dos TOC. E, atento o disposto neste normativo le-

gal, o TOC, sempre que for solicitado a substituir outro colega, tem o dever de, previamente à aceitação do serviço, solicitar-lhe esclarecimentos sobre a existência de quantias em dívida, não devendo aceitar as funções enquanto não estiverem pagos os créditos a que aquele tenha direito, desde que líquidos e exigíveis.

Na qualidade de TOC inscrito na CTCOC, este está obrigado ao cumprimento dos deveres explanados no ECTOC e no Código Deontológico. Por conseguinte, quando assume as funções de TOC responsável pela contabilidade de uma determinada firma relativamente à qual existe um TOC antecessor, independentemente do período de tempo que medeia este intervalo, tem de dar cumprimento ao disposto nas normas supra melhor referenciadas.

Nessa altura, isto é, quando assume efectivamente a responsabilidade pela contabilidade que anteriormente estava a cargo de outro TOC, tem de contactá-lo previamente e certificar-se de que os valores em dívida a este, provenientes da execução da respectiva contabilidade,

estavam inteiramente satisfeitos. Caso contrário, passa a assumir perante este os montantes em falta. Portanto, não deve o TOC assumir funções enquanto existirem honorários em dívida desde que estes sejam líquidos e exigíveis. Nessa oportunidade deve igualmente solicitar os esclarecimentos relativamente a outros aspectos relevantes.

Destarte, importa ter em consideração que a “ratio legis” das normas estatutárias e deontológicas não é apenas, como se retira de uma interpretação meramente literal, assegurar ao TOC antecessor o ressarcimento dos créditos a que eventualmente tenha direito na sequência da cessação do contrato de prestação de serviços, pois tais normas encerram também um dever ético intraprofissional, ou seja, é um dever que tem de ser cumprido entre TOC.

Por isso, o TOC não se pode bastar com a informação prestada pelo legal representante da firma relativamente à qual pretende assumir funções, de que não existem valores em dívida a favor do anterior TOC nem com a análise dos documentos contabilísticos desta. O TOC sucessor tem de questionar directamente o anterior TOC quanto a este aspecto.

Evitar a responsabilidade disciplinar

É ainda de salientar que nem o ECTOC nem o Código Deontológico fazem qualquer menção à forma que deve revestir a comunicação ao TOC antecessor, isto é, se deve ser por contacto telefónico ou por escrito. No entanto, tendo em consideração a “jurisprudência das cautelas”, aconselha-se o uso da carta

registada com aviso de recepção, pois é a forma mais adequada para fazer prova de que procedeu à referida comunicação. Ainda assim, na eventualidade de não ser possível o contacto com o TOC antecessor, deve ser dado conhecimento desse facto à Direcção da Câmara dos TOC, nos termos do art. 17.º, n.º 3, do Código Deontológico.

Por último, o TOC antecessor, ao receber a comunicação do TOC sucessor, deve comunicar da existência de créditos a seu favor, no prazo, de 30 dias, sob pena de após esse prazo se considerar pago de todos os valores eventualmente em dívida, de harmonia com o disposto no art. 17.º, n.º 4, al. a), do ECTOC. Portanto, se, no referido prazo, o TOC anterior nada responder, o TOC sucessor pode assumir funções, sem que isso implique a sua responsabilização disciplinar pelo facto de posteriormente vir a apurar-se a existência de honorários em dívida. O TOC antecessor tem igualmente de comunicar todas as circunstâncias que possam influenciar a sua decisão de aceitar ou não a proposta contratual e prestar-lhe outras informações relevantes, mediante consentimento prévio da entidade a quem prestou serviços, nos termos do art. 17.º, n.º 4, als. b) e c), do ECTOC.

Ao comunicar com o anterior TOC, antes de iniciar as funções na qualidade de TOC sucessor, questionando relativamente a eventuais créditos e outros aspectos relevantes, este está a tomar uma atitude diligente, zelosa e dignificadora da profissão, conforme lhe impõe todo o normativo legal ao qual está sujeito, evitando assim a sua responsabilidade disciplinar.

JERÓNIMO MARTINS: GALP ENERGIA:

+6%

desde
o início do ano

-28%

desde
o início do ano

Mercados

Carteira dos Fundos
Investimento Mobiliário
decreceu 23% desde
início do ano.

Santander Totta marca excepção no mercado nacional

Banca em queda generalizada

O primeiro semestre de 2008 foi negro para a generalidade dos bancos nacionais com quebras nos resultados entre 10% e 30%. A excepção foi o Santander Totta que conseguiu crescer 7% nos primeiros seis meses do ano. Entre as razões para os menos bons resultados na banca estão as conjunturas nacional e internacional desfavoráveis, bem como a turbulência nos mercados financeiros.

Pela primeira vez em vários anos, a actividade bancária nacional revelou-se menos rentável. Contudo, entre as principais instituições a opinião é unânime: a actividade comercial da banca mantém-se em crescimento saudável mas o impacto de variáveis externas, como as conjunturas nacional e internacional, aliadas à quebra generalizada nos mercados financeiros, foram as grandes responsáveis pela quebra nos lucros.

Em geral, as perdas dos bancos situaram-se entre os 13%, 8% do BPI e os quase 33% do Millennium BCP. A excepção foi o desempenho do banco Santander Totta, que conseguiu crescer cerca de 7%, graças essencialmente, à valorização dos seus capitais próprios.

Apesar do contexto operacional complexo nos mercados financeiros e o impacto de diversas medidas legais, o Santander Totta manteve o crescimento do seu negócio recorrente, o que lhe permitiu crescer a Margem Financeira em cerca de 9% e a Margem Comercial em 6%, alicerçando o crescimento com o continuado

Perdas situaram-se entre os 8% e os 13% do BPI e os quase 33% do Millenium

aumento da sua base de cliente vinculados, que aumentaram 8,2%. O controlo de custos permitiu novos ganhos de eficiência, com o Rácio de Eficiência a melhorar 0,5 pontos percentuais, para 43,2%.

Segundo Nuno Amado, Presidente executivo do Santander Totta, o banco tem beneficiado da robustez do seu balanço, da sua posição de liquidez, do melhor rating da banca em Portugal e da eficiência das suas operações, bem como de uma criteriosa gestão de risco e da margem financeira.

Já o BPI obteve, no 1º semestre de 2008, um lucro líquido consolidado de 9,1 milhões de

euros. O lucro no semestre incorpora o impacto negativo de 157,4 milhões de euros (após impostos) de menos valias realizadas e imparidades em BCP. Excluindo este impacto, o lucro consolidado no semestre seria de 166,4 milhões de euros (-13,8% relativamente ao 1º semestre de 2007), a que corresponde uma rendibilidade dos capitais próprios (ROE) de 20,8%.

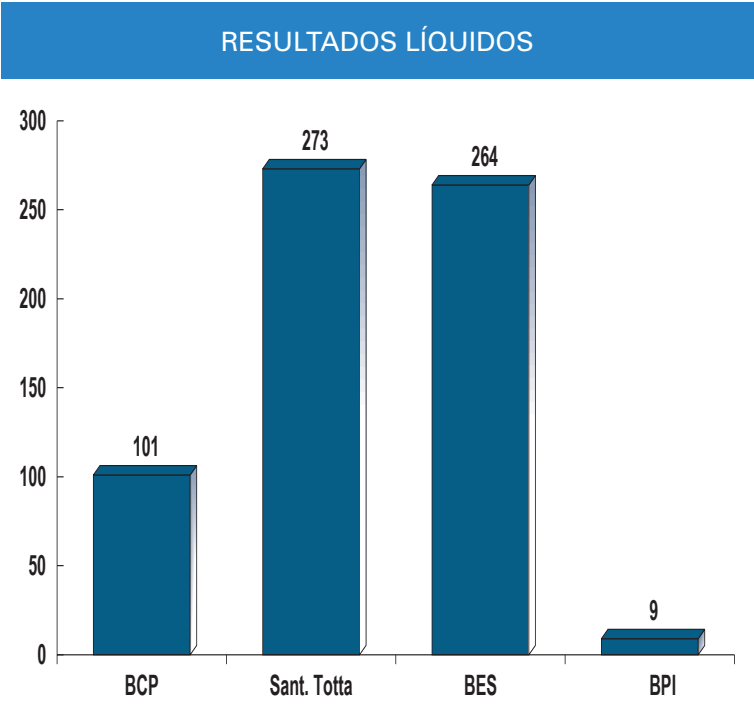
No 1º semestre de 2008, a actividade doméstica de banca comercial contribuiu com 80,1 milhões de euros para o lucro líquido consolidado, a banca de investimento contribuiu com 7,6 milhões de euros e a actividade internacional contribuiu com 58,5 milhões de euros, o que correspondeu a uma ROE de 13,2% para a banca comercial doméstica, 77,7% para a banca de investimento e 37,1% para a actividade internacional.

Mais positivo para os resultados do BPI foi o forte crescimento dos depósitos no semestre que financiou a expansão do crédito na actividade doméstica. Na actividade em Angola, o BFA dispõe também de um balanço líquido positivo: o rácio

crédito / depósitos situa-se em 42%.

Apesar de ter visto a sua rentabilidade a reduzir-se em cerca de 28%, o BES aumentou, durante o primeiro semestre de 2008, a sua quota de mercado média, de 20,2% para 20,6%, cresceu em número de clientes e mais do que duplicou o peso da área internacional no negócio global. Esta área representava 13,2% há um ano atrás, valendo actualmente 29,2%.

No que se refere a resultados financeiros, a actividade do BES também cresceu. No entanto, custos operacionais mais elevados, devido também à expansão nos mercados in-



ternacionais, aliados à instabilidade dos mercados e à crise financeira mundial resultaram em lucros menores para aquela instituição.

Contudo, a mais-valia potencial associada ao investimento que o Banco Espírito Santo tem no Bradesco, que alguns analistas estimam que possa rondar os 500 milhões de euros, vai permitir que a instituição liderada por Ricardo Salgado tenha que reconhecer as perdas latentes associadas às participações na Portugal Telecom e na EDP. O ganho virtual no banco brasileiro mais do que compensa as menos-valias implícitas nas posições detidas nas cotadas portuguesas que, em termos brutos, superavam os 100 milhões de euros no final de Junho. Assim, como o balanço final da sua carteira de participações é positivo, o BES não terá que abater as perdas latentes da PT e da EDP aos resultados, como aconteceu com o BCP e o BPI.

A maior perda coube neste semestre ao Millennium BCP, cujos resultados líquidos caíram dos 334 milhões de euros para os 134 milhões de euros. Apesar de tudo, os activos daquela instituição cresceram, assim como os capitais próprios, mantendo também o rácio de eficiência mais elevado, quando comparados os quatro maiores bancos privados nacionais.

Segundo os responsáveis do Millennium BCP, estes resultados sofreram o impacto da crise financeira internacional que, aliada ao aumento dos custos operacionais e a uma maior imparidade do crédito, tiveram reflexo negativo na liquidez.

A Caixa Geral de Depósitos,

a última instituição a apresentar os seus resultados financeiros (a 5 de Agosto), sofreu também uma quebra na ordem dos 27%.

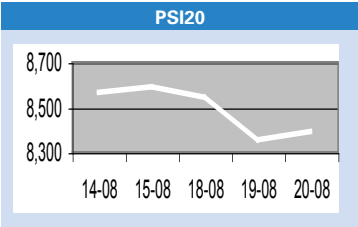
Esta diminuição é uma consequência dos efeitos muito negativos da crise nos mercados financeiros, com destaque para o reconhecimento da imparidade da participação no BCP no montante de 130 milhões de euros e para a redução dos resultados de operações financeiras, em 243,2 milhões de euros, face ao período homólogo de 2007”, explicou Faria de Oliveira, presidente da Caixa Geral de Depósitos, durante a apresentação dos resultados da empresa. Ainda segundo a mesma fonte, “os impactos da turbulência nos mercados financeiros não tiveram um efeito mais negativo nos resultados devido ao comportamento positivo do produto da actividade bancária comercial”.

A possibilidade de um aumento de capital este ano já tinha sido admitida por Faria de Oliveira e foi confirmada com o anúncio, por parte da Caixa Geral de Depósitos, de um reforço de 400 milhões de euros. O registo do aumento de capital foi feito no passado dia 1 de Agosto.

O capital do banco passou assim a ser de 3,5 mil milhões de euros. A instituição explica, em comunicado, que este aumento de capital, tendo presente a estratégia de crescimento do grupo, “justifica-se pela necessidade de assegurar os níveis de solvabilidade claramente acima dos limites prudenciais”.

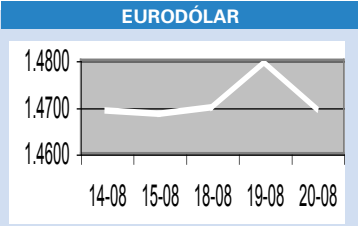
FÁTIMA FERRÃO
fatimaferrao@vidaeconomica.pt

ÍNDICES



PSI 20 (Fecha) (20/08)	8386,64
Var. Semana	-1,41%
Var. 2008	-35,58%
Dow Jones (Fecha) (20/08)	11392,27
Var. Semana	-1,22%
Var. 2008	-14,12%
Nasdaq (Fecha) (20/08)	1920,16
Var. Semana	-1,13%
Var. 2008	-7,90%
Ibex (Fecha) (20/08)	11379,9
Var. Semana	-2,70%
Var. 2008	-25,04%
Dax (Fecha) (20/08)	6317,80
Var. Semana	-1,63%
Var. 2008	-21,69%
CAC 40 (Fecha) (20/08)	4365,87
Var. Semana	-0,84%
Var. 2008	-22,42%

CAMBIAL

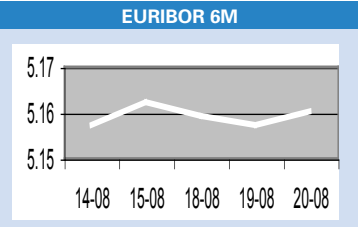


Eurodólar (Fecha) (20/08)	1,4692
Var. Semana	-0,78%
Var. 2008	-0,20%

Euro Libra (Fecha) (20/08)	0,7899
Var. Semana	-0,32%
Var. 2008	7,71%

Euro lene (Fecha) (20/08)	161,59
Var. Semana	-0,57%
Var. 2008	-2,03%

MONETÁRIO

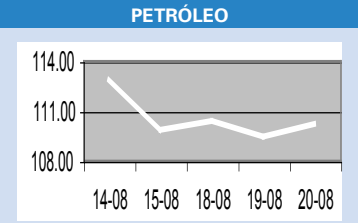


Euribor 6m (Fecha) (20/08)	5,1600
Var. Abs. Semana	-0,0040%
Var. Abs. 2008	0,4510%

Euribor 3m (Fecha) (20/08)	4,9640
Var. Abs. Semana	-0,0010%
Var. Abs. 2008	0,2740%

Euribor 1Y (Fecha) (20/08)	5,3140
Var. Abs. Semana	-0,0030%
Var. Abs. 2008	0,5600%

MERCADORIAS



Petróleo (Brent) (20/08)	110,15
Var. Semana	-1,36%
Var. 2008	16,77%

Ouro (Fecha) (20/08)	806,90
Var. Semana	0,16%
Var. 2008	-3,16%

Prata (Fecha) (20/08)	13,01
Var. Semana	-7,93%
Var. 2008	11,92%

Especulação

Falta de critério

Nas últimas semanas, o dólar norte-americano deu um ar da sua graça e valorizou fortemente face ao euro. Há já vários analistas que consideram a inversão definitiva. Porém, enquanto o dólar valoriza, Wall Street continua a discutir o papel que a Reserva Federal (FED) tem desempenhado ao salvar diversas instituições da bancarrota. Os leitores já sabem que sou um crítico da acção do FED. Contudo, isso não me impede de considerar que no caso da Bear Stearns o banco central agiu bem. Do mesmo modo, se o FED tiver de salvar a Freddie Mac e a Fannie Mae – os dois principais “players” no mercado norte-americano de hipotecas – também qualificarei a acção como positiva. Porque, no mundo real, infelizmente, há instituições que não podem mesmo ir à falência. Banqueiros, políticos, observadores – todos sabem disso. O problema é que à medida que se vão abrindo excepções, aumenta o risco de se abrir uma caixa de Pandora. Como se determina os que têm de ser resgatados e os que podem ser sacrificados? Ninguém sabe.

O presidente da Reserva Federal defende que, ao salvar a “Bear Stearns”, manteve intacta a solidez do siste-

ma financeiro norte-americano, provavelmente, de todo o mundo. Se a “Bear Stearns” tivesse afundado, outras instituições poderiam também cair por arrastamento, o crédito ao público restringir-se-ia ainda mais, teríamos mais desemprego e uma recessão inevitável. Talvez exista aqui algum exagero. Porém, é o que sucederá se a Freddie Mac e a Fannie Mae forem à falência. Nessa hipotética situação, as consequências seriam ainda mais devastadoras. Como, recentemente, o conhecido gestor Barton Biggs afirmou numa entrevista à Bloomberg TV: “Freddie Mac and Fannie Mae are way too big and way to big a part of the mortgage system and really the American way of life to say ‘just let them go bankrupt’”. Totalmente de acordo. Portanto, é melhor nem sequer pensar nessa possibilidade.

Infelizmente, a situação actual faz com que o FED aceite dos bancos quaisquer títulos que possam ser utilizados por estes como contrapartida de cedência de liquidez. É o caso, recente, das obrigações associadas aos empréstimos em que os estudantes universitários norte-americanos incorrem para financiarem os seus estudos. Ou seja, se estes estudan-

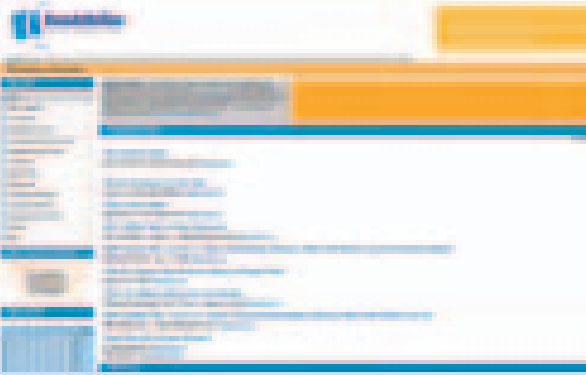
tes, afectados por uma eventual recessão deixarem de pagar os seus empréstimos, as respectivas obrigações perderão o seu valor. O caso é paradigmático e serve para ilustrar que, hoje, vale mesmo tudo. Estas e outras políticas, nefastas para a integridade do sistema financeiro, fazem com que, actualmente, 86% das REPO’s (operações de cedência temporária de liquidez) do FED tenham como contrapartida obrigações associadas a hipotecas e afins. Em 2005, há apenas 3 anos atrás, esse valor era de apenas 6%, sendo que o remanescente, 94%, era garantido por obrigações do Tesouro detidas pelos bancos comerciais que recorriam às REPO’s. Mais palavras para quê? Trata-se de uma inversão estrutural de que não há memória.

A carteira de activos detida pela Reserva Federal está avaliada em 900 mil milhões de dólares – cerca de 75% do PIB norte-americano. Contudo, esse valor pode ser facilmente questionado se tivermos em linha que, hoje em dia, uma parte é lixo que os bancos quiseram colocar fora dos seus respectivos balanços. Na minha opinião, a bem da sociedade tal como a conhecemos, só existe um caminho a seguir: uma auditoria a todos os que estão no mercado das hipotecas movida de forma pró activa pelo próprio FED, operação salvamento para todos os que necessitam, inibição das respectivas administrações, concentração de instituições boas com as más, regulação de todas as práticas que conduziram a este abismo e, gradualmente, a amortização do lixo que agora está no balanço do FED. É uma solução muito pouco liberal, contudo, não vejo outra alternativa. Foi o excesso de liberdade criativa, associado à ideia romântica de que todos podiam comprar a sua própria casa, que nos conduziu a este ponto. A sociedade na América tornar-se-á mais hierarquizada. Menos dinâmica. E o “American Dream” menos provável.

NET.INVESTIDOR

www.bondsonline.com

Tanto os Estados como as empresas podem procurar financiamento de diversas formas: podem pedir um empréstimo a um banco, como qualquer um de nós, ou alternativamente podem endividar-se junto ao público emitindo obrigações. Por isso, uma obrigação é, efectivamente, uma nota de crédito emitida pelo Estado ou empresa. Como retorno do seu



investimento, a obrigação reembolsa um montante fixo, por um número de períodos pré determinado, que é calculado através da combinação de uma taxa de juro com o valor investido na obrigação (o chamado cupão). Para além disso, o Estado ou a empresa paga também, no final dos períodos referidos (maturidade), o valor facial, isto é, o valor inicial de investimento. O investidor tem duas opções: ou investe no momento em que as obrigações são emitidas pelo Estado ou pelas empresas; ou investe através dos mercados obrigacionistas, onde as obrigações são transaccionadas. Ao investir através deste mercado, o investidor corre o risco de que o preço das obrigações possa ser superior ou inferior ao seu valor facial, isto é, ao seu valor de emissão. Para que não tenha uma desagradável surpresa importa estar sempre bem informado. Nesse sentido recomenda-se vivamente o site “Bonds Online”, o qual permite o acesso instantâneo a um universo de mais de 3,5 milhões de acções, obrigações, índices e outros activos financeiros de todos os mercados à volta do Globo. Apesar do seu carácter generalista na informação que aporta, o “Bonds Online”, fazendo jus ao seu nome, dá especial atenção aos mercados obrigacionistas. Se pretender estar informado permanentemente sobre os mais variados mercados obrigacionistas, de uma forma rápida, simples e de acesso imediato, não hesite em visitar o “Bonds Online”.

PUB

Agenda Jurídica 2009 também em formato de bo:so



Agenda Jurídica 2009 – Formato de Boiso

A mais completa e actualiizada

Toda a informação contida na tradicional AGENDA JURÍDICA da Vida Económica em **formato reduzido** (de boiso). Especialmente preparada para advogados, soiicitadores e juizes, esta Agenda interessa também às empresas, consultores e a todos os profissionais iigados ao contencioso.

Vida Económica

GRUPO EDITORIAL

Pedidos para: Vida Económica – Editorial S.A.

Rua Gonçalo Cristóvão, 111 – 6º Esq. • 4049-037 Porto • Tel.: 223 399 400 • Fax: 222 058 098

Email encomendas: encomendas@vidaeconomica.pt • Website: www.vidaeconomica.pt/livraria

CUPÃO DE ENCOMENDA

Nome

Morada

CP

E-mail

Telefone

Fax

NIF

☐ Sou assinante da Vida Judiciária, beneficiando da redução de 2 por exemplar.

DAS DIFERENTES OPÇÕES ASSINALE A QUE MELHOR LHE CONVÉM:

1

Agenda Jurídica 2009 – Formato de Bolso

2

Agenda Jurídica 2009

Versão / Preço / Cor	Preto	Azul	Bordeux
Normal = 13	Quantidade	Quantidade	Quantidade
Croco = 13	Quantidade	Quantidade	Quantidade

Versão / Preço / Cor	Preto	Azul	Bordeaux
Normal = 16	Quantidade	Quantidade	Quantidade
Classique = 18,60	Quantidade	Quantidade	Quantidade

☐ Junto cheque n.º s/ Banco no valor de

☐ Debitem no meu cartão Visa / Mastercard n.º Código Segurança

Emitido em nome de Válido até Assinatura

☐ Solicito o envio à cobrança (acrescem 5 para despesas de expedição e cobrança)

Observações

DESCONTOS

Encomendas de 3 a 8 Agendas -10% • Encomendas superiores a 8 Agendas -15%

Os descontos indicados não são válidos para a Capa Prestígio amovível • Descontos não cumuláveis

Todos os preços indicados incluem IVA à taxa legal em vigor. Oferta dos portes de correio e despesas de envio excepto nos pedidos de envio à cobrança. A opção da cor solicitada fica condicionada aos stocks disponiveis (indique em Observações uma cor alternativa).

Economia portuguesa “aguenta-se” no segundo trimestre

A estimativa para o crescimento do PIB no segundo trimestre de 2008 para a Zona Euro e EU-27, publicada pelo Eurostat, aponta para taxas de 1,5% e 1,7%, em termos homólogos, respectivamente. Relativamente a Portugal, o Eurostat apresenta uma estimativa de crescimento homólogo do PIB de 0,9% para o segundo trimestre de 2008, idêntica à do trimestre antecedente.

Em Junho de 2008, o Indicador Compósito Avançado da OCDE (CLI) continua a apontar para um arrefecimento na maior parte das economias da OCDE. O CLI para China e Brasil apresenta sinais de aceleração económica enquanto que para a Rússia e Índia o mesmo indicador evidencia sinais no sentido de um possível arrefecimento destas economias. Para a Zona Euro, em Junho de 2008, este indicador apresentou um CLI de 95,0 (abaixo do valor registado em Junho de 2007, -5,2%). A mesma tendência evidenciou a economia americana que regista neste mês um CLI de 97,7 (abaixo do valor verificado em Junho de 2007, -5,4%).

Para Portugal, em Junho de 2008, este indicador apresentou o valor de 93,6 (CLI), abaixo do valor registado no mês anterior (-0.36%) e menor em -5,58%, quando comparado com igual período do ano anterior. Apesar desta tendência avançada pelo CLI, a verdade é que as estimativas para o crescimento do PIB no segundo quarto de 2008, avançadas pelo Eurostat, dão conta d uma estabilização da economia nacional. O Eurostat apresentou uma estimativa de crescimento homólogo do PIB de 0,9% para o se-

gundo trimestre de 2008, idêntica à do trimestre antecedente.

Inflação e desemprego acalmam

Em Julho de 2008, o Índice de Preços no Consumidor (IPC) registou uma taxa de variação homóloga de 3,1%, 0,3 pontos percentuais abaixo do valor registado em Junho e 0,2% acima do valor registado no segundo trimestre de 2008 (2,9%). A variação média nos últimos doze meses foi de 2,7%. Em Junho de 2008, o Índice Harmonizado de Preços no Consumidor (IHPC) português registou uma taxa de variação homóloga de 3,1% (0,5% abaixo do valor verificado em Junho).

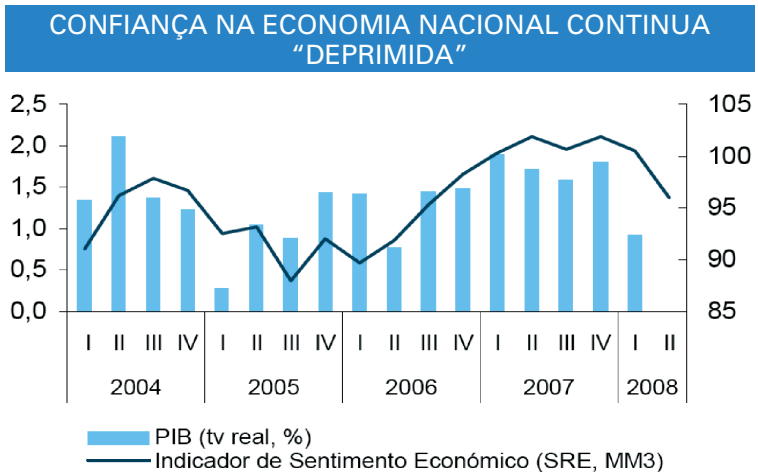
Para o segundo trimestre de 2008, o INE estimou uma taxa de desemprego de 7,3% (inferior em 0,3% à registada no 1º trimestre de 2008), representando uma diminuição de 0,6 pontos percentuais face ao trimestre homólogo de 2007. A população desempregada, estimada em 409,9 mil indivíduos, registou um decréscimo face ao trimestre anterior de 4% e uma diminuição de 6,9% face ao trimestre homólogo. A população emprega-

da, por sua vez, registou um aumento face ao trimestre anterior de 0,7% e um aumento de 1,4%, em termos homólogos.

Em Junho de 2008, o Índice de Volume de Negócios nos Serviços registou uma taxa de variação homóloga de -0,3%, o que representa uma diferença de 1,7 pontos percentuais, relativamente ao valor registado no segundo trimestre de 2008 (1,4%, VH). O emprego, as remunerações efectivamente pagas e as horas trabalhadas nos serviços apresentaram, em Junho de 2008, variações homólogas de 1,0%, 3,3% e 0,6%, respectivamente, o que compara com variações homólogas de 0,9%, 3,5% e 1,1% no segundo trimestre de 2008

Construção continua em queda

Em Junho de 2008, o Índice de Produção na Construção e Obras Públicas registou uma taxa de variação homóloga de -3%, o que representa uma redução de 0,91% relativamente ao segundo trimestre de 2007. O emprego e as remunerações no sector apresentaram, em Junho, variações homólogas de -1,3% e de 2,0%, respectivamente, o que compara com variações homólogas de -1,26% e de 4,21% registadas no trimestre homólogo de 2008. Em Junho de 2008, o Índice de Custos de Construção de Habitação Nova no Continente registou uma variação homóloga de 6,8%, 0,8% acima do valor registado no 2º trimestre de 2008, enquanto que o Índice de Preços de Manutenção e Reparação Regular da Ha-



Fonte: Gabinete de Estratégia e Estudos

bitação no Continente apresentou uma variação homóloga de 3,1% em Junho de 2008, 0,1% abaixo do valor verificado para o segundo trimestre de 2008.

Balança comercial deteriora-se

Em Junho de 2008, as exportações e as importações de bens com os Países Terceiros apresentaram variações homólogas positivas de 11,2% e 16%, respectivamente, o que compara com 15% e 23,6% no segundo trimestre de 2008. A taxa de cobertura das importações pelas exportações fixou-se neste mês em 61,7%, representando um aumento de 4,1%.

No trimestre terminado em Maio de 2008, as saídas e as entradas de bens registaram, face ao período homólogo do ano anterior (Março a Maio de 2007), um acréscimo de 2,1% e de 8,2%, respectivamente. O défice da balança comercial agravou-se em 20,5%, em termos

homólogos, e a taxa de cobertura no período foi de 63,2%, correspondendo a uma diminuição em 3,8 pontos percentuais face a igual período do ano anterior.

Em Junho de 2008, o Índice de Novas Encomendas na Indústria registou uma taxa de variação homóloga de 19,8%, o que representou um aumento de 10,8 pontos percentuais face ao segundo trimestre de 2007. No primeiro trimestre, a taxa verificada fora de 1,1%. Este aumento continua a traduzir movimentos díspares registados no mercado nacional e no mercado externo, 27,8% e 8,6% (variações homólogas em Junho de 2008, que compararam com 16,9% e -1,1%, valores registados no trimestre homólogo de 2007), respectivamente. Segundo o INE, em Junho de 2008, o Volume de Negócios na Indústria registou uma variação de 4,5% face ao mês homólogo, o que representa um abrandamento.

MARTIM PORTO

FUTOP

BAIXO/MÉDIO RISCO

BPI “Protecção Espanha 2008-2010” – Ganhar com as perdas do IBEX

Estamos perante uma aplicação indexada ao índice IBEX 35 com capital garantido e uma maturidade de 1 ano e meio. O período de subscrição decorre até 5 de Setembro e está acessível a partir de 1.000 euros. A data de liquidação é 10 de Setembro

A mecânica é a seguinte: Verifica-se o reembolso antecipado, caso em algum dia entre a Data de Liquidação e 24 de Fevereiro de 2010 o nível do Indexante estiver a cair pelo menos 20% face ao seu valor na data de emissão, assim sendo a emissão reembolsa antecipadamente, 5 dias úteis após verificação da condição, pagando uma taxa anual nominal bruta (TANB) de 9% desde a Data de Liquidação até à Data de Reembolso Antecipado; Caso não exista reembolso antecipado o produto paga na maturidade (10 de Março de 2010) 100% da descida do nível do Indexante face ao valor na data de emissão ou zero caso o nível do Indexante, a 24 de Fevereiro de 2010, seja superior ao seu valor aferido na data de emissão.

Destinado especialmente a investidores “bearish”, esta aplicação poderá fornecer uma rentabilidade interessante caso se mantenha o comportamento negativo que se verifica nos mercados accionistas nos últimos meses.

BAIXO/MÉDIO RISCO

“Depósitos Telecoms” do Barclays – Rentabilidade “garantida”

Esta solução de investimento poderá ser subscrita até 28 de Agosto de 2008 por um mínimo de 1.000 euros. Esta aplicação tem garantia de capital e duas remunerações para dois prazos distintos: 50% do capital é aplicado a 4 meses e 4 dias com uma remuneração no final do prazo de 8% (TANB – taxa anual nominal bruta); 50% do capital é aplicado a 18 meses com uma remuneração variável, associada ao comportamento de um cabaz de 4 acções de empresas europeias do sector das Telecomunicações (Vivendi, France Telecom, Telefónica e Vodafone Group), com um potencial de 10% efectivos, desde que nenhuma das acções ao final dos 18 meses se tenha desvalorizado mais que 10%.

O depósito de 4 meses apresenta uma rentabilidade interessante e acima da média, que funciona quase como uma rentabilidade mínima para este investimento. A aplicação indexada ao comportamento das acções tem uma componente de risco evidente nas actuais condições do mercado, mas que é minimizada pela possibilidade de as acções caírem até 10%.

BAIXO/MÉDIO RISCO

“OC Barclays Europa” – Inflação e Acções europeias definem a rentabilidade

O OC Barclays Europa é um produto estruturado de características interessantes e diferentes do habitual, que garante o capital na maturidade. Esta solução de investimento poderá ser subscrita até 28 de Agosto por um mínimo de 1.000 euros. Estamos perante uma aplicação com uma maturidade de 3 anos e com uma remuneração variável, decorrente de dois cenários: - Se a cotação do Índice Dow Jones Eurostoxx 50 estiver, a algum momento, acima de 140% da sua Cotação Inicial, a remuneração desta aplicação será a inflação da Zona Euro (mais precisamente o Índice harmonizado de preços do consumidor, excluindo o tabaco) acumulada nos 3 anos, acrescida de um cupão bónus de 9%; - Caso não se concretize o cenário anterior, a rentabilidade será 100% da variação do índice accionista supracitado no fim do período.

O investidor deverá ter em consideração: o panorama de curto/médio prazo dos mercados accionistas não é animador, que o índice está nas imediações de 3.300 pontos, depois de ter atingido em Julho os 3.100 pontos (correspondeu ao seu nível mais baixo desde 2005); face aos níveis actuais, uma apreciação de 40% implica que seja superado o máximo estabelecido em Junho de 2007 (4.572 pontos).

Governo das Sociedades – um Código para o C.A.

M. Jorge C. Castela
Economista & Jurista
(jorge.castela@ssga.pt)



Prometida que ficou, na última crónica, a tentativa de desenho de um road map para que um Código de Governo das Sociedades funcione como um GPS que assegure aos accionistas uma maior transparência e influência no quotidiano das Sociedades Comerciais Anónimas Abertas, importa, então, agora, definir algumas das coordenadas por que se deve pautar a conduta do órgão que detém o seu poder executivo efectivo: o Conselho de Administração (vulgo C.A.).

Desde logo na forma como são designados os seus membros, um conjunto de princípios, regras e normas poderão ser objecto de sistematização. Deverá sempre cumprir aos accionistas um papel determinante nas escolhas a efectuar, mormente na constituição de uma sua comissão, eleita e representativa dos interesses em presença, com um mandato expresso e claro para efectuar uma selecção das personalidades que, entre muros ou vindos de fora da Sociedade, ofereçam melhores condições de competência, dedicação e profissionalismo para o desempenho dos cargos. Uma avaliação que deve ser efectuada em função dos seus currículos, capacidade e experiência profissional e que requer uma adequada e prévia definição dos termos de referência que constituem o núcleo de funções e requisitos necessários para cada uma das funções cuja nomeação visa preencher.

Para a escolha do Presidente do Conselho de Administração (vulgo “Chairman”) o processo de selecção deverá ser particularmente exigente e assentar na observância, para além dos requisitos comuns acima referenciados, de uma avaliação da sua capacidade de liderança, independência, dedicação e disponibilidade para assegurar a condução dos processos decisoriais da Sociedade. A exigência de outorga de um quadro de compromissos é essencial e

deverá ficar contratualmente expresso e ser tornado público, tal como deverá ser expressamente vedada uma nomeação quando esse mesmo candidato tenha exercido funções análogas numa outra Sociedade cotada num mandato imediatamente antecedente.

Os termos e condições de designação dos demais Administradores Não-Executivos deverão, igualmente, ser tornados públicos e sujeitos a escrutínio e inspecção, quer pelas autoridades de regulação e supervisão dos mercados, quer pela comunidade financeira. Os seus curricula deverão ser divulgados, bem como os compromissos que se integram nos seus contratos em termos de descritivos e responsabilidades funcionais, objectivos e tempo de dedicação ao exercício do cargo. Também deverá ser exigível que quem ocupa uma administração não executiva não exerça, em simultâneo, funções executivas (ou mais do que um outro cargo não-executivo) noutra Sociedade cotada.

Este processo de escolha, pela sua relevância e consequências para uma avaliação transparente por parte da comunidade financeira e para a salvaguarda da existência de conflitos de interesses, sendo uma tarefa que pode ser cometida a uma comissão de accionistas eleita em Assembleia Geral, não se pode, ele próprio, furtar-se a uma descrição pormenorizada inserta numa secção autónoma do Relatório Anual da Sociedade em que sejam informados os critérios adoptados e trabalhos desenvolvidos por essa comissão, contendo explicações detalhadas sobre os recursos que foram assignados à selecção dos candidatos (mormente se foram contratados serviços de head-hunters – com um rigoroso escrutínio das suas credenciais, atento que, muitas vezes, tais firmas são pouco rigorosas na forma como “embalam” e “vendem” o seu “produto”, desprezando a “prata da casa”!... –, ou se

o processo resultou de uma escolha criteriosa do Presidente e dos Administradores Não-Executivos conduzida através de um processo limpo de influências exógenas à vontade dos accionistas).

Por não ser, nesta crónica, possível reservar espaço para as coordenadas do modo de selecção do Presidente (vulgo “Chief Executive Officer” – CEO) e Administradores Executivos, fica uma indicação quanto à importância da Informação e das questões de desenvolvimento profissional dos membros não-executivos do C.A.. Aqui, o papel do “Chairman” é fundamental. Deverá competir ao Presidente do C.A. a assumpção da responsabilidade de assegurar que todos e cada um dos membros não-executivos recebe uma informação formal, completa e feita à medida das responsabilidades para que forem mandatados, devendo mesmo proporcionar aos accionistas a possibilidade de com eles se reunirem, de modo a os confrontar com as suas ideias, propostas, dúvidas e expectativas, habilitando-os a recorrer a informação transversal da Sociedade, com recurso ilimitado aos serviços do seu Secretário, bem como a pareceres profissionais independentes, para que o exercício das suas responsabilidades se processe em conformidade com tais expectativas.

O C.A. (vulgo o “Board”) deverá reunir com uma regularidade suficiente para um desempenho eficiente das suas responsabilidades, alinhando as suas sessões de acordo com um calendário e uma agenda de matérias especificamente reservadas para sua deliberação, fazendo constar do Relatório Anual, não apenas o seu modus faciendi, mas também os tipos de decisão que são da sua alçada e das que são delegadas no Conselho Executivo.

Relatório Anual que, por seu turno, deverá identificar expressamente as atribuições e responsabilidades do Presidente, do

Vice-Presidente (no caso de existir), e dos membros não-executivos independentes e, bem assim, a identificação dos que desempenham funções como membros de comissões de nomeação de Administradores Executivos (por cooptação), de auditoria e de remuneração... qual o número e agenda de reuniões havidas, votações respectivas e reporte funcional de quadros de direcção da Sociedade.

Uma outra indicação que se extrai das melhores práticas de “Corporate Governance concerne”, ainda, a este nível, à necessidade de o Chairman promover reuniões com os seus Administradores Não-Executivos, com ou sem a presença de Administradores Executivos, tal como deverá existir, pelo menos uma reunião anual, liderada pelo Administrador Independente mais antigo, sem a presença do Chairman, de molde a se poder efectivar, igualmente, uma avaliação do desempenho deste.

Uma referência ainda, neste curto espaço ainda disponível para este breve percurso num dos principais capítulos de um Código de Governo das Sociedades, para três aspectos essenciais de salvaguarda da acção dos membros Não-Executivos do C.A.: um, respeitante à faculdade de estes poderem ver expressas em Actas da Sociedade todas as suas posições que não tenham sido acolhidas pelo órgão ou comissão que integram; o outro, para que sejam conhecidos e públicos os fundamentos e justificações que sejam apresentados em situações de eventual renúncia ao cargo desempenhado; por fim, que seja assegurado pela própria Sociedade (e a expensas desta) um seguro de responsabilidade civil que cubra eventuais acções judiciais que os envolvam indirectamente em decisões tomadas pelo Conselho Executivo que não subscrevam.

Mas, sobre esta e outras questões, com tempo, se dará sequência em próximas crónicas.

Até que ponto as commodities arrefeceram

O petróleo já desceu 24% desde o pico de meados de Junho, o ouro voltou da barreira mítica dos 1.030 dólares a onça para pouco mais de 800 dólares, enquanto os produtos agrícolas estabilizaram. É inquestionável que algumas das commodities entraram em bear market, mas será que o arrefecimento é para durar e será que todas as commodities estão em queda?

A resposta veio esta semana com algumas perspectivas novas, nomeadamente com a ligeira recuperação dos metais preciosos, mas também com a subida rápida do cobre em cerca de 5% e com a perspectiva do plástico PVC, um derivado do petróleo, que poderá subir 10% até final do ano.

Afinal ainda há commodities que não caíram. Mas isto não é tudo e nem sequer é uma defesa do investimento massivo neste tipo de activo. São meras constatações. Ainda há poucos dias se notou um recrudescimento pelo investimento em commodities de energia quando os mercados se aperceberam que esta opção continua ser a alternativa como refúgio, perante uma inflação galopante na Europa e, sobretudo nos EUA. Kenneth Rogott, antigo economista-chefe

do Fundo Monetário Internacional, não teve qualquer problema em afirmar quer a descida da taxa directora pela FED de 5,5% para 2% foi precipitada e poderá conduzir a uma espiral inflacionista, “afundando” famílias e empresas. A solução de investimento de refúgio volta a estar nas commodities. Falou ainda de um potencial de turbulência motivada com a eventual falência de um grande banco, enquanto a FED poderá ter de injectar fundos na Freddie e na Fannie. O JP Morgan também veio, recentemente, afirmar a necessidade de novas injeções de fundos no sistema para colmatar os últimos resquícios que surgiram no mercado com o crédito hipotecário duvidoso norte-americano.

Estes são factos que colocam a questão sobre o futuro tipo de investimento em que se deve apostar.

As acções estão de volta

O recuo dos preços das commodities pode ser algo transitório, mas veio alertar os não profissionais de que se estava a atingir uma bolha especulativa até então inimaginável. O petróleo foi o activo

mais visível e que conduziu a que este semestre fosse deprimente na generalidade das economias do “velho continente” e também na América do Norte. Florescentes estiveram apenas os países emergentes que estão ligados à venda de energia, petróleo ou gás.

Uma análise recente do Millennium investment banking revela que os sectores com maior potencial de crescimento são os Recursos Naturais e a Energia. A expectativa de resultados para o final deste ano é de 28,9% e 20,8%, respectivamente, contra 0,5% e 3% no início do ano. O analista Marco Barata afirma que esta será “uma boa alternativa a um investimento em commodities”.

No fundo o que temos aqui é um regresso às acções e aos fundos de investimento como alternativa credível às commodities. Mas, perante o que ficou exposto anteriormente, ainda se está longe de uma verdadeira estabilização dos investimentos em commodities e logo a diversificação, incluindo aqueles activos especulativos, não se deve excluir das carteiras. A queda do euro potenciou a descida das matérias-primas, mas a turbulência que ainda se vive nas instituições financeiras america-

nas e a inconsistência de algumas políticas da FED deixam o dólar numa situação vulnerável e qualquer desvalorização da moeda americana significa uma subida do preço das commodities.

O regresso às acções em sectores bem determinados faz lembrar alguns princípios de grandes gestores que alertam para o facto do investimento numa acção ser o investimento numa empresa e que a visão terá de ser longa, ou seja, por períodos de 10 anos.

Um estudo da Datastream e do Millenniumbcp revela que a saída dos mercados de acções por apenas alguns dias pode significar perdas relevantes no prazo longo.

O estudo tem por base a média de retornos anualizados em 15 anos, considerado o preço da oferta e o reinvestimento dos rendimentos. O estudo agrupa mercado e considera que nos EUA o investidor que se manteve investido durante 15 anos obteve um retorno médio bruto de 10,63%, mas, se perdeu os 10 melhores dias apenas ganhou 7,2% e se perdeu os 40 melhores dias ficou-se por uma média anual de apenas 0,32%. Já o investimento na Alemanha rendeu 11,46% a 15 anos, 6,65% ao perder os 10 melhores

dias e ficou negativo de 2,28% caso o investidor tivesse perdido aos 40 melhores dias. A França revela um quadro muito próximo.

O problema recente dos investidores, referem os analistas, foi o receio da volatilidade. E para isso existem várias panaceias, a começar pela diversificação dos investimentos, mas também pela tática do “custo médio”, ou seja, investimento regular, já que em termos globais, se as compras forem mensais, o investidor acabará por pagar menos e por ganhar mais quando o preço das acções baixarem. Objectivamente, um investidor regular acabará por beneficiar da compra de acções em alturas em que os mercados estejam em baixa.

Os mercados accionistas globais já recuperaram 5% desde o crash de meados de Junho. Embora o futuro seja imprevisível, a diversificação, incluindo commodities, é uma solução perante a volatilidade e a incerteza. Relevante, é ainda, a consideração de períodos longos na análise. Se se estudar o período de 1930 a 1940 e daí sucessivamente, até ao decénio de 1998 a 2008, conclui-se que em todos houve retorno positivo.

BPI com DP a 6,5% na net, mas apenas até 15 de Dezembro

MARTIM PORTO
redacao@vidaeconomica.pt

O novo depósito “DP BPI Net 6,5% + PPR” trata-se de uma aplicação financeira diferenciadora que proporciona aos clientes dos serviços extra balcão BPI Net/BPI Directo a possibilidade de beneficiar de uma taxa de juro muito atractiva de 6,5% (TANB) até 15 de Dezembro e após essa data investir o montante definido no momento da constituição do “DP BPI Net 6,5%” de forma automática num PPR BPI, garantindo assim a dedução máxima à colecta no IRS de 2008.

Investimento máximo limitado a dez mil euros

O Banco BPI acaba de lançar um novo depósito BPI Net promocional, o “DP BPI Net 6,5% + PPR”, com o objectivo de captar e reforçar os PPR do BPI. Esta oferta, em comercialização até 12 de Setembro, é exclusiva para clientes aderentes ao serviço BPI Net/BPI Directo e apresenta as seguintes vantagens: uma taxa de juro muito atractiva de 6,5% (TANB) até 15 de Dezembro de 2008, a garantia do máximo da dedução à colecta de IRS em 2008 através da constituição/reforço automático de um PPR BPI. Na data de constituição do “DP BPI Net 6,5% + PPR” o aforrador define qual o montante a aplicar no DP BPI Net 6,5% e no PPR BPI, de acordo com o seguinte esquema: para o depósito a prazo, o montante mínimo varia com a idade, (desde os dois mil euros para sub-35 anos até aos 1.500 euros para os supra 50 anos), o máximo está limitado indiferenciadamente nos dez mil euros; quanto ao montante de



constituição do PPR BPI terá que ser no mínimo igual ao definido no depósito e no máximo de dez mil euros. Note-se, no entanto, que o montante a investir no PPR não tem de ser igual ao montante investido no DP. Por exemplo, um aforrador com menos de 35 anos pode investir dez mil euros no depósito a prazo e definir no momento da constituição do depósito a prazo que quer reinvestir apenas dois mil euros no PPR (mínimo de constituição para a sua idade). Por outro lado, o montante a investir no PPR é retirado do montante investido no depósito a prazo. Os prazos estão também perfeitamente definidos para o depósito a prazo: até dia 15 de Dezembro. Nesta data, o montante definido pelo aforrador para o PPR BPI será automaticamente transferido do DP para o PPR BPI. O montante aplicado no depósito a prazo é remunerado a uma taxa de 6,5% (TANB) até ao final do prazo, sendo os juros creditados na conta de depósitos à ordem. Finalmente, nota para o facto da parte do capital não aplicada no PPR BPI ser automaticamente reinvestida num novo DP BPI Net a 180 dias (se o montante em causa for superior a 250 euros).

Resgate, implica perda total de juros

O aforrador pode mobilizar antecipadamente o “DP BPI Net 6,5%+PPR”, no entanto, a mobilização antecipada é total e implica a perda total de juros, para além de que ao mobilizar o “DP BPI Net 6,5% + PPR” fica

automaticamente cancelada a subscrição do PPR BPI. Por outro lado, caso resgate o PPR BPI fora das condições gerais ser-lhe-á cobrada uma comissão de resgate de 1% sobre entregas com menos de um ano e, adicionalmente, ficará sujeito às penalizações fiscais previstas, nomeadamente devolução dos benefícios fiscais com agravamento. Para os actuais subscritores de PPR BPI e Plano de Reforma (Plano de Entregas Periódicas), importa também saber que podem constituir o “DP BPI Net 6,5%+PPR”. No entanto, o aforrador terá que investir o montante mínimo necessário para atingir a dedução à colecta máxima de IRS em 2008, independentemente das entregas já realizadas em 2008. Como nota final informe-se que os PPR BPI que entram no cardápio do “DP BPI Net 6,5%+PPR” são os seguintes: o BPI Reforma Aforro PPR, o BPI Reforma Segura PPR, o BPI Reforma Investimento PPR e o BPI Reforma Acções PPR.

CONSELHO

A parte do capital do depósito a prazo que não é aplicada no PPR BPI é automaticamente reinvestida num novo DP BPI Net a 180 dias (se o montante em causa for superior a 250 euros). Deste modo, aconselha-se vivamente o aforrador nessa data a negociar uma taxa com o BPI, alocar os fundos a outra promoção ou mesmo a mudar para outra oferta, para que o “choque” da perda da taxa de 6,5% não seja tão grande.

CONSELHO

Esquematize muito bem a aplicação de fundos a fazer para este produto do BPI, pois se é verdade que pode mobilizar antecipadamente o “DP BPI Net 6,5%+PPR”, é também importante referir que a mobilização antecipada é total e implica a perda total de juros.

SIBS gere caixas automáticas na Polónia

A SIBS foi seleccionada pelo Millennium bcp para gerir a rede de caixas automáticas na Polónia, incluindo serviços de monitorização e prevenção de fraudes no sistema. São mais de 500 caixas e três milhões de operações por mês. O mercado polaco tem um elevado potencial de crescimento.

“Nos últimos anos, a SIBS tem alargado o reconhecimento das suas competências noutras mercados, entre os quais a Grécia, a Roménia, a Espanha e Angola. A

Polónia é um dos países estratégicos onde foi detectada a oportunidade de expansão do negócio”, de acordo com Vítor Bento, presidente da Sociedade Interbancária de Serviços. Entretanto, o BCP pretende continuar a crescer na Polónia, devendo chegar a 490 agências até ao final do ano, que representarão cerca de 6500 colaboradores. Já conta com mais de um milhão de clientes activos, entre os quais se contam quatro dezenas de empresas nacionais.

Menor procura de bens e crude atenua inflação

Os preços das “commodities” registaram descidas significativas, no que poderá ser um sinal importante para a redução da inflação. A baixa perde-se com uma menor procura, sustentada na revisão em baixa dos objectivos pela média das empresas para este ano, de acordo com a LJ Carregosa.

Verificou-se, em Julho, uma correcção das cotações das matérias-primas, com destaque para a energia (crude e gás) e bens agrícolas (sobretudo o milho). E tudo indica que se vai manter a queda destas classes de activos, a par de alguma volatilidade nos mercados. O que poderá ter efeitos positivos ao nível

da inflação, isto é, possibilitaria uma política monetária menos restritiva por parte dos decisores dos bancos centrais.

No entanto, a LJ Carregosa também ressalva: “Poder-se-á estar a verificar apenas mais uma correcção na evolução dos preços dos factores de produção e não uma inversão à tendência altista, da qual resultaria um impacto neutral nas perspectivas dos agentes económicos. O cenário dominante assemelha-se mais ao de uma estagnação, pelo que a queda nos preços dos produtos de base poderá estar mais relacionada com a menor procura de bens.”

Banco BIG lança produto de capital garantido

O banco BIG disponibilizou um novo produto de capital garantido, sob a designação “Portugal +10%”. Diz a entidade bancária que possibilita aos aforradores e investidores nacionais aproveitarem as correcções bolsistas, sem que tenham de correr qualquer risco de capital.

Permite beneficiar da potencial valorização de quatro das principais empresas nacionais, REN, EDP, Sonae DGPS e BES. Quanto às características da aplicação, o prazo é de 12 meses, a garantia de capital é

de 100% e tem uma remuneração efectiva interessante. No primeiro semestre acumulou uma taxa de meio ponto percentual por cada uma das quatro empresas que compõem o produto que apresentar uma variação positiva nesse período, acrescendo, no segundo semestre, uma taxa de 2%, igualmente por cada uma daquelas empresas que apresentar uma variação positiva no final do período. Assim, a remuneração final do produto pode totalizar, no máximo, uma taxa de dez pontos percentuais.

Sonae Sierra com forte quebra no resultado líquido

O resultado líquido da Sonae Sierra ascendeu a 1,3 milhões de euros, no primeiro semestre, contra 163,7 milhões em igual período do ano passado. A empresa relaciona esta descida com os resultados indirectos, afectados pelo aumento das taxas de capitalização no mercado europeu, especialmente na Península Ibérica.

Os resultados directos foram de 34,9 milhões de euros, uma forte quebra face aos 44,2 milhões do exercício anterior. Explica a Sonae Sierra que tal se terá ficado a dever ao agravamento dos custos financeiros líquidos, designadamente ao nível das taxas de juro e às receitas financeiras não recorrentes, tendo em conta as operações desenvolvidas no Brasil.

No período em análise, a empresa do universo Sonae continuou a desenvolver uma estratégia de expansão, que se traduziu em 15 centros comerciais e de lazer. Entretanto, na calha estão mais 16 projectos, em Portugal, Espanha, Itália, na Alemanha, na Grécia, na Roménia e no Brasil, numa área bruta locável de 1,2 milhões de m2.

FUNDOS EM ANÁLISE

FUNDOS DE OBRIGAÇÕES
As obrigações estrangeiras foram o valor mobiliário mais representativo na composição da carteira dos fundos (49,2% do total) em Junho. No entanto, o respectivo valor caiu 4,9% face a Maio. As aplicações diminuíram na generalidade dos principais segmentos, nomeadamente em acções estrangeiras (-1,5%) e em unidades de participação estrangeiras. A liquidez aumentou 7,8% para 1,8 mil milhões de euros, o que representa 8,6% do valor sob gestão.

FUNDOS DE TESOURARIA
O retorno médio dos fundos de tesouraria dos bancos nacionais, nos últimos 12 meses, situa-se nos 1,66%, os últimos dados da APFIPP. Um desempenho que fica muito aquém das taxas de juro que os mesmos bancos estão a oferecer pela subscrição de depósitos a prazo. Os mais recentes dados do Banco de Portugal são relativos a Fevereiro e revelam que as taxas de juro dos depósitos a prazo atingem os 3,94%, mais do que o dobro da rendibilidade dos fundos de tesouraria no último ano.

FUNDOS DE ACÇÕES
A Galp continua a ser a acção favorita dos fundos de investimento, concentrando 12,5% do investimento total em acções nacionais. A EDP e a Sonae SGPS vêm em segundo lugar, com posições de 7,3% e 6,1%, respectivamente. No entanto, o valor sob gestão dos organismos de investimento colectivo em valores mobiliários desceu 3,8% em Maio face ao mês anterior, para 17.302 milhões de euros. As aplicações totais em valores mobiliários cotados recuaram 4,6% para 14.857,2 milhões de euros.

FUNDOS MISTOS
Dado a volatilidade vivida na Bolsa, o desempenho dos fundos mistos também se têm ressentido desse fenómeno. Apesar de estarem menos expostos ao sobe e desce das Bolsas do que os fundos de acções, os fundos mistos não conseguiram fugir totalmente à instabilidade dos mercados accionistas. Os desempenhos mais voláteis foram, por isso, também mais acentuado nos fundos mistos agressivos, onde a percentagem de acções é maior.

FUNDOS DE FUNDOS
Os fundos de fundos não estão a conseguir escapar ao movimento correctivo sentido nos mercados financeiros, tendo acompanhado os principais fundos de acções na sua correcção face às performances positivas obtidas até então durante o ano de 2007/8. Ainda assim, fazendo jus ao facto de mitigarem o risco dos fundos que investem, predominantemente, em acções, os fundos de fundos conseguiram mais uma vez moderar as quedas.

FUNDOS FLEXÍVEIS
Os fundos de gestão flexível beneficiaram com a alteração do panorama nos mercados financeiros, isto porque o seu desempenho se caracteriza por não estar correlacionado com a evolução do valor dos activos. Uma das vantagens que um fundo flexível pode ter é a sua rápida adaptação às condições de mercado. Este tipo de fundos pode estar em determinados momentos mais exposto aos mercados accionistas para no momento seguinte diminuir a sua posição e ficar maioritariamente em obrigações ou mesmo tesouraria.

FUNDOS ESPECIAIS DE INVESTIMENTO
O valor gerido pelos fundos especiais de investimento continua a ser dos poucos segmentos a registar crescimentos, tendo aumentado 2% para 3.843,1 milhões de euros em Maio passado. Foram, entretanto, constituídos mais quatro fundos especiais de investimento: dois fundos abertos, o Banif Gestão de Retorno Absoluto, gerido pela Banif Gestão de Activos e o Espírito Santo Rendimento, gerido pela ESAF e dois fundos fechados, o Popular Aquaagrícola, gerido pela Gerfundos e o CA Agro Valorização, gerido pela Crédito Agrícola Gest.

FUNDOS POUPANÇA ACÇÕES
Ao saber-se, sem surpresa, que os fundos de acções foram os mais penalizados com a correcção que os mercados de capitais conheceram, também se constata sem qualquer dose de surpresa que os FPA seguiram a mesma tendência. Mas menos notada em termos de correcção percentual da performance anual, o que reforça esta tipologia de fundos de entre os mais interessantes do mercado, pois dominam o “top 10” nacional em “bull market” e não saem de lá com movimentos correctivos.

FUNDOS POUPANÇA REFORMA/ EDUCAÇÃO
Os números divulgados recentemente pela APFIPP sobre a evolução das subscrições e resgates de PPR, que revelam um défice das subscrições líquidas (dos resgates) da ordem dos 171 milhões de euros, referem-se, exclusivamente aos fundos de investimento PPR. Ou seja, referem-se a menos

de um quinto do mercado dos PPR. Não é idêntico o panorama dos seguros de Vida PPR. O volume de aplicações em seguros de Vida PPR manteve-se estável em 10,2 mil milhões de euros.

FUNDOS DE PENSÕES ABERTOS
Os fundos de pensões portugueses obtiveram uma rendibilidade de 1,6% em Maio, o que permitiu baixar a perda de 2008 para 0,5%. A performance dos mercados accionistas explica o desempenho no último mês. A classe de acções apreciou-se 6,4% em Abril, baixando a perda anual para 8%, com as acções europeias a subirem 6,6% e as outras acções estrangeiras a subirem 6,1%. As obrigações deram um contributo neutro, com uma rendibilidade neutra em Abril, enquanto o imobiliário apreciou-se 0,4%.

FUNDOS IMOBILIÁRIOS ABERTOS
O valor sob gestão dos fundos de investimento imobiliário ascendia, em Maio, a 9,75 mil milhões de euros, mais 2,6% do que no mesmo mês de 2007, enquanto que o valor gerido pelos Fundos Especiais de Investimento Imobiliário aumentou 66% no mesmo período de tempo para os 905,5 milhões de euros. Entretanto, foram constituídos dois novos fundos fechados, nomeadamente o fundo de investimento imobiliário “Invesfundo VII”, gerido pela Gesfimo, e o fundo especial de investimento imobiliário “Gestindustria”, sob gestão da ESAF. O número de fundos em actividade foi de 218, sendo que as três sociedades com maior quota de mercado foram a Fundimo (12,8%), a ESAF (11,6%) e a BPN Imofundos (10,6%).

FUNDOS DE INVESTIMENTO

12 Janeiro de 2007

Descrição	Valor UP	Valorização 1 ano (%)	Valorização 3 anos (%)	Valorização 5 anos (%)
FIM Banif Euro Obrigações Taxa Variável	4.96	-2.22	0.32	0.91
FIM BBVA Taxa Variável Euro	5.32	-0.51	1.12	1.28
FIM BPI Taxa Variável	7.46	-3.94	0.09	0.79
FIM BPN Conservador*	5.70	-7.38	-0.76	0.52
FIM Caixaigest Renda Mensal	4.63	-2.95	0.20	0.72
FIM Caixaigest Rendimento	4.66	-2.75	0.05	0.53
FIM Postal Capitalização	13.51	-0.66	0.62	
FIM Raiz Rendimento	6.05	1.16	1.13	1.29
FIM Esp. Santo Capitalização	9.63	1.29	1.81	1.85
FIM Esp. Santo Renda Mensal	4.90	1.41	1.89	1.91
FIM Esp. Santo Renda Trimestral	4.93	1.54	1.94	1.99
FIM Popular Rendimento	8.21	-1.39	0.28	0.62
FIM Millennium Obrigações Mundiais	13.53	-7.11	-1.54	-0.33
FIM Millennium Obrigações	6.51	-4.81	-0.67	0.11
FIM Millennium Premium	5.25	0.97	1.66	
FIM Millennium Rendimento Mensal	4.71	-4.64	-0.61	0.22
FIM Montepio Obrigações	82.79	0.05	1.07	1.15
FIM Santander Multibond Premium	5.65	0.95	1.98	2.01
FIM Santander Multi Curto Prazo	5.31	0.28	1.08	1.12
FIM Santander MultiObrigações	5.96	0.46	1.61	1.63

FUNDOS DE OBRIGAÇÕES TAXA INDEXADA INTERNACIONAIS
FIM Finirendimento 5.20 1.68 1.64 1.64

FUNDOS DE OBRIGAÇÕES TAXA FIXA EURO				
FIM Banif Euro Obrigações Taxa Fixa	6.10	-1.20	-1.63	0.29
FIM Barclays Premier Obrig. Euro	9.14	2.91	0.55	2.00
FIM BPI Euro Taxa Fixa	11.46	5.07	1.14	2.27
FIM Caixaigest Obrigações Euro	8.94	2.20	-0.30	1.27
FIM Esp. Santo Obrigações Europa	9.77	2.74	0.47	1.80
FIM Finifundo Taxa Fixa Euro	5.13	2.65		
FIM Popular Euro Taxa Fixa	5.87	-0.07	-0.22	0.63
FIMMillennium Euro Taxa Fixa	10.32	2.18	-0.24	1.36
FIM Millennium Obrigações Europa	5.47	-4.94	-2.90	0.00
FIM Montepio Taxa Fixa	62.93	2.96	-0.10	0.68
FIM Santander Multi Taxa Fixa	10.13	3.61	1.07	1.41

FUNDOS DE OBRIGAÇÕES TAXA FIXA INTERNACIONAIS
FIM BPI Obrigações A.R.A.R. 6.93 -8.35 -1.06 3.59
FIM Esp. Santo Obrig. Global 9.23 2.83 0.43 1.55
FIM Finibond Mercados Emerg. 10.76 -2.67 1.06 5.51

FUNDOS DE ACÇÕES NACIONAIS				
FIM Banif Acções Portugal	5.45	-34.96	5.97	13.26
FIM Barclays Premier Acc. Portugal	12.91	-42.74	1.59	10.10
FIM BPI Portugal	14.09	-39.61	5.94	11.53
FIM Caixaigest Acções Portugal	16.06	-44.01	-0.46	8.45
FIM Esp. Santo Portugal Acções	6.45	-36.96	5.77	11.98
FIM Millennium Acções Portugal	16.08	-35.96	8.41	14.15
FIM Santander Accões Portugal	26.91	-40.12	6.70	13.69

FUNDOS DE ACÇÕES DA UNIÃO EUROPEIA, SUÍÇA E NORUEGA				
FIM Banif Euro Acções	2.58	-19.09	1.26	5.99
FIM BBVA Bolsa Euro	2.79	-21.05	1.79	7.29
FIM BPI Europa Valor	20.68	-27.32	0.74	6.83
FIM BPI Europa Crescimento	12.24	-21.84	3.64	7.62
FIM BPN Acções Europa	4.43	-21.63		
FIM Postal Acções	11.00	-23.76	6.13	12.73
FIM Caixaigest Acções Europa	8.96	-24.25	0.83	5.38
FIM Raiz Europa	3.93	-20.47	-1.13	3.18
FIM Esp. Santo Acções Europa	11.13	-18.28	1.93	6.40
FIM Finicapital	6.64	-31.02	2.57	10.30
FIM Popular Acções	3.57	-20.92	1.42	6.70
FIM Millennium Eurocarteira	11.23	-23.45	1.51	6.50
FIM Montepio Acções	109.88	-27.73	4.28	9.51
FIM Montepio Acções Europa	39.51	-20.29	2.62	8.13
FIM Santander Accões Europa	4.38	-24.01	1.68	7.34

FUNDOS DE ACÇÕES DA AMÉRICA DO NORTE				
FIM BPI América	4.29	-22.61	-7.12	-2.16
FIM Caixaigest Acções EUA	2.91	-18.84	-4.74	0.60
FIM Esp. Santo Acções América	7.86	-11.42	-1.73	5.03
FIM Millennium Acções América	2.24	-21.25	-5.64	-1.34

FUNDOS DE ACÇÕES SECTORIAIS				
FIM BPI Tecnologias	1.05	-15.98	-2.35	1.49
FIM Millennium Euro Financeiras	4.28	-32.97	-1.61	4.74
FIM Millennium Global Utilities	6.48	-9.31	7.30	12.29
FIM Santander Euro Futuro Acções Def.	26.67	-10.94	5.65	10.26
FIM Santander Euro Fut. Banca e Seg.	21.77	-32.39	-1.94	4.95
FIM Santander Euro Futuro Cíclico	28.80	-19.12	4.36	10.98
FIM Santander Euro Fut. Telec.	8.37	-20.12	1.27	6.28

Descrição	Valor UP	Valorização 1 ano (%)	Valorização 3 anos (%)	Valorização 5 anos (%)
OUTROS FUNDOS DE ACÇÕES INTERNACIONAIS				
VFIM BPI Reestruturações	6.49	-16.77	5.55	9.87
FIM BPN Acções Global	5.37	-20.19	-0.47	3.30
FIM Caixaigest Acções Emergentes	8.01	-14.86	8.76	
FIM Caixaigest Acções Japão	2.23	-31.30	-5.73	-0.46
FIM Caixaigest Acções Oriente	4.86	-15.79	8.77	15.32
FIM Esp. Santo Acções Global	7.60	-15.64	0.76	5.00
FIM Esp. Santo Mercados Emerg.	6.73	-19.99	10.40	17.98
FIM Espírito Santo Momentum	4.35			
FIM Finifundo Acções Internacionais	4.09	-27.89	-1.59	4.17
FIM Millennium Acções Japão	2.50	-26.05	-7.84	-1.56
FIMMillennium Mercados Emergentes	7.83	-17.95	9.31	14.34
FIM Millennium Acções Mundiais	8.73	-21.28	-1.98	1.06
FUNDOS MISTOS PREDOMINANTEMENTE OBRIGAÇÕES				
FIM BPN Optimização	5.83	-8.28	-0.17	1.47
FIM Caixaigest Estratégia Equilibrada	5.64	-2.22	1.18	0.80
FIM Santander Multinvest	5.77	-4.52	1.00	2.17

FUNDOS MISTOS PREDOMINANTEMENTE ACÇÕES				
FIM BPN Valorização	6.11	-14.12	-0.05	2.84
FIM Caixaigest Estratégia Arrojada	4.50	-9.84	0.33	2.01
FIM Raiz Global	4.68	-8.42	0.65	1.66
FIM Finiglobal	6.57	-10.93	-0.31	2.62
FIM Popular Valor	3.62	-18.27	-0.72	3.46

FUNDOS DE FUNDOS PREDOMINANTEMENTE OBRIGAÇÕES				
FIM Barclays Global Conservador	7.07	-6.18	-0.18	1.90
FIM Caixaigest Estratégia Dinâmica	6.39	-4.01	0.63	1.20
FIM Raiz Conservador	5.42	-2.36	1.74	2.68
FIM Esp. Santo Op. Conservadora	5.57	-0.07	1.49	2.33
FIM Esp. Santo Opção Moderada	5.10	-2.88	1.20	3.02
FIM Finifundo Conservador	4.79			
FIM Popular Global 25	5.27	-5.76	-0.11	2.20
FIM Millennium Prestige Conservador	7.48	-3.05	1.51	2.28
FIM Millennium Moderado	7.33	-6.41	-1.07	0.45
FIM Millennium Prudente	5.55	-4.59	-0.91	0.59
FIM Multi Gestão Prudente	48.59	-6.37	0.01	1.52

FUNDOS DE FUNDOS MISTOS				
FIM Barclays Global Moderado	10.82	-12.37	-0.28	3.49
FIM BPI Seleção	4.36			
FIM Esp. Santo Opção Dinamica	4.40	-7.69	0.47	4.00
FIM Finifundo Moderado	4.73			
FIM Popular Global 50	4.38	-10.34	-0.31	3.03
FIM Millennium Dinâmico	5.21	-14.49	-1.61	1.66
FIM Millennium Prestige Moderado	7.12	-8.18	-0.60	1.81
FIM Millennium Prestige 2015	4.72	-11.47	-0.71	2.38
FIM Millennium Prestige 2025	4.39	-16.59	-1.38	2.55
FIM Multi Gestão Equilibrada	45.62	-10.12	0.16	2.50

FUNDOS DE FUNDOS PREDOMINANTEMENTE ACÇÕES				
FIM Popular Global 75	3.69	-14.40	-0.41	4.06
FIM Millennium Prestige 2035	4.04	-20.74	-1.89	2.92
FIM Multi Gestão Dinâmica	35.65	-20.10	-0.69	3.79

FUNDOS ABERTOS COM PROTECÃO DE CAPITAL				
FIM BPI Brasil	7.68	4.70	18.29	20.35
FIM BPI Global	6.87	-9.32	-1.49	0.70
FIM BBVA Flexível*	4.85	-6.62	0.09	0.72
FIM BBVA PPA - F. Índice (PSI 20)	6.08	-36.06	4.68	9.66

OUTROS FUNDOS				
FIM BPI Universal	6.22	-10.36	4.15	6.28
FIM Esp. Santo Top Ranking	5.82	-10.49	0.28	4.57
FIM Millennium Equilibrado	4.74	-10.21	-1.72	0.89
FIM Millennium Prestige Valorização	7.14	-13.42	-1.01	2.68
FUNDOS DIVERSOS				
FIM BBVA Taxa Fixa Euro	8.11	1.51	0.41	1.27
FIM Gestão Activa	6.21	-1.14	0.82	1.82
FIM Montepio Renda Mensal	49.43	-0.76	0.77	0.98

FUNDOS POUPANÇA ACÇÕES				
FIM Banif PPA	7.25	-35.27	7.13	13.98
FIM Barclays FPA	16.63	-42.72	3.16	11.81
FIM BPI PPA	15.13	-39.95	3.42	9.78
FIM Caixaigest PPA	15.19	-44.40	0.44	9.51
FIM Raiz Poupança Acções	19.40	-34.13	8.41	14.02
FIM Esp. Santo PPA	15.10	-36.71	6.96	13.33
FP ESAF PPA	6.48	-36.50	7.90	13.78
FIM PPA Finibanco	9.09	-36.45	4.71	10.20
FP PPA Acção Futuro	13.47	-36.57	4.52	10.53
FIM Popular PPA	5.63	-42.64	0.47	7.57

Descrição	Valor UP	Valorização 1 ano (%)	Valorização 3 anos (%)	Valorização 5 anos (%)
FIM Millennium PPA	26.94	-36.68	9.79	15.62
FIM Santander PPA	34.89	-41.75	6.83	13.95
FUNDOS POUPANÇA REFORMA				
CATEGORIA A - Entre 0% e 5% de Acções				
FIM Barclays PPR Rendimento	12.00	0.79	1.42	1.44
FP Solidez PPR	5.44	1.32	1.69	1.56
FIM BPI Reforma Segura PPR	13.12	-1.47	0.31	1.14
FIM BPI Taxa Variável PPR	5.90	-0.54	1.69	2.05
FP PPR Praemium S	14.54	-2.13	0.50	1.06
FIM Santander Poupança Premium FPR	5.80	0.65	2.49	2.87
FIM Santander Poupança Segura FPR	6.28	0.70	2.25	2.57

CATEGORIA B - Entre 5% e 15% de Acções				
FP ESAF PPR Vintage	9.05	1.64	4.34	4.31
CATEGORIA C - Entre 15% e 35% de Acções				
FP Banif Previdência Privada PPR	10.62	-4.51	1.25	2.45
FIM Barclays PPR	12.81	-4.94	0.55	1.79
FP CVI PPR/E	9.68	-3.31	1.63	2.74
FP PPR BBVA	9.77	-3.99	0.65	1.84
FIM BPI Reforma Invest. PPR	13.91	-3.70	1.82	3.77
FIM Raiz Poupança Ref./Ed.	8.29	-3.17	1.01	2.35
FIM Espírito Santo PPR	14.32	-2.25	1.50	2.90
FP PPR Platinum	6.32	-3.29	2.57	3.43
FP PPR 5 Estrelas	19.13	0.28	2.69	3.30
FIM Millennium Poupança PPR	6.21	-3.71	3.65	3.68
FP PPR BNU Vanguarda	14.82	-3.06	0.63	2.41
FP PPR Europa	7.84	-0.15	2.24	3.79
FP Vanguarda PPR	6.69	-3.96	0.33	2.17
FIM Santander Poupança Invest. FPR	19.30	-4.30	1.63	2.84
FP SGF Patr. Ref. Equilib. PPR (1)	6.62	-9.55	1.10	4.17
FP SGF Patr. Ref. Prudente PPR (1)	1.36	-6.68	1.12	3.62

CATEGORIA D - Mais de 35% de Acções				
FP PPR Praemium V	17.43	-4.62	1.16	3.42
FP SGF Patr. Ref. Acções PPR (1)	5.84	-11.61	1.28	
OUTROS FUNDOS POUPANÇA REFORMA				
FP PPR Garantia de Futuro	6.44	1.21	1.73	1.95
F. P. Pedro Arroja PPR Acções* (2)	94.82	-8.34	-1.17	
FP SGF Patr. Ref. Conservador PPR (1)	6.05	-3.57	1.57	3.46

FUNDOS DE PENSÕES ABERTOS (Adesões Individuais e Colectivas)
RENDIBILIDADEES LÍQUIDAS DE COMISSÃO E DE GESTÃO

CATEGORIA A - Entre 0% e 5% de Acções				
FP Aberto Horizonte Segurança	8.35	0.94	1.42	2.41

CATEGORIA B - Entre 5% e 15% de Acções				
---	--	--	--	--

Economia contrai com taxas longas a recuar



FILIPE GARCIA
filipegarcia@imf.pt

Os dados revelados no final da semana passada sobre a economia europeia não deixam dúvida que se está a entrar numa situação económica complicada. Com efeito, o Eurostat apresentou a primeira contracção trimestral do PIB europeu desde que os dados começaram a ser recolhidos em 1995, aumentando o risco de uma entrada em recessão técnica. A Comissão Europeia apressou-se a afirmar que o uso do termo recessão é, nesta fase, um exa-

gero. Também o membro do BCE Axel Weber, conhecido como um dos mais agressivos no combate à inflação, veio afirmar que quer a economia alemã quer a europeia se encontram robustas e que, apesar das dificuldades, não há necessidade de se falar em risco de recessão. Do mesmo modo, Juergen Stark falou nesse sentido, avisando os políticos para não dramatizar a situação e referiu ainda que as expectativas da inflação continuam elevadas, pelo que o Banco Central terá que se manter determinado em actuar no sentido de conter os preços, caso considere necessário. Após a leitura dos comentários de Weber e Stark, fica claro que o BCE tenta para já desvalorizar a componente económica, pois sabe que tal lhe limitará a possibilidade de mais uma subida

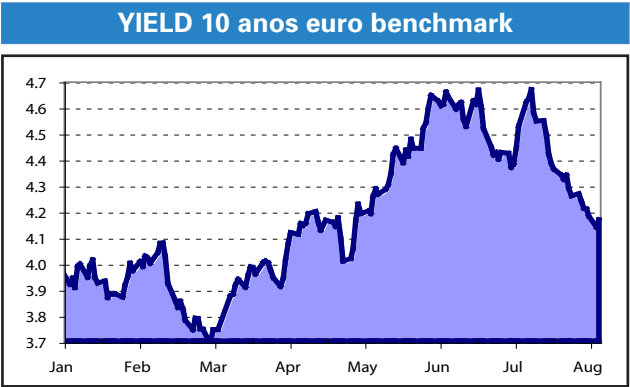
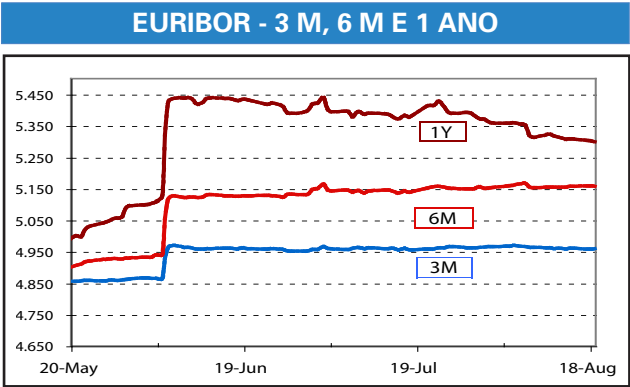
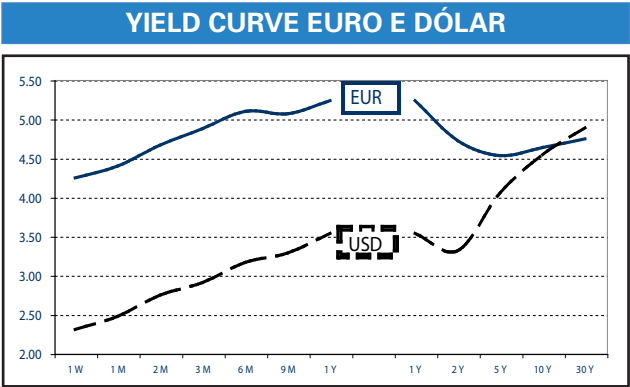
nas taxas, caso a inflação não dê mostras de recuar. Pensamos no entanto que já há suficiente evidência de contracção económica para impedir o BCE de subir taxas nos próximos trimestres. Pelo discurso apresentado e confirmando-se a inflação europeia em Julho nos 4%, também consideramos difícil a possibilidade de um corte, pelo que nos arriscáramos a opinar que nos próximos 6 meses nada de concreto se passará na política monetária europeia.

Esta semana foi publicado o índice mensal ZEW que mede o sentimento de economistas e investidores alemães. Este registou uma melhoria de -63,9 para -55,0 no que a expectativas futuras diz respeito, mas deteriorou-se bastante na percepção das condições actuais,

cujo índice caiu de 17,0 para -9,2. Também a associação de exportadores e grossistas alemães, emitiu um comunicado onde afirma não acreditar que a economia suba acima de 1% em 2009. Voltando à inflação, o índice de preços no produtor alemão subiu em Junho uns impressionantes 8,9% em termos anuais...

As taxas fixas voltaram a cair, beneficiando do refúgio para obrigações após nova queda nos mercados accionistas. Também o diferencial de crédito continua a alargar. Tendo em conta a recente queda nas taxas fixas, será possível nesta altura defender a subida da Euribor acima das cotações actuais, a um preço razoável.

Análise produzida a 20 de Agosto de 2008



Taxas MMI		CONDIÇÕES DOS BANCOS CENTRAIS		DATA	EURO FRA'S			EURO IRS			Evolução euribor (em basis points)								
T/N	4.24	BCE	Euro Refinancing Rate	4,25%	13/06/07	Forward Rate Agreements			Interest Swaps vs Euribor 6M			20.Aug.08		12.Aug.08		22.Jul.08			
1 W	4.24		Euro Marginal Lending	5,25%	13/06/07	Tipo*	Bid	Ask	Prazo	Bid	Ask	1M	4.478%	4.481%	▼	-0.002	4.473%	▲	0.006
2 W	4.31		Euro Deposit Facility	3,25%	13/06/07	1X4	4.960	5.002	2Y	4.713	4.728	3M	4.956%	4.957%	▼	-0.001	4.955%	▲	0.001
1 M	4.39					3X6	5.052	5.055	3Y	4.594	4.609	1Y	5.310%	5.316%	▼	-0.006	5.413%	▼	-0.103
2 M	4.66					1X7	5.132	5.100	5Y	4.713	4.544	LEILÕES BCE							
3 M	4.87	EUA	FED Funds	2,00%	30/04/08	3X9	5.009	5.070	8Y	4.565	4.575	Last Tender		19.Aug.08					
6 M	5.09	R.Unido	GB Prime Rate	5,00%	10/04/08	6X12	4.710	4.720	10Y	4.626	4.636	Minium Bid		4,25%					
9 M	5.06	Suiça	Target Libor 3M	2,75%	13/09/07	12x24	4.396	4.400	20Y	4.793	4.813	Marginal Rate		4,38%					
1 Y	5.23	Japão	Repo BoJ	0,50%	21/02/07	* 1x4 - Período termina a 4 meses, com início a 1M			30Y	4.734	4.754								

Mercado Cambial

Euro mais fraco, tenta recuperar

EUR/USD

O euro está agora a tentar formar uma base perto de 1.46 dólares, mas ainda não se pode dizer com segurança que uma correcção técnica das quedas recentes venha a iniciar-se desde já. Após mais de 6 meses de período “lateral”, partiu em baixa

o limite inferior do intervalo. A quebra foi rápida, aproveitando, provavelmente, um período de menor liquidez (Agosto) e liquidando as posições que permaneciam a apostar na subida do euro. De notar que esta queda se seguiu a um novo record histórico no Eur/Usd, o que terá apanhado

muitos investidores desprevenidos...

Sem prejuízo de eventuais correcções, continuamos a considerar provável que nas próximas semanas aconteça um recuo adicional até à linha de tendência, perto de 1.45 dólares.

EUR/JPY

Nas últimas semanas chamamos a atenção para um processo de formação de um topo, longo e complexo, e que finalmente se concretizou. O Eur/Jpy recuou 8 “figuras” rapidamente e não parece ainda ter encontrado um chão firme.

Até agora o “cross” encontrou suporte perto de 161 inenes, mas é perfeitamente plausível que o recuo não fique por aqui e que se registem valores abaixo de 160 inenes...

EUR/GBP

A libra continua a demonstrar

	FIXING 20.Agos.08	Variação Semanal (%)	Variação no mês (%)	Variação desde 1 Jan. (%)
EUR/USD	1.4734	-1.13%	-6.53%	0.09%
EUR/JPY	162.22	0.10%	-2.54%	-1.64%
EUR/GBP	0.7932	-0.13%	0.11%	8.15%
EUR/CHF	1.6177	-0.21%	0.75%	-2.24%
EUR/NOK	7.9560	-0.50%	-0.66%	-0.03%
EUR/SEK	9.3895	0.13%	-0.85%	-0.55%
EUR/DKK	7.4590	-0.01%	0.01%	0.01%
EUR/PLN	3.3165	0.93%	-1.04%	-7.71%
EUR/AUD	1.6924	-1.14%	3.38%	1.00%
EUR/NZD	2.0705	-3.11%	0.35%	8.84%
EUR/CAD	1.5640	-1.73%	-1.89%	8.24%
EUR/ZAR	11.4006	-2.23%	-7.63%	13.67%
EUR/BRL	2.3903	-0.93%	-4.81%	-7.93%

uma grande estabilidade face ao euro.

Há pouco mais de uma semana o Eur/Gbp prometeu alguma animação ao atingir os valores mais baixos desde Maio, perto de 0.78. No entanto, rapidamente recuperou para terreno mais neutro. Des-

de finais de Março que as cotações se encontram entre sem tendência definida no médio prazo, entre as 0,7740 e as 0,8100 libras.

Há um suporte intermédio nas 0.7800 libras por euro e a primeira resistência encontra-se nos 0,7970.

ANÁLISE TÉCNICA - PSI-20 - XETRA DAX



PSI-20

O índice não conseguiu para ultrapassar os 8900 pontos, onde tem uma notória resistência. As últimas recuperações do PSI20 têm sido contidas por uma linha e tendência descendente bem definida.

O PSI20 tem suporte nos 7870 pontos, mas a tendência continua negativa e o suporte pode vir a ser testado em breve. Enquanto o índice se mantiver abaixo dos 8900 pontos e da linha de tendência descendente, parece-nos que a pressão vendedora terá mais hipóteses de sucesso...

Existe um suporte intermédio nos 8150 pontos.

XETRA DAX

Tal como no PSI20 o DAX encontrou suporte sob a forma de um duplo fundo, neste caso nos 6000 pontos “redondos”. Desde aí o índice alemão iniciou uma recuperação pronunciada, que já atingiu os 50% nos 6620 pontos. Nessa zona o DAX encontrou natural resistência e volta agora a encontrar-se em posição algo delicada.

Existe um suporte relevante nos 6200/6250 pontos cuja eventual quebra implica uma grande probabilidade de visita aos mínimos do ano...

Resistência nos 6515 pontos.



CONSULTÓRIO FINANCEIRO

Jerónimo Martins: a (única) “estrela” da Bolsa em 2008

A Bolsa portuguesa acumula uma queda de mais de 30% desde o início do ano. Mas há um oásis chamado Jerónimo Martins, que consegue ser a única cotada do PSI-20 a subir este ano. A semana que passou atingiu um novo máximo

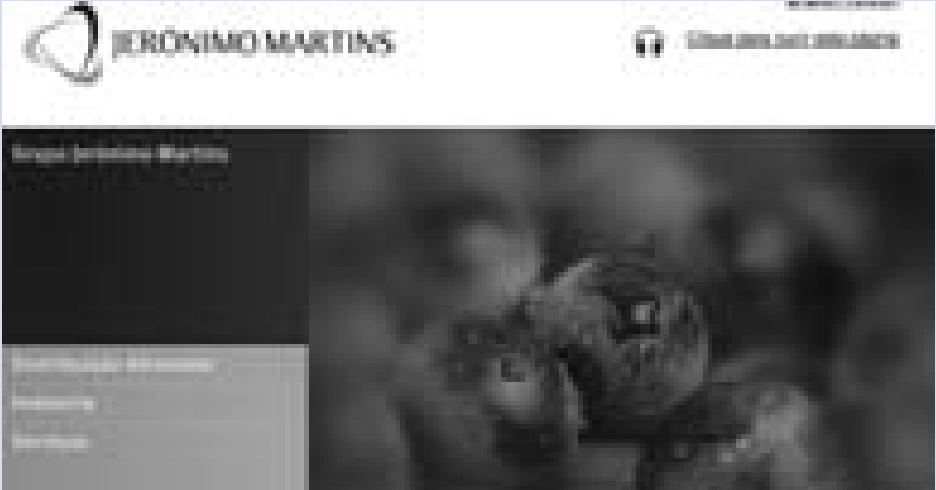
de Maio de 1999, após uma forte valorização de mais de 9% que vem acentuar os ganhos da empresa liderada por Palha da Silva em 2008. A “estrela” da Bolsa é também a empresa do retalho na Europa, segundo a Goldman Sachs.

Como se tem comportado nas últimas sessões a acção da Jerónimo Martins?

A semana passada foi excelente para a acção da empresa retalhista, tendo chegado a cotar nos 6,23 euros, um novo máximo de nove anos, após uma subida de quase 10%. Esta subida acompanhada de forte liquidez, com a acção a negociar numa só sessão o mesmo que, em média, transaccionou por dia, nos últimos seis meses. Numa sessão da semana passada foram negociadas 4,45 milhões de acções, três vezes mais do que a média diária dos últimos seis meses (pouco mais de 1,3 milhões). O título continua a estar sob grande pressão compradora, com um forte peso por parte dos investidores estrangeiros, que reagiram assim às fortes recomendações de compra que incidiram sobre o papel, bem como dos resultados dos primeiros seis meses, números esses que despole-taram essa série de revisões em alta das avaliações dos analistas.

E que conteúdo tem, sinteticamente, o “research” da Goldman Sachs sobre a Jerónimo Martins?

A Goldman Sachs reviu em alta o preço-alvo para a Jerónimo Martins para 6,20 euros, depois da empresa ter apresentado resultados semestrais que superaram as estimativas dos analistas. Na verdade a empresa liderada por Palha da Silva gerou o segundo maior retorno do sector e a Goldman Sachs acredita que a empresa tem oportunidades para registar um crescimento das receitas estruturais. Neste sentido, as expectativas para as margens do EBITDA do ano de 2008 foram revistas em alta, dos 6,6% para os 7% em consequência da forte margem de expansão na Polónia, que assumiu



valores não esperados pelos analistas. Depois de divulgar resultados que superaram as estimativas, os analistas da Goldman Sachs consideram que a posição que a empresa desempenha no segmento de “desconto” na Polónia e a quota de mercado que dispõe no mercado de desconto em Portugal continuam a sustentar as fortes receitas da empresa. O banco de investimento acrescenta ainda que os riscos de abrandamento económico podem beneficiar a Jerónimo Martins uma vez que os consumidores poderão afastar-se dos hipermercados e recorrer a espaços comerciais menos dispendiosos.

Mas o Goldman Sachs não parece estar sozinho na sua apreciação positiva sobre a Jerónimo Martins.

De facto, também entre os analistas nacionais foi unânime o destaque quanto aos fortes resultados semestrais da retalhista, que superaram de forma clara o topo do consenso de estimativas, revelando uma grande capacidade para de-

fender as receitas e as margens. As receitas de 1,67 mil milhões de euros conseguidas no segundo trimestre superaram em 5% as estimativas e o EBITDA ficou 16% acima das previsões. A rede polaca de lojas “discount” Biedronka manteve o impressionante ritmo de crescimento, não só em termos de vendas (22,4% numa base comparável), mas também em termos de EBITDA, com as margens a atingirem os 6,9% no primeiro semestre. Já os hipermercados (Feira Nova) mantiveram uma performance desapontante, com uma queda de 4,4% nas vendas. Pelo contrário, as vendas no Pingo Doce cresceram 12,5%, numa base comparável. Em Portugal, por exemplo, o Millennium bcp manteve o preço-alvo de sete euros e reitera a recomendação de “comprar”.

E lá fora?

A JPMorgan subiu, por sua vez, o “price-target” para 7,70 euros, após traçar um 2009 brilhante para empresa liderada por Luis Palha da Silva, suportado no aumento, estimado, de 50% dos lucros deste ano. Também em reacção aos fortes resultados no semestre, a Fidentiis subiu a avaliação das acções da Jerónimo Martins para um intervalo de 6,6 a 7,2 euros, reiterando a recomendação de “comprar”. Tendo em conta os números do primeiro semestre e a revisão das metas para o final de 2008, a Fidentiis subiu as estimativas para 2008-10 em 4% para as vendas, em 5% para o EBITDA e em 9% para os resultados líquidos. A Fidentiis salienta que, tendo em conta a nova avaliação, “a Jerónimo Martins fica a transaccionar com um PER estimado de 22,1 vezes para 2008 e de 14,8 vezes para 2009, e com um EV/EBITDA ajustado de 10,2 vezes e 7,5 vezes”.

Martim Porto

Crise espanhola está a arrastar Portugal

A Coface traça um cenário negro. Em Espanha, a crise intensifica-se e está a arrastar Portugal. A Dinamarca está vulnerável, com as empresas a sofrerem uma inversão conjuntural e a compressão das suas margens. A crise financeira está também a estender-se às economias emergentes mais frágeis.

A situação espanhola é particularmente preocupante. A queda do sector da construção está a dificultar o consumo e o investimento. O comportamento de pagamento das empresas degradou-se nitidamente. Ora, Portugal está a ser afectado pelo efeito dominó, até porque cerca de um terço das nossas exportações se destinam àquele país. Os atrasos de pagamento duplicaram desde o início do ano. E a Dinamarca está mais vulnerável do que a maioria dos países escandinavos, em razão de um sector da construção frágil e do endividamento elevado das famílias.

A situação está também a complicar-se noutras regiões. Os riscos de crédito aumentam nos países emergentes vulneráveis. As empresas da África do Sul, do Vietname e dos países bálticos estão a sofrer o impacto da reabsorção brutal de desequilíbrios excessivos, como défices externos excessivos, actividade em sobreaquecimento, inflação que acelera. Situações que não são sustentáveis no actual contexto dos negócios.

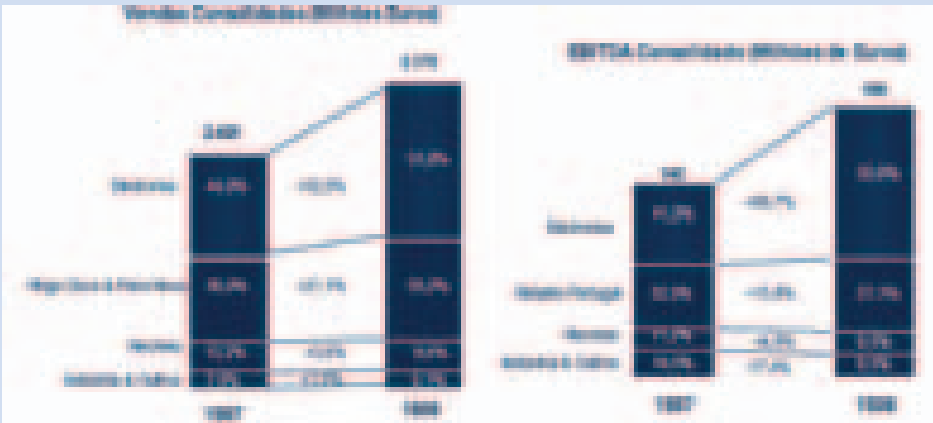
Caso moçambicano de responsabilidade social em fórum internacional

O Millennium bim, em parceria com a Do It, empresa moçambicana que opera nas áreas da responsabilidade social empresarial e da sustentabilidade, apresentou o projecto “Mais táxi para mim”, durante o congresso do ISBBE (International Society of Business, Economics and Ethics), na Cidade do Cabo. Pela primeira vez, uma empresa moçambicana levou um caso de responsabilidade social empresarial a um evento deste tipo.

Está-se perante um produto inovador. Perante uma frota antiquada, propriedade de taxistas sem capital para investir, o Millennium encontrou uma oportunidade para investimento numa área que aliava o negócio à componente social. Investindo em carros novos, o banco poderia utilizá-los para fazer publicidade e promover o desenvolvimento social. Foi então criado o “táxi leasing”. Há cerca de um ano.

A ideia deu origem a um produto específico para os taxistas, possibilitando o financiamento da compra de táxis semi-novos. Coube ao banco liderar a negociação para obter viaturas da mesma marca, mesmo ano de fabrico, mesma cor e melhor preço. Novas operações são realizadas todas as semanas, o que é revelador do sucesso deste tipo de produto, que acaba por ser muito interessante para todas as partes envolvidas.

RESULTADOS DA POLÓNIA CONTINUAM A EMPURRAR JERÓNIMO MARTINS



Fonte: Apresentação de Resultados do 1S08 da Jerónimo Martins

Cursos Executivos por Especialistas

"FINANÇAS EMPRESARIAIS por OLIVEIRA MARQUES"

3 MÓDULOS

- Teoria Financeira
- Gestão Financeira
- Casos de Operações Financeiras

- Casos práticos
- Recomendados especialistas na área
- Presença de convidados especiais

- Horário pós-laboral
- Outubro 2008 a Junho 2009
- Vagas limitadas

INSCRIÇÕES ABERTAS

Edição Italiana, Av. dos Barrocos | 4435-504 Vila Verde | Via Nova de Gaia

Teléfono: 22 733 88 00 | e-mail: geral@ief.pt | www.ief.pt

INSTITUTO DE ESTUDOS AMERICANOS FINANCEIROS E FISCAIS

Investidores seguem recomendações

VÍTOR NORINHA
vnorinha@netcabo.pt



O “momentum” é de ausência de linhas orientadoras nos mercados accionistas europeus. A saída dos dados relativos ao 2º trimestre deste ano revelou uma situação recessiva sem precedentes no contexto europeu desde a introdução da moeda única.

A reação normal dos investidores poderia ser a retracção, dado que as economias estão a consumir menos, mas a verdade é uma economia europeia mais débil significa uma moeda menos forte e, logo, mais competitiva face ao dólar. Por aí poderá ver-se uma boa notícia. Outra informação preciosa respeita ao petróleo que perdeu mais de 20% num mês e está a cotar em torno dos 115 dólares o barril, parecendo ter formado uma “barreira” neste nível. Isto poderia significar menos inflação importada, mas a verdade é que em Junho ainda se regis-

tou uma inflação média na zona euro de 4,1%, um nível que duplica a expectativa dos directores do BCE, e o presidente deste organismo, Jean-Claude Trichet, já veio enfatizar as preocupações. Logo, não é de esperar no imediato uma descida dos juros, o que seria uma boa notícia para as famílias e as empresas. Os analistas falam no início de 2009, mas para tanto será necessário que a descida das matérias-primas, com destaque para as energias, seja sustentada.

A China e outros países emergentes poderiam dar boas notícias para as empresas como “salvadoras” dos seus negócios, mas também os países emergentes sofrem com a fraca ambição dos países europeus, — que são os grandes consumidores dos seus produtos. A agravar a situação está o facto da China prever um crescimento do PIB da ordem dos 9%

para este ano, mas algo que indicia uma descida rápida dos níveis dos últimos anos que estava 50% acima do número para este ano. A China tende, inclusive, a tornar-se menos competitiva, devida à inflação que obriga a uma política monetária restritiva, ou seja, a uma subida de juros.

Perante este cenário algo confuso e sem grandes orientações, os investidores viram-se para as recomendações dos profissionais do mercado financeiro e a Euronext Lisbon não foge à regra.

Ainda esta semana, a Sonaecom atingiu o mínimo de 5 anos, depois de uma recomendação negativa da Goldman Sachs, que colocou a empresa na lista de vendas devido à forte pressão concorrencial. Pela positiva está a Galp Energia que beneficia de alguma retoma das commodities energéticas, assim como

indústrias cíclicas, caso da Sonae Indústria, da Altri, da Semapa, da Cimpor e da Portucel. No caso da Sonae Indústria, o research do Millenniumbcp revela um potencial de subida de 200% e da Altri de quase 150%, enquanto nas cimenteiras o potencial leva à duplicação do valor, segundo aqueles analistas.

Na óptica de médio prazo e considerando o final deste ano e início de 2009, vários analistas têm referenciado os setores das energias e dos recursos naturais como aqueles que terão ganhos potenciais sustentados. A questão climática, e tudo o que lhe esteja associado, continua a ser um tema de investimento recomendado pelos gestores profissionais.

Entretanto, mantém-se o dilema sobre investir em commodities ou ações. O meio-termo parece ser a melhor resposta.

TÍTULOS Euronext Lisboa				PAINEL BANCO POPULAR								
Título	Última Cotação	Variação Semanal	Máximo 52 Sem	Mínimo 52 Sem	EPS Est Act	EPS Est Fut	PER Est Act	PER Est Fut	Div. Yield Ind	Div. Yield Est	Data Act	Hora Act
ALTRI SGPS	2.57	-4.10%	5.98	1.78	0.15	0.25	17.13	10.49	1.95%	1.98%	20-08-2008	16:37:00
B. COM. PORT.	1.15	-0.44%	3.32	1.03	0.13	0.14	9.09	8.01	0.00%	4.52%	20-08-2008	16:39:20
B.ESP. SANTO	8.85	-1.94%	16.98	8.13	1.15	1.29	7.68	6.86	5.42%	5.78%	20-08-2008	16:35:00
BANIF-SGPS	1.77	-3.80%	4.57	1.60	0.27	0.31	6.56	5.80	6.79%	5.93%	20-08-2008	16:35:00
B. POP. ESP.	6.75	-9.76%	13.68	6.57	1.02	1.00	6.62	6.72	7.70%	7.61%	20-08-2008	14:54:24
BANCO BPI	2.21	-5.76%	6.69	2.15	0.43	0.48	5.19	4.62	8.13%	7.97%	20-08-2008	16:37:41
BRISA	6.57	-1.94%	10.46	6.04	0.29	0.34	22.89	19.55	4.72%	4.67%	20-08-2008	16:35:00
COFINA,SGPS	1.11	0.91%	1.84	1.00	0.10	0.10	11.44	11.10	3.15%	2.93%	20-08-2008	16:35:00
CORT. AMORIM	1.31	0.77%	2.12	1.01	0.17	0.19	7.71	7.08	4.58%	4.58%	20-08-2008	16:19:00
CIMPOR,SGPS	4.06	-3.91%	7.08	3.84	0.46	0.48	8.89	8.38	5.67%	5.56%	20-08-2008	16:35:00
EDP	3.29	-0.15%	5.00	3.17	0.26	0.28	12.49	11.73	3.81%	3.98%	20-08-2008	16:35:00
MOTA ENGIL	3.54	-4.32%	6.41	3.40	0.22	0.14	16.47	25.29	3.11%	3.11%	20-08-2008	16:35:00
FINIBANCO	2.87	0.00%	4.90	2.45	--	--	--	--	2.96%	--	20-08-2008	16:35:01
GALP ENERGIA	13.20	3.21%	19.50	9.77	0.58	0.64	22.92	20.76	2.55%	2.49%	20-08-2008	16:35:00
IMPRESA,SGPS	1.17	-10.00%	2.81	1.17	0.10	0.17	11.70	6.96	0.00%	0.00%	20-08-2008	16:35:00
J. MARTINS	5.80	1.93%	6.23	3.71	0.25	0.30	23.58	19.27	1.66%	2.02%	20-08-2008	16:35:00
MARTIFER	5.99	-5.67%	10.20	5.35	0.29	0.36	20.80	16.87	0.00%	0.00%	20-08-2008	16:38:10
NOVABASE	4.99	1.84%	5.07	2.01	0.26	0.28	19.19	17.82	0.00%	0.00%	20-08-2008	16:35:00
GLINTT	1.11	-13.95%	2.30	1.00	--	--	--	--	0.00%	--	20-08-2008	16:35:00
P. TELECOM	7.02	-3.51%	9.67	6.51	0.65	0.73	10.85	9.62	8.19%	8.20%	20-08-2008	16:38:10
PORTUCEL	2.04	-2.86%	2.90	1.63	0.20	0.17	10.41	12.14	1.72%	5.11%	20-08-2008	16:35:00
REDES E. NAC.	2.95	0.68%	3.82	2.51	0.22	0.20	13.29	14.53	0.00%	4.59%	20-08-2008	16:36:49
S. COSTA	1.14	-4.20%	2.54	0.96	0.14	0.16	8.44	7.13	0.00%	--	20-08-2008	16:35:01
SEMAPA	7.57	-0.92%	13.07	7.00	1.09	0.95	6.93	7.99	3.37%	3.30%	20-08-2008	16:35:00
SONAECOM	1.81	-7.44%	4.24	1.76	0.04	0.07	44.02	25.79	0.00%	0.58%	20-08-2008	16:38:41
SONAE,SGPS	0.68	-1.46%	1.90	0.61	0.08	0.11	8.44	6.31	4.44%	4.95%	20-08-2008	16:35:48
SONAE IND.	2.58	-1.90%	9.82	2.28	0.15	0.16	17.79	16.13	0.00%	3.88%	20-08-2008	16:35:00
SAG GEST	1.61	-12.97%	3.10	1.61	0.16	0.20	10.39	8.05	10.24%	6.21%	20-08-2008	16:35:49
TEIX. DUARTE	1.04	-4.59%	3.14	0.72	0.32	0.35	3.30	2.97	1.73%	2.89%	20-08-2008	16:36:36
Z. MULTIMEDIA	5.16	-12.39%	11.92	4.53	0.27	0.34	19.40	15.40	3.88%	4.43%	20-08-2008	16:36:44

TÍTULOS MERCADOS EUROPEUS				PAINEL BANCO POPULAR								
Título	Última Cotação	Variação Semanal	Máximo 52 Sem	Mínimo 52 Sem	EPS Est Act	EPS Est Fut	PER Est Act	PER Est Fut	Div. Yield Ind	Div. Yield Est	Data Act	Hora Act
B.POPULAR	6.81	-7.97%	13.69	6.50	1.02	1.00	6.68	6.78	7.64%	7.54%	20-08-2008	16:38:09
INDITEX	30.64	-1.19%	53.90	26.08	2.23	2.55	13.77	12.02	3.43%	3.80%	20-08-2008	16:38:08
REPSOL YPF	20.35	-0.78%	27.91	18.27	2.64	2.61	7.71	7.80	4.91%	5.37%	20-08-2008	16:38:09
TELEFONICA	16.51	-1.20%	23.48	15.82	1.59	1.84	10.41	8.99	4.54%	6.06%	20-08-2008	16:38:09
FRA. TELECOM	19.68	-1.89%	27.33	17.08	2.04	2.15	9.67	9.14	9.65%	7.06%	20-08-2008	16:39:13
LVMH	70.55	-2.20%	89.36	59.49	4.54	5.08	15.53	13.89	2.27%	2.49%	20-08-2008	16:35:00
BAYER AG O.N.	53.04	-0.67%	66.45	45.60	3.89	4.40	13.61	12.05	2.55%	2.77%	20-08-2008	16:35:15
DEUTSCHE BK	57.05	-4.93%	96.72	47.48	4.44	8.64	12.78	6.57	7.88%	7.22%	20-08-2008	16:35:28
DT. TELEKOM	10.965	-1.22%	15.87	9.92	0.74	0.83	14.79	13.17	7.11%	7.30%	20-08-2008	16:35:25
VOLKSWAGEN	201.65	-1.71%	215.43	144.30	12.32	12.54	16.38	16.10	0.89%	1.04%	20-08-2008	16:35:00
ING GROEP	20.89	-8.10%	32.53	17.76	3.22	3.46	6.48	6.04	7.47%	7.32%	20-08-2008	16:36:26

Este relatório foi elaborado pelo Centro de Corretagem do Banco Popular, telf 210071800, email: centro.corretagem@bancopopular.pt, com base em informação disponível ao público e considerada fidedigna, no entanto, a sua exactidão não é totalmente garantida. Este relatório é apenas para informação, não constituindo qualquer proposta de compra ou venda em qualquer dos títulos mencionados.



[EMPRESAS] crescendo juntos

Soluções Financeiras à medida da sua empresa

- Conta Comércio
- Conta para PME
- Conta Invest
- Linha BE
- Garantia Mútua
- Linha Nova

Saiba mais sobre as soluções
 empresariais do Banco Popular
 no Portal do PME:

www.banpop.pt/pme


**BANCO
POPULAR**

Fiscalidade

“Estabilização seria desejável”

Automóvel

Liderança

Citroën à frente nos monovolumes médios

Adianta o director-geral da filial francesa, Philippe Cabart

Citroën tem como meta atingir 10% de quota em Portugal

A Automóveis Citroën continua a perseguir o objectivo de conseguir 10% de quota de mercado em Portugal, meta esta que tem, aliás, definida para a maioria dos países em que opera. “A meta da Citroën em todos os merca-

dos passa por atingir cerca de 10% de quota de mercado [até Junho a quota da marca foi de 7,6%]. É essa a meta que perseguimos também aqui em Portugal. Não vai ser ainda este ano que vamos atingir esses 10% de quota, mas o nosso objectivo é chegar lá no médio prazo”, avança, em entrevista à “Vida Económica”, o director-geral da filial francesa, Philippe Cabart.

Vida Económica- Como analisa o primeiro semestre de 2008 para a Citroën em Portugal, que representou menos 13,4% (para 10 864 unidades)?

Philippe Cabart- A nossa performance no primeiro semestre de 2008 ficou, sensivelmente, de acordo com o que planeámos no início do ano. A primeira metade do ano passado teve uma diferença importante, que foi o forte lançamento do C4 Picasso de cinco lugares, que sucedeu ao lançamento da versão de sete lugares que acontecera em Outubro, e que veio reflectir-se nos resultados do primeiro semestre. Este ano lançámos o C5, na versão Berlina em Maio e na versão Tourer em Junho, os quais começam já a mostrar resultados com se pode ver pelos últimos resultados. Além disso, os modelos Nemo e Berlingo começam a ter resultados. Isto sem esquecer que a restante gama está competitiva. O C1 e o C4 têm um grande sucesso e continuamos a liderar o segmento dos monovolumes médios. Por isso, estamos optimistas para a segunda metade de 2008 nos veículos de passageiros.

VE - E nos comerciais?

PC - Nos veículos comerciais há uma baixa generalizada do mercado e na Citroën também perdemos em termos de unidades vendidas. Ainda assim, conseguimos aumentar a nossa quota de mercado [de 9,79 para 10,91%] nesta classe. Ora, isto faz com que também nos



Philippe Cabart sobre a qualidade dos produtos Citroën: “A prova disso é que o número de intervenções no período de garantia tem registado uma forte diminuição”.

veículos comerciais estejamos optimistas em relação ao que se vai passar no segundo semestre de 2008.

VE - Em que medida é que a alteração à fiscalidade operada em Julho de 2007 influenciou o desempenho da Citroën?

PC - Para nós foi uma oportunidade. Sobretudo ao nível dos motores HDi, que beneficiaram da introdução da componente ambiental na fórmula de cálculo do imposto sobre veículos, nos modelos de maior volume, como, por exemplo, o C1, C2, C3 e C4. Para nós, globalmente, foi uma oportunidade.

VE - Se a Citroën tivesse mantido os mesmos números do ano passado (12 594 ligeiros), estaria no “top” três. Esse é um objectivo?

PC - O nosso objectivo para 2008 é vender cerca de 22 000 unidades. Como é natural, este número está, porém, dependente do comportamento do mercado até ao fim de 2008. A nossa perspectiva é de chegarmos neste ano aos 8%. Normalmente, a meta da Citroën em todos os mercados passa por atingir cerca de 10% de quota de mercado [até Junho a quota da marca foi de 7,6%]. É essa a meta

que perseguimos também aqui em Portugal. O nosso objectivo passa também por alcançar essa meta no mercado nacional.

VE - Para esses objectivos também contribuiu o aumento de qualidade efectiva e percebida dos modelos da Citroën?

PC - Tivemos uma renovação muito forte da gama, tanto nos modelos de passageiros como nos comerciais. Aliás, em relação a estes últimos, o modelo mais antigo tem dois anos e este ano já apresentámos duas novidades. Quanto aos modelos de passageiros, são, também, quase todos bastante recentes. Além disso, os produtos da Citroën têm, de facto, tido uma evolução muito forte em termos de qualidade, não só percebida como efectiva. A prova disso é que o número de intervenções no período de garantia tem registado uma forte diminuição.

VE - Em que plano está a rede de concessionários Citroën em Portugal?

PC - Actualmente, temos uma rede estável, o que nos permite uma boa cobertura do país e com qualidade de serviço. Há um forte sentido de profissionalismo por parte de toda a rede de concessionários.

VE - Está em Portugal desde Outubro de 2006. Já se habi-

Experiência enriquecedora em Portugal

Em Portugal desde Outubro de 2006, Philippe Cabart considera que está a ter uma experiência enriquecedora no nosso país. “A oportunidade de vir para Portugal foi, de facto, fantástica, tanto a nível pessoal como profissional. A nível pessoal, o país e as suas gentes são cativantes. Já a nível profissional, também tem sido gratificante. Com efeito, a Citroën tem uma equipa, recursos humanos e uma rede de retalho com um desempenho muito profissional em Portugal, o que é um factor muito importante para que eu fique com uma experiência muito positiva também neste capítulo”, refere o executivo francês. Com 37 anos, o director-geral da Automóveis Citroën é casado e tem dois filhos. Uma das suas grandes paixões, e que lhe ocupa grande parte do pouco tempo livre, é o râguebi (apesar de nunca ter praticado a modalidade). Philippe Cabart chegou à marca em 1993 e antes de vir para Portugal teve diversas responsabilidades em áreas tão como a direcção de serviço e peças ou a direcção do comércio Europa.

tuou à fiscalidade automóvel nacional, que é bastante mais elevada do que a média europeia?

PC - A fiscalidade é um parâmetro do mercado. Ou seja, faz parte do jogo e o importante é que a conheçamos bem. Esse é, de resto, um esforço que temos feito durante os períodos mais recentes de alterações de fiscais, em Julho do ano passado e em Janeiro deste. O que seria interessante era a fiscalidade ser mais estável, mas uma tendência de baixa seria sempre favorável.

VE - Isso prejudica os operadores de mercado?

PC - Admito que foram duas alterações fiscais importantes num curto espaço de tempo. De qualquer forma, repito, a fiscalidade é um parâmetro do mercado, faz parte do jogo e temos de adaptarnos da melhor forma possível.

MONOVOLUME C3 PICASSO NO INÍCIO DO PRÓXIMO ANO

A Citroën vai entrar no segmento dos monovolume do segmento B com o C3 Picasso. “Vai ser um bom complemento à nossa gama”, de acordo com Philippe Cabart. Com um comprimento de 4,08 metros, 1,73 metros de largura e 1,63 metros de altura, o modelo vai fazer do espaço para passageiros e carga o seu grande trunfo. Segundo a Citroën, o modelo oferece a cada um dos passageiros uma habitabilidade generosa. Quanto à capacidade da bagageira, esta vai até aos 500 litros, debaixo da chapeleira, na configuração de cinco lugares. Os motores já anunciados pela marca do “double chevron” são dois 1.4 a gasolina, com 95 e 120 cv, e dois diesel 1.6, com 90 e 110 cv.

As primeiras imagens reveladas pela marca francesa revelam uma traseira típica dos monovolumes, mas uma frente mais “formada” que poderá aproximar o modelo de um “look” de SUV. Esta dúvida será esclarecida, em definitivo, em Outubro, no Salão de Paris (onde a marca vai mostrar também um ligeiro “restyling” ao C4), ou no primeiro trimestre



de 2009, altura em que o C3 Picasso vai chegar ao mercado português.

Quanto ao C3, Cabart afirma que o modelo lançado em 2002 continua a agradar ao mercado. “É passível de ter uma utilização mista, isto é, adapta-se à cidade e às viagens, é económico e tem umas linhas que se mantêm ao gosto do mercado”, sublinha.

Insignia foi apresentado no Salão de Londres

Opel mostra insígnias com o substituto do Vectra



O Opel Insignia vai ser lançado no virar do ano.

O Opel Insignia vai ser lançado em Portugal no início de 2009. A marca alemã mostrou as versões com quatro e cinco portas no Salão Automóvel de Londres, ficando a carrinha – muito importante no segmento D – para uma fase posterior. O Insignia tem mais 22 cm de comprimento do que o modelo que substitui, o Vectra e, além disso, apresenta mais 3 cm de espaço para os joelhos. Com um comprimento de 4,83 m e 2,737 m de distância entre eixos, o modelo tem formas de coupé com quatro portas, sublinhadas pelo coeficiente de aerodinâmica de apenas 0,27.

Debaixo do capot, o Insígnia vai poder montar sete opções (quatro a gasolina e duas turbodiesel). A tracção poderá ser dianteira ou integral e as caixas de velocidades terão todas seis marchas, manuais ou automáticas. Os quatro propulsores são um 1.6 com 115 cv, um 1.8 com 140 cv, um 2.0 turbo com 220 cv e um 2.8 V6 turbo (os restantes têm quatro cilindros em linha) com 260 cv. Em estreia no Insígnia, os três motores turbodiesel 2.0 têm, respectivamente, 110, 130 e 160 cv. De acordo com a Opel, a gama de motores do substituto do Vectra vai, mais tarde, ser alargada

com outras versões mais potentes e uma unidades EcoFLEX, a gama com emissões de CO2 mais baixa da casa de Rüsselsheim.

Montra tecnológica sobre rodas

A marca alemã da General Motors realça a tecnologia do Insignia. Um dos exemplos é a mais recente geração do sistema de iluminação dianteira adaptativa AFL (do inglês “Advanced Forward Lighting”). Outro caso é o chassis FlexRide, de série nas versões com tracção integral e opcional nas com duas rodas motrizes. Realce ainda para o Opel

Eye que integra duas funções complementares: o reconhecimento da sinalização de trânsito e o aviso de saída de faixa.

O AFL dispõe de nove diferentes tipos de feixes luminosos que são accionados automaticamente em função das várias condições de condução, aumentando significativamente os níveis de segurança e o prazer de condução. Outros novos elementos do sistema são as luzes diurnas com LED, que consomem muito menos energia que um sistema convencional com luzes de halógeno, contribuindo, só à conta disso, para reduzir as emissões de CO2 de 6 g/km para praticamente zero. “Cada elemento do novo Insignia resulta da nossa aposta em criar um automóvel que combine um design atraente, uma excelente dinâmica e tecnologia inovadora”, refere o director-geral da Opel, Hans Demant.

Quanto ao chassis FlexRide, que inclui a tecnologia de estabilidade adaptativa, ajuda o automóvel a adaptar-se continuamente às condições de condução predominantes e permite que os condutores seleccionem o modo de condução da sua preferência. Além da opção normal (Standard), este sistema tem dois botões do painel de instrumentos que permitem seleccionar uma configuração de suspensão mais suave (Tour) ou mais firme (Sport).

Outra novidade tecnológica do Insignia é o Opel Eye. Este sistema tem, atrás do pára-brisas, junto do espelho retrovisor, uma câmara que detecta os sinais de trânsito e

as marcas na faixa de rodagem. A detecção de sinalização de trânsito lê os sinais de limite de velocidade e de proibição de ultrapassagem, podendo mesmo informar os condutores sobre o fim das limitações de velocidade. Dependendo das condições de iluminação, o sistema começa a identificar e a ler repetidamente os sinais a uma distância de 100 metros. Começa por focar as formas circulares, identificando depois os números nelas inscritos por meio de comparação dos contornos. Se uma imagem corresponder a uma imagem de um sinal de trânsito memorizado no software do automóvel, o sinal é visualizado no painel de instrumentos.

O sistema visualiza sempre as informações mais relevantes para uma condução segura, deixando de fora muitos sinais que podem sobrecarregar os condutores com demasiada informação. Se se identificarem dois sinais muito próximos um do outro, os sinais de aviso especiais, como “proibição de ultrapassagem”, terão precedência sobre um sinal de limite de velocidade.

A câmara do sistema Opel Eye verifica também se os condutores se mantêm na faixa de rodagem. Isto ajuda a prevenir situações perigosas, como o adormecimento do condutor ao volante. O aviso de saída de faixa pode ser ligado ou desligado por meio de um botão. Quando se encontra activado, avisa o condutor com um som e um sinal luminoso intermitente no painel de instrumentos.

AQUILES PINTO
aquiles Pinto@vidaeconomica.pt

Nova geração do mítico modelo chega no próximo ano

Chevrolet revisita clássico com novo Camaro

O Chevrolet Camaro vai ter uma nova geração, que vai começar a ser vendida nos Estados Unidos no primeiro trimestre de 2009, seguindo-se mais tarde o lançamento na Europa. A nova geração do emblemático modelo americano chega agora na versão coupé, podendo em 2010 vir a receber uma variante descapotável. De acordo com a Chevrolet, o modelo “conjuga tradição com uma imagem moderna e um desempenho surpreendente, assente em tecnologia avançada”.

Com um design fiel ao conceito original, o novo Camaro é um automóvel marcadamente desportivo que renova, em muitos aspectos, a sua longa tradição. A frente longa e a traseira curta conferem ao Camaro proporções clássicas, enquanto o perfil elegante do pára-brisas, as rodas colocadas nas extremidades da carroçaria e as formas musculadas dos pára-choques constituem elementos modernos que reforçam o seu visual apelativo e agressivo.

A forma da secção dianteira em V e as “guelras” nos painéis traseiros são traços característicos do Camaro, tal como os “ombros” largos do pára-choques traseiro. Estes elementos permitem reconhecer de imediato o novo Camaro, mas a sua execução encontra-se integrada com suavidade no design exterior contemporâneo. A gama de jantes com 18, 19 ou 20 polegadas contribui também para o visual moderno do Camaro.

“O novo Camaro é precisamente isso – um novo automóvel”, realçou o vice-presidente da GM Global Design, Ed Welburn. “Reconhecemos no design a força do legado de um nome, mas sabemos que manter nesta nova geração a relevância deste modelo desportivo significava mais do que simplesmente homenagear um automóvel clássico. As formas das linhas, a atitude e a execução no seu todo são consistentes com outros novos Chevrolet”, acrescentou Welburn.

Também o habitáculo do Ca-

maro se caracteriza por um notável equilíbrio entre tradição, design moderno e atenção aos detalhes. Os instrumentos em forma circular integrados em concavidades quadradas fazem recordar os clássicos Camaro, enquanto as luzes de interior com tecnologia LED conferem ao habitáculo um ambiente sofisticado e acolhedor. Bancos revestidos a couro e aquecidos estarão disponíveis como opção.

Pormenores como as aplicações a cromado e em acrílico, as superfícies de brilho reduzido e os revestimentos de qualidade superior transmitem uma sofisticação que não encontra paralelo em gerações anteriores do Camaro. Outra evidência da atenção dada aos detalhes revela-se no conjunto de instrumentos integrados na consola central, inspirado numa solução semelhante adoptada nos Camaro de 1969. Realçados por uma iluminação de fundo com moderna tecnologia LED, estes instrumentos permitem controlar



a temperatura e a pressão do óleo do motor, o estado da carga da bateria e a temperatura do fluido da transmissão.

Dois motores e potências entre 300 e 422 cv

Mas, se este é um modelo desportivo, falta falar do mais importante: a técnica. Com tracção às rodas traseiras, o novo Camaro inclui duas opções de motorização a gasolina – um V6 de 3.6 litros com 300 cv e distribuição

variável e um V8 de 6.2 litros destinado à versão desportiva SS, com potências de 396 cv ou 422 cv. Todas as versões incluem transmissão de seis velocidades, manual ou automática. Para esse efeito contribuem também a tecnologia de injeção directa (motor V6) e o sistema de Gestão Activa do Combustível (motor V8 com caixa automática), permitindo, de acordo com a marca, conjugar prestações de elevado nível com um consumo de combustível equilibrado.

Número de famílias com sobreendividamentos é cada vez maior

É um fenómeno em franco crescimento: o número de famílias sobreendividadas e a pedir ajuda à Associação de Defesa do Consumidor - DECO - é



cada vez mais significativo. No primeiro semestre deste ano, o nú-

mero de processos que deu entrada no Gabinete de Apoio ao Sobreendividado (GAS) aumentou 26,6% face a igual período do ano passado, avança o Diário de Notícias. Foram 956 os processos de mediação e resolução de situações de dificuldade no pagamento de empréstimos. Das quase mil famílias que já pediram ajuda à DECO este ano, acresce que 60% possui entre três e dez empréstimos e 5% tem dez ou mais créditos firmados. O mesmo jornal avança que o multiendividamento é um fenómeno em crescimento entre os consumidores portugueses, situação que leva à ruptura no pagamento das prestações.

Prazos para inspecções periódicas de veículos alterados

Já estão em vigor os novos prazos para as inspecções periódicas obrigatórias de veículos. A data limite é agora o dia da matrícula, informou o Instituto de Mobilidade e Transportes Terrestres (IMTT). A medida deve evitar o grande fluxo de veículos às inspecções.

«Com a entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 136/2008, de 21 de Julho, os veículos devem ser apresentados para inspecções periódicas obrigatórias, tanto à primeira como às subsequentes, durante os três meses que antecedem o dia em que o automóvel foi matriculado pela primeira vez», refere o IMTT em comunicado.

Sistema de Normalização Contabilística não está adequado à realidade portuguesa

O novo Sistema de Normalização Contabilística (SNC), acredita a direcção da Câmara dos Técnicos Oficiais de Contas (CTOC), é “subjectivo” e não está adequado à realidade portuguesa.

“A estrutura da proposta que nos é apresentada tem uma inusitada influência de preocupações financeiras, alinhando por factores e preocupações vocacionadas para o funcionamento das bolsas”, refere, em relatório, a CTOC. Com a entrada em vigor do novo SNC, a CTOC pede ainda a extinção da actual comissão de normalização contabilística.

Restaurantes McDonald’s Portugal escapam à crise

Um sinal da mudança dos hábitos alimentares dos portugueses ou apenas reflexo do baixo custo do «fast-food»? A McDonald’s Portugal, depois de ter conseguido os melhores resultados de sempre em 2007, deve manter o mesmo ritmo este ano.

No ano passado, a empresa cresceu acima da média europeia (8,7%), conseguindo vendas líquidas de 216 milhões de euros, o que representa uma subida de 13% face ao ano anterior. A McDonald’s está presente em mais de 120 países, com 30 mil espaços. Em Portugal, existem 120 restaurantes.

www.vidaeconomica.pt

> Vida Económica

> Boletim do Contribuinte

> Trabalho & Segurança Social

> Vida Judiciária

> Mercado Único

> Vida Imobiliária

> Jornal Fiscal

Boletim do Contribuinte on-line

www.boletimdocontribuinte.pt

Códigos Fiscais

Legislação

Jurisprudência

Agenda Fiscal

Agenda Laboral

Informações Diversas

Artigos e Comentários

Resoluções Administrativas

Trabalho e Segurança Social

Sumários do Diário da República (1ª série)

Suplementos Especiais

Normalização Contabilística

Convênções sobre dupla Tributação

Toda a actualidade fiscal ao seu alcance



Faça já o seu registo gratuito.

Boletim do Contribuinte

uma publicação

Grupo Editorial Vida Económica

Informação especializada para si ou para a sua empresa.

Rua Gonçalo Cristóvão, 111 - 6º esq. - 4049-037 - Porto

Telef.: 223399400 • Fax: 222 058 098

E-mail: assinaturas@vidaeconomica.pt

www.vidaeconomica.pt

www.boletimdocontribuinte.pt

Adere-Minho apoia igualdade entre géneros

Promover a igualdade de género e oportunidades, com medidas de conciliação da vida pessoal e profissional. É este o principal objectivo do mais recente projecto da Associação para o Desenvolvimento Regional do Minho, Adere-Minho, que conta com o apoio e aprovação do Programa Operacional de Potencial Humano (POPH).

Apesar de ser consagrada na Constituição, a igualdade entre géneros continua a não ser uma realidade e é na tentativa de atenuar esta situação que surge este projecto. Entre as medidas mais sonantes encontram-se a promoção de políticas conducentes a uma maior flexibilização de horários de trabalho, o apoio ao nível de transporte de e para o local de trabalho e a celebração de protocolos com creches, centros de dia e lares, tudo com vista a uma maior conciliação da vida pessoal e profissional dos indivíduos de ambos os sexos.

O projecto envolve entidades de economia social (oito) e outras (quatro) que possam ter intervenção indirecta ao nível da conciliação familiar e profissional. O programa - o primeiro na região na área de igualdade de género - entra em vigor no dia 1 de Setembro e prolonga-se até 31 de Agosto do próximo ano.

NOTA DE FECHO

Um conselho

JORGE A. VASCONCELLOS E SÁ

Mestre Drucker School
PhD Columbia University
Professor Catedrático

Thales de Mileto dizia que na vida há duas coisas, uma muito difícil (conhecer-se a si próprio) e outra muito fácil (dar conselhos aos outros).

Se não se importam eu opto pelo fácil (isto é, por aconselhar os outros) relativamente ao... difícil (ou seja, conhecer-se a si próprio): as causas do sucesso.

Certa vez um empresário de grande sucesso dizia-me: “devo estar a fazer algo de certo, só que não sei o que é”... Ganhava dinheiro, ganhava dinheiro e quanto às causas tinha suspeitas, não certezas...

Mal? Melhor esta situação de ignorância consciente (saber que não se sabe) do que a ignorância inconsciente (não saber que não se sabe).

O senhor fabrica dos têxteis-lar mais caros do mundo. Porquê o seu sucesso? E começa o discurso redondo, de não digo, digo não digo, cheio de entretantos... e poucos (ou nenhum) finalmente.

É o design? Ou a harmonia entre as várias peças? (facilitando a decoração ao cliente). As cores (quentes) ou a durabilidade (e resistência incluindo às lavagens)? Ou será os pontos de venda?: leia-se selecção e animação (montra, escaparates, displays). Ou?

Qualidade? Mas o que é isso de qualidade. É a confecção? Ou a criteriosa selecção das matérias-primas? Ou os estampados? Ou, ou?

Eu penso que... Pensa? Eu creio que... Crê? Na minha opinião... Na sua opinião?

Roosevelt, Presidente dos EUA, tinha em cima da sua mesa um pequeno placard que dizia: “*Em Deus eu confio; todos os outros, por favor, tragam factos, não opiniões*”.

Onde encontrar os factos? É simples: junto de quem passa o cheque. Isto é, do cliente. Tudo o resto, não interessa. Há que perguntar-lhe quatro coisas.

Primeiro: o que o leva a comprar este tipo (categoria de produto) e dentro dela, a nossa marca (e não a concorrência)? Isto é, a **necessidade** servida.

Segundo, que outros **produtos** gostaria que oferecêsemos e de momento não o fazemos? E porquê?

Terceiro: definir bem o **cliente**. Quem é responsável por 80% das nossas vendas? Classe A, ou B ou D ou... Jovens solteiros ou jovens casados (sem filhos) ou ninho cheio (filho mais velho com mais de 3 anos) ou ninho vazio (casais cujos filhos já saíram de casa) ou... empresas que facturam abaixo de... ou acima de... das indústrias de...

Quarto: **onde está** o cliente. Onde está, aí vamos nós. Nos aeroportos? Colocamos multibancos. Em Andorra (12% da população empregue é portuguesa), abrimos agências bancárias. Nas gasoleiras sem tempo? Abrimos pequenos estabelecimentos. De férias na Costa Vicentina e Algarve? No Corte Inglés fazemos entregas aí.

Donde chamamo-nos Bancaja (Caixa de Valência, etc.) e abrimos em Bombaim. Bombaim? Sim, Bombaim.

Muitas empresas espanholas importam crescentemente da Índia. Para os indianos fornecer a crédito é visto como um risco. Para os clientes espanhóis pagar a pronto não é uma prática usual.

Este desencontro de expectativas cria um problema. Ora os problemas de uns, são as oportunidades de outros.

Nós Bancaja avançamos, vamos à Índia acompanhando empresas espanholas, pagamos por inteiro ao fornecedor e recebemos depois a prazo e com juros do cliente.

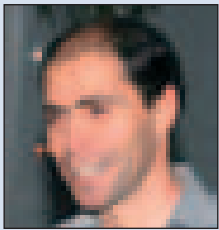
Simple? Sem dúvida. Mas não há nada tão complexo como uma coisa simples (B. Shaw). Onde tudo começa? Analisando (e perguntando) ao cliente para saber 1) o que é valor para si; 2) que produtos compra; 3) que necessidades não estão satisfeitas; e 4) onde está.

Onde termina? Conhecendo os verdadeiros factores de sucesso. Por oposição às minhas convicções pessoais. Porque estes só levam um único cliente a comprar: eu próprio.

P.S.: O dr. Bernardo Meyrelles, administrador do Deutsche Bank tem-se multiplicado em entrevistas sobre os projectos e iniciativas do Banco. Agora são as energias renováveis. Antes eram os franchisados.

Pena é que ainda não tenha conseguido resolver o litígio que opõe o Banco às largas dezenas de ex-franchisados, que se sentem injustiçados e puseram o Banco em tribunal. Embora não conheça nenhum, na minha opinião talvez o Banco devesse começar por aqui.

EDITORIAL



EUCLIDES A. COIMBRA
CEO, KICG
– Kaizen Institute
Consulting Group

A mudança de hábitos

Caros leitores,

No fórum passado falámos do Kaizen e do Sistema de Gestão Kaizen (KMS) que tem por objectivo introduzir na empresa uma dinâmica de mudança para melhor (este é o significado da palavra Kaizen), através de um forte envolvimento dos colaboradores a todos os níveis. Só há Kaizen quando os colaboradores mudam os seus hábitos diários de trabalho. Um hábito diário, tanto na forma de pensar como na forma de trabalhar, existe no cérebro de cada um de nós sob um conjunto de ligações entre neurónios. Estas ligações estão tão fortemente estabelecidas e reforçadas por tantos anos de prática, que funcionam quase sem termos que pensar nelas conscientemente. Simplesmente executamos um trabalho sem pensar muito. É um processo inconsciente, tal como conduzir um automóvel.

Para haver melhoria, tem que haver mudança de hábitos e, logo, tem que haver mudanças no nosso cérebro. Isto só se consegue praticando (falar e discutir não chega). Treinando todos os dias. Experimentando coisas novas e treinando até o processo ficar bem “enraizado” no nosso cérebro. Até substituírmos velhas ligações entre neurónios por outras novas ligações.

Kaizen significa experimentar e treinar novos métodos que tragam resultados para melhor. Já Sófocles dizia: “Temos que aprender fazendo as coisas. Ainda que pensemos que sabemos, só teremos a verdadeira certeza depois de tentarmos”.

Nesta edição do Kaizen Fórum vamos falar dos Fundamentos Kaizen. Trata-se de um conjunto de sete Valores que são verdadeiros Princípios de funcionamento que garantem os bons resultados de qualquer actividade de melhoria contínua.

Apresentamos também, neste número, o projecto Kaizen da Amtrol-Alfa.

No ambiente de crise que vivemos, ainda mais importante se torna a mudança para melhor. É necessário introduzir na empresa uma dinâmica de mudança de hábitos direccionada para a melhoria e inovação nas áreas mais importantes que irão garantir os resultados futuros da empresa.

Continuar com os mesmos hábitos significa obter os mesmos resultados. Se o ambiente se tornar mais hostil e exigente, os resultados vão sofrer.

Há que criar uma dinâmica de mudança. Nós estamos aqui para informar e organizar as actividades necessárias.

Os sete Princípios Kaizen

Os Fundamentos Kaizen reúnem um conjunto de sete Valores que são verdadeiros Princípios de funcionamento que garantem os bons resultados de qualquer actividade de melhoria contínua.

Os sete Princípios do Kaizen são os seguintes:

- **Gemba Kaizen;**
- **Desenvolvimento das Pessoas;**
- **Normas Visuais;**
- **Processo e Resultados;**
- **Qualidade em 1º;**
- **Eliminação de Muda (desperdício);**
- **Abordagem Pull Flow.**

Para que a cultura da empresa mude para uma cultura de melhoria contínua é necessário desenvolver fortes crenças nos Princípios Kaizen. Segue-se uma explicação resumida de cada Princípio.

“**Gemba Kaizen**” é uma expressão japonesa que significa “mudar o Gemba para melhor”. Gemba Kaizen é também um meio de envolver as pessoas a que o Kaizen Institute designa “Gemba Kaizen Workshop”. Também chamado “Evento Kaizen” consiste num período intensivo de trabalho de melhoria com um grupo de pessoas cujo objectivo é desenhar e implementar melhorias num curto espaço de tempo (normalmente, 5 dias).

O “**Desenvolvimento das Pessoas**” enfatiza muito valor no envolvimento das pessoas nas actividades de melhoria. Para cada tipo de melhoria existe um hábito a mudar. Para cada hábito existe um grupo de pessoas que vai ter de adoptar novos hábitos

abandonando os anteriores. Da Gestão de Topo aos operadores, todos necessitam de ser envolvidos, de forma a estarem aptos a adoptar novos hábitos. O Desenvolvimento das Pessoas através do envolvimento é uma crença muito forte.

A crença “**Normas Visuais**” foca a ideia que “uma imagem vale mais do que mil palavras” e que “uma norma é o caminho conhecido como mais eficiente de desempenhar determinada tarefa”. Tão simples quanto isto. É muito importante definir o caminho mais eficiente para desempenhar uma determinada tarefa. Se a tarefa não está normalizada, é de esperar que tenha associado “Muda” e variabilidade porque temos diferentes pessoas a executá-la e, muito provavelmente, diferentes formas de a concretizar.

“**Processo e Resultados**” é outra muito importante crença Kaizen. De facto, o pensamento usual é que tudo o que é necessário é definir o objectivo para o resultado e o método para atingir o resultado não é importante. O pensamento “Processo e Resultados” destaca igual importância aos processos e aos resultados. O resultado é importante no sentido de serem definidos objectivos para o grupo/equipa. De forma a que os resultados obtidos sejam coerentes e consistentes, é crucial dedicar-se também especial atenção ao Processo.

“**Qualidade em 1º**” é uma crença muito importante e um pensamento clássico em termos de Kaizen. Desde os inícios do movimento da Qualidade, suportados por gurus como Crosby, Deming, Juran Ishikawa e outros, que a qualidade é uma

das mais importantes temáticas em termos de Kaizen. Esta crença é suportada por 3 conceitos: Orientação para o mercado, Próxima operação é o cliente e Melhorias a montante.

“**Eliminação de Muda/Desperdício**” é o primeiro princípio relacionado com o Pull Flow. Kaizen, como o Lean, visa a eliminação dos 7 “Muda” (palavra Japonesa que significa desperdício), de forma a alcançar a competitividade e a Excelência. Estes 7 tipos de desperdício são bem conhecidos por todos os gestores (pelo menos os que estão alinhados com o Pensamento Lean).

Os 7 tipos de desperdício são:

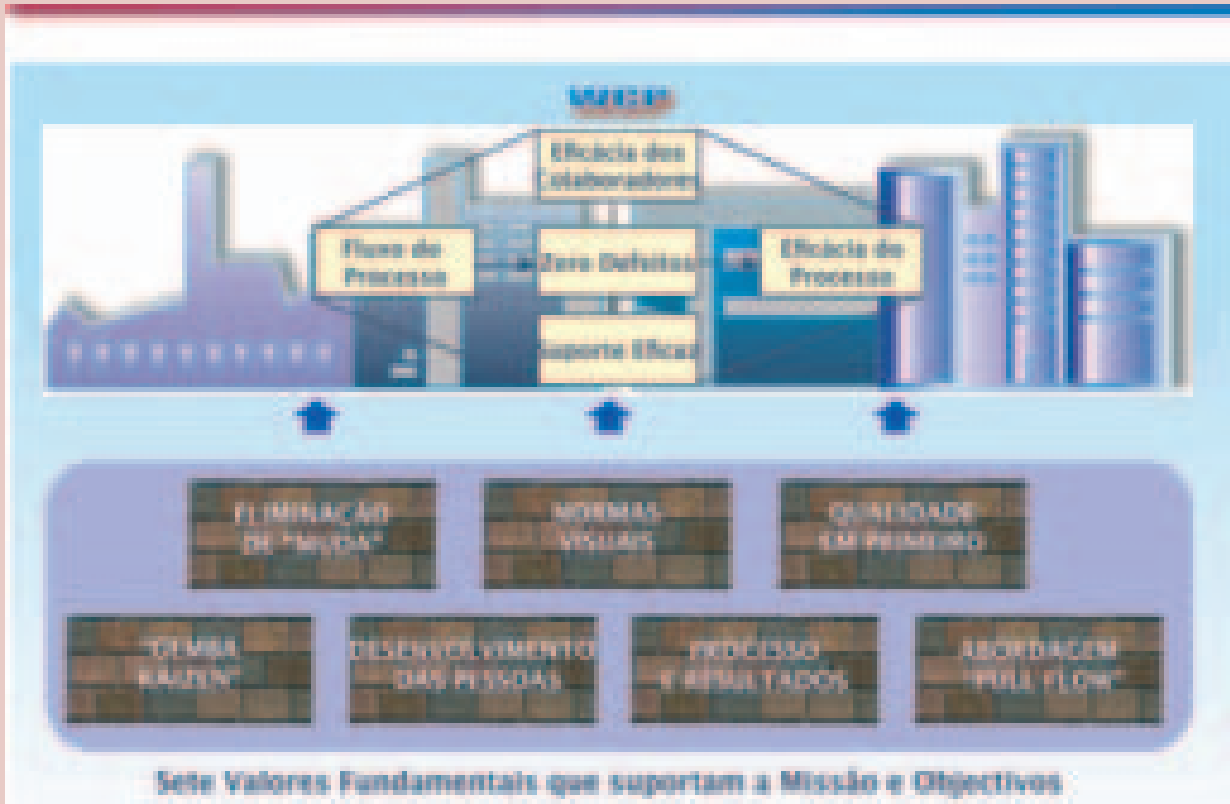
1. **Defeitos (qualidade interna ou falhas externas);**
2. **Espera de Pessoas;**
3. **Movimento de Pessoas;**
4. **Sobreprocessamento;**
5. **Espera de Materiais;**
6. **Movimento de Materiais;**
7. **Excesso de Produção.**

“Abordagem Pull Flow”

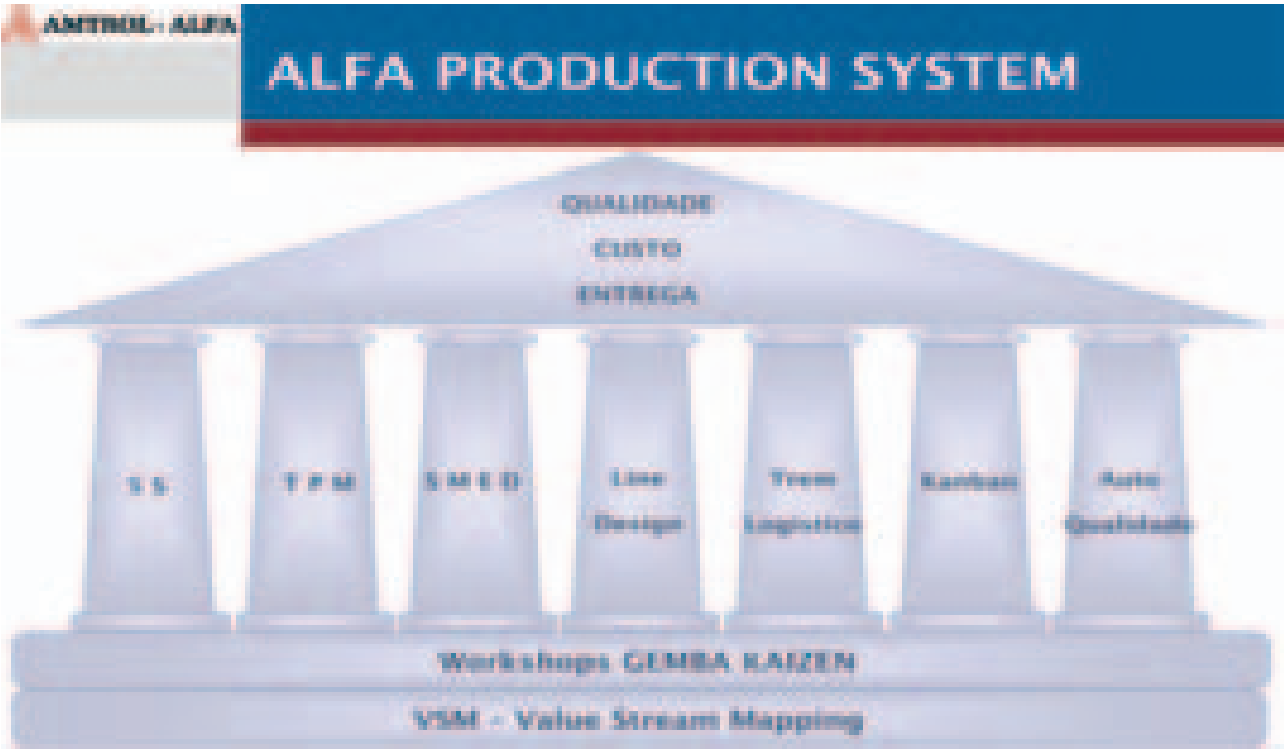
“Pull Flow” significa organizar toda a cadeia de abastecimento (ou, para simplificar, podemos considerar apenas o fluxo da logística interna) em termos de optimização do fluxo de materiais e do fluxo de informação. Isto significa enfatizar a eliminação de muda por minimização da espera de materiais, ou, por outras palavras, inventário. O termo “Pull” significa que o fluxo do material deve ser puxado e iniciado pelo consumo do cliente ou pelas encomendas do cliente.

MODELO FUNDAMENTOS KAZEN

Desenvolver uma forte crença nos Valores Fundamentais do Kaizen é a base necessária para o sucesso dos projectos de mudança e para a obtenção dos resultados necessários em termos de Qualidade, Custos e Serviço ao Cliente e Motivação dos Colaboradores.



Aumento de produtividade na Amtrol-Alfa



Amtrol-Alfa é uma empresa de sucesso na organização Kaizen e nos resultados obtidos de forma consistente.

A implementação Kaizen na empresa Amtrol-Alfa decorre desde 2006.

Nasceu pela visão estratégica de integrar a Melhoria Contínua, com a constante Inovação e Normalização de todo o processo Produtivo e Logístico das 3 Fábricas sediadas em Guimarães.

Inicialmente, foi efectuado um mapeamento do fluxo de informações e materiais, identificando todas as oportunidades e definindo um plano de acção Kaizen.

Foi desenhado um sistema de melhoria contínua Alfa Production System.

O tecto da casa representa as metas a atingir (Qualidade, Custo e Entrega ao Cliente).

Na base estão o mapeamento (ferramenta VSM) e Workshop Gemba Kaizen, formato de organização de todas as actividades de melhoria, caracterizada por uma área definida, um tema concreto, utilizando uma ferramenta normalizada, uma equipa multidisciplinar, com objectivos definidos, a atingir no

curto prazo, com trabalho prático.

ANTES



Localizações aleatórias, ferramentas e materiais obsoletos, tempos de procura elevados

DEPOIS

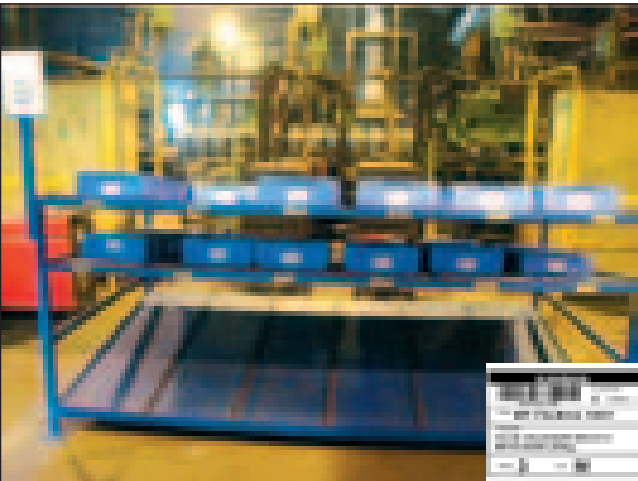


Ferramentas e materiais ordenados, gestão visual, localizações fixas. “Um local para cada coisa, cada coisa no seu local”

ANTES



Abastecimento em grandes lotes (em paletes)
Alimentação das linhas por antecipação

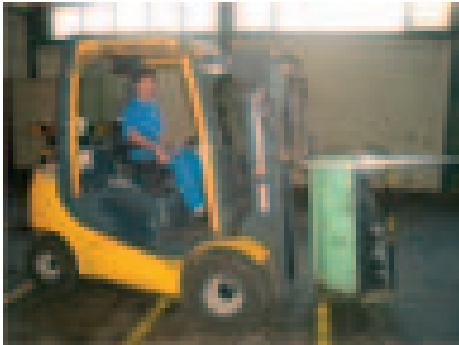


Abastecimento em caixas
Kanban visual ordena reposição do consumo

ANTES



Abastecimento por palete; 1 produto por cada transporte



Circuito logístico normalizado, Tempo de ciclo 60 minutos, Vários produtos no mesmo ciclo

DEPOIS



Criadas as condições de partida, o trabalho foi desenvolvido em sete pilares Kaizen (5S, TPM, SMED, Line Design, Trem Logístico, Kanban e Auto Qualidade).

Com os 5S, houve um envolvimento dos 3 turnos, melhoria das áreas de trabalho, gestão visual, libertação de área e ganhos produtivos, através da eliminação de tempos de procura de ferramentas e materiais. Foi multiplicado pelas 3 fábricas, de forma autónoma interna.

Depois dos 5S, iniciou-se o TPM, para garantir maior fiabilidade dos equipamentos, por eliminação de anomalias das máquinas e automanutenção, com a capacidade de os operadores efectuarem a manutenção diária e semanal dos seus equipamentos.

O pilar seguinte foi o SMED, para garantir a redução dos tempos de mudança de fabrico, aumentando a eficiência e ganhando flexibilidade nos tamanhos de lote.

Após o trabalho focalizado na melhoria das áreas e dos equipamentos, foi iniciado o Line Design, método de reorganização das linhas de produção, visando a eliminação de “Muda” (desperdício), para conseguir aumentos de produtividade. Recentemente, 3 linhas foram redesenhadas e alteradas fisicamente, com resultados notáveis.

Estes 4 primeiros pilares (5S, TPM, SMED e Line Design) garantiram a optimização dos meios produtivos (máquinas e operadores), com ganhos de eficiência, produtividade, fiabilidade e flexibilidade visíveis e consistentes. A dinâmica das equipas, a sua motivação e envolvimento é evidente em todas

Pessoa Santos, Director de Produção da AMTROL ALFA, afirma

Liderança mundial nas exportações assenta na inovação e nos ganhos de produtividade



“20% da facturação corresponde a produtos baseados na inovação” afirma Pessoa Santos.

Vida Económica - Há quantos anos opera a empresa e quais as evoluções marcantes da sua propriedade?

Pessoa Santos— Esta unidade empresarial opera há mais de quarenta anos, precisamente desde 1962. A empresa integrava-se inicialmente no Grupo Sacor com a denominação Petróleo Mecânica Alfa, SA. Mais tarde, ingressou no universo do IPE que posteriormente a vendeu à Comanor, um concorrente sediado no Porto-Lordelo.

Daqui nasceu a Comanor-Alfa. uma integração das duas unidades empresariais nas instalações de Guimarães.

Finalmente, a empresa acabou por ser adquirida a 100% pelo grupo americano Amtrol Inc, situação que é a actual: Amtrol Alfa. Dedica-se à concepção, produção, certificação e venda de garrafas para gases sob pressão.

VE – Quais os indicadores mais relevantes que retratam a situação actual da empresa?

PS – A Amtrol-Alfa apresenta um volume de negócios anual da ordem dos 65 milhões de euros, sendo que 90% do negócio é destinado ao mercado externo. Acresce que desta facturação global 20% corresponde em média a produtos novos onde o recurso à inovação e à criatividade constitui uma trave mestre.

Em termos de recursos humanos, dispomos actualmente de 600 trabalhadores distribuídos por 3 turnos (actividade diária de 24 horas). Temos alguma dificuldade em encontrar trabalhadores já qualificados para ingressarem neste tipo de actividade, mas, por isso mesmo, desenvolvemos intensos programas de formação profissional interna.

A produção diária de garrafas para gás atinge em média as 20 000 (unidades equivalentes).

Finalmente, importa reter que exportamos para mais de 100 países/mercados, sendo de facto líderes na exportação, a nível mundial. Os mercados de destino são prioritariamente Europa, África, Médio Oriente, América Latina, estando neste momento a desenvolver um projecto de garrafa para a Austrália.

VE – Mas a produção é toda realizada em Portugal?

PS – Sim, através de várias fábricas. A unidade de que dispomos na Polónia é só destinada a acabamentos.

Nestes mais de cem países e mercados trabalhamos em regra com grandes empresas/

grandes contas, pelo que temos que dispor de uma grande capacidade para operar a nível global, não sendo exigidas redes ou parcerias em termos de agentes comerciais locais.

VE – A produção resume-se a garrafas para gases sob pressão, mas não podemos dizer de facto que estamos perante uma empresa monoprodutora?

PS – De facto, o que nos caracteriza é a adopção de uma filosofia de projecto, ou seja, cada nova garrafa é encomendada por um cliente — enquadrado num mercado com determinadas especificidades —, o qual define bem o que quer. A partir daí, nós desenvolvemos o projecto respectivo. Devo referir que a empresa já disponibilizou ao mercado centenas de garrafas tipo. Com efeito, as garrafas não têm que ser todas iguais, diferenciando-se por vários atributos, para além dos requisitos específicos de cada mercado, com incidência em: espessura e qualidade do aço; dimensão; design; incorporação de componentes de plástico.

VE – Em termos de organização interna, como está distribuído o processo de produção de uma gama diversificada de modelos?

PS – Está distribuído por várias fábricas, todas elas com importância relativa similar e com funcionamento bem suportado por núcleos de Investigação e Desenvolvimento.

Assim, a fábrica 1 produz garrafas de maior capacidade (superior a 44 litros), a fábrica 2 produz garrafas de 2 peças (entre 2 e 36 litros) e a fábrica 3 produz garrafas descartáveis e assegura os chamados “liners” para as garrafas híbridas, aço/compósito e ainda novos modelos “extra light” em aço de elevada resistência.

Finalmente, mas já fora da sede industrial, em Brito, Guimarães, dispomos de uma quarta fábrica, afecta à produção da garrafa em materiais compósitos termoplásticos, inovação a nível mundial, de que é exemplo mais conhecido a Pluma.

VE – No seu entender, quais os factores críticos de sucesso deste negócio que a empresa tem que dominar?

PS – Começo por lhe dizer claramente, as pessoas e a equipa. Mas posso adiantar outros factores relevantes, como a enorme capacidade para operar globalmente, a capacidade de engenharia do produto e dos equipamentos, o facto de a empresa e os seus produtos estarem certificados pelas autoridades nacio-

Exportando 90% da sua produção, a Amtrol - Alfa, S.A., empresa produtora de garrafas para gases sob pressão, evidencia um volume anual de negócios da ordem dos 65 milhões de euros e assume a posição de líder mundial nas exportações deste tipo de produtos. Para Pessoa Santos, director de produção da empresa, há vários factores convergentes para o sucesso, entre os quais a enorme capacidade para operar globalmente e para desenvolver — numa filosofia de projecto — produtos para clientes e mercados que apresentam requisitos bem diversos. Para este responsável, a Amtrol - Alfa alicerça a sua actividade numa atitude permanente de inovação e desenvolvimento, bem como na formação interna dos seus trabalhadores, estando sempre atenta à necessidade de melhorias contínuas que possam otimizar a performance e a relação com o cliente.

nais competentes em todos os mercados, a capacidade para produzir uma grande gama de modelos e, finalmente, a garantia de qualidade, inequivocamente reconhecida pelos clientes.

VE – O factor preço é também crítico para o sucesso?

PS – Sem dúvida que o é, nunca o devemos descurar. Isto obriga-nos de forma sistemática à procura de ganhos de produtividade usando persistentemente uma atitude de inovação.

A diferenciação conseguida em termos qualitativos permite-nos abordar clientes disponíveis para valorizar as valências disponibilizadas. Mas o controlo de custos é sem duvida factor crítico de sucesso deste negócio, como aliás na generalidade deles. Por isso, é que não deixamos de estar preocupados com a actual conjuntura condicionada pela instabilidade financeira e fraqueza do dólar, bem como pelo preço do petróleo/energia e das matérias-primas, que acabarão por ter impacto desfavorável na nossa própria actividade. Apesar desta conjuntura adversa temos continuado a crescer.

VE – Com níveis de organização de facto performances, porque chamaram o Kaizen Institute?

PS – É simples. Sempre para nós foram objecto de preocupação as chamadas melhorias contínuas, mas elas eram basicamente conseguidas através do reforço das tecnologias e do equipamento. Posteriormente, começámos a aperceber-nos que existiam outros meios e ferramentas para sustentar as tais melhorias contínuas no sentido de que poderíamos conseguir ganhos de produtividade com menos investimento. E daí termos contactado os peritos do Kaizen Institute em Portugal.

VE – Como se desenvolveu o processo internamente?

PS – O processo começou com duas tarefas prévias, mas basilares, a saber:

- levantamento/visão global das 3 fábricas com vista à detecção de constrangimentos e de oportunidades;

- trabalhos em regime de “workshop” envolvendo equipas transversais — de diversos sectores e turnos — com vista a uma uniformização de atitudes e à criação de um maior envolvimento capaz de sustentar um designio maior que é a mudança de paradigma “cultural”.

Realizadas estas tarefas, começámos a de-

envolver as metodologias Kaizen, com o apoio dos seus peritos, cobrindo, em primeiro lugar, a área dos acessórios.

E os passos seguintes, foram resumidamente:

- utilização da metodologia 5S, que se traduz num processo visível e gerador de motivação para a mudança;

- adopção do TPM, que se traduz na manutenção do posto de trabalho pelo próprio operador;

- adopção do SMED, sistema que potencia a mudança rápida de linhas assente em bons graus de flexibilização.

Os resultados obtidos com a implementação deste pacote específico de acções na área abordada fizeram-se sentir com rapidez e apontam para ganhos de produtividade de 20%, ganhos na mudança de linhas da ordem dos 40% e redução de 50% dos stocks em curso nas linhas de fabrico de acessórios.

VE – Mas o processo Kaizen já avançou para outras áreas?

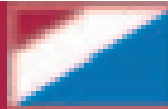
PS – Sim, já avançámos para a fábrica 2, focando o processo no estudo das células de soldadura da base de garrafas e da protecção da válvula, aqui os ganhos de produtividade da mão de obra atingiram os 50%.

Por sua vez, a implementação do trem logístico foi mais um passo no desenvolvimento da metodologia programada. Trata-se dum sistema interno de abastecimento extensivo às três fábricas, que, integradamente, viabiliza a gestão dum nível reduzido de stocks de materiais e consumíveis no bordo de linha com recurso à metodologia Kanban.

Finalmente, começámos a abordar o tema da Auto Qualidade. Eliminar a causa do defeito na operação em que é provocado evitando, que chegue ao posto seguinte e muito menos ao final da linha, eliminando desta forma desperdícios de materiais, recursos e movimentação. Aliás, o conceito chave da metodologia Kaizen é o de eliminar todo o tipo de “Muda” ou seja, desperdícios de todo o género.

Gostaria de referir que os nossos níveis actuais de não qualidade já são significativamente baixos, no entanto temos por objectivo melhorá-los.

Prevê-se que o aprofundamento das metodologias Kaizen se estenda por 2009, sempre com a preocupação de envolver motivacionalmente os trabalhadores na solução de problemas concretos e muitas vezes transversais.



Alguns eventos Kaizen...

BENCHMARKING NA ALEMANHA

Enfoque no GembaKAIZEN,
Just-In-Time e Lean

12 OUTUBRO – 16 OUTUBRO



BENCHMARKING NO JAPÃO

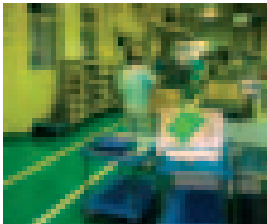
Enfoque no GembaKAIZEN,
Just-In-Time e Lean

27 OUTUBRO – 01 NOVEMBRO

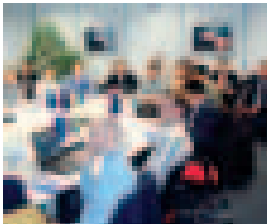
Introdução da Empresa



Observação das Melhores Práticas



Partilha de Experiências



Empresas a visitar...

Toyota Motor Corporation

Visita à montagem final. Toyota Production/Lean Production.

Aichi Steel Company

Produção de diversos aços especiais. É um dos maiores fornecedores da Toyota Motors.

Yamaha Group of Companies (Toyooka and Yamaha Motor's plant)

Toyooka dedica-se à produção de instrumentos musicais electrónicos. Será observado o Total Flow da montagem, inspecção, embalagem e expedição.

Ambas receberam o prémio TPM.

Matsushita Electric Works Seto Plant

Uma das maiores empresas do sector eléctrico/electrónico do Japão.

Yamazaki Mazak Company

Maior empresa mundial produtora de máquinas ferramenta.

Nagiso Spring Plant

Produção de molas. Fornecedores da Toyota. Em 1989 receberam prémio TPM.

Japan Zeon's Kawasaki Plant

Produção de borracha sintética e produtos petroquímicos. Indústria de processo.

Tokai-Shinei Electronics Company

Produção de circuitos impressos. É um dos casos de estudo de um dos livros de Masa-aki Imai ("Gemba KAIZEN"). O presidente tem uma filosofia de comunicação aberta e irá partilhar com o grupo a experiência e os ganhos obtidos com o envolvimento dos colaboradores.



SEMINÁRIO

"Excelência Operacional nas Unidades de Saúde"

O CASO DE SUCESSO DO HOSPITAL DE SANTO ANTÓNIO

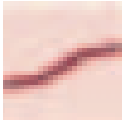
OUTUBRO, LISBOA

Grupo Alvo:
Administradores,
Gestores de Topo e
Directores de Serviço
de Unidades de Saúde

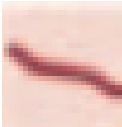
- ✓ Aumento de produtividade
- ✓ Motivação dos colaboradores
- ✓ Redução do tempo de procura
- ✓ Processos normalizados
- ✓ Custos mais baixos
- ✓ Espaço libertado



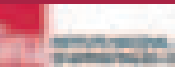
NÍVEL DE SERVIÇO



PRODUTIVIDADE



STOCKS



SEMINÁRIO

"KAIZEN MANAGEMENT SYSTEM"

9 OUTUBRO, LISBOA

Auditório dos Serviços Centrais da APQ AMADORA

OBJECTIVO:

Conhecer metamodelo estruturado para Gestão da Melhoria Contínua. Compreender a filosofia Kaizen e as potencialidades das ferramentas Kaizen.

PROGRAMA:

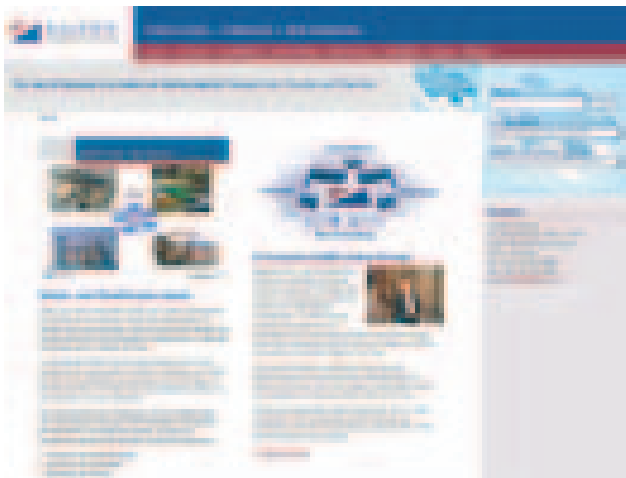
- ✓ Kaizen Management System
- ✓ Resistência à Mudança
- ✓ Modelo dos Muda
- ✓ Total Flow Management
- ✓ Total Productive Maintenance
- ✓ Total Quality Control
- ✓ Total Service Management
- ✓ Total Change Management



O nosso website
foi remodelado...

Visite-nos

www.kaizen.pt





Empreendedorismo já tem formação electrónica

MADRID

apoia instalação
de redes de
franchising

EMPRESA JÚNIOR

portuguesa premiada
em competição
internacional

IMOCOM

lança Tourism
Innovation Awards

Colaborações:



Edigma posiciona oferta no mercado dos ginásios

A Edigma, empresa de gestão de projectos digitais e de interactividade, pretende posicionar-se no mercado de ginásios em Portugal, através da oferta de produtos “ao nível da tecnologia e da comunicação com os clientes, garantindo-lhes uma melhoria considerável no seu desempenho físico diário e, essencialmente, nos tratamentos fisioterapêuticos”, explica José Pinto, CEO da Edigma HealthCare, unidade da empresa para o sector da saúde.

Neste contexto, é objectivo da empresa ganhar quota e dimensão no sector dos ginásios. Assim, a estratégia da empresa passa pelo reposicionamento no mercado através da sua oferta inte-

grada de “Touching Marketing” (interactividade, internet e marketing).

A Edigma disponibiliza a este mercado específico os touchscreens para self-service, nos quais os clientes podem proceder à marcação de aulas, à consulta de programas de aulas e respectivos horários, consulta e acompanhamento do seu programa de treino, assim como à pesquisa de informação diversa, desde conselhos sobre nutricionismo e saúde aos exercícios e actividades outdoor mais adequados.

Os ginásios podem também beneficiar de chãoos interactivos destinados ao exercício físico em que a interacção é definida em

função do objectivo físico específico de cada cliente - particularmente lúdico-afectivo, no caso das crianças, e profilático/curativo, para as pessoas com dificuldades e incapacidades motoras.

Refira-se que no recente evento de Fitness em Portugal, o Despolazer 2008, a Edigma Healthcare implementou para o Holmes Place um chão interactivo que projectava as modalidades do core business da marca, proporcionando a mais de 25 mil visitantes a interacção com a tecnologia Displax.

Com a oferta integrada de Touching Marketing, os ginásios ganham ainda a oportunidade de, através de campanhas de “netadvertising”, publicitarem online os seus serviços e de permitirem aos clientes a marcação de aulas via Internet, a recepção de SMS com anúncio de novas modalidades disponíveis e o acesso a programas de treino, com possibilidade de acompanharem a sua evolução física.

“Pretendemos adaptar os nossos produtos às necessidades específicas de cada ginásio, consoante a sua oferta de serviços, localização e público-alvo, definindo as tendências futuras a nível de tecnologia e comunicação neste sector”, sublinha o mesmo responsável. A Edigma prevê implementar três a cinco projectos de referência no sector da saúde nos próximos três semestres.



Darling Brasil inicia processo de expansão em Portugal



A Darling Brasil, marca brasileira de lingerie, confirmou a abertura das duas primeiras unidades franchisadas no país. Estas devem-se, segundo a empresa,

ao enorme interesse gerado pelo conceito Darling Brasil desde a sua apresentação na ExpoFranchise.

A marca irá avançar para a abertura das duas primeiras lojas franchisadas, que serão localizadas no Dolce Vita Coimbra (abertura prevista para Outubro de 2008) e Dolce Vita Tejo (grande superfície comercial a inaugurar em Maio de 2009).

A marca aposta na inovação e originalidade das suas colecções e na imagem cuidada que os espaços apresentam para se tornar uma marca de referência no sector da lingerie feminina em Portugal.

Para além da unidade própria no Porto e das duas aberturas confirmadas, a marca prevê ainda a abertura de mais duas unidades franchisadas em 2008.

CONSULTÓRIO LEGAL

O Franchising e as vendas pela Internet

Ao desenvolver o nosso site, preparamo-lo para podermos efectuar vendas on-line. O nosso franchisador veio dizer-nos que tal só será possível com a sua autorização, o que ele, para já, não está disposto a conceder. Sendo o contrato de franchising omissivo quanto à possibilidade de vendas pela internet, pode o franchisador impor-nos restrições nessa matéria?

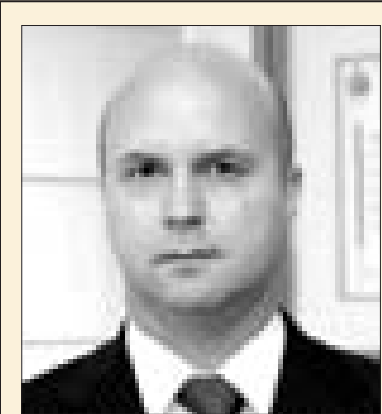
O devido enquadramento da situação que me é colocada dependeria do meu conhecimento do conteúdo das cláusulas contratuais, em especial do clausulado relativo à utilização dos sinais distintivos do comércio do franchisador e zona territorial, pelo que na sua ausência apenas poderei abordar a situação com a devida reserva de melhor opinião.

Para começar importa desde já esclarecer que a Comissão Europeia, no parágrafo 51 das suas “Orientações Relativas às Restrições Verticais” (JO C291 de 13 de Outubro de 2000, páginas 1 a 44), documento que expõe as orientações da Comissão para a apreciação dos acordos verticais abrangidos pelo Regulamento de Isenção nº 2790/1999 de 22 de Dezembro (JO L336), claramente assume que “em geral, a utilização da Internet não é considerada uma forma de venda activa (...) Se um cliente visita um sítio da Web de um distribuidor e contacta o distribuidor e se este contacto conduz a uma venda, incluindo a entrega, tal é considerado uma venda passiva. (...) Na medida em que o sítio da Web não é es-

pecificamente orientado para atingir principalmente clientes no território ou um grupo de clientes exclusivamente atribuídos a outro distribuidor, por exemplo, com a utilização de banners ou links nas páginas dos fornecedores especificamente disponíveis para esses clientes atribuídos exclusivamente, o sítio da Web não é considerado uma forma de venda activa”. Todavia a Comissão alerta que “o envio de correio electrónico não solicitado a clientes individuais ou a grupos específicos de clientes é considerado venda activa.”

Para rematar, a Comissão termina o parágrafo 51 dizendo que “só é possível uma proibição absoluta de venda na Internet (...) se existir uma justificação objectiva. De qualquer modo, o fornecedor não pode reservar para si próprio as vendas e / ou a publicidade na Internet.”

Para melhor entender o alcance da posição da Comissão importa referir que são absolutamente proibidas quaisquer restrições às vendas passivas (resposta a pedidos não incentivados), sob pena de nulidade de todo o acordo, sendo admi-



CAVALEIRO MACHADO
Advogado
V V A Advogados
Assessor Jurídico da APF
cavaleiro.vva@netcabo.pt

tidas algumas restrições às vendas activas (abordagem activa de clientes individuais) mediante determinadas condicionantes. No parágrafo 50 das referidas Orientações, podemos apreender a interpretação que a Comissão faz do conceito de vendas activas e passivas.

Considerando um site no ciber espaço como território estático, no mesmo sentido em que se encontra uma loja de rua, por princípio não se pode impedir,

assim, o franchisado de vender a quem livremente entre no seu site. Todavia, como decorre do final do referido parágrafo 51, caso o franchisador apresente uma justificação objectiva, tal proibição já pode ser admissível. Mas que justificação objectiva poderia ser essa? No seguimento de jurisprudência francesa, o franchisador poderia sempre justificar a proibição demonstrando que o seu conceito e saber-fazer é incompatível com a venda de produtos ou serviços pela internet, não permitindo obter os mesmos resultados que a venda directa. Porém, o então Comissário Europeu Paolo Cesarini, em 2002, afirmou que, em sua

opinião, as únicas razões objectivas admissíveis seriam de ordem pública, saúde pública e de moral pública, sendo todas as outras subjectivas e como tal insuficientes para proibir a distribuição pela Internet. Interpretação que considero demasiado restritiva.

Não podendo o franchisador impedir que os seus franchisados utilizem a Internet como um canal de vendas, principalmente quando o franchisador utiliza a Internet para o mesmo efeito, pode, e deve, no entanto, exercer um controlo dos respectivos sites dos seus franchisados, de modo a garantir o cumprimento das suas directrizes quanto à utilização dos seus sinais distintivos de comércio, no âmbito da respectiva licença de utilização outorgada no contrato de franchising, no respeito pela imagem da marca e uniformidade da rede, bem como pela garantia do cumprimento da legislação em vigor, cuja violação sempre perigaria toda a rede. É, assim, imprescindível que o contrato de franchising detalhe com a máxima cautela e rigor o âmbito da licença de utilização da marca e qual o grau de autonomia do franchisado, podendo, de pleno direito, o franchisador proibir expressamente no respectivo contrato de franchising o franchisado de utilizar a sua marca na Internet.

Na ausência de tais estipulações contratuais, em alternativa ao calvário judicial, caberá ao bom senso das partes e ao empenho no seu relacionamento futuro encontrar uma solução a contento de todos.

Imocom Tourism Innovation Award cativa universidades

A primeira edição do Imocom Tourism Innovation Award 2007/2008 despertou um interesse bastante significativo por parte das universidades docentes e alunos das diversas faculdades. O prémio conta já com 16 inscrições e um número de participantes relevante, 52 alunos, dado que esta é a primeira edição do concurso. O Imocom Tourism Innovation Awards 07/08 é um prémio inédito de inovação no turismo, que visa “contribuir para o desenvolvimento da excelência na formação académica complementar” de estudantes ao nível da licenciatura, mestrado e pós-graduação (1º e 2º ciclo do processo de Bolonha).

Com este prémio, o grupo Imocom quer promover uma maior interligação entre as universidades e o mundo empresarial, reconhecendo, distinguindo e estimulando as vertentes académicas e científicas dos

trabalhos apresentados pelos concorrentes.

Todos os projectos serão alvos de uma avaliação preliminar, efectuada por um júri composto por profissionais do sector, aos quais competirá avaliar a totalidade dos trabalhos candidatos para seleccionar os cinco que passarão à fase de avaliação final. Posteriormente, o júri de atribuição deliberará soberanamente quais os vencedores do prémio Imocom Tourism Innovation Awards. O júri é presidido pelo ex-ministro da Economia, Augusto Mateus.

Para além do número de inscrições houve também uma manifestação geral de bastante interesse dos docentes e alunos durante as apresentações efectuadas nas diversas universidades. Entre as universidades inscritas contam-se o ISCTE, Universidade Católica do Porto, ISEG, Universidade de Aveiro, Universidade

Lusófona do Porto, Universidade Nova de Economia, Escola Superior de Turismo do Estoril, Universidade do Algarve e Instituto Piaget.

Termas, surf e yoga entre as propostas

As propostas de trabalho a apresentar a concurso são de vária ordem e algumas mostram mesmo uma forte componente de originalidade, na busca e desenvolvimento de novas áreas de negócio, como a proposta pela ESHTe, a qual visa “desenvolver um surf camp em que se adapte a conjugação entre as práticas de yoga e do surf”.

Já o ISCTE vai apresentar um plano estratégico e operacional para um novo conceito de projecto turístico em Portugal (incluindo business plan; estudo de mercado, segmentação e posicionamento; análise de viabilidade; plano de recursos; plano de acções) de

acordo com o posicionamento do grupo. A FCEE – UCP desenvolverá um plano para o posicionamento estratégico do grupo Imocom em 2015, ao mesmo tempo que lançará um “Olhar de Portugal para o Mundo Novas Oportunidades para o Turismo em Portugal”.

O Instituto Piaget -

Campus Universidade Santo André Análise pretende traçar um diagnóstico estratégico do turismo na costa alentejana, enquanto potencial motor de crescimento da economia regional e perspectivas de desenvolvimento desse mercado. Também a ESGHT deverá apresentar uma análise diagnóstico estratégico do

turismo na costa alentejana, enquanto potencial motor de crescimento da economia regional, e as perspectivas de desenvolvimento desse mercado e apresentação de um projecto de resort integrado para esta região.

Por seu turno, o ISEG quer, no âmbito do turismo cultural e religioso, explorar a herança judaica em Portugal e torná-la num modelo de negócio. A análise da dinâmica das redes em espaço rural ficará a cargo da Universidade de Aveiro, ao mesmo tempo que a Universidade Lusófona do Porto elaborará um plano de comunicação para divulgação da imagem externa de Portugal enquanto destino turístico de referência.

A FEUNL pretende desenvolver e implementar um complexo turístico rural, ao passo que a ESHTe deverá traçar um plano para a revitalização do turismo de saúde nas Caldas da Rainha, acompanhado de um diagnóstico do desenvolvimento do produto turismo de saúde, presente-mente existente na cidade e proposta de reconversão do espaço termal com a adjacente criação de um plano de revitalização turística.

Marc Barros
marcbarros@vidaeconomica.pt

PUB



BOLSAS DE ESTUDO E ESTÁGIOS PARA PREMIADOS

O IMOCOM Tourism Innovation Awards é um prémio universitário que irá atribuir bolsas de estudo e estágios no grupo Imocom, visando “contribuir desta forma para o desenvolvimento de futuros profissionais do sector”. Caso os projectos sejam desenvolvidos com o acompanhamento de um docente, este terá direito a uma bolsa de investigação.

O primeiro prémio é uma bolsa de estudo no montante bruto de 6000 euros mais estágio não remunerado, com duração de três meses, no grupo Imocom. Ao docente caberá uma bolsa de inves-

tigação no montante bruto de 2500 euros.

O segundo prémio consiste numa bolsa de estudo no montante bruto de 3000 euros, enquanto que ao docente será atribuída uma bolsa de investigação no montante bruto de 1000 euros. A revelação dos premiados do IMOCOM Tourism Innovation Awards 2007/2008 será comunicada e divulgada em acto público, numa cerimónia formal a realizar no hotel Hilton Vilamoura As Cascatas Golf Resort & Spa, no final de Setembro.



Lideramos o mercado. Criamos valor.

Seja um especialista em financiamentos.



A ExChange é uma actividade de consultoria financeira independente em Portugal, sendo uma actividade de um mercado em crescimento.

Os nossos clientes, sejam, em qualquer situação, para a ExChange, membros do Conselho de Administração da ExChange, beneficiam de uma comissão por serviço de consultoria financeira independente única.

Seja nosso Parceiroado, parceiro único, parceiro multiplataforma, etc.



797 300 345



www.exchange.pt

Formação online em empreendedorismo

A Associação Nacional de jovens empresários (ANJE) desenvolveu um conjunto de cursos de e-learning dedicados ao empreendedorismo e às temáticas de apoio à criação e desenvolvimento de empresas. Sob a designação de «Ferramentas para o Empreendedor», os recursos didácticos desenvolvidos comportam suportes multimédia que possibilitam quer a formação on-line, quer a formação presencial.

O projecto que a ANJE lançou está prestes a entrar em funcionamento e tem como desígnio fomentar o ensino do empreendedorismo em Portugal, colmatando também a inexistência de suportes informativos nesta matéria. «Empreendedorismo», «Criação de Empresas», «Comportamento Organizacional» e «Cultura de Empresa» são os quatro cursos concebidos por um grupo de consultores empresariais e técnicos especializados em empreendedorismo.

Através do recurso ao videograma e outras aplicações informáticas, as formações on-line permitem a interactividade e o desenvolvimento das capacidades de auto-aprendizagem dos formandos. Para complementar o processo formativo, são também desenvolvidos exercícios práticos de aplicação dos conceitos apreendidos, bem como um manual de apoio ao formando e ainda vídeos com testemunhos de sucesso. Os responsáveis pelas inovadoras empresas nacionais Critical Software e StabVida, Gonçalo Quadros e

Orfeu Flores, respectivamente, são os jovens empresários convidados para versar sobre as diferentes temáticas, partilhando experiências e apresentando modelos a seguir.

Atitude empreendedora em foco

De um modo geral, são disponibilizados conteúdos de apoio e estímulo à atitude empreendedora, à capacidade de liderança e de trabalho em equipa, à gestão da inovação e da mudança, ao pensamento estratégico e à negociação. As várias temáticas são desenvolvidas no sentido de aumentar os conhecimentos e melhorar o desempenho profissional de públicos tão variados como jovens à procura do primeiro emprego, desempregados ou activos empregados. Estes últimos com habilitações iguais ou superiores ao 12º ano e que desempenhem funções de chefia intermédia, de quadros especializados e semi-especializados detentores de cursos de especialização



tecnológica ou ainda provenientes do ensino técnico-profissional.

Merecem também especial atenção temas mais específicos de apoio à criação e desenvolvimento de empresas, como o plano de negócios, o enquadramento jurídico e a criação e registo de marcas, o financiamento e a gestão financeira, a responsabilidade social, a satisfação do cliente ou a negociação em contextos multiculturais.

Formação “online” e presencial

Concebidos em parceria com a empresa Edulearn – Software e Multimédia, os cursos on-line, que se encontram agora em fase de testes, vão funcionar na Plataforma New Learning, onde os formandos têm a possibilidade de ler e ouvir os vários conteúdos programáticos, aceder a links para websites relevantes para o processo de aprendizagem

e ainda proceder a processos de auto-avaliação e de avaliação final. É, aliás, com base nesse teste aos conhecimentos adquiridos que os formandos obtêm um certificado de formação, no final do curso.

As «Ferramentas para o Empreendedor» permitem também o ensino presencial do empreendedorismo, através de um guia de apoio ao formador e de um manual de apoio ao aluno. O professor conta, assim, com uma ferramenta de suporte às suas aulas, onde encontra contextualizações relativas aos vídeos, para além de tópicos de complemento aos conteúdos informativos, possibilidades de questionários a efectuar aos alunos e objectivos a atingir em cada módulo. As «Ferramentas para o Empreendedor» são um projecto desenvolvido pela ANJE, em parceria com a Edulearn, com o apoio do Programa Operacional de Emprego, Formação e Desenvolvimento Social. (POEFDS).

Veigas Imobiliária alarga rede

A rede de franchising de mediação imobiliária Veigas expandiu-se para o Alentejo, com a abertura de uma unidade em Évora. A agência Veigas Imobiliária de Évora representa um investimento global de 75 mil euros e, segundo as expectativas dos seus responsáveis, deverá obter no primeiro ano de actividade uma facturação global estimada



de aproximadamente 830 mil euros. Esta loja tem a administração dos franchisados Paulo Gonçalves, Vítor Pereira e Fernando Porta.

Trata-se da 67.ª agência Veigas Imobiliária no mercado nacional, o que “representa a forte estratégia de expansão da rede” levada a cabo pela empresa. Até ao final de 2008, a Veigas Imobiliária pretende inaugurar, aproximadamente, duas dezenas de novas lojas, totalizando 86 agências em todo o país. Esta agência tem como objectivos prioritários “a liderança de mercado na sua área de actuação em número de transacções e em valor de negócios”.

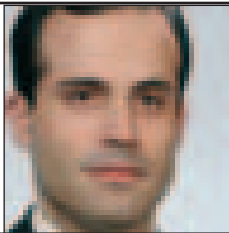
Segundo Paulo Veigas, director-geral da Veigas Imobiliária, “a expansão para o Alto Alentejo vai ao encontro dos objectivos da rede Veigas Imobiliária. A primeira agência na cidade de Évora é uma oportunidade para podermos responder da forma mais adequada aos nossos parceiros e reforçar a posição da marca junto dos nossos clientes”.

Recorde-se que a Veigas Imobiliária foi fundada em 1997 e aderiu ao regime de franchising em 2004. Nos últimos anos, a marca tem registado um crescimento contínuo, sendo actualmente a terceira maior rede de mediação imobiliária e a maior rede nacional, em dimensão. A Veigas Imobiliária conta com uma rede de 72 agências a operar no mercado ibérico. Para 2008, a marca tem como objectivo atingir as 86 agências em Portugal e dez em Espanha. Para além do seu plano de crescimento para Portugal e Espanha, a Veigas Imobiliária encontra-se em fase de expansão internacional, tendo em vista aproveitar novas oportunidades nos mercados externos.

Reputação e Credibilidade da Marca de Franchising

PEDRO SANTOS

Administrador
Grupo Onebiz
pedro.santos@onebiz.pt



Credibilidade, Confiança, Reputação e Bom Nome de uma marca de franchising são os principais activos que uma rede pode ter. Uma marca reputada e de confiança leva muitos anos a ser construída, devendo o Franchisador ter uma estratégia clara e de longo prazo para esse efeito. O sistema de Franchising incorpora um enorme conjunto de vantagens pelas sinergias que cria, potenciando o sucesso e lucro de cada unidade franchisada. No entanto, existe também o reverso da medalha, ou seja, o risco de associação à rede, no caso da existência de alguma conduta grave que coloque em causa toda a imagem da rede. Para isso existem mecanismos de controlo e prevenção que explicam a seguir.

Antes de mais, sem registo e protecção prévia da marca, não pode haver reputação. Uma marca ao se tornar conhecida torna-se apetecível cabendo ao Franchi-

sador protegê-la devidamente. Para este efeito a marca tem que ser registada em Portugal, devendo ser protegida também na UE e num conjunto de países considerados estratégicos para o negócio, os quais devem ir sendo alargados à medida das expectativas de crescimento do negócio. Outro aspecto fundamental é os domínios de Internet serem também registados, não só os universais (.com.,net, etc) mas também em cada país que a marca poderá operar (ex: Espanha - .es).

Depois é necessário criar em detalhe as normas de Imagem Corporativa da marca. É obrigatório ser criado um manual rígido, com as normas de aplicação de imagem da marca em todos os suportes (tipo de letra, cores, formato do logo, papel de carta, letterings da loja, publicidade, etc). É fundamental um apertado sistema de controlo na aplicação da imagem, pois uma imagem uniforme da marca e da rede potencia a

credibilidade, união e confiança perante o consumidor final.

O controlo referido, implica também a existência de uma política clara de “Compliance” e Auditoria, para assegurar que todos os franchisados e colaboradores da rede aplicam os correctos procedimentos da marca. Este mecanismo de controlo e auditoria à rede assegura o bom cumprimento das normas e do sistema e evita situações de desvios graves ou fraudes que podem afectar, irremediavelmente, a reputação e bom nome. Para este efeito deve existir na marca um responsável pela auditoria e controlo, o qual recebe e trata as reclamações de clientes, é responsável pelos procedimentos de verificação das auditorias e pela implementação das correcções ou desvios constatados.

Por fim, e como elemento que dá a consistência à rede, é crucial a existência de um conjunto de princípios de Ética e

Deontologia, que são praticados por todos, sem excepção. Estes princípios têm que estar enraizados no “sangue” da rede, como elementos base da sua cultura. Esta cultura de seriedade e profissionalismo, constrói-se ao longo do tempo e vai sendo assimilada em todos os comportamentos da rede. As regras e normas escritas são necessárias, mas o fundamental está no sentido ético e profissional do Franchisador, Franchisados e colaboradores, que funciona como protecção e elemento orientador. Uma cultura forte de rede é a melhor defesa possível contra situações de fraude ou actuações indevidas potenciadoras de má imagem ou reputação.

Uma marca e rede de franchising reputada e credível, atrai e fideliza os franchisados, colaboradores e clientes, pela confiança que inspira. É um desafio permanente, sendo uma meta que se atinge com a entrega de todos os que nela participam.

Empresa júnior portuguesa premiada em competição internacional

Um grupo de cinco jovens portugueses venceu um dos prémios em disputa numa competição internacional destinada a premiar as melhores empresas jovens a nível europeu. A competição “Empresa do Ano”, organizada pela Junior Achievement Young Enterprise, decorreu em Estocolmo e contou com a participação de 33 mini-empresas em representação de 32 países europeus.

Durante dois dias, jovens dos vários países envolvidos puderam mostrar o seu produto num dos principais jardins da capital sueca, na Feira Oficial da Competição, aberta ao público. A gala final de atribuição de prémios decorreu no auditório onde são, normalmente, entregues os Prémios Nobel.

A equipa portuguesa, composta por cinco jovens entre os 16 e os 17 anos da Escola Profissional Magestil, em Lisboa, ganhou o direito a representar Portugal após ter vencido a competição nacional “A Empresa”, organizada pela Associação Aprender a Empreender – Junior Achievement Portugal, destinada a premiar os melhores projectos de empreendedorismo em escolas secundárias portuguesas.

Pocket Lunch foi o produto apresentado a concurso pelos jovens portugueses

O produto apresentado a concurso pelos jovens portugueses foi a Pocket Lunch, uma inovadora mala/lacheira que permite o transporte de refeições diárias individuais, de um modo prático e moderno. Entre os seis prémios em disputa na competição de Estocolmo, a equipa portuguesa venceu o do “Stand com melhor Impacto”. O prémio de melhor empresa foi para um projecto oriundo da Alemanha. Entre os principais critérios analisados pelo júri da Competição, composto por reputadas figuras do meio empresarial europeu, estiveram o relatório anual, marketing, a estratégia de vendas, a apresentação da mini-empresa e o produto ou serviço em quatro etapas (relatório, apresentação, stand de vendas, entrevista com júris).

Júnior Achievement forma a empreender

Em termos globais, a Júnior Achievement tem uma rede com mais de 60 mil voluntários na Europa, 360 mil em termos mundiais e fornece programas escolares e extra-escolares para alunos dos 6 aos 26 anos. Esta organização está presente em 98



países em todo o mundo, dos quais 41 na Europa, e chega a mais de sete milhões de alunos por ano em todo o globo.

Por sua vez, a Associação “Aprender a Empreender” é a congénere portuguesa da Junior Achievement e, com 26 associados, dedica-se à formação de jovens em empreendedorismo, cidadania, ética, literacia financeira, economia e negócios e desenvolvimento de carreiras,— as sete áreas chave dos conteúdos programáticos

da Júnior Achievement. Os programas são leccionados por voluntários dos associados da “Aprender a Empreender” nas escolas aderentes ao projecto, juntamente com os professores dessas escolas. Os alunos participantes nestes cursos podem adquirir conhecimentos que vão desde a gestão do seu próprio dinheiro até à elaboração de um projecto de criação de um novo produto, serviço ou negócio, tudo de acordo com as respectivas idades.

NaturaPura aposta na expansão internacional



A NaturaPura, empresa sedeadada em Braga que desenvolve produtos para têxtil-lar e vestuário de bebé (0 a 24 meses), está apostada em lançar um projecto de expansão internacional em franchising, o qual passará pela abertura da primeira loja de marca própria na Galiza.

No seguimento da sua estratégia de expansão, a NaturaPura aumentou o seu capital social dos anteriores 445 mil euros para 1, 25 milhões. Este projecto de expansão conta ainda com o apoio da Inovcapital “numa PME que apresenta um conceito inovador como o da NaturaPura e que vai permitir viabilizar a sua estratégia e assim incrementar a sua competitividade”, referem os seus responsáveis.

Para além dos vários mercados internacionais onde está, actualmente, presente, como Espanha, França, Itália, Reino Unido, Japão e Alemanha, entre outros, através de uma rede de lojas multimarca, a marca pretende arrancar com a abertura de novas concept stores NaturaPura.

A NaturaPura aposta agora na consoli-

dação da sua capacidade de intervenção no mercado. O objectivo da marca é ser reconhecida, a nível mundial, como uma empresa que se diferencia pela excelência, qualidade e inovação na produção de vestuário para bebé e têxtil lar, sendo a primeira empresa têxtil portuguesa a certificar os seus produtos com o Rotulo Ecológico Europeu, uma garantia que possibilita aos consumidores identificarem facilmente os produtos ecológicos oficialmente aprovados em toda a União Europeia, Noruega, Liechtenstein e Islândia.

Numa era em que o conceito de Eco está na ordem do dia, a NaturaPura “assume a sua estratégia de crescimento assente na diferenciação do seu produto, pretendendo com isso fazer da marca NaturaPura uma marca global com muita notoriedade”. Fundada em 1999, a NaturaPura utiliza como a sua principal matéria-prima o algodão 100% biológico, que nasce colorido e que existe em três cores naturais: cru, verde e castanho.

PUB

CONSULTORES EM
TECNOLOGIAS DE
INFORMAÇÃO

FAÇA PARTE DA NOSSA REDE EM FRANCHISING

No sector das TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação) as empresas competitivas e com uma marca reconhecida conseguem sobreviver.

esinow.net

Contacte-nos: 1 210 10 100 | efranchising@esinow.net | www.esinow.net

Aquapor quer inovar no sector da água em Portugal

O consórcio formado pela DST e ABB pretende inovar e expandir o seu know-how no sector do abastecimento de água e resíduos, através da Aquapor. Esta empresa, recentemente adquirida, tem como propósito apostar em novas áreas de negócio, desde logo processos de tratamento de água por dessalinização, entre outras. O grande objectivo é o de vencer 30% dos concursos em que marcar presença.



O consórcio de empresas de construção civil DST/ABB, que comprou, recentemente, a Aquapor por 62,9 milhões de euros, quer transformar a empresa na maior do sector da água em Portugal e torná-la numa referência internacional, apostando em políticas de inovação e, desde logo, anunciando a intenção de concorrer a todas as concessões e privatizações em Portugal no sector da Água, dos Resíduos e Higiene e Limpeza das Cidades e nos Sistemas de Tratamento de Águas e Esgotos. “Temos como objectivo ganhar 30% dos concursos em que estivermos presentes”, afirma José Teixeira, CEO da DST.

Na área internacional, a estratégia passa por abordar os PALOP e o Brasil, e procurar parceiros locais para o desenvolvimento das áreas de negócio das águas, à semelhança do que está definido para Portugal. “Levaremos a Aquapor também para o mercado líbio, para as áreas de negócio “core”, bem como para novas áreas de negócio, nomeadamente para os processos de tratamento de água por dessalinização”, explica o mesmo responsável.

Neste momento, serão aparcados na Aquapor todos os negócios da DST e ABB na área do ambiente e em derivados desta, nomeadamente, a produção de energia eléctrica. Será desde já aparcado também outro negócio que a DST e a ABB têm em desenvolvimento na área de gestão de resíduos de demolição e construção – RDC’s, cujo objectivo será atingir 15 unidades de triagem e aterro para este tipo de resíduos.

Luságua com dimensão internacional

É ainda objectivo do consórcio potenciar as competências da Luságua, prestadora de serviços na óptica da gestão de estações de tratamento de água e de águas residuais, dando-lhe dimensão para entrar no mercado internacional.

A Aquapor, anuncia ainda o consórcio, actuará assim numa nova e promissora área de negócio e será parceira nos negócios imobiliários de grande dimensão na concepção de sistemas integrados de redes de águas e esgotos e de rega, da concepção de sistemas de tratamento da água e na concepção de estações de tratamento de águas residuais, com vista à utilização para a rega dos espaços ajardinados, posicionando-se como entidade que explorará sistemas de condomínio.

“A Aquapor desenvolverá o seu negócio segundo princípios de sustentabilidade e contribuindo, decisivamente, para a formação de sector nacional forte, integrado, eficiente e competitivo, promovendo a concorrência no mercado e a eficiência e produtividade das operações, para o qual contribuirá a implementação das soluções preconizadas no PEAASAR II”, conclui José Teixeira.

Aquapor com volume de negócios superior a 100 milhões

Recorde-se que a DST, em con-

sórcio com a ABB, formalizou a 21 de Julho passado a aquisição da Aquapor, numa transacção que ascendeu a 62,9 milhões de euros, reforçando a sua posição num sector em que já dispõe de larga experiência com activos como a Geswater, Agere e Braval.

A Aquapor detém participações no capital social de doze empresas, onze das quais são concessionárias de sistemas municipais de abastecimento de água e saneamento de águas residuais e uma empresa especializada na prestação de serviços ambientais não concessionados. Na sua totalidade, as participadas da Aquapor apresentam um volume de negócios anual superior a 100 milhões de euros e abastecem mais de 360 mil clientes.

A proposta deste consórcio, que conta com participações equitativas da DST e da ABB, havia já sido uma das seleccionadas para integrar a fase II do processo, tendo sido considerada uma das ofertas mais atractivas, conjuntamente com as propostas dos consórcios Edifer/Cofihold e Tomás de Oliveira/Gotan/Conduril/MQP/Vissabeira.

Após o processo de Due Diligence e apresentação da “Oferta Vinculativa” para a aquisição da totalidade das acções representativas do capital social da Aquapor a proposta do consórcio DST/ABB foi a vencedora, sendo expectável que o negócio seja concluído ainda durante o terceiro trimestre de 2008 após parecer favorável da Autoridade da Concorrência.

O grupo DST desenvolve um conjunto diversificado de actividades que não se limitam ao sector de actividade que lhe deu origem – construção civil – mas que abrange, actualmente, um leque de actividades alargado com forte intervenção no sector das energias renováveis, telecomunicações e no sector das águas, saneamento e tratamento de resíduos. Para a DST, a aquisição da Aquapor enquadra-se na estratégia definida e permitirá ao grupo posicionar-se como um player de referência nos sectores de actividade associados ao ambiente e em especial no sector de água e saneamento.

presa é de 20 milhões de euros/ano e o investimento previsto no município é de 40 milhões de euros.

A Agere encontra-se em fase de expansão da sua actividade e participa em 79% no capital social da Braval, empresa intermunicipal que procede à valorização e tratamento dos resíduos sólidos produzidos nos Municípios de Braga, Póvoa de Lanhoso, Vieira do Minho, Vila Verde, Amares e Terras de Bouro.

BREVES

“ROZÈS” INOVA NO VINHO DO PORTO

Na busca de novos mercados e de novos conceitos de consumo para o segmento do vinho do Porto, a Rozès desenvolveu o Rozès Collors Collection. Trata-se de um conjun-

vendas anuais consolidadas são da ordem das 100 mil garrafas, das quais Portugal representa cerca de 12 mil. Em termos percentuais, a garrafa vermelha representa 55%,



to de categorias de vinho do Porto inovador na imagem, que se destaca, acima de tudo, pelo modo de consumo: um trio que deve ser bebido bem fresco. Recomendado para o Verão, para outros momentos de degustação, este Vinho do Porto aparece numa garrafa patenteada pela Rozès, na qual é usada tinta alimentar e é apresentado em três diferentes tipos de Vinhos do Porto, cada um com o seu código de cor: Rozès Reserve, Rozès White Reserve e Rozès 10 anos.

Desta forma, diversificam-se as formas de consumo e propõem-se novas oportunidades de se apreciar o Vinho do Porto – bem fresco – até hoje nunca experimentado. Esta gama da Collors está presente em Portugal, Espanha, França, Bélgica, Alemanha e E.U.A. As

a branca 40% e a dourada 5%. Assim, ao vermelho corresponde o Reserve (um reserva ruby), ao branco o White Reserve (um reserva branco de 8 anos em casco) e ao dourado um Vinho do Porto de 10 anos de idade. A ordem deste código de cores identifica-se igualmente com a ordem correcta de degustação destes vinhos, ou seja, numa prova deve começar-se pelo Rozès Reserve (garrafa vermelha), seguido pelo Rozès White (garrafa branca) e, finalmente, pelo Rozès 10 anos (garrafa dourada). O objectivo é renovar a atenção e o interesse do consumidor face aos vinhos do Porto, refrescando o conceito e captando um consumidor mais jovem e curioso, conduzindo à descoberta do Vinho do Porto Premium.

GRUPO CAMÉLIA EMPREENDE TURISMO SÉNIOR

O grupo Camélia e a Casa de Saúde de Guimarães vão lançar um novo hotel sénior em Braga dirigido a um público-alvo com idade superior a 65 anos, num projecto cujo investimento é de 11,5 milhões de euros e que deverá ser inaugurado no primeiro trimestre de 2010. O Camélia Hotel Sénior & Homes de Braga terá uma área de 7.480 m², com capacidade para 60 suites individuais e 20 duplas. Com esta nova unidade, que se localizará no Edifício Savoy (ainda em construção), os objectivos passam pela criação de uma solução habitacional com serviços de lazer que privilegie a independência e,

acima de tudo, a saúde. O grupo pretende, com esta rede de hotéis, criar respostas para o público sénior que, segundo a União Europeia, deverá englobar 32% da população portuguesa dentro de poucos anos. A aposta na diferenciação será evidenciada pela criação de parcerias com unidades hospitalares privadas, oferecendo diversos tipos de tratamentos médicos – planeados, emergentes e continuados. Além destas unidades, o grupo Camélia está a estudar novos locais de implementação de unidades que complementem a oferta do grupo nesta área.

FIDUCIAL PROMOVE FORMAÇÃO PARA NOVOS FRANCHISADOS

A Fiducial vai realizar, até ao dia 26 de Setembro, uma formação inicial para novos franchisados. Esta formação abrange todas as áreas do seu sistema de franchising, bem como os softwares utilizados pela rede, e pretende dotar

os seus novos parceiros de todos os mecanismos essenciais para a abertura do seu negócio. A empresa pretende assim aliciar novos franchisados da Fiducial e contribuir para a melhoria do desempenho das empresas.

PRÉMIO STUART NO EL CORTE INGLÉS GAIA PORTO

Está patente no El Corte Inglés de Vila Nova de Gaia a exposição referente aos trabalhos premiados no âmbito da V edição do Prémio Stuart de Desenho de Imprensa El Corte Inglés / Casa da Imprensa. Até 30 de Agosto poderão ser vistos, na Sala de Âmbito Cultural do El Corte Inglés Gaia, um conjunto de mais de 500 obras, entre as

quais os três prémios Stuart, que este anos foram vencidos nas áreas de Ilustração, por Hélder Oliveira, com o trabalho “Eles São Mesmo Muito Diferentes”; Tira Cómica, vencido por Augusto Cid, com “O Projecto” e cartoon/caricatura, que acumulou também o Grande Prémio, foi vencido por Gonçalo Viana, com a obra “A Ponta do Iceberg”.

BRAGA GERA VOLUME DE NEGÓCIOS DE 20 MILHÕES

A estratégia de entrada da DST no capital da Agere envolveu a criação da Geswater, constituída para tomar uma posição naquela empresa municipal de capital misto. A empresa presta serviços a mais de 160 mil habitantes no município de Braga, cobrindo a cadeia de valor do sector, isto é, abastecimento de água, recolha e tratamento de efluentes, recolha e deposição de RSU e limpeza urbana. O volume de negócios da em-

Madrid apoia instalação de redes de franchising

A terceira edição do Franchise Forum, um dos maiores eventos de franchising no país vizinho, contou este ano com a presença de inúmeras personalidades ligadas ao comércio e líderes de renome neste sector de negócio. Estiveram em cima da mesa os temas mais pertinentes e actuais do mundo dos negócios e do franchising, tendo Carmen Cárdeno, directora-geral do Comércio da Comunidade de Madrid, inaugurado esta terceira sessão, salientando “a enorme capacidade de organização deste evento no mundo do franchising”.

A directora-geral do Comércio da Comunidade de Madrid sublinhou no seu discurso de abertura a importância das entidades públicas em “apoiar o desenvolvimento de qualquer tipo de negócio empresarial” e referiu que no caso da capital espanhola “graças a esse apoio, Madrid aumentou em 11% o seu sector comercial, sobretudo o comércio a retalho, e quanto ao emprego houve um aumento de 18%, o que supõe 118 mil novos postos de trabalho”. Carmen Cárdeno referiu ainda que o programa de Fomento e Impulso do Comércio (FICO) prestará 10% mais de ajudas ao mercado de franchising em relação a outras empresas.

O director-geral da Tormo & Aso-



ciados, Eduardo Tormo, definiu neste Franchise Forum 2008 os objectivos segundo os quais se deve pautar o franchising, entre eles “seguir melhorando a qualidade e a organização interna das empresas, atrair mais entidades públicas e apostar na internacionalização”. A marca Vivafit e Pilates Fit foi uma das presenças portuguesas neste encontro e Pedro Ruiz, CEO da marca, salientou

a importância do evento: “Aprendemos muito com os temas debatidos neste evento. Espanha é o segundo país maior em termos de franchising, a par dos Estados Unidos, e é incrível o número de franchisados que o Franchise Forum conseguiu juntar, penso que em termos de eventos internacionais no sector nunca tinha assistido à participação de tantos franchisados”.

Loja do Condomínio com novas unidades na Península Ibérica

A Loja do Condomínio inaugurou em Alcochete a sua mais recente unidade e, em Espanha, abrirá brevemente uma loja em Valdemoro. Mantém-se assim o ritmo de crescimento pelo qual a Loja do Condomínio figura no 13º Censo do IIF (Instituto de Informação e Franchising) como uma das 15 marcas que abrem, em média, uma loja ou mais por mês, há já cinco anos.

A loja de Alcochete é inaugurada pelas franchisadas Liliana Pereira e Joana Pereira. A escolha da zona de Alcochete para esta abertura fica a dever-se ao “potencial que apresenta enquanto concelho em franco crescimento no mercado imobiliário e turístico. Por outro lado, as marcas históricas do concelho continuam bem vincadas, norteando um crescimento sustentado, e são um factor diferencial desta região”, referiram as responsáveis.

Por seu turno, Luís Miguel López é um dos novos franchisados do país vizinho, onde a Loja do Condomínio foi galardoada em Junho, com o Prémio para o “Melhor Franchising Votado On-line”, na 13ª Edição dos Prémios Franquicias Hoy.

Este prémio, conquistado no mês em que a Loja do Condomínio celebrou o seu sexto aniversário, é já o segundo que a marca recebe em Espanha, somando-se aos que mereceu em Maio em Portugal, no âmbito dos Prémios de Franchising (Melhor Estratégia de Internet e melhor marca portuguesa no Top 10 do Franchising).

A Loja do Condomínio conserva a posição de líder de mercado na área da administração de condomínios com mais de cem mil fracções administradas e mantém a estratégia de expansão assumida desde 2002. As previsões de expansão ao longo deste ano apontam para novas aberturas quer em território nacional, quer em Espanha.

CONSULTÓRIO

ELEMENTOS ESSENCIAIS DO SISTEMA DE FRANCHISING



JOSÉ VIEIRA LOPES
Managing Director da Team Vision

- 16• Gestão e controlo da rede**
Terá que lidar com os seus Franchisados, motivando-os e gerindo a relação• Outros assuntos que deverá considerar:
- Em que condições o Franchisado consegue transmitir a sua licença de Franquia a outros
 - Regras para Franchisados que desistam
 - Falência de um Franchisado
 - Conceitos em Franchising concorrentes
 - Limites da dimensão de um Franchisado
- Irá também precisar de:
- 1• Efectuar o controlo de dívidas de Franchisados
 - 2• Escolher sistemas de gestão e reporting, e procedimentos de auditoria
 - 3• Aceder às contas do Franchisados
 - 4• Definir procedimentos e linhas de orientação que devem ser usadas para assegurar depósitos, descontos de pronto-pagamento e multas por atrasos de pagamento

- 17• Defina procedimentos**
Defina como resolver potenciais conflitos que surjam e quem paga os custos dos processos.
Deve procurar aconselhamento legal.

- 18• Empregados**
Conte que vai empregar algum pessoal directamente: para a venda de franquias, a formação, e gestão administrativa• Defina as especificações de cada função, qualificações necessárias e remunerações a atribuir• Elabore um gráfico organizacional simples.

- 19• Manual Operacional**
Deve desenvolver e definir claramente os métodos e procedimentos que os Franchisados e os seus colaboradores devem cumprir para gerir o negócio• Procure incluir nesse manual o máximo possível de informação detalhada acerca do funcionamento do seu sistema de Franchising.

- 20• Capacidade Pessoal**
Antes de se comprometer com o caminho do Franchising, responda honestamente às seguintes perguntas:
- Os seus objectivos são realistas e atingíveis?
 - Se precisar de ajuda financeira, irá permitir a entrada de outros sócios neste negócio?
 - Tem a paciência e auto-disciplina necessárias para desenvolver um negócio em ascensão, ou converter o seu em Franchising?
 - Consegue desenvolver e manter relacionamento com pessoas com diferentes personalidades os seus Franchisados?
 - Está preparado para fazer alguns sacrifícios envolvidos na construção de um negócio, incluindo as consequências que pode ter na sua família ou noutros aspectos da sua vida?
 - Consegue atrair, contratar e gerir pessoal importante que vai reportar-lhe pessoalmente?
 - Tem vocação para essa função ?
 - Tornar-se num Franchisador irá consumir-lhe tempo e terá investimentos frequentes está preparado?

PUB



A ACCIVE é a maior rede independente de mediação de seguros. Se está a pensar em ler o seu próprio negócio, assegure-se de que se junta a uma marca forte no mercado, liderada por uma equipa de sucesso.

Fale connosco e seja o próximo Franchisado Accive. ESTAMOS SEGUROS DE QUE VAI FAZER BONS NEGÓCIOS.

72 838 5008

franchising@accive.com
www.accive.com



Accive Insurance com aumento de 30% no volume de negócios

A Accive Insurance fechou o primeiro semestre de 2008 com um crescimento de 30% no seu volume de negócios (prémios cobrados), relativamente ao período homólogo de 2007. Com a falta de crescimento económico do país e com a enorme competitividade no sector segurador, que conduz a uma constante redução de preços no consumidor final, este crescimento é visto como “sendo ainda mais positivo do que os números podem revelar, solidificando a imagem de sucesso que esta marca tem vindo a constituir”.

Segundo Rui Pupo, CEO da Accive Insurance, estes resultados são ainda mais significativos, se tomarmos em consideração a enorme volatilidade daquilo a que se continua a chamar “carteira de seguros”, como explica: “Hoje em dia, por muito esforço que se faça para manter os clientes actuais, existe sempre um número superior ao que gostaríamos que acabam por nos deixar”.

A corretora confirma que tais resultados se devem essencialmente, “à qualidade e eficiência dos consultores da Accive, que estão presentes de Norte a Sul e ilhas de Portugal”, ao “crescente número de mediadores que aderem à rede” e “à enorme competitividade e variedade de so-

luções que a própria marca consegue junto do mercado segurador”.

Para o segundo semestre, conforme declarou Rui Pupo, prevê-se uma acentuação deste crescimento, não só pelos motivos já expostos, mas também por algumas novi-



dades que a marca irá lançar no mercado. A Accive Insurance conta actualmente com 45 unidades a funcionar em todo o país, sendo que 43 delas funcionam em regime de franchising.

Accive Insurance e a Turn&Win em parceria na reestruturação de empresas

A Accive Insurance pretende implementar uma política de redução de custos. Assim sendo, a empresa estabeleceu com a Turn&Win um protocolo que visa renegociar a carteira de seguros das empresas em dificuldades. A Accive lançou, recentemente, uma nova área de seguros, especialmente para as empresas, a Unidade de Grandes Negócios, com o objectivo de baixar os custos entre 10% a 50% desses clientes empresariais.

A Turn&Win tem vindo a alargar o âmbito dos seus protocolos, com o objectivo de aumentar a rentabilidade dos seus parceiros e pluralidade de serviços. Trata-se de uma parceria estratégica, que permite oferecer aos seus clientes um serviço diversifi-

cado, essencialmente na óptica de redução de custos operacionais.

Segundo Florbela Oliveira, Managing Director da Turn&Win, a principal causa de falta de liquidez nas empresas é o desajustamento das despesas correntes ao fluxo gerado pelas vendas e nesse sentido, “torna-se necessário criar mecanismos que permitam diminuir os custos em todas as vertentes”.

A Turn&Win, no âmbito do protocolo estabelecido entre as partes, compromete-se a reavaliar toda a carteira de seguros dos clientes. Segundo Florbela Oliveira, a Turn&Win espera atingir 1,2 milhões de redução nos seguros das empresas clientes.

4Best cresce 70% no primeiro semestre

A 4Best, empresa que actua na área da Web, design e do marketing e media, registou no primeiro semestre de 2008, um crescimento 70% superior ao registado em igual período do ano passado. O objectivo da empresa para 2008 é, pelo segundo ano consecutivo, atingir um crescimento de 100%.

O crescimento de 70% relativamente a igual período do ano anterior representa o maior de sempre para a empresa sedeadada em Vila Nova de Gaia, pertencente ao grupo OneBiz. Apesar das expectativas de crescimento serem bastante ambiciosas desde o início, a verdade é que estes números estão a superar as previsões em cerca de 20%.



Na opinião de João Ferreira, manager da 4Best, “os motivos para este crescimento tão acentuado são a estratégia definida para este ano – que implicou uma maior aposta em novos segmentos de mercado e a entrada em novas áreas de actividade - e o lançamento de novos projectos, como é o caso do portal Sonegocios. A 4Best tem um projecto ambicioso para os próximos anos: crescer muito e de forma sustentada é muito importante para os objectivos futuros da empresa”.

5àSec quer atingir duas mil lojas em 2010

A 5àSec, rede de lavandarias em franchising, prevê “ter um volume de negócios de 300 milhões de euros e atingir as duas mil lojas em 2010 em todo o mundo, o que representa um crescimento de 9% nas receitas e 18% no número de estabelecimentos”, afirmou Olivier Bédar, director geral da empresa.

A 5àSec apresenta um volume de negócios que ascende a 275 milhões de euros e detém mais de 1700 lojas em 25 países, das quais 80% são franchisadas. No total, conta com sete mil colaboradores, recebe mais de 120 mil clientes por dia e trata mais de 300 mil artigos.

O desenvolvimento orgânico e as aquisições constituem a base da estratégia de crescimento da 5àSec, assente numa rede mista de lojas próprias e franchisadas. Ao assinalar os 40 anos do grupo, Olivier Bédar recorda “o desenvolvimento regular da 5àSec, em França e no estrangeiro, muito por obra do trabalho empenhado de inúmeros profissionais, permitindo-lhe alcançar a posição de liderança que hoje detém”. Nos últimos dez anos, a marca mais do que duplicou o número de lojas, com um crescimento regular de cem novas lojas por ano.

A 5àSec nasceu em 1968, com um con-

Objectivo da marca é obter volume de negócios de 300 milhões de euros

ceito único de lojas de tratamento de têxteis inovador, garantindo ao cliente um serviço rápido e de qualidade. Uma política de simplificação de preços, com cinco modalidades, tornou-se uma característica típica e reconhecida da marca e esteve na origem do nome 5àSec: a contracção de “cinco preços de limpeza a seco”.

Roger Chavanon foi o criador visionário que, nesse ano, concebeu a ideia de democratização dos serviços de lavandaria e remoção de nósdoas, abrindo a primeira loja 5àSec, em Marselha. Um ano depois, inaugurou outra, num centro comercial. Pela primeira vez, uma marca propunha um serviço de limpeza e engomado rápido e de qualidade a um preço competitivo.

Este posicionamento foi pioneiro, passando da limpeza a seco ao tratamento e manutenção de têxteis, acompanhando a evolução dos hábitos de vida dos consumidores. A internacionalização da marca começou em 1970, quando se implantou na Suíça.

A marca está presente em Portugal desde 1990, ano em que abriu a sua primeira loja no Centro Comercial Carrefour, em Telheiras. Hoje o Grupo (5àSec, 5àFil e Top Net) conta com cerca de 300 lojas no nosso país.

PUB

APOSTE NO MELHOR DOS RECURSOS
O SEU PRÓPRIO VALOR

Eleveus oferece soluções. Na Eleveus, a solução de ter um negócio próprio torna-se realidade. Apostada na mais recente tecnologia, a Eleveus presta um serviço completo, inovador e competitivo. Os nossos consultores em Recursos Humanos fornecem todas as ferramentas de gestão não apenas de:

- Recrutamento e Seleção
- Formação e Desenvolvimento Pessoal
- Consultoria em RH
- Assessment Center

Fale connosco

Torne-se um Franchisado ELEVEUS e garanta um investimento seguro na sua independência

eleveus